

# ¿QUIÉN FIGURA EN LAS NOTICIAS?



Proyecto de  
Monitoreo Global  
de Medios 2010



**GMMP**  
Proyecto  
de Monitoreo  
Global  
de Medios

Prólogo por Margaret Gallagher

# ¿QUIÉN FIGURA EN LAS NOTICIAS?



## Informe GMMP

Septiembre, 2010 Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010

Compilación de la investigación: Sarah Macharia, Dermot O'Connor y Lilian Ndagam

*Prólogo:* Margaret Gallagher

*Comentarios especiales:* Amie Joof, Mindy Ran y Nidya Pesántez-Calle.

Para biografías véase Anexo 6

*Recolección de la información:*

Equipos de voluntarias y voluntarios tuvieron a su cargo el monitoreo de medios –grupos de base en el área de la comunicación, investigadoras e investigadores universitarios, estudiantes y profesionales de los medios– en 108 países, véase Anexo 4.

*Desarrollo de la base de datos, recolección de la información, gestión de la información y tablas:* Media Monitoring Africa

*Refinamiento de la metodología de investigación del cuarto GMMP:* Gender Links y un grupo de trabajo internacional virtual. Véase Anexo 5.

### Reconocimientos

Joanne Sandler, Subdirectora Ejecutiva (UNIFEM) y Jennifer Cooper, Especialista Programa de Comunicaciones (UNIFEM)

Directora de Programas de la WACC Lavinia Mohr y personal de la WACC Gisèle Langendries, Chloe Shantz-Hilkes y Laura Knox

Asociaciones Regionales de la WACC, miembros y asociados

Coordinadores del GMMP y voluntarias y voluntarios que realizaron monitoreo en 108 países en todo el mundo

### Apoyo financiero

Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), Women's World Day of Prayer (WWDP) – Comité Alemán, Stichting Rotterdam (Países Bajos), Donante anónimo (Países Bajos) y Bread for All (Suiza).

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios lo coordina la Asociación

Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una red mundial de comunicadoras y comunicadores que promueven la comunicación para el cambio social.

La WACC cuenta con oficinas en Londres, R.U. y Toronto, Canadá.

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

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

Publicado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). Septiembre, 2010.

Traducido por Lauro Medina Ortega, Tlatolli Ollin, S.C. ([http://www.tlatolli.com/index\\_esp.htm](http://www.tlatolli.com/index_esp.htm))

Fotografía de la portada: Chiapas Media Project, México

Diseño a cargo de Brad Collicott



Esta obra aparece publicada bajo licencia de uso *creative commons Attribution-NonCommercial – NoDerivs 2.5 deed*.

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

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

Para su uso o distribución habrán de quedar claros los términos de licencia bajo los cuales se publica este trabajo.

Lo anterior no afecta sus derechos de acceso a este trabajo y la información que contiene.







GMMP Monitors, Trinidad and Tobago



GMMP Monitor, Jordan

## Tabla de contenidos

<b>Prólogo</b> . . . . .	<b>iii</b>
<b>Prefacio</b> . . . . .	<b>v</b>
¿Por qué la preocupación con los medios noticiosos? . . .	v
Una herramienta para el cambio . . . . .	vi
El GMMP 2010 . . . . .	vi
Reconocimientos . . . . .	vii
<b>Resumen Ejecutivo</b> . . . . .	<b>viii</b>
Sinopsis de hallazgos . . . . .	viii
Género y progreso en los márgenes de las noticias . . .	viii
Presentando las noticias . . . . .	ix
Contenido de las noticias . . . . .	x
¿Quién figura en las noticias en el ciberespacio? . . . .	xi
Hacia una información ética y con equilibrio de género: Una perspectiva sindical . . . . .	xii
Una hoja de ruta para acelerar el avance en la presentación y representación de las mujeres en las noticias . . . . .	xii
<b>1. Un Día En Las Noticias Del Mundo</b> . . . . .	<b>1</b>
10 de noviembre, 2009 . . . . .	1
Metodología . . . . .	1
Países Participantes en el GMMP 2010 . . . . .	2
Alcance . . . . .	4
Temas en las noticias el día del monitoreo . . . . .	5
<b>2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias</b> . . .	<b>7</b>
Ocupación de los sujetos de las noticias . . . . .	10
Función de los sujetos de las noticias . . . . .	12
Edades de los sujetos de las noticias . . . . .	12
Víctimas y sobrevivientes . . . . .	15
Identidad y familia . . . . .	16
Fotografías . . . . .	17
Resumen de los hallazgos . . . . .	21
<b>3. Presentando Las Noticias</b> . . . . .	<b>23</b>
Panorámica . . . . .	23
Presentando las noticias . . . . .	23
Reportando las noticias . . . . .	24
Comentario especial de Amie Joof Cole . . . . .	26
Resumen de hallazgos . . . . .	29
<b>4. Contenido De Las Noticias</b> . . . . .	<b>30</b>
Centralidad de las mujeres en las noticias . . . . .	30
(Des)igualdad de género en las noticias . . . . .	30
Estereotipos de género en las noticias . . . . .	32
Género, medios y derechos humanos de las mujeres . .	37
Comentario especial de Nidya Pesántez C . . . . .	40
Resumen de hallazgos . . . . .	42
<b>5. ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?</b> . . .	<b>43</b>
Introducción . . . . .	43
Metodología de monitoreo de noticias por internet . . .	44
La agenda de las noticias por internet . . . . .	44
Sujetos de las noticias en fotografías y multimedia . . .	45
Reporteros en las noticias en línea . . . . .	46
Estereotipos y marginación en las noticias en línea . . .	47
Planificando a futuro . . . . .	47
Resumen de hallazgos . . . . .	49
Referencias . . . . .	49

<b>6. Estudios De Caso . . . . .</b>	<b>50</b>
1. Abiertamente estereotipadas . . . . .	51
2. Sutilmente estereotipados . . . . .	55
3. Ausencia de una perspectiva de género y oportunidades perdidas . . . . .	56
4. Reportajes con consciencia de género . . . . .	57
<b>7. Hacia Una Información Ética Y Con Equilibrio De Género: Una Perspectiva Sindical . . . . .</b>	<b>59</b>
“Sticky Floors” <sup>1</sup> y cosas peores . . . . .	59
Iniciativas: viejas y nuevas . . . . .	59
Revisitando el Plan de Acción GMMP 2005 . . . . .	60
<b>8. Una Hoja De Ruta Para Acelerar El Avance En La Presentación Y Representación De Las Mujeres En Las Noticias . . . . .</b>	<b>62</b>
<b>Anexo 1. Metodología . . . . .</b>	<b>64</b>
El proceso . . . . .	64
Precisión . . . . .	65
Ponderación (ajuste estadístico de los datos). . . . .	66
Limitaciones . . . . .	67
<b>Anexo 2. Índice de tablas y cuadros . . . . .</b>	<b>70</b>
<b>Anexo 3. Resultados nacionales . . . . .</b>	<b>72</b>
1. Género de los presentadores, reporteras/os y sujetos noticiosos . . . . .	72
2. Sujetos noticiosos de televisión, de radio y en los diarios . . . . .	74
3. Sujetos noticiosos por ocupación . . . . .	77
4. Sujetos noticiosos por ocupación . . . . .	81
5. Función de los sujetos noticiosos . . . . .	84
6. Sujetos noticiosos identificados como víctima . . . . .	90
7. Sujetos noticiosos por relación familiar . . . . .	92
8. Sujetos noticiosos citados en los diarios . . . . .	94
9. Sujetos noticiosos que figuran en las fotos periodísticas . . . . .	96
10. Presentadores y reporteros de televisión, de radio y en los diarios . . . . .	98
11. Reporteros por temas principales . . . . .	103
12. Temas en las notas donde las mujeres son centrales . . . . .	106
13. Sexo del Periodista en notas donde hay sujetos femeninos y masculinos . . . . .	108
14. Notas que desafían o refuerzan claramente los estereotipos . . . . .	110
15. Notas que enfatizan claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres . . . . .	112
<b>Anexo 4. Países participantes coordinadores regionales y nacionales. . . . .</b>	<b>114</b>
<b>Anexo 5. Miembros del grupo de trabajo virtual . . . . .</b>	<b>116</b>
<b>Anexo 6. Comentarios especiales: biografías de las colaboradoras . . . . .</b>	<b>117</b>



GMMP Monitors, Belgium



GMMP Monitors, India - New Delhi



GMMP Monitors, Dominican Republic



# Prólogo

“Si a través de una distribución desigual de las fuentes narrativas algunas personas no pueden adaptar o controlar los materiales que les permitirían dar razón de sí mismas, entonces, esto, representa una profunda negación de la voz, una profunda forma de opresión.”<sup>1</sup>

Desde 1995 el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés) ha documentado la profunda negación de la voz de las mujeres en los medios de comunicación de todo el mundo. El proyecto se enraíza en una de las preocupaciones medulares y persistentes del movimiento de mujeres en todo el mundo: la política de la representación. Por decenios, las feministas académicas y las feministas activistas han centrado su atención en las dimensiones culturales del poder y el papel que desempeñan los medios de comunicación para reproducir patrones particulares de desigualdad de género. Sin embargo, hasta la llegada del GMMP no había una visión comprensiva en cuanto a su alcance, capaz de hacer un trazo de la naturaleza *sistemática* de la exclusión de las mujeres en los medios noticiosos. Quizá uno de los resultados más pasmoso que emergió a la luz con el primer estudio de 1995 fue la homogeneidad de los hallazgos, no sólo a través de los tres medios, (prensa escrita, televisión y la radio), sino a través de los 71 países incluidos en la investigación. En ningún medio, región o tema noticioso la proporción femenino-masculino se acercó a la paridad. La visibilidad de las mujeres en las noticias fue extremada y uniformemente baja.

Desde entonces cada cinco años se repite este patrón general. A pesar del crecimiento sustancial en el número de países participantes (que llegó a 108 en 2010) y la inclusión de una muestra piloto en los sitios de noticias nacionales e internacionales por internet, el Cuarto Proyecto de Monitoreo Global de Medios confirma la imagen general de hace 15 años. Ello no quiere decir que la situación se mantuvo estática. La cifra, digna de titular, de la presencia de las mujeres en las noticias ascendió en 2010 a 24%, habiendo sido de 17% en 1995. Pero, aun cuando el incremento es alentador, la cifra por sí misma es un recordatorio de que la “imagen del mundo” que reflejan los medios

noticiosos —los rostros que vemos, las voces que escuchamos— sigue siendo abrumadoramente masculina.

Las razones detrás de esta exclusión de la voz de las mujeres son múltiples y complejas. Cuando se les cuestiona, frecuentemente los periodistas ofrecen explicaciones simples: no hubo tiempo para encontrar una mujer, no pudimos conseguir que una mujer hablara, no encontramos una mujer experta en el tema, el editor no consideró como noticia valiosa una nota que pusiera de relieve las dimensiones de género en un tema informativo particular, y otras semejantes. Respuestas como éstas no pueden catalogarse como meras racionalizaciones. Forman parte de la realidad cotidiana de la producción de las noticias. Frecuentemente no son más que la expresión superficial de un entramado de valoraciones y prioridades que se establecen y definen con base en el género. Al definir implícitamente a la “gente” o al “público” como masculino, ello deja de reconocer las distintas posiciones económicas y sociales que guardan las mujeres y los hombres, las relaciones de género que determinan y que al mismo tiempo son resultado de tales posiciones, y las prioridades específicamente de género que surgen de esas posiciones y relaciones. En las noticias, la tendencia a ignorar a las mujeres o —en el mejor de los casos— hablar *sobre* las mujeres, en lugar de *dirigirse* hacia o *a través* de las mujeres está profundamente enraizada en las prácticas normativas culturales y por tanto en la forma como se recaban las noticias, lo mismo que en las rutinas generales de producción. Es extremadamente difícil cambiar estas rutinas y prácticas, pero no imposible. Un objetivo del GMMP, desde su concepción, es contribuir a ese cambio.

El GMMP es mucho más que un ejercicio de recolección de información. En efecto, se trata, sin más, de entregar herramientas a activistas e investigadoras/investigadores y desarrollar capacidades de lectura de los medios y capacidades de promoción (*advocacy*) mediante el proceso de monitoreo, busca ser genuinamente transformador. Se hace una declaración poderosamente simbólica cuando cientos de grupos en todo el mundo se reúnen

para monitorear sus medios el mismo día cada cinco años. Y más que eso, la principal preocupación del GMMP tiene que ver con exigir rendición de cuentas a los medios. La regularidad del ejercicio de monitoreo aporta a quienes hacen promoción una base formidable para recordar los compromisos políticos a los profesionales de los medios y a cuantos tienen la responsabilidad de tomar decisiones, así como la obligación que tienen para con sus audiencias y declaraciones en apoyo a la equidad de género. Sin embargo, es tremendamente difícil hacer cambios en las políticas o en la práctica. En efecto, frecuentemente los periodistas sostienen que tomar en consideración el desequilibrio de género en el contenido de los medios sería un paso en la abdicación de su “objetividad” profesional, y cuantos tienen la responsabilidad de tomar decisiones comúnmente interpretan la promoción de políticas sensibles a las cuestiones de género como un asalto a la “libertad” de expresión, a la prensa, a los medios en general.

Y, sin embargo, ningún derecho ni libertad es neutro en cuestiones de género. El derecho de las mujeres a la libertad de expresión e información está severamente limitado por capas de restricciones estructurales, económicas y culturales. Esto lo reconoce la declaración de 2010 hecha por los relatores especiales sobre libertad de expresión designados por las Naciones Unidas, la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP). Entre los principales desafíos que identifican se encuentra la “discriminación en el goce del derecho a la libre expresión”. Las mujeres y otros grupos históricamente marginados “luchan para que sus voces sean escuchadas y para tener acceso a información pertinente para ellos”. Subrepresentación, insuficiente cobertura de los medios y la prevalencia de información estereotipada, todo ello es citado como obstáculo al goce igual de la libertad de expresión.<sup>2</sup>

No obstante un cambio en el discurso tradicional de la “libertad de expresión” y el avance hacia el reconocimiento

## Prólogo

de concepciones de libertad de comunicación basada en derechos, la lucha por los derechos de las mujeres a los medios y a la comunicación sigue siendo un reto formidable. El debate que genera sigue siendo marginal en las plataformas de muchos movimientos políticos y sociales de vanguardia. El Proyecto de Monitoreo Global de Medios ha desempeñado una parte invaluable para mantener este tema vivo en las agendas a nivel internacional, regional y local. Como lo demuestran los resultados de 2010, será una necesidad por muchos años en el futuro.

*Margaret Gallagher*

- 
- 1 Nick Couldry (2010). *Why Voice Matters: Culture and Politics After Neoliberalism*, Sage Publications, Londres, p. 9. (La traducción es nuestra)
  - 2 F. LaRue, M. Haraszti, C. Botero & F.P. Tlakula (2010). *Tenth Anniversary Joint Declaration: Ten Key Challenges to Freedom of Expression in the Next Decade*. <http://www.article19.org/pdfs/standards/tenth-anniversary-joint-declaration-ten-key-challenges-to-freedom-of-express.pdf>

# Prefacio

El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés) es la investigación a escala mundial más amplia y significativa que se realice sobre género y medios noticiosos.

Hace quince años, en la Cuarta Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre la Mujer se adoptó por unanimidad la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (PA). La Plataforma de Acción proporciona un marco para "eliminar todos los obstáculos que dificultan la participación activa de la mujer en todas las esferas de la vida pública y privada mediante una participación plena y en pie de igualdad en el proceso de adopción de decisiones en las esferas económica, social, cultural y política."<sup>1</sup> La Sección J de la PA subraya la importancia que tienen los medios para el avance de las mujeres y hace un llamado a una participación creciente; acceso de las mujeres a la expresión y toma de decisiones en y a través de los medios de comunicación; y a las nuevas tecnologías de la comunicación; y promoción de una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios. Asimismo, se alentó a que las ONG y las asociaciones profesionales de difusión establecieran "grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión y celebrar consultas con ellos a fin de velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada".<sup>2</sup>

El primer Proyecto de Monitoreo Global de Medios estuvo bajo la coordinación de la ONG canadiense *Media Watch*, pionera en "observación de los medios", con el apoyo de la WACC entre otras organizaciones. *Erin Research Inc Canada* desarrolló la metodología y diseñó las herramientas de monitoreo. El primer día de monitoreo fue el 18 de enero de 1995 escuchando la radio, observando la televisión y los diarios en 71 países, lo que dio como resultado el *Global Media Monitoring Project: Women's Participation in the News (Monitoreo de los medios en el mundo: La participación de las mujeres en las noticias)*. El lanzamiento de este informe se hizo en el Foro de las ONG de Mujeres en Beijing, en el mes de septiembre de 1995. Cinco años después, el Programa de Mujeres de la WACC coordinó el segundo GMMP con la participación de 70 países, mientras que el análisis de la información corrió

a cargo del *Media Monitoring Project*, con sede en Sudáfrica. El tercer GMMP de 2005, también bajo la coordinación de la WACC y nuevamente con análisis realizado por el *Media Monitoring Project*, contó con la participación de 76 países. Para este cuarto GMMP participaron exitosamente 108 países en la jornada de monitoreo.

Pocas y pocos participantes en el primer GMMP pudieron anticipar que se convertiría en el estudio longitudinal más extenso y grande del mundo dedicado a observar el género y los medios. Este logro se debe en gran medida a la participación voluntaria, entusiasta y comprometida de coordinadoras/coordinadores nacionales y regionales, así como miles de voluntarias y voluntarios que se organizaron y llevaron a cabo el monitoreo en todo el mundo durante los últimos 15 años. Los antecedentes de las y los voluntarios del GMMP son distintos, van de grupos de base, grupos de la sociedad civil que trabajan en cuestiones de género y medios, sindicatos de periodistas y asociaciones profesionales de medios a universidades.

## ¿Por qué la preocupación con los medios noticiosos?

¿Qué motiva a tantas personas a realizar una actividad no pagada como el seguimiento de noticias en la radio, la televisión y la prensa escrita? ¿por qué es importante?

No obstante la reciente proliferación de medios sociales en algunas regiones, los medios noticiosos siguen siendo la fuente de información más importante e influyente, lo mismo que de ideas y opinión para la mayor parte de las personas en el mundo. Es un elemento clave del espacio público y privado donde viven las personas, las naciones y las sociedades. Una nación o una sociedad que no se conocen a sí mismas plenamente no pueden responder a las aspiraciones de sus ciudadanas y ciudadanos. Importa quién y qué aparece en las noticias y cómo se presenta a las personas y los eventos. Qué se deja fuera y qué se deja de cubrir tiene exactamente la misma importancia. El primer GMMP

—y como veremos el cuarto GMMP— reveló que el mundo del que se reporta en las noticias es básicamente masculino. En muchos países, la cultura que se basa en la desigualdad de género y discriminación contra las mujeres se ve reforzada a través de los medios.

« *Una presentación justa de los asuntos de género es una aspiración ética y profesional similar al respeto de la exactitud, la justicia y la honradez* ».

Aidan White, Secretario General de la Federación Internacional de Periodistas en Instalar el equilibrio: La igualdad de género en el periodismo, FIP, 2009.

El periodismo y los medios enfrentan múltiples desafíos en un mundo rápidamente cambiante donde medios nuevos y tradicionales están convergiendo con consecuencias impredecibles. Altos estándares éticos y profesionales y políticas editoriales basadas en un claro auto-interés se encontrarán, ciertamente, entre los factores que determinarán el futuro del periodismo y los medios noticiosos tradicionales. El futuro del periodismo también está vinculado con la búsqueda de periodismo de calidad. Jim Boumelha, Presidente de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha señalado: "El acto periodístico como bien público no sobrevivirá en ninguna plataforma sin un compromiso con la ética y los valores."<sup>3</sup> Quienes tienen la responsabilidad de tomar decisiones en los medios y los propietarios de los medios tienen mucho que ganar si llegan a nuevas audiencias potenciales que, en muchas partes del mundo, las componen mujeres que a la fecha están desatendidas.

Integrar la rendición de cuentas por los medios a la lucha de género e igualdad de género fue el impulso original del GMMP. El proyecto también está guiado por el compromiso de asegurar resultados comparables y confiables a partir de la información que recabaron gran cantidad de investigadores en diferentes contextos.

## Una herramienta para el cambio

La desesperante tasa de cambio que dejó ver el tercer GMMP proporcionó el impulso para una mayor y mejor promoción de la equidad de género en los medios noticiosos. Posteriormente el GMMP ayudó a desarrollar capacidad de grupos de la sociedad civil para enfrentar los medios noticiosos de sus respectivos países, así como desarrollar acciones de cabildeo a favor de la equidad de género en las políticas destinadas a los medios y la comunicación.<sup>4</sup>

Los años siguientes atestiguaron profundo y gran interés, lo mismo que inquietud, por las dimensiones de género en los medios noticiosos. La metodología del GMMP devino en modelo para realizar observación de medios desde una perspectiva de género en todo el mundo; también se adaptó para hacer observar el reporte de temas desde una perspectiva de género. Cierta capacitación para periodistas ha incorporado los resultados del GMMP, destacando la urgente necesidad de hacer un cambio hacia un periodismo con un mayor equilibrio de género y justicia de género.

A lo largo de los últimos cinco años, el GMMP ha generado impulso y energía para el cambio. En efecto, organizaciones de la sociedad civil realizan esfuerzos para hacer capacitación y formación en medios desde una perspectiva de género. Por ejemplo, el Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA) ha institucionalizado la observación ciudadana de medios (el Observatorio Ciudadano de la Comunicación, OCC) con la participación del gobierno local de Cuenca, Ecuador. Al otro lado del mundo, Asmita Women's Publishing House, Media and Resource Organisation ha capacitado consistentemente mujeres de base en varios distritos en Nepal, para que participen activamente en los medios locales observando prejuicios de género y cobertura desequilibrada.

*"Esperamos que lo que vamos a decir sobre la representación de género en los medios lo tomen en serio los directores de los medios".*

Abebech Wolde, Ethiopian Media Women's Association y Coordinadora del GMMP para Etiopía

Los informes del GMMP previos han encontrado diversos usuarios. Entre ellos se incluyen agencias multilaterales como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, que en su Informe de

Desarrollo Humano Árabe 2005 subraya la importancia que tienen los medios para los derechos de las mujeres, que son cruciales para el desarrollo humano en los países árabes, la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) en sus *Indicadores de desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de 2008* (ahora disponible en seis idiomas). Varias agencias de desarrollo mediático, centros de capacitación en medios, asociaciones de profesionales de los medios, organizaciones internacionales y locales de derechos humanos de las mujeres y equidad, e incluso autoridades reguladoras para la difusión han utilizado el informe del GMMP 2005 *Who Makes the News*.

Las y los comunicadores han contribuido al cambio. En 2008, la FIP lanzó la Iniciativa Periodismo Ético, una campaña mundial de programas y actividades para apoyar la calidad del periodismo.<sup>5</sup> En el último decenio, la FIP ha alentado activamente a los sindicatos de periodistas y organizaciones mediáticas para que consideren seriamente la igualdad de género en sus redacciones, en sus sindicatos y en sus prácticas periodísticas.<sup>6</sup> En 2009 el Inter Press Service (IPS) Support Group Meeting, en Roma, analizó el papel que desempeñan los medios en la cobertura de los temas relacionados con el Objetivo de Desarrollo del Milenio 3: "Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer". La igualdad de género en los medios es una prioridad del actual programa del IPS, mediante el cual la agencia busca incrementar la cobertura independiente de notas relacionadas con la igualdad de género.<sup>7</sup>

## El GMMP 2010

La decisión de emprender un cuarto GMMP se tomó como respuesta al apremio recibido por parte de grupos en todo el mundo. Algunos habían participado en previos GMMP y argumentaron la necesidad de actualizar evidencia de cambio. Otros eran grupos en países que no habían participado previamente y que necesitaban evidencia confiable específica a su país. Estos llamados a realizar un cuarto GMMP tuvieron como complemento el amplio interés demostrado por el uso extenso que se hicieron de los hallazgos del GMMP organizaciones y agencias internacionales, nacionales y locales que trascienden la red del GMMP, incluyendo algunas organizaciones que pidieron evidencia puesta al día para apoyar su trabajo.

*"El GMMP es democracia en acción... pone de manifiesto cómo la gente en todo el mundo está apasionada por los medios, por la igualdad de género y críticamente apasionada con la idea de ser agente de cambio."*

William Bird, Media Monitoring Africa, Sudáfrica

El cuarto GMMP ha atestiguado una explosión en cuanto a la participación. Este informe incluye 43 países que son nuevos participantes. La participación se amplió significativamente en África, particularmente con países francófonos. El incremento de países también se dio en Asia, El Caribe, Europa, Oriente Medio, África del Norte y la región Pacífico. Vale la pena destacar en particular el incremento de la participación en países árabes.

En el prefacio al informe del GMMP 2005, Anna Turley, anterior coordinadora del Programa de Mujeres de la WACC escribió: "Si brotan [pequeños] avances de una conciencia que considere que la representación actual del género en las noticias es algo que hay que cuestionar, más que darla por sentado, tienen potencial de ser transformadores... El cambio no van a suceder de la noche a la mañana, sin embargo, el GMMP nos acerca un paso más a dicha transformación."

Los resultados del GMMP 2010 muestran que aún queda un buen trecho por recorrer. Hay cambio en algunas áreas importantes e incluso la velocidad del mismo se incrementa, mientras que en otras el progreso se mantiene lento o incluso ha sido erosionado. Aún así, en cada dimensión de las noticias que midió el GMMP, hay casos de periodismo ejemplar. Estos casos, aislados como pueden estarlo, muestran cómo el periodismo con equilibrio de género, con conciencia de género, no sólo es compatible con un periodismo de alta calidad sino intrínseco al periodismo de alta calidad.

De 2000 a 2010 hemos visto un incremento de 6 puntos porcentuales en la presencia de las mujeres como sujetos de las noticias. A la velocidad actual de cambio, tomará más de 40 años alcanzar la paridad. Lo que se requiere es diálogo concertado y acción por parte de quienes promueven el avance de las mujeres, de grupos de la sociedad civil preocupados por el desarrollo humano, de quienes utilizan los medios, de las y los profesionales de los medios, de quienes toman decisiones y quienes son propietarios de los



medios, de instituciones de formación de comunicadores, de agencias de desarrollo mediático y, cuando es apropiado y pertinente, de quienes tienen la responsabilidad de tomar decisiones públicas.

## Reconocimientos

Extensa planeación y preparación anteceden cada fase del monitoreo realizado a través del GMMP. Estamos profundamente agradecidas con el grupo de trabajo internacional virtual (Anexo 5) que refinó el proceso, las herramientas de monitoreo y la metodología. Agradecemos a Colleen Lowe y Gender Links en Sudáfrica, que proporcionaron un marco para el análisis cualitativo, proporcionaron asesoría sobre la metodología y apoyaron con capacitación a las/los coordinadores del GMMP. Estamos en deuda con William Bird y Media Monitoring Africa (MMA), también establecidos en Sudáfrica, cuya primera responsabilidad fue desarrollar y gestionar la base de datos con los resultados del monitoreo, incluyendo la elaboración de las tablas que figuran en este informe. MMA proporcionó asesoría para refinar las herramientas para el monitoreo, al igual que con capacitación para las/los coordinadores para que aplicaran correctamente las herramientas. También queremos agradecer a los miembros de la Junta Directiva de la WACC y a los Comités Ejecutivos regionales por el apoyo que dieron al GMMP en diversas formas, incluyendo coordinar la investigación en sus respectivas regiones. Asimismo,

estamos agradecidas con los miembros de la WACC y a su personal, pasados y presentes, que contribuyeron al éxito de esta fase del GMMP. Con felicidad reconocemos la enorme aportación que ha hecho a lo largo de los años Margaret Gallagher, autora de los GMMP previos (2000 y 2005), y que sigue ofreciendo su sabia asesoría.

Estamos profundamente agradecidas por el apoyo recibido de nuestros donantes Bread for All (Suiza), Women's World Day of Prayer-Comité Alemán, un donador de Países Bajos que desea permanecer en el anonimato, y del Fondo de Desarrollo de las Naciones para la Mujer (UNIFEM). El GMMP no habría sido posible sin dichos donantes. Apreciamos especialmente la confianza invaluable que UNIFEM ha mostrado en la flexibilidad concedida a la WACC para guiar el proyecto según lo han requerido las cambiantes circunstancias.

Va un enorme agradecimiento a cada voluntaria y voluntario en 108 países en todo el mundo, que proporcionaron coordinación regional y nacional además del monitoreo de los medios noticiosos locales, para el cuarto GMMP. Su compromiso apasionado ha sacado a la luz un cuerpo de evidencia que sostiene a cuantos trabajan por el cambio ahora y en los años por venir.

Lavinia Mohr  
Directora de Programas, WACC

Sarah Macharia  
Responsable del Programa de Medios y Justicia de Género, WACC

- 
- 1 La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, 1995. Párrafo 1
  - 2 *Ibid.*, párrafo 242a.
  - 3 *To Tell the Truth: The Ethical Journalism Initiative* (Hay versión castellana: *Iniciativa de Periodismo Ético*), Aidan White, Federación Internacional de Periodistas, 2008.
  - 4 Véase, *Mission Possible: A gender and media advocacy training toolkit*, WACC, 2007.
  - 5 Véase la página electrónica de la iniciativa en: [www.ethicaljournalisminitiative.org](http://www.ethicaljournalisminitiative.org). El Congreso Mundial de la FIP realizado en Moscú, en 2007, adoptó esta iniciativa y fue lanzada formalmente en 2008.
  - 6 White, Aidan. 2008. *Iniciativa Periodismo Ético*, Federación Internacional de Periodistas, e *Instalar el equilibrio: Igualdad de género en el periodismo*, Federación Internacional de Periodistas, 2009.
  - 7 Véase: [www.ips.org/mdg3](http://www.ips.org/mdg3)

# Resumen Ejecutivo

Hace dieciséis años mujeres visionarias durante la conferencia *Women Empowering Communication*<sup>1</sup> hicieron una pregunta aparentemente simple: ¿Cómo se verá una instantánea de género<sup>2</sup> en un día "ordinario" de noticias?

Detrás de esta pregunta se encontraba la necesidad de descubrir en qué medida se podría decir que las noticias son democráticas, inclusivas y con participación desde una perspectiva de género. La pregunta se convirtió en la piedra angular del Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés), la investigación longitudinal mundial más grande y extensa, e iniciativa de promoción (*advocacy*) de una perspectiva de género en los medios noticiosos. El primer GMMP realizado el 18 de enero de 1995 capturó una imagen de género en los medios noticiosos de 71 países. Posteriormente, en el mes de septiembre de ese mismo año, el monitoreo de medios fue oficialmente reconocido como herramienta de cambio para la igualdad de género, en la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing que adoptara la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer.

Cada cinco años desde 1995, el GMMP ha documentado tendencias en la imagen y representación de las mujeres y hombres en el discurso e imágenes de los medios noticiosos. La evidencia cuantitativa y cualitativa reunida ha revelado que las mujeres están, en contraste con los hombres, fuertemente sub-representadas en la cobertura de las noticias. El resultado de esta sub-representación es una imagen desequilibrada del mundo, una donde las mujeres están ausentes en gran medida. Además, los estudios han mostrado insuficiencia en la voz de las mujeres en el contenido de los medios noticiosos, en contraste con las perspectivas de los hombres, lo que resulta en noticias que presentan una visión del mundo centrada en lo masculino.

El imperativo de centrarse en los medios noticiosos se hace claro cuando consideramos dos hechos. El primero es que las noticias son la principal fuente de información sobre problemáticas y eventos, conocimiento que a su vez informa la comprensión que las comunidades tienen del mundo y de

sus respuestas ante éste. El segundo es que las noticias tienen la capacidad de influir las agendas políticas en la medida que las problemáticas adquieren una posición central en el debate público, lo cual es muy evidente en los cambios que se efectúan en las políticas locales y la política exterior en momentos de desastres humanitarios.

Para el cuarto GMMP, fueron monitoreados 1,281 diarios, canales de televisión y estaciones de radio en 108 países, el 10 de noviembre de 2009. La investigación cubrió 16,734 notas periodísticas; 20,769 personas que laboran en los medios (locutores, presentadores y reporteros) y 35,543 sujetos de las noticias, que son las personas entrevistadas en las noticias y aquellas sobre quienes versan las noticias.

El monitoreo de noticias en internet se introdujo como proyecto piloto por primera ocasión en el GMMP. Durante el cual se investigaron 76 páginas electrónicas noticiosas en 16 países, y 8 páginas electrónicas de noticias internacionales conteniendo 1,061 notas periodísticas; 1,044 elementos de personal y 2,710 sujetos de las noticias. Los resultados del monitoreo de noticias en internet los presentamos en un capítulo exclusivo de este informe, separado del análisis de hallazgos en las noticias en prensa escrita, televisión y radio.

## Sinopsis de hallazgos

El sistema de clasificación del GMMP categoriza notas periodísticas bajo 7 áreas temáticas principales y 52 subtemas (Anexo 1). Las principales temáticas son: Política y gobierno; economía; ciencia y salud; noticias sociales y jurídicas; crimen y violencia; celebridades, artes y medios, deportes; y la niña-mujer.

La investigación encontró cambios relativamente pequeños a lo largo de los últimos 15 años en relación con la jerarquización de las prioridades en la agenda de los medios noticiosos. Notas en política/gobierno (29%); crimen/violencia (19%) y la economía (18%) dominan la agenda de las noticias. Detrás se colocan las notas sobre social/jurídico, celebridades/artes/deportes y ciencia/salud con un promedio de 13%, 11% y

9% respectivamente del total del número de notas combinadas en los tres medios.

## Género y progreso en los márgenes de las noticias

■ Sólo 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias de la prensa escrita, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres. En contraste, 76% —más de 3 en cada 4— de las personas en las noticias son hombres.

Esto es una mejora significativa con respecto a 1995, cuando sólo 17% de las personas en las noticias eran mujeres. Sin embargo y a pesar del incremento lento aunque constante de la presencia de las mujeres en las noticias en los últimos 10 años, la imagen del mundo que se presenta en las noticias sigue siendo predominantemente masculina. Esta imagen no es congruente con una realidad en la cual por lo menos la mitad de la población mundial está constituida por mujeres.

Por un lado se ha mantenido el paso del incremento de la visibilidad de las mujeres en las noticias a lo largo del último decenio. En 2005 la presencia de las mujeres en las noticias se incrementó a 21%; un cambio de 3 puntos porcentuales con respecto a la investigación realizada en 2000. De 2005 a 2010 hay un segundo cambio de 3 puntos porcentuales, evidenciando un avance persistentemente lento aunque constante en los últimos 10 años.

Por otro lado, el incremento de la visibilidad de las mujeres en notas sobre "ciencia y salud" (de 22% de sujetos de las noticias en 2005 a 32% en 2010) en gran medida representa la creciente presencia de las mujeres en las noticias. Pero este tema en realidad ocupa el menor espacio en la agenda de las noticias cuando se lo compara con otros temas destacados. El incremento del porcentaje de mujeres como sujetos de las noticias es menos pronunciado en temas de alta prioridad en la agenda informativa: la presencia de las mujeres en notas sobre política y gobierno se incrementó al pasar de 14% a 19% durante el periodo mientras que en notas sobre economía no hubo cambios, permaneciendo en 20%.



### ■ La presencia de las mujeres en noticias internacionales se incrementó hasta equipararse con su presencia en las noticias locales.

Entre 1995 y 2005 las mujeres fueron más visibles en las notas locales en comparación con las notas de alcance nacional o internacional. Esta tendencia experimenta un cambio en el cuarto GMMP, donde la visibilidad de las mujeres en notas internacionales se incrementó hasta equiparar su visibilidad en las notas locales.

Además, la tasa de incremento de la presencia de las mujeres en notas internacionales durante los últimos 5 años corresponde a la tasa registrada en el periodo precedente 2000 a 2005. Esta tendencia podría estar en sincronía con el incremento de la prominencia de las mujeres a escala mundial, aunque es cuestionable hasta qué punto el incremento en la presencia en los medios refleja con exactitud cambios en el mundo real, si hemos de partir de los hallazgos del GMMP con respecto a la sub-representación de las mujeres en varios frentes.

### ■ Las noticias siguen presentando un mundo donde los hombres siguen superando en número a las mujeres en casi todas las categorías ocupacionales, siendo la mayor disparidad en las profesiones.

La proporción de sujetos de las noticias mujeres identificadas, representadas o presentadas como trabajadoras o profesionistas a lo largo de los últimos 10 años se incrementó en algunas categorías ocupacionales.

No obstante ello, la diferencia entre los sexos sigue siendo amplia especialmente en las profesiones como se las presenta en las noticias. 69% de los sujetos de las noticias presentados como educadores son hombres; 69% de los profesionales de la salud; 83% de los profesionales en el área de la abogacía y 90% de los científicos.

Entre 25 categorías de ocupaciones, se encuentra más mujeres que hombres en solamente 2: sujetos en las noticias presentados como persona que se ocupa de la casa (72%) y estudiantes (54%).

La imagen que se ve a través de las noticias es una de un mundo donde las mujeres son prácticamente invisibles como participantes activas en el trabajo fuera de casa.

### ■ Como personas entrevistadas o sobre las que se escucha en las noticias, las mujeres siguen establecidas en las categorías de personas “ordinarias”, en contraste con los hombres que siguen

### predominando en las categorías de “expertos”.

Las mujeres se acercan muy lentamente a la paridad en tanto que personas que proporcionan opinión popular en las noticias, ya que de las personas entrevistadas en las noticias con esta capacidad llegó a 44% comparado con 34% en 2005. La presencia de las mujeres como personas que hablan con base en su experiencia personal, como portavoces (presentando o hablando en nombre de otros) y como expertas (quienes proporcionan comentarios basados en conocimiento especializado) mejoró apreciablemente. No obstante los avances, sólo 19% de las personas portavoces y 20% de expertos son mujeres. En contraste, 81% de los portavoces y 80% de los expertos en las noticias son hombres.

### ■ Es doblemente probable que los periodistas mencionen las edades de sus sujetos femeninos de las noticias en comparación con la mención de la edad de sus sujetos masculinos de las noticias.

La edad se menciona para 22% de los sujetos femeninos de las noticias y 12% para los sujetos masculinos de las noticias en los diarios.

### ■ A 18% de los sujetos femeninos de las noticias se lo presenta como víctimas en comparación con 8% de los sujetos masculinos de las noticias. En contraste, ahora las mujeres tienen el doble de probabilidades que se las presente como sobrevivientes, en comparación con los hombres.

Si bien la diferencia entre el porcentaje de mujeres y el porcentaje de hombres presentados como víctimas sigue siendo grande, se ha ido reduciendo gradualmente desde 1995. Es de destacar que, en 2010, 6% de mujeres en contraste con 3% de hombres se les presenta como sobrevivientes. Esto es una inversión de la situación en 2005, cuando 4% de las mujeres en comparación con 8% de los hombres fue presentado como sobrevivientes.

### ■ A los sujetos femeninos de las noticias se los identifica de acuerdo con su relación familiar 4 veces más en comparación con los sujetos masculinos de las noticias.

Este hallazgo es revelador cuando se consideran las estadísticas sobre representación de los sujetos de las noticias en sus diversas ocupaciones lo mismo que sus funciones en las noticias. Identificar a las mujeres

por su relación familiar, al mismo tiempo que menosprecia el papel que desempeñan en sus comunidades oculta otras identidades de las mujeres como independientes, como siendo autónomas, participantes activas en la sociedad más allá del hogar.

Las probabilidades de que los sujetos en notas a cargo de reporteras sean identificados por sus relaciones familiares, son iguales a las que tienen los sujetos de las noticias que aparecen en notas a cargo de reporteros. Tanto en el caso de reporteros como de reporteras la propensión a identificar a los sujetos femeninos de las noticias por sus relaciones familiares es de entre 3 a 4 veces más alto en comparación con los sujetos masculinos de las noticias.

### ■ En las noticias se cita a 52% de las mujeres, lo cual es un incremento al pasar de 50% en 2005.

Resulta un poco más probable que a las mujeres se las cite (52%) en comparación con los hombres (50%). Esto es un cambio en comparación con hace cinco años cuando los hombres tuvieron mayores probabilidades de ser citados (53%) en comparación con las mujeres (50%). Sin embargo, dado que el número absoluto de sujetos femeninos de las noticias en contraste con los sujetos masculinos de las noticias es por mucho menor (sólo 24%), la voz directa de las mujeres en las noticias sigue siendo, en efecto, muy mínima.

### ■ 26% de los sujetos femeninos en diarios aparecen en fotografías, en contraste con sólo 17% de los sujetos masculinos.

Un análisis cualitativo de las fotografías en los diarios publicados, durante el día de monitoreo global, encontró que en las fotografías de hombres aparece su rostro o aparecen totalmente vestidos, mientras que la frecuencia con la que se presenta el cuerpo de las mujeres en varios estados de desnudes es mucho mayor.

## Presentando las noticias

### ■ Para las notas transmitidas por televisión, la radio o que aparecieron en los diarios, el porcentaje de aquellas a cargo de reporteras es exactamente el mismo al registrado en 2005, esto es 37%.

El porcentaje de notas a cargo de reporteras en los tres medios combinados subió hasta 2005. La estadística para la radio es de destacar por el fuerte incremento que presentó entre 2000 y 2005 (al pasar de 27% a 45% de las notas reportadas por mujeres), seguido por un

## Resumen Ejecutivo

desplome impresionante de ocho puntos porcentuales 5 años después. El retroceso en la radio entre 2005 y 2010 explica el estancamiento en el promedio estadístico general encontrado en 2010.

### ■ 52% de las notas en televisión y 45% en la radio las presentan mujeres.

El promedio del total de notas en televisión y radio presentadas por mujeres es 49%, menos de la mitad del número total de notas en ambos medios combinados, una caída de 4 puntos porcentuales desde 2005 y por debajo de la cifra de 1995, cuando fue de 51%.

### ■ Ahora más notas en televisión las presentan mujeres en edad madura en comparación con hace 5 años.

Hace cinco años, sólo 7% de las notas presentadas por personas de entre 50 y 64 años de edad fueron presentadas por mujeres. A la fecha, 51% de las notas presentadas por personas en este rango de edad, las presentan mujeres, lo cual sugeriría un posible logro de paridad numérica con los presentadores hombres de la misma edad. Hace falta mayor investigación para confirmar si éste es, en efecto, el caso.

Asimismo, el porcentaje de notas a cargo de reporteras en los rangos de mayor edad se incrementó. Hace cinco años 34% de las notas a cargo de reporteros entre 35 y 49 años de edad las cubrieron mujeres. La cifra se incrementó a 42% en 2010. La proporción de notas a cargo de mujeres en el grupo de reporteros entre 50-64 años de edad también se incrementó notablemente, al pasar de 17% en 2005 a 40% a la fecha. Nuevamente, es esencial realizar investigación complementaria para confirmar esta posible tendencia.

### ■ Desde 2000 el porcentaje de notas reportadas por mujeres comparadas con las reportadas por hombres se ha incrementado en todos los temas principales excepto en "ciencia/salud". No obstante, las notas de los hombres reporteros siguen superando a las reportadas por mujeres reporteras en todos los temas.

Los cambios van de 3 a 11 puntos porcentuales, el mayor incremento se presenta en notas sobre "celebridades/ artes". Los hombres reportan 67% de notas sobre política/gobierno; 65% de notas sobre crimen/violencia y 60% de notas sobre economía. El porcentaje de notas sobre ciencia/salud reportadas por mujeres declinó abruptamente entre 2000 y 2005 al pasar de 46% a 38%, un decremento seguido por un incremento a 44% en 2010 que, sin embargo, no ha sido suficiente para recuperar la

proporción y colocarla al nivel registrado hace un decenio.

Las estadísticas sugieren fuertemente que es menos probable que las notas con alto valor noticioso para quienes toman decisiones en las redacciones sean asignadas a reporteras, mientras que aquellas a las que asignan menor prioridad tienen mayores probabilidades de que sean asignadas a reporteras.

### ■ Ahora, las mujeres reportan notas internacionales y nacionales casi en la misma proporción que reportan notas locales.

Esta situación difiere con la del periodo de 1995 a 2005 cuando hubo más probabilidades de que las notas locales fueran reportadas por mujeres en comparación con aquellas notas de mayor alcance. Las mujeres reportan 40% de las notas locales, 38% de las nacionales y 37% de las internacionales. Entonces, si bien en términos del porcentaje de notas asignadas a reporteras la división entre notas locales, nacionales e internacionales se hace más tenue, la desigualdad según el sexo del informante sigue siendo muy grande en general sin importar el alcance de las notas.

### ■ Las notas a cargo de reporteras contienen más sujetos femeninos de las noticias en comparación con las notas que reportan sus homólogos hombres.

Esta tendencia ha persistido en los últimos diez años. En 2000, 24% de los sujetos de las noticias a cargo de reporteras fueron mujeres, en contraste con sólo 18% en las notas a cargo de reporteros. A la fecha las cifras son 28% y 22% respectivamente.

Reflexionando sobre las estadísticas, Amie Joof (capítulo 3) discute tendencias en las prácticas de las redacciones y proceso de producción de las noticias que contribuyen a la falta de lustre del avance. Subraya la necesidad de que las políticas internas de los medios sean sensibles a la cuestión de género y que las directrices para reportar estén respaldadas por una supervisión y una evaluación efectivas. Al mismo tiempo, identifica el imperativo por capacitar y sensibilizar a editores, reporteros y periodistas, si se busca romper con la cultura de las redacciones que impide un avance más acelerado.

## Contenido de las noticias

### ■ 13% de todas las notas se centran específicamente en las mujeres.

Este es un cambio estadísticamente

significativo al pasar de 10% encontrado en la investigación realizada en 2005.

En 3 de los temas principales no hay mejora desde 2005 en cuanto a las probabilidades de que una nota se enfoque centralmente en las mujeres. Las excepciones son "política/gobierno" donde las mujeres ahora son centrales en 13% de las notas en comparación con 8% en 2005; en "ciencia/salud" de 6% en 2005 pasó a 16% en 2010, mientras que en notas sobre "economía", pasó de 3% a 11%.

### ■ Sólo 6% de las notas destacaron temas sobre igualdad de género o desigualdad de género.

Aun cuando este es un cambio ligeramente positivo con respecto a 2005, cuando se encontró que 4% de las notas contenían o evocaban temas de igualdad/desigualdad de género. Los resultados muestran un cambio impresionante en América Latina, donde tales notas se triplicaron desde 2005.

En África, Europa y América Latina, la incidencia de notas que tocan temas de igualdad/desigualdad es mayor en el caso de mujeres reporteras en comparación con sus homólogos hombres. En contraste, las notas a cargo de reporteros hombres en El Caribe tienen dos veces más probabilidades de que destaquen cuestiones de igualdad/desigualdad en comparación con aquellas a cargo de reporteras.

El escrutinio de la lista de notas revela que los temas principales "ciencia/salud" y "social/jurídico" contienen mayor proporción de notas que destacan cuestiones de igualdad/desigualdad, en comparación con temas en los cuales las mujeres han sido históricamente marginadas, a saber, los de política y economía. Estos últimos son temas que dominan en la agenda noticiosa.

La baja incidencia de las discusiones o menciones de las cuestiones de igualdad/desigualdad en las notas que dominan la agenda noticiosa implica enormes oportunidades perdidas en las noticias para contribuir a incrementar la conciencia pública y animar el debate sobre la desigualdad.

### ■ 46% de las notas refuerzan los estereotipos de género, esto es casi ocho veces más que las historias que cuestionan dichos estereotipos (6%).

Más de 50% de las notas sobre "crimen" refuerzan los estereotipos, seguidas muy de cerca por las notas sobre celebridades y política. Que estos dos últimos temas ocupen un espacio significativo en la agenda noticiosa implica que su incidencia en el reforzamiento de estereotipos en monumental.



De todos los temas, las notas sobre "social/jurídico" cuestionan con mayor frecuencia los estereotipos, en comparación con notas en otro tema. La baja prioridad de este tema en las agendas noticiosas minimiza su incidencia general para incrementar el contenido de noticias que no reproduzcan estereotipos.

**■ Las notas a cargo de reporteras tienen probabilidades visiblemente mayores de cuestionar estereotipos en comparación con las notas presentadas por sus homólogos hombres y también tienen menos probabilidades de reforzar estereotipos en comparación con las presentadas por reporteros.**

7% de las notas a cargo de mujeres cuestionan los estereotipos, en contraste con 4% de las notas a cargo de reporteros. 35% de las notas presentadas por reporteras refuerzan estereotipos en comparación con 42% de las notas presentadas por hombres. Estos datos estadísticos evidencian una disparidad según el sexo en cuanto a los patrones de información en este indicador.

Los medios noticiosos en todas las regiones, en general, han hecho avances en cuanto a colocar notas que cuestionan los estereotipos. El cambio más impresionante se da en América Latina donde dichas notas se han más que cuadruplicado en los últimos 5 años. Ahora, América Latina posee el mayor porcentaje de notas que cuestionan estereotipos (13%) mientras que Oriente Medio tiene el porcentaje más alto (81%) de notas que refuerzan los estereotipos.

En todas las regiones, las notas a cargo de reporteras cuestionan los estereotipos entre 1.2 a 7 veces más en comparación con sus homólogos hombres. Oriente Medio es notable; el producto que entregan las reporteras cuestiona los estereotipos 7 veces más que el entregado por reporteros. La desigualdad menor se da en América del Norte donde las notas a cargo de reporteras cuestionan los estereotipos 1.2 veces más que las notas de sus colegas hombres.

**■ Una alta proporción de notas dedicadas a la paz (64%), desarrollo (59%), guerra (56%) y violencia por razones de género (56%) refuerzan los estereotipos de género.**

La mayor proporción de noticias referentes a temas principales como educación (63% de las notas) y legislación familiar (63%) parecen ser neutrales, ya que no cuestionan pero tampoco refuerzan estereotipos. Sin embargo, la neutralidad cubre y sirve para perpetuar un sesgo de género sutil o incuestionado, agravando el efecto que

los reportajes estereotipados tienen para consolidar la discriminación.

**■ De los 5 Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) seleccionados, los reportajes sobre VIH y SIDA fueron los más sensibles al género.**

Una observación cuidadosa sobre aquellos temas relacionados con los ODM, a saber: pobreza, educación, VIH y SIDA, medioambiente y asociación mundial (ODM 1, 2, 6, 7 y 8 respectivamente) muestra que las notas sobre VIH y SIDA son las más sensibles a la cuestión de género en el contexto del promedio mundial que arrojó el GMMP. Una comparación de hallazgos en 3 indicadores —centralidad de las mujeres en las noticias, notas que destacaron la igualdad de género y notas que cuestionaron los estereotipos de género— en los cinco temas mostró resultados excepcionalmente positivos en noticias sobre VIH y SIDA. Es muy altamente probable que el crédito por estos resultados alentadores se deba al hincapié hecho en las dimensiones de género del VIH y SIDA, incluyendo el trabajo realizado para fomentar la perspectiva de género en los reportajes que los medios realizan sobre VIH y SIDA. Al mismo tiempo, es posible que los medios también hayan sido proactivos en destacar las cuestiones de género en los reportajes sobre VIH y SIDA como resultado del incremento generalizado de la conciencia pública. Lo cual sugiere, entonces, que hay una apertura por parte de los medios y de la sociedad civil en general para abordar las deficiencias para entender los ODM desde una perspectiva de género, para colocar las preocupaciones de género en relación con los ODM en la palestra del debate público.

**■ Sólo 10% de las notas citan o hacen referencia a instrumentos jurídicos locales, nacionales, regionales o internacionales pertinentes a la igualdad de género y/o derechos humanos.**

Este hallazgo sugiere que numerosas notas dejan pasar la oportunidad de crear conciencia sobre instrumentos promulgados para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la igualdad de género, respaldando la observación hecha por grupos que trabajan en los temas de género y de la comunicación en cuanto a la relativa invisibilidad de los derechos humanos/ de las mujeres en el contenido de los medios masivos.

Reflexionando sobre la evidencia del sesgo de género, la discriminación y los estereotipos en el contenido de los medios noticiosos, Nidya Pesàntez-Calle (Capítulo 4) afirma que el poder de

los medios descansa en su capacidad para influir en el "imaginario social", esto es, el sentido común que dirige el comportamiento, las acciones y actitudes de una comunidad y una sociedad. Las relaciones de poder de género que se presentan a través de lentes que discriminan a la mujer, que estereotipan la "masculinidad" y la "feminidad" en un contexto cultural dado y que presentan las desigualdades de género como algo "normal", sirven para reforzar, justificar y perpetuar los imaginarios sociales que sostienen una visión falseada del mundo. En la medida que los medios son conducto y formadores de cultura, también tienen el poder de construir imaginarios sociales alternos en los cuales particularmente las mujeres prosperen libres de discriminación y de los estereotipos que limitan sus posibilidades y restringen las oportunidades de que pueden disponer.

Entonces la imagen de género que presentan los medios debe ser de preocupación para cualquiera que quiera ver el surgimiento de sociedades menos discriminatorias, más incluyentes e igualitarias. Tal es el caso de los periodistas, reporteros, editores y la amplia gama de profesionales de los medios que se preocupan por el impacto que su práctica tiene en las realidades que viven sus audiencias.

## ¿Quién figura en las noticias en el ciberespacio?

**■ Las mujeres únicamente comprenden 23% como sujetos de las noticias en notas monitoreadas en 84 sitios web de noticias.**

Este hallazgo sugiere que la sub-representación de las mujeres en los medios noticiosos tradicionales se trasladó al mundo noticioso virtual.

**■ 16% de las mujeres que fueron sujeto de las noticias en línea fueron presentadas como víctimas, en contraste con 5% de los sujetos masculinos de las noticias.**

En otras palabras, las mujeres tienen 3 veces más probabilidades que los hombres de ser presentadas como víctimas en las noticias por internet.

**■ 26% de los sujetos femeninos de las noticias, comparado con 21% de los sujetos masculinos de las noticias, aparecieron en las fotografías y medios visuales que acompañaron las notas periodísticas.**

**■ Mujeres reportaron sólo 36% de las notas que constituyeron la muestra,**

### **comparadas con 64% de las notas presentadas por hombres.**

Primero, una comparación con los hallazgos que arrojó la observación de las noticias en los medios impresos, la televisión y la radio en los mismos países, deja ver una diferencia estadísticamente significativa. 41% de las notas que aparecieron en los medios masivos tradicionales estuvieron a cargo de reporteras, en los países participantes en el proyecto piloto dedicado a la observación en internet, lo cual contrasta drásticamente con 36% de las notas periodísticas en línea.

Segundo, el dominio de los reporteros en los medios noticiosos tradicionales se reproduce en las noticias en línea e incluso es más evidente en noticias sobre economía, crimen/violencia y celebridades. 64% de las notas sobre economía las reportan hombres, 69% de las notas sobre crimen/violencia y 75% de aquellas sobre celebridades/artes/medios/deportes.

Sin embargo, 42% de las notas sobre política en internet están a cargo de mujeres, comparado con 33% en los medios impresos tradicionales y en las transmisiones radiales o televisivas. Estas son buenas noticias para las mujeres reporteras dadas las tendencias históricas del desequilibrio que en términos del sexo de quien reporta se presenta en las notas que sobre política aparecen en los medios tradicionales; un tema que es de primera importancia para la agenda de los medios noticiosos.

■ **Se encontró que 42% de las notas periodísticas en línea refuerzan los estereotipos de género, sólo 4% las cuestionaron, mientras que la mayoría 54% ni las reforzó ni las cuestionó.**

■ **Las mujeres son centrales en 11% de las noticias en línea, comparable a la situación en los medios tradicionales donde la estadística es de 13%.**

En general, las diferencias —algunas de las cuales son estadísticamente significativas—<sup>3</sup> apuntan a la conclusión que las noticias por internet tienen un formato donde el sesgo de género se hace no solamente más visible sino incluso más concentrado que en los medios noticiosos tradicionales.

## Hacia una información ética y con equilibrio de género: Una perspectiva sindical

■ **“El periodismo ético tiene que ver con asumir la responsabilidad por las decisiones tomadas, teniendo consciencia del impacto de esas decisiones; la decisión de a quién entrevistar, con qué condición, cómo presentar a la persona visualmente, así como decisiones en cuanto a quién tendrá acceso a capacitación, a quién se contrata, a quién se promueve, quién presenta las noticias y de su contenido. Inherente a esta responsabilidad es el concepto de que una información justa, equilibrada, es una manera ética de informar, que a su vez, sólo puede conseguirse con igualdad, tanto en el contenido de las noticias, como en las salas de redacción.” (Mindy Ran, capítulo 7)**

Ran visita nuevamente el plan de acción desarrollado después del GMMP 2005 para proponer una vía hacia adelante, informada por el debate en los sindicatos de los periodistas. El plan revisado confirma que siguen siendo pertinentes las acciones de 2005: promoción (*advocacy*) y cabildeo; políticas para los medios y rendición de cuentas; objetivos organizacionales y supervisión interna; sensibilización de y capacitación a periodistas y editores, y el desarrollo de la observación de medios. Ran recomienda una medida adicional: mejorar el equilibrio de género en la industria de los medios para alcanzar una base laboral más sensible al género y con igualdad de género.

## Una hoja de ruta para acelerar el avance en la presentación y representación de las mujeres en las noticias

De mantenerse sin cambios la tasa de cambio observada desde 2000 con respecto a la presencia de las mujeres en las noticias, tomará por lo menos 40 años para que alcancemos la paridad. El plan de acción (capítulo 8) busca no sólo acelerar el cambio sino re-direccionar el avance hacia áreas de políticas de medios, y re-direccionar las prácticas que restringen el avance hacia medios noticiosos con mayor justicia de género.



## 1. Principales hallazgos: 1995-2010

	1995		2000		2005		2010	
	% Mujeres	% Hombres	% Mujeres	% Hombres	% Mujeres	% Hombres	% Mujeres	% Hombres
<b>Sujetos noticiosos</b>								
<b>Todos los medios</b>	<b>17</b>	<b>83</b>	<b>18</b>	<b>82</b>	<b>21</b>	<b>79</b>	<b>24</b>	<b>76</b>
Televisión	21	79	22	78	22	78	24	76
Radio	15	85	13	87	17	83	22	78
Prensa	16	84	17	83	21	79	24	76
<b>Alcance de la nota</b>								
Local	22	78	23	77	27	73	26	74
Nacional	14	86	17	83	19	81	23	77
Internacional	17	83	15	85	18	82	20	80
Exterior	17	83	14	86	20	80	26	74
<b>Sujetos noticiosos en los temas principales :</b>								
Celebridades, artes y deportes	24	76	23	77	28	72	26	74
Sociales y legales	19	81	21	79	28	72	30	70
Crimen y violencia	21	79	18	82	22	78	24	76
Ciencia y salud	27	73	21	79	22	78	32	68
Economía	10	90	18	82	20	80	20	80
Política y gobierno	7	93	12	88	14	86	19	81
<b>Función en la noticia:</b>								
Opinión popular					34	66	44	56
Experiencia personal					31	69	36	64
Testigo ocular					30	70	29	71
Actora/Actor	N/A	N/A	N/A	N/A	23	77	23	77
Experto/a					17	83	20	80
Vocero/a					14	86	19	81
<b>Ocupación:</b>								
Ninguna ocupación declarada			44	56	42	58	41	59
Celebridad			45	55	42	58	41	59
Educación			24	76	27	73	31	69
Activista , ONG			24	76	23	77	34	66
Empleado estatal	N/A	N/A	12	88	17	83	17	83
Deportes			9	91	16	84	11	89
Negocios / leyes			11	89	14	86	16	84
Político			10	90	12	88	17	83
% Reflejado como víctima	29	10	19	7	19	8	18	8
% Identificado por su estado familiar	N/A	N/A	21	4	17	5	18	5
% En las fotografías del periódico	N/A	N/A	25	11	23	16	26	17
<b>Reportar y Presentar las noticias</b>								
<b>% Notas presentadas en radio y televisión</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>53</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>51</b>
Televisión			56	44	57	43	52	48
Radio			41	59	49	51	45	55
<b>% Notas</b>	<b>28</b>	<b>72</b>	<b>31</b>	<b>69</b>	<b>37</b>	<b>63</b>	<b>37</b>	<b>63</b>
Televisión	N/A	N/A	36	64	42	58	44	56
Radio	N/A	N/A	28	72	45	55	37	63
Prensa	N/A	N/A	26	74	29	71	33	67
<b>% Notas por reporteras- Alcance de la noticia:</b>								
Local	33	67	34	66	44	56	40	60
Nacional	24	76	30	70	34	66	38	62
Internacional	28	72	33	67	32	68	32	68
Extranjero	28	72	29	71	36	64	37	63
<b>% Reportaje – Principales temas:</b>								
Celebridades, artes y deportes	N/A	N/A	27	73	35	65	38	62
Sociales y Legales			39	61	40	60	43	57
Crimen y Violencia			29	71	33	67	35	65
Ciencia y Salud			46	54	38	62	44	56
Economía			35	65	43	57	40	60
Política y Gobierno			26	74	32	68	33	67
<b>% Mujeres como sujetos noticiosos por género de reporteros</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>22</b>

	1995	2000	2005	2010
<b>Contenido de las noticias</b>				
% de notas en las que las mujeres son el foco central	N/A	10	10	10
Celebridades, Artes y Deportes, Sociales y Legales		16	17	16
Crimen y Violencia		19	17	17
Política y Gobierno		10	16	16
Ciencia y Salud		7	8	13
Economía		11	6	16
% de notas que desafían los estereotipos de género	N/A	N/A	3	6
% de notas que refuerzan los estereotipos de género.	N/A	N/A	6	46*
% de notas que levantan cuestiones de (des)igualdad de género	N/A	N/A	4	6
% de notas que citan legislación/política/ley/regulación/ directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos	N/A	N/A	N/A	10

\*La marcada diferencia entre los resultados del 2005 y el 2010 es consecuencia de mayor precisión y claridad en esto.

### Resultados de gmp 2010 en relación a los objetivos del desarrollo del milenio (ODM)

#### % notas que tienen a la mujer como foco central.

ODM 1 Pobreza	8
ODM 2 Educación	9
ODM 6 HIV y Sida	39
ODM 7 Ambiente	4
ODM 8 Asociación internacional	19

#### % notas que enfatizan claramente la (des)igualdad de género

ODM 1 Pobreza	3
ODM 2 Educación	2
ODM 6 HIV y Sida	25
ODM 7 Ambiente	3
ODM 8 Asociación internacional	1

#### % de notas que desafían los estereotipos de género

ODM 1 Pobreza	5
ODM 2 Educación	5
ODM 6 HIV y Sida	16
ODM 7 Ambiente	3
ODM 8 Asociación internacional	1

### ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?

#### % Mujeres como sujetos en las noticias por internet

Celebridades, Arte y Medios	23
Social y Legal	27
Crimen y Violencia	32
Ciencia y Salud	22
Economía	33
Política y Gobierno	24
	17

#### % Sujetos que aparecen como víctimas

Mujeres	16
Hombres	5
% de notas que refuerzan los estereotipos de género	42
% de notas que desafían los estereotipos de género	4
% de notas que ni desafían ni refuerzan los estereotipos de género	54

#### % de notas por las reporteras

Celebridades, Arte y Medios	36
Social y Legal	25
Crimen y Violencia	47
Ciencia y Salud	31
Economía	45
Política y Gobierno	36
	42

#### % Sujetos de las noticias en fotografías y multimedia

Mujeres	26
Hombres	21

#### % de notas en las que las mujeres son el foco central

	11
--	----

- Organizado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), Isis International-Manila y el International Women's Tribune Centre (IWTC).
- El concepto "género" hace referencia a las relaciones de poder jerárquico entre mujeres y hombres, incluida la comprensión que se tenga de "masculinidad" y "feminidad" en un contexto cultural dado. A diferencia del "género" que es relacional, el "sexo" es biológico y aquí se emplea para hacer referencia a femenino y masculino independientemente uno de otro.
- Cuando así se señale, las diferencias son estadísticamente



# 1. Un Día En Las Noticias Del Mundo

## 10 de noviembre, 2009

"Police winning war against armed robbery" ("La policía gana guerra contra el robo armado", *Ghana Chronicle*).  
"Budget for economic growth" ("Presupuesto para el crecimiento económico", *The Times of Malta*).  
"Atormentado por la pobreza" (*Primera Hora*, Puerto Rico). "Bomb blast in Peshawar within 24 hours. 4 died, 3 injured" ("Bomba estalla en Peshawar en 24 horas. 4 muertos, 3 heridos", *Jang* diario, Pakistán). "Bloody disgrace: Storage-bag shortage causes clot at collection centres..." ("Desastre: Escases de bolsas ocasiona atorón en los centros de recolección...", *The Gleaner*, Jamaica). La agenda de las noticias el 10 de noviembre de 2009 cubrió "los temas de siempre": política, crimen, la economía y los temas cotidianos que normalmente figuran en las noticias.

Siguiendo con las prácticas cotidianas de reportaje, los encabezados dirigían la atención hacia notas de gran interés. En India, Rumania, Dinamarca, Líbano y Las Filipinas, por ejemplo, los encabezados destacaban elecciones truncadas, en proceso o recién terminadas. Inundaciones en la provincia de Phu Yen, en Vietnam, conflicto armado entre georgianos y osetos en las noticias nacionales en Georgia, y notas sobre un fraude y un secuestro en las noticias de Sudáfrica. En Etiopía y Hungría se puso cierta atención a cuestiones en torno a la diseminación del virus de la influenza H1N1. Eventos especiales recibieron mayor atención que otros en algunas regiones. Por ejemplo, en Asia y noticieros internacionales cubrieron el conflicto entre las dos Coreas en el Mar de Japón. Remanentes de notas sobre el vigésimo aniversario de la celebración de la caída del muro de Berlín, recibieron cobertura en los noticieros europeos particularmente.

En general, el 10 de noviembre fue un día ordinario de noticias durante el cual los temas generalmente abordados recibieron la cobertura habitual. Ningún tema dominó la agenda en la mayor parte de los países.

*"El 10 de noviembre fue un tanto ajetreado pero divertido y una gran experiencia de aprendizaje para nuestros estudiantes ...dijeron que el ejercicio los ayudó a ver críticamente la gran cantidad de vacíos y deficiencias periodísticas, al informar sobre las prácticas en nuestros medios masivos. Dieron con nuevas ideas sugerentes que les permiten identificar estereotipos de género y desigualdad al cubrir las voces de las mujeres y los hombres que figuran en los reportajes cotidianos."*

Dipti Kotian, Indian Institute of Journalism and New Media

Sin embargo, a diferencia de cualquier día ordinario de noticias, voluntarios y voluntarios observaron los medios en más de 100 países en todo el mundo, escudriñando sus diarios nacionales, escuchando atentamente los noticieros radiofónicos, observando cuidadosamente los telenoticieros locales y estudiando metódicamente sitios web con noticias nacionales. Armados con lápiz, guías de observación de medios y tablas de codificación, su propósito fue observar, analizar y registrar sus hallazgos con respecto a indicadores de género seleccionados en las noticias, todo ello para el cuarto Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés).

Las y los voluntarios provenientes de grupos de base, grupos de la sociedad civil que desarrollan actividades en los ámbitos de las cuestiones de género y comunicación, sindicatos de periodistas, asociaciones de periodistas y universidades se unieron mediante el compromiso que comparten: unos medios noticiosos con justicia de género. Son parte de una red mundial, el producto de 15 años del GMMP, la investigación longitudinal más extensa y grande del mundo, así como una iniciativa de acción sobre género en

los medios noticiosos. Los distintos componentes del GMMP convergen en el propósito central de contribuir a la transformación de los medios noticiosos para que su cobertura de las noticias tenga una mayor perspectiva de género, sea más justa y con mayor equilibrio. El primer GMMP se realizó el 18 de enero de 1995, coordinado por la Canadian National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch Inc.), generó una instantánea de género en los medios noticiosos, con base en la información proveniente de 71 países en Asia, África, Oriente Medio, Europa, América del Norte, El Caribe, América Latina y la Región Pacífico. La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) coordinó el segundo y subsiguiente GMMP, así como el presente GMMP. El segundo GMMP se realizó el 1 de febrero de 2000 generando información proveniente de 70 países, mientras que el tercer GMMP se realizó el 16 de febrero de 2005 cubriendo 76 países.

El trabajo acumulado que se ha conseguido desde 1995 a través de y más allá del GMMP ha contribuido a una experiencia notable en el cuarto GMMP. El número y perfil de las/los participantes se ha ampliado, lo mismo que el número de países participantes. Este informe contiene una instantánea de género en los medios noticiosos que proviene del registro hecho en 108<sup>4</sup> países, equivalente a un incremento de 44% con respecto al número de países que participaron en la investigación de 2005.

## Metodología

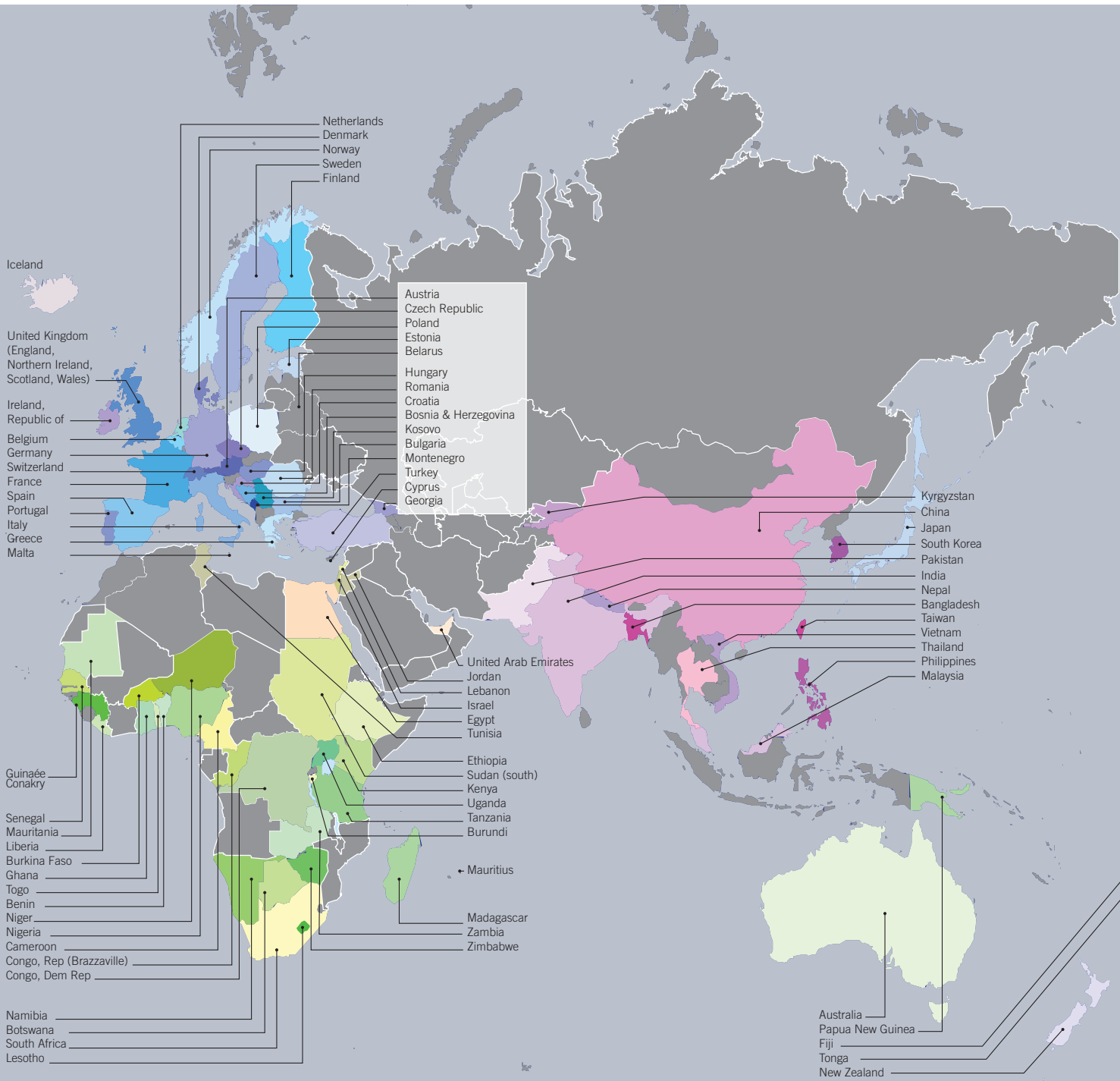
Un grupo de trabajo internacional virtual revisó y actualizó la metodología para que reflejara las nuevas temáticas y preocupaciones, así como el contexto actual de los medios noticiosos.

La metodología de monitoreo fue refinada y actualizada para mejorar la formulación de las preguntas, incorporar nuevas temáticas y reflejar cambios en el contexto de los medios noticiosos. Un grupo de trabajo virtual conformado por investigadores académicos y representantes de grupos que trabajan en los ámbitos de las cuestiones de género y comunicación revisó la metodología. Sin embargo, los parámetros de codificación

## Países Participantes en el GMMP 2010



# 1. Un Día En Las Noticias Del Mundo





## 1. Un Día En Las Noticias Del Mundo

permanecieron prácticamente sin cambio para asegurar que los hallazgos de 2010 sean comparables con los de 1995, 2000 y 2005. Por primera ocasión el GMMP incluyó noticias en internet, como proyecto piloto, como respuesta a la creciente importancia de la World Wide Web como fuente de noticias. Equipos de monitoreo en países seleccionados con alto acceso per cápita a internet recibieron una invitación para codificar sitios de noticias en línea nacionales, siguiendo un conjunto de criterios. Además, una innovación para el GMMP 2010 fue que se proporcionó una base de datos a las/los voluntarios para permitir la captura de datos en los países mismos, un elemento que ayudó a reducir el tiempo necesario para transferir datos de las hojas de codificación a la base de datos central. Las bases de datos de los países estuvieron sometidas a una serie de revisiones de control de calidad antes que los datos pudieran ser integrados a la base de datos mundial.

Asimismo, se proporcionaron paquetes de observación lo mismo que guías metodológicas detalladas de observación que contenían formatos, instrucciones y hojas de codificación. Las guías especificaron los criterios para la selección de los medios, el número de medios a codificar, los boletines y programas a seleccionar y cómo codificar. Quienes realizaron la observación codificaron información básica sobre los medios, detalles del contenido de las notas, las personas en las noticias —periodistas/reporteros y sujeto de las noticias—, así como un análisis de género de la nota tomando en consideración la centralidad de las mujeres, destacando aspectos de (des)igualdad y aspectos que cuestionaban/reforzaban estereotipos. Las instrucciones incluyeron ejemplos ilustrativos de noticias así como ejemplos de hojas de codificación llenas.

Se optó por una estrategia múltiple

para asegurar una comprensión exacta y uniforme de la metodología. La estrategia incluyó asistencia a talleres de capacitación “cara a cara” que se realizaron a nivel mundial, regional y local; videoconferencias; correo electrónico y a través de la página electrónica del GMMP [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org), recursos para quienes daban la capacitación y programas de auto-enseñanza para quienes realizaron el monitoreo.

El anexo 1 proporciona mayores detalles de la metodología de monitoreo del GMMP 2010.

### Alcance

A cuantos realizaron el monitoreo se les dio instrucciones de seleccionar medios representativos de entre la diversidad de medios de sus respectivos países, tomando en consideración la densidad de los medios con respecto a audiencia, propiedad e idioma. Se seleccionaron medios masivos públicos y privados para el monitoreo, excluyendo aquellos en los extremos de opinión o alcance.

Fueron objeto de monitoreo 1,281 diarios, canales de televisión y estaciones de radio en 108 países, con la siguiente distribución: África (26), Asia (13), El Caribe (11), Europa (32), Oriente Medio (6), la Región Pacífico (5), América Latina (13) y dos países en América del Norte. El número de países participantes se ha duplicado o triplicado en algunas regiones desde 2005, evidenciando el creciente interés que hay entre los grupos de la sociedad civil por investigar el tema de género en los medios, incluyendo sindicatos y asociaciones de periodistas.

La información abarca 16,734 noticias; 20,769 personal en la noticia (anunciadores, presentadores y reporteros) y 35,543 sujetos de las noticias en total. “Sujetos de las

noticias” hace referencia a las personas entrevistadas como expertos, portavoces, quienes ofrecen opiniones o son testigos de eventos, así como las personas sobre quienes versan las noticias.

### Véase Tabla 2 Monitoreo de los medios para el GMMP 2010

Se extendieron invitaciones para participar en una investigación piloto de monitoreo de noticias en internet. La invitación se extendió a equipos de monitoreo en países que de acuerdo con el informe del Índice de Desarrollo Humano del Programa de Desarrollo 2009 de las Naciones Unidas muestran un acceso per cápita excepcionalmente alto a internet. La investigación piloto cubrió 8 sitios web con noticias internacionales y 76 sitios web de noticias nacionales, para un total de 84 sitios web de noticias. Los sitios web de noticias internacionales abarcaron todas las regiones del mundo mientras que los sitios de noticias nacionales fueron codificados en 16 países participantes en el GMMP en todas las regiones excepto África y América Latina.

Las fuentes en línea aportaron 1,061 noticias conteniendo 2,710 sujetos de las noticias; reportadas por 1,044 personas integrantes del equipo de noticias.

Las tendencias de la presencia del género en las noticias en internet las analizamos por separado en el capítulo 5 de este informe. Se efectúan algunas comparaciones en este capítulo en un intento por extraer conclusiones referentes a similitudes y/o diferencias con las noticias en la radio, en la prensa escrita o en la televisión.

*(Véase anexo 4 para la lista de países participantes)*

## 2. Monitoreo de los medios para el GMMP 2010.

	Prensa	Radio	Televisión	Internet**	Total
África	77	57	41	-	175
Asia	96	64	69	19	248
Caribe	28	35	24	3	90
Europa	186	157	132	34	509
América Latina	65	40	41	-	146
Medio Oriente	26	34	21	-	81
América del Norte	21	5**	7	6	39
Pacífico	20	21	14	14	69
Internacional	-	-	-	8	8
<b>TOTAL</b>	<b>519</b>	<b>413</b>	<b>349</b>	<b>84</b>	<b>1365</b>

\* Las Noticias en internet fueron monitoreadas en base a un programa piloto en 15 países. Los sitios web internacionales cubrieron todas las regiones e incluyeron CCN Internacional, Africa News, Africa 24, Euronews, Al Jazeera, Deutsche Welle World, Telesur y BBC World. Los resultados del monitoreo de las notas en línea están analizados en forma separada en el Capítulo 5 y no están incluidas en el análisis contenido en el resto del informe.

\*\* Las estadísticas corresponden solamente a Canadá. No se monitorearon notas de radio en los EEUU.

## Temas en las noticias el día del monitoreo

El sistema de clasificación del GMMP categoriza las notas periodísticas bajo 7 temas principales y 52 sub-temas. Los temas principales son: política y gobierno; economía; ciencia y salud; noticias sociales y jurídicas; crimen y violencia; celebridades, artes y medios, deportes; la niña-mujer.

Es relativamente poco lo que ha cambiado desde 2005 en la jerarquía de las prioridades en la agenda de los medios noticiosos. En el día de monitoreo global para el cuarto GMMP, las notas sobre política/gobierno (28%); crimen/violencia (20%) y economía (17%) dominaron la agenda de las noticias. Las notas sobre social/jurídico, celebridades/

artes/deportes y ciencia/salud se quedaron rezagadas con un promedio de 13%, 11% y 9% respectivamente del total de número de notas en los tres medios.

### Véase Tabla 3. Temas en las noticias: 2005-2010

En lo más alto de las prioridades de la agenda noticiosa en todas las regiones destacan dos de los temas noticiosos importantes: política/gobierno y crimen/violencia. Política/gobierno registró el porcentaje más alto de las notas periodísticas en África, Asia, Europa, América Latina y Oriente Medio.

En contraste, el tema principal de crimen/violencia tuvo el porcentaje más alto en las notas periodísticas en América del Norte, El Caribe y las regiones Pacífico.

El perfil de América del Norte puede

explicarse en parte de dos maneras. Primera, la persistente importancia de la "lucha contra el terrorismo" en el discurso político estadounidense y segundo, el día de monitoreo se dio justo antes del *Remembrance Day* (Canadá) y *Veteran's Day* (Estados Unidos), días nacionales en los cuales se conmemora a los militares veteranos.

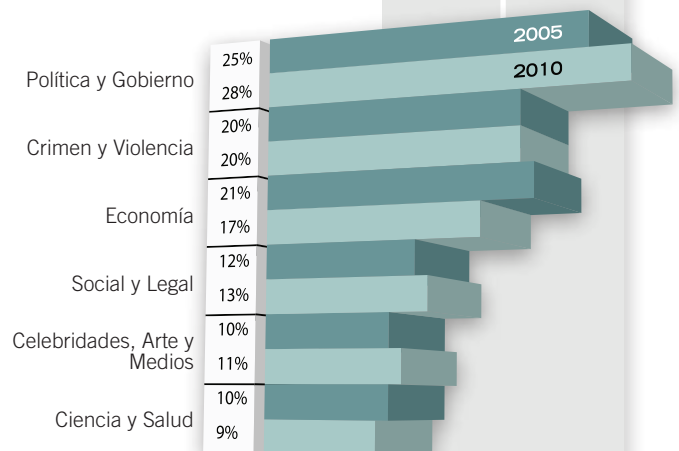
La imagen en El Caribe es característica, generalizando de una explicación dada por la coordinadora del GMMP en Jamaica, en el sentido que la alta prevalencia de notas sobre crimen violento es típica del país.<sup>5</sup> Un escrutinio posterior de los resultados regionales para El Caribe mostró un gran número de notas clasificadas como "crimen violento, asesinato, rapto, secuestro, asalto, violencia vinculada con los estupefacientes..." que son sub-temas

### 3. Temas en las noticias: 2005-2010

Temas	2005				2010				N**
	Prensa	Radio	Televisión	Total	Prensa	Radio	Televisión	Total	
Política y Gobierno	27%	23%	23%	25%	32%	28%	26%	28%	4685
Crimen y Violencia	20%	17%	22%	20%	19%	18%	22%	20%	3329
Economía	19%	27%	18%	21%	16%	21%	17%	17%	2949
Social y Legal	14%	11%	10%	12%	15%	12%	10%	13%	2146
Celebridades, Arte y Medios y Deportes	9%	8%	14%	10%	7%	10%	14%	11%	1773
Ciencia y Salud	11%	11%	9%	10%	10%	9%	9%	9%	1539
Otro	0	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%	274
La niña	tema nuevo	tema nuevo	tema nuevo	-	*	*	*	*	39
				100%***				100%***	16734

\* indica menos del 1% en todas las tablas  
 \*\* Total N para 2010 ponderado (ver notas metodológicas en anexo)  
 \*\*\* Total columna puede ser ligeramente más o menos que el 100% debido a ajuste

Temas noticiosos en todos los medios – prensa, radio y televisión: 2005-2010



## 1. Un Día En Las Noticias Del Mundo

enmarcados en el tema principal de "crimen/violencia" durante el día del monitoreo global.

Gran número de notas provenientes de la Región Pacífico estuvieron, de hecho, codificadas bajo el mismo tema principal y fueron clasificadas como "desastre, accidente, hambruna, terremoto, inundación, huracán, accidente aéreo, accidente automovilístico " con un número menor aunque relativamente significativo categorizado bajo crimen violento y bajo crimen no violento (político).

## 4. Temas en las noticias. Comparación por regiones: 2010

	África	Asia	Caribe	Europa	América Latina	Medio Oriente	América del Norte	Pacífico	Total	
									<b>%</b>	<b>N**</b>
Política y Gobierno	29%	30%	22%	31%	25%	48%	24%	16%	28%	4685
Crimen y Violencia	17%	18%	27%	18%	22%	12%	30%	22%	20%	3329
Economía	18%	20%	15%	15%	17%	11%	11%	15%	17%	2949
Social y Legal	18%	14%	17%	11%	15%	11%	9%	18%	13%	2146
Celebridades, Arte y Medios, Deporte	7%	8%	9%	13%	9%	7%	7%	19%	11%	1773
Ciencia y Salud	9%	9%	9%	10%	11%	9%	15%	6%	9%	1539
Otro	1%	1%	2%	2%	1%	3%	1%	3%	2%	274
La niña	*	*	*	*	*	*	2%	*	*	39
									<b>100%***</b>	<b>16734</b>

\* denota menos del 1%

\* N total por 2010 ponderado (ver notas metodológicas en anexo)

\*\*\* Total columna puede ser ligeramente más o menos del 100% debido a que se han redondeado las cifras

1 El número de países de los cuales se recibieron expresiones de interés por participar fue más alto. Algunos países finalmente no participaron., otros presentaron data que fue excluida del análisis debido a inconsistencias y otros motivos. El recuento final de países en este informe es 108.

2 GMMP 2009/2010 formulario de información de contexto, Jamaica.



## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

Sólo 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias impresas o se escucha en los noticiosos de la radio o se ve en los telenoticiarios son mujeres. En contraste, 76% de las personas en las noticias son hombres.

Sin embargo y a pesar del incremento lento aunque constante de la presencia de las mujeres en las noticias en los últimos 10 años, la imagen del mundo que se presenta en las noticias sigue siendo predominantemente masculina. Esta imagen no es congruente con una realidad en la cual por lo menos la mitad de la población mundial está constituida por mujeres.

En el periodo pasado de 15 años, Europa y América Latina han alcanzado los incrementos más impresionantes, entre 10 y 13 puntos porcentuales. El aparente retroceso en África, que pasó de 22% de sujetos femeninos de las noticias en 1995 a 19% en 2010 podría explicarse por el hecho de que el número de países participante de ese continente se incrementó a más del doble en los últimos 15 años, al pasar de 12 en 1995 a 26 en 2010. El hallazgo en 2010 para África es similar al hallazgo de 2005, por tanto una confirmación de la confiabilidad de la estadística de 19%.

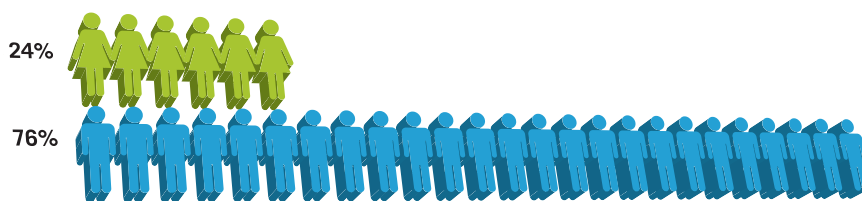
las noticias mujeres con respecto al de sujetos masculinos de las noticias se incrementó de 2 a 5 puntos en los tres medios. No obstante, las niñas y mujeres siguen estando en gran medida subrepresentadas en el total de la población de personas sobre las cuales se escucha, se ve o se lee en las noticias.

El cambio presenta una distribución desigual en lo que se refiere a los temas principales de las noticias. En efecto, es más notable en los temas de ciencia/salud y con un incremento pequeño pero estadísticamente significativo en los temas de política/gobierno, social/jurídico y crimen/violencia. La presencia de las mujeres se incrementó en notas sobre "ciencia y salud", al pasar de 22% como sujeto de la noticia en 2005 a 32% en 2010. En notas sobre política el cambio fue de 14% a 19% durante ese mismo periodo mientras que las notas sobre economía no experimentaron cambio, permaneciendo en 20%.

De entre todos los temas la mayor presencia de las mujeres se observó en noticias sobre ciencia/salud (32% de sujetos femeninos de las noticias) y noticias sobre social/jurídico (30%). Considerando la agenda de las noticias en el día del monitoreo global y la observación de que estos dos temas están muy lejos de ser importantes en la jerarquía de prioridades, es evidente que la aparente mayor presencia de las mujeres es de hecho *numéricamente* insignificante en términos del "cuadro completo".

Al mismo tiempo, la jerarquía de prioridades evoca cuestiones relativas a los criterios que se aplican para acordar el valor de los temas noticiosos, evidentes mediante la cantidad de espacio con que participan en la agenda de los medios noticiosos. Tanto intereses prácticos como intereses estratégicos de género se encuentran en todo el rango de notas que estudió el GMMP. Sin embargo, temas pertinentes a los intereses prácticos de género de las mujeres se concentran en temas de "ciencia/salud" y "social/jurídico"; dichos temas son, no obstante, a los que se les concede menor atención. Para aclarar, los intereses de género surgen de las relaciones de género y son distintos para mujeres y para hombres. Los intereses prácticos parten de necesidades

### Solamente el 24% de los sujetos noticiosos \* son mujeres



\* Definido como 'personas entrevistadas o sobre quien son las noticias'.

### 5. Sujetos femeninos de las noticias por región: 1995-2010

	1995	2000	2005	2010
Prensa	16%	17%	21%	24%
Televisión	21%	22%	22%	24%
Radio	15%	13%	17%	22%
<b>Total</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>

Las cifras regionales muestran avance en algunas regiones y estancamiento en otras durante los últimos 5 años. La más notable es América Latina donde la presencia de las mujeres en las noticias se incrementó en 6 puntos porcentuales, seguida muy de cerca por Europa con un incremento de 5 puntos porcentuales. Las regiones restantes presentan un estancamiento o un incremento mínimo. A la fecha América Latina presenta el mayor porcentaje de sujetos femeninos de las noticias (29%), mientras que Oriente Medio presenta el más bajo con 16%.

### 6. Sujetos femeninos de las noticias por medio: 1995-2010

	1995	2000	2005	2010
África	22	11	19	19
Asia	14	17	19	20
Caribe	22	24	25	25
Europa	16	19	21	26
América Latina	16	20	23	29
Medio Oriente	14	15	15	16
América del Norte	27	25	26	28
Pacífico	20	25	26	25
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>24</b>

Una mirada más atenta a la distribución en los tres medios revela un incremento acumulativo constante de la presencia de las mujeres como sujetos de las noticias en la prensa escrita y la radio, así como un incremento insignificante en los telenoticiarios en los últimos cinco años. En general, el porcentaje de sujetos de

## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

prácticas que son una función de los roles diferenciados de género, por ejemplo, el trabajo tradicionalmente femenino de brindar cuidado a niños, los enfermos y los ancianos. En este caso, las noticias sobre salud o bienestar de los niños se las percibe como pertinente a los intereses prácticos de género de las mujeres. El enfocarse en intereses prácticos en las noticias enmascara la necesidad de dar atención a intereses estratégicos, esto es, aquellos que buscan transformar las relaciones de género de maneras que corrijan las posiciones de poder desiguales. Las noticias que dirigen

la atención a los intereses de género estratégicos de las mujeres reconocerían, por ejemplo, explícitamente ejemplos donde las mujeres están rompiendo con las barreras tradicionales para ocupar posiciones de poder y autoridad previamente en poder de los hombres o explícitamente arrojar luz sobre la marginación histórica de las mujeres en algún tema dado.

En el periodo 1995 a 2005 las mujeres fueron más visibles en notas locales, en comparación con aquellas de alcance regional o internacional. Esta tendencia varió en el cuarto GMMP donde la presencia de las mujeres en notas internacionales se incrementó, equiparándola con su presencia en las notas locales. A la fecha, 26% de los sujetos de las noticias en las noticias locales y 26% de los que aparecen en las noticias internacionales son mujeres.

La tasa de incremento de la presencia de las mujeres en notas internacionales durante los últimos 5 años iguala la tasa del periodo precedente 2000 a 2005. Esta tendencia puede estar en sincronía con el incremento de la prominencia de las mujeres en el ámbito mundial, si bien sigue siendo cuestionable en qué medida dicho incremento de presencia en los medios refleja con confiabilidad cambios reales en el mundo, si es que partimos de la información que aportaron los hallazgos del GMMP con respecto a la sub-representación de las mujeres en diversas áreas.

Las mujeres también tienen mayor presencia en las notas nacionales lo mismo que en aquellas donde está involucrado su país de origen u otros países ("nacional y otros"). 14% de los sujetos de las noticias en notas nacionales en 1995 fueron mujeres. Ahora, 23% son mujeres, un incremento de casi 10 puntos porcentuales a lo largo de 15 años. En ambos "tipos" de notas, es posible que el incremento en la visibilidad de las mujeres refleje en cierta medida su mayor prominencia en la vida pública en todos los ámbitos, durante los últimos cinco años.

Las mujeres superan a los hombres en 4 de los 52 sub-temas del GMMP. Dos de los 4 sub-temas no son una sorpresa, perteneciendo de hecho a niñas y mujeres: la niña-mujer y participación de las mujeres en los procesos económicos. Lo que sí es sorprendente es la falta de preponderancia de las mujeres como sujetos de las noticias en temas donde sería de esperar. Por ejemplo, sólo 37% de los sujetos de las noticias en notas sobre movimiento de mujeres son mujeres y 30% en aquellas notas referentes a candidatas a puestos de elección.

Las mujeres están sub-representadas en los restantes sub-temas, preocupantemente en aquellos que impactan desproporcionadamente más a las mujeres que a los hombres. Por ejemplo, en notas referentes a VIH y SIDA, sólo 42% de los sujetos de las noticias son mujeres y en notas sobre violencia por razón de género (40%). Igualmente desconcertante es el

## 7. Presencia general de las mujeres en las noticias: 1995-2010

	1995	2000	2005	2010	Total N (todos los sujetos noticiosos)
Ciencia y Salud	27%	21%	22%	32%	2828
Social y Legal	19%	21%	28%	30%	4194
Celebridades, Arte y Medios	24%	23%	28%	26%	3234
Crimen y Violencia	21%	18%	22%	24%	6761
Economía	10%	18%	20%	20%	4579
Política y Gobierno	7%	12%	14%	19%	10615
La niña*	-	-	-	69%	87
Otro*	-	-	-	38%	399
<b>Total</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>	<b>**32697</b>

\* (-) = Tema nuevo en 2010 o las estadísticas no están disponibles. Notas sobre 'la niña y otros temas' son menos del 1% del total global.

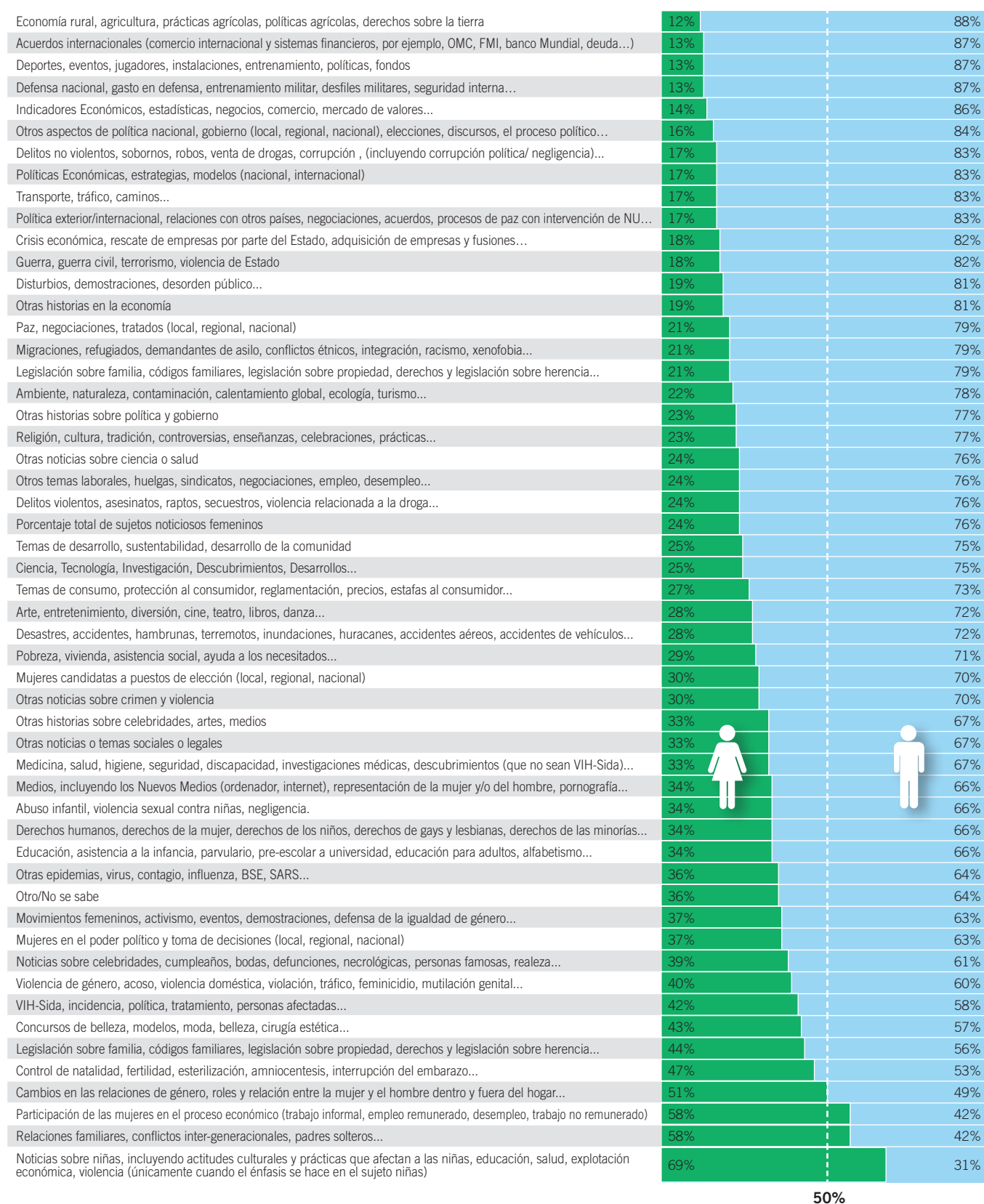
\*\* Excluye sujetos noticiosos cuyo sexo se desconoce. Toda diferencia entre el número total de personas en las noticias y esta tabla se debe al número de personas en las noticias que no fueron codificadas por sexo.

## 8. Sujetos femeninos de las noticias en notas locales, nacionales e internacionales: 1995-2010.

Alcance	Mujer %			
	1995	2000	2005	2010
Local	22%	23%	27%	26%
Nacional	14%	17%	19%	23%
Nacional y otro *	17%	15%	18%	20%
Extranjero, Internacional	17%	14%	20%	26%
<b>Total</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>

\* Involucra otros países además de aquél dentro del cual se ha codificado esta nota.

## 9. Sexo de los sujetos de las noticias en diferentes temas de las notas: 2010.





## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

desequilibrio en temas fundamentales y de importancia para la igualdad de género: en notas sobre derechos humanos sólo, 34% de los sujetos de las noticias fueron mujeres, sobre educación (34%), sobre salud (33%), sobre pobreza (29%) y sobre desarrollo (25%).

Véase **Tabla 9**

### Ocupación de los sujetos de las noticias

La proporción de sujetos femeninos de las noticias identificados, representados o presentados como trabajadoras o profesionales en los últimos 10 años se incrementó en algunas categorías ocupacionales. Sin embargo, la imagen que dibujan los medios sigue siendo discordante con la realidad; el mundo que se presenta es uno donde los hombres sobrepasan a las mujeres en casi todas las ocupaciones.

La mayor disparidad se observa en las profesiones. Del total de sujetos de las noticias identificados, presentados o representados como educadores, un abrumador 69% son hombres, como profesionales de la salud (69%), como profesionales en leyes (83%), como empleados públicos/privados (83%) y como científicos (90%). La participación de las mujeres en todas las profesiones es mucho mayor en realidad. La imagen que se ve a través de los medios es una de un mundo donde las mujeres están casi ausentes como participantes en el mundo del trabajo fuera de la casa.

De los sujetos de las noticias representados como funcionarios públicos, 17% son mujeres, comparado con 10% en el año 2000. El incremento parece ser consistente con las tendencias en el incremento de las mujeres que ocupan cargos públicos, tomando las estadísticas como promedio mundial de presencia de las mujeres en los parlamentos, como una guía general, la estadística para el mundo real fue 13% en 2000 y a la fecha es 19%.<sup>16</sup>

De los sujetos de las noticias representados como profesionales de la salud/servicio social, 31% son mujeres, un incremento con respecto a 20% en 2000, como oficinistas (de 35% en 2000 a 45% en 2005) y como trabajadores/activistas en la sociedad civil (de 24% a 34%).

En otros casos hay retrocesos que

si bien son pequeños también son estadísticamente significativos en la participación de las mujeres en las profesiones como se las muestra en las noticias. En el caso de los sujetos de las noticias presentados como profesionales de las ciencias/ingenieros, sólo 10% son mujeres, por debajo de 12% en 2000, como trabajadoras agrícolas/mineras/forestales (de 15% a 13%), así como

un desplome notable en el caso de los sujetos de las noticias presentados como profesionales de los medios (de 36% a 29% en los últimos 5 años).

### 10. Ocupaciones de los sujetos femeninos de las noticias: 2000-2010.

Ocupación o cargo	% Femenino		
	2000	2005	2010
Amas de casa, padres, ya sean mujeres u hombres	81%	75%	72%
Estudiantes, alumnos, escolares...	46%	51%	54%
Niños, jóvenes (hasta los 18 años)	n/a	44%	46%
Trabajadores de oficina o servicios, trabajadores de oficina que no estén en la gestión de ella, comercios, restaurante, provisión...	35%	40%	45%
Celebridades, artistas, actores, escritores, cantantes, personalidades de la radio o la televisión...	45%	42%	41%
Otro	44%	42%	41%
Trabajadores del sexo, prostitutas...	n/a	n/a	39%
Vecinos, residentes que no tienen ninguna ocupación específica	n/a	39%	39%
Jubilado, pensionado	35%	33%	35%
Desempleado, no se da ocupación	33%	19%	35%
Activistas o trabajadores en organizaciones civiles, en organizaciones no gubernamentales, en sindicatos, en derechos humanos, en temas de consumo, medio ambiente, agencias de ayuda, líderes campesinos, Naciones Unidas...	24%	23%	34%
Realeza, monarcas en el poder, monarcas depuestos, cualquier miembro de la familia real...	n/a	33%	31%
Expertos académicos, profesionales de la educación, profesores universitarios (de todas las disciplinas), docentes de educación pre-escolar, trabajadores en asistencia infantil...	27%	25%	31%
Salud o servicio social profesional, doctores, enfermeros, técnicos de laboratorio, asistentes sociales, psicólogos...	20%	30%	31%
Profesionales de los medios, periodistas, productores de video o de películas, directores de teatro...	n/a	36%	29%
Comerciantes, artesanos, trabajadores, camioneros, constructores, empleados de fábricas, empleados domésticos...	15%	23%	22%
Funcionarios del gobierno, políticos, presidente, ministros del gobierno, líderes políticos, miembros de partidos políticos, portavoces...	10%	12%	17%
Empleados de gobierno, empleados públicos, burócratas, diplomáticos, personal de inteligencia...	12%	17%	17%
Abogados, jueces, magistrados, defensores, expertos legales, empleados del ámbito legal o jurídico...	n/a	18%	17%
Personas de negocios, ejecutivos, manager, emprendedores, economistas, expertos financieros, agentes de la Bolsa....	n/a	12%	14%
Trabajadores en la agricultura, la minería, la pesca o el área forestal...	15%	13%	13%
Figuras religiosas, sacerdotes, monjes, rabinos, ulema, monjas...	9%	21%	13%
Deportistas, atletas, jugadores, entrenadores, árbitros...	9%	16%	11%
Profesionales de las ciencias o tecnología, ingenieros, técnicos, especialistas en computadoras...	12%	10%	10%
Delinquentes, sospechosos	7%	9%	8%
Policía, militares, grupos paramilitares, milicia, funcionarios y empleados de las prisiones, oficiales de seguridad, bomberos....	4%	5%	7%
<b>Porcentaje de sujetos femeninos en las noticias</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>	<b>24%</b>

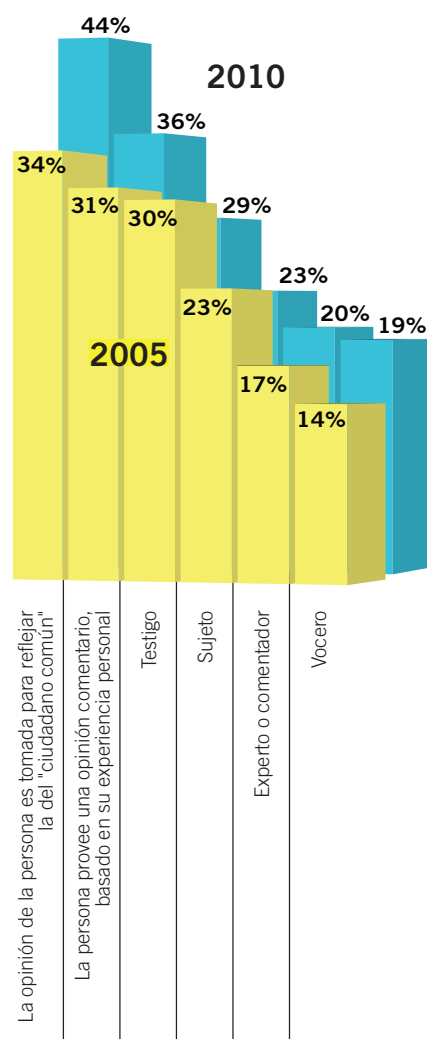


The Gleaner, Jamaica. 10 November, 2009.

## Función de los sujetos de las noticias

Como personas entrevistadas o de quien se escucha en las noticias, las mujeres siguen atrapadas en las categorías de gente "ordinaria", en contraste con los hombres quienes siguen predominando en las categorías de "expertos". Gente "ordinaria" es aquella que proporciona información testimonial, opinión popular que refleja la perspectiva de la ciudadanía ordinaria o habla a partir de la experiencia personal. "Expertos" incluyen aquellos que aportan comentarios a partir de conocimiento especializado o conocimiento experto, o son portavoces que representan o hablan a nombre de grupos.

### 11. Funciones de los sujetos femeninos de las noticias: 2005-2010



\* No se muestra - estadística para la función 'otra', o para aquellas que no pueden ser clasificados bajo las categorías dadas.

La investigación de 2010 muestra que las mujeres se acercan a la paridad como personas que proporcionan opinión popular en las noticias, si comparamos 44% de las personas entrevistadas en este sentido con 34% en 2005. Asimismo, las mujeres constituyen 36% de quienes proporcionan comentarios a partir de la experiencia personal y 29% de quienes aportan testimonio de eventos ocurridos.

La presencia de las mujeres como portavoces y como expertas en las noticias también se mejoró desde 2005. Hace cinco años 14% de los portavoces y 17% de los expertos fueron mujeres, contra 19% y 20% en 2010, respectivamente. No obstante el avance, la enorme sub-representación de las mujeres en las categorías de experto contradice la realidad en la cual la desigualdad entre sexos en diferentes campos de conocimiento experto no es tan pronunciada como lo es en el discurso e imagería de los medios noticiosos.

### Véase Tabla 12

Casi la mitad de las mujeres (49%) que figuran en las noticias como portavoces se las identifica como funcionarias de gobierno, políticas o dirigentes políticas. Debajo de esta estadística aparentemente impresionante se encuentra el hallazgo preocupante que, de hecho, sólo 19% de los portavoces en las noticias son mujeres, por tanto la representación de las mujeres como portavoces en el resto de las categorías ocupacionales está muy escasamente distribuido.

Las mujeres que proporcionan opinión popular —la función en la que más figuran— se las identifica como lugareñas/residentes (24%), estudiantes (18%) y amas de casa (16%). En las funciones en las que más aparecen las mujeres (como testigo ocular, proveedoras de opiniones populares) es más probable que no sean identificadas como trabajadoras, no se les reconoce una profesión o no se las presenta como participantes en la vida social, económica o política. En contraste, es más probable que a los hombres se los identifique como profesionales en todo el rango de funciones en las cuales aparecen en las noticias, sea como "expertos", como "portavoces", como "testigos" o como aportadores de opinión popular. Numéricamente la representación está altamente sesgada a favor de la voz masculina dado que 75% de las fuentes de las noticias son hombres.

## Edades de los sujetos de las noticias

A las/los voluntarios que realizaron el monitoreo se les pidió codificar la edad de los sujetos de las noticias en las noticias impresas cuando la "edad" fuera explícitamente mencionada en el texto así como en las noticias transmitidas por televisión donde apareciera la imagen de la persona.

La edad se menciona para 22% de los sujetos femeninos de las noticias y 12% para los sujetos masculinos de las noticias. Esto sugiere decididamente que es dos veces más probable que los periodistas mencionen la edad de sus sujetos femeninos de las noticias, en comparación con la mención de la edad de sus sujetos masculinos de las noticias. Un ejemplo ilustrativo lo tomamos de una nota aparecida en el diario croata en línea *Slobodna Dalmacija*. A una persona sospechosa por robo se la describe como "una mujer locuaz y guapa a sus 47 años", a pesar del hecho que el reportero, habiéndolo admitido él mismo, jno se había fijado en ella!

Una comparación entre los hallazgos de 2005 y 2010 muestra un incremento en el porcentaje de sujetos femeninos de las noticias descritos por su edad en todos los grupos excepto en el de mayor edad (65 y más) y los de menor edad (12 y menos).

### Véase Tabla 13

En la televisión, las mujeres como sujetos de las noticias ahora sobrepasan a los hombres en el grupo de 19 a 34 años de edad (54%), un incremento en los últimos cinco años cuando sólo 35% de los sujetos de las noticias en ese grupo de edad fueron mujeres. Los hombres siguen predominando en todos los grupos de edad no obstante lo reducido de la proporción entre mujeres-hombres, de las personas de 35 años de edad y más que aparecieron en la pantalla.

### Véase Tablas 14 y 15

La disparidad según el sexo, en las funciones de las personas de 18 años de edad o menores entrevistadas en las noticias es insignificante, en efecto, ambos sexos tienen la misma probabilidad de aparecer como gente ordinaria que proporciona una visión basada en la experiencia personal, como testigos o dando una opinión popular.

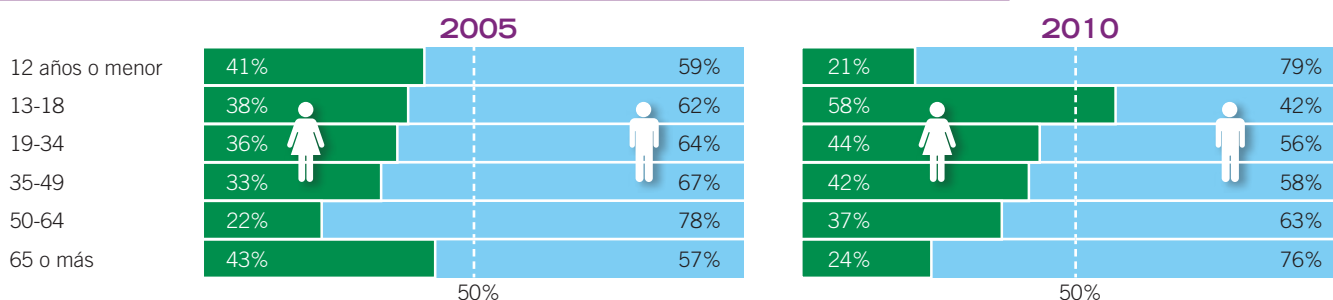
Los patrones cambian en los grupos de edad mayor, con hombres apareciendo abrumadoramente como expertos, notablemente en entrevistados entre 35 a 64 años de edad. Las mujeres de 65 años



12. Funciones de los sujetos de las noticias, por sexo y por ocupación: 2010

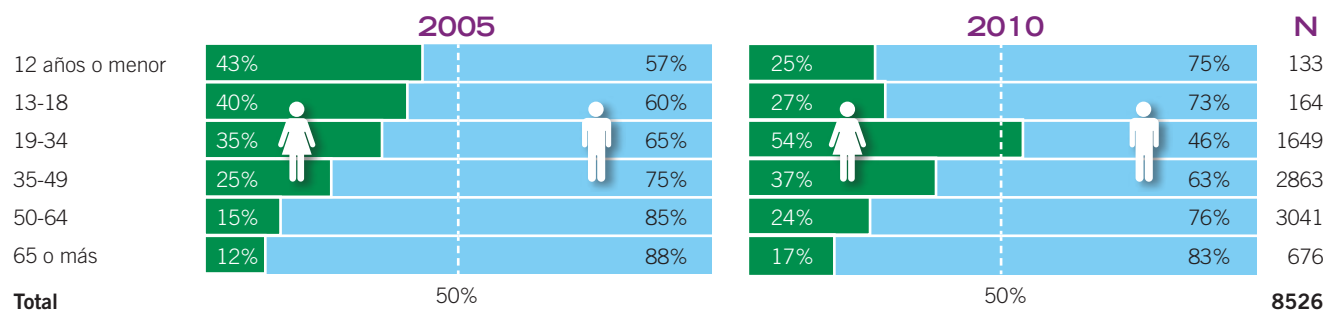
	Vocero		Experto o comentarador		Experiencia personal		Testigo		Opinión popular		Otro		Total
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	N
Funcionario de gobierno, político	49%	53%	23%	24%	12%	23%	20%	22%	7%	14%	34%	60%	5505
Empleado de gobierno, empleado público	12%	12%	7%	9%	3%	4%	1%	3%	1%	7%	2%	5%	1443
Personas de negocios, ejecutivos	5%	7%	7%	9%	4%	9%	1%	9%	0%	6%	2%	2%	1103
Policía, militares, grupos paramilitares	2%	6%	2%	8%	2%	6%	0%	9%	1%	4%	0%	4%	879
Activistas o trabajadores en organizaciones civiles	10%	6%	10%	4%	2%	2%	5%	1%	1%	4%	1%	1%	861
Abogados, jueces, magistrados	3%	4%	11%	11%	1%	1%	2%	5%	1%	1%	1%	2%	795
Profesional de la salud o servicio social profesional	4%	2%	12%	8%	5%	2%	3%	3%	3%	1%	0%	0%	783
Experto académico, profesional de la educación	4%	2%	11%	12%	5%	2%	4%	5%	3%	8%	7%	4%	706
Profesional de los medios, periodista	2%	1%	4%	4%	2%	1%	3%	5%	3%	1%	8%	2%	437
Vecino, residente que no tiene ocupación específica	0%	0%	0%	0%	9%	8%	15%	8%	24%	18%	1%	0%	410
Comerciante, artesano	0%	1%	0%	1%	7%	8%	8%	10%	4%	6%	0%	1%	337
Deportista, atleta, jugador, entrenador, árbitro	1%	2%	0%	2%	1%	4%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	325
Ama de casa, padres	2%	0%	1%	0%	17%	4%	10%	1%	16%	7%	2%	0%	300
Celebridad, artista, actor, escritor	1%	1%	4%	2%	6%	5%	1%	2%	3%	2%	20%	5%	265
Estudiante, alumno, escolar	0%	0%	0%	0%	9%	6%	11%	3%	18%	5%	0%	0%	229
Profesional de las ciencias o tecnología, ingeniero	1%	0%	3%	4%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	205
Trabajador de oficina o servicio	2%	0%	3%	1%	5%	4%	7%	3%	3%	2%	2%	0%	200
Figura religiosa, sacerdote, monje, rabino, ulema, monja	0%	2%	0%	1%	1%	2%	2%	3%	0%	2%	0%	1%	189
Trabajador en la agricultura, la minería, la pesca o el área forestal	0%	1%	0%	0%	0%	3%	0%	1%	2%	1%	1%	0%	120
Niños, jóvenes (hasta los 18 años)	0%	0%	0%	0%	4%	2%	1%	1%	7%	5%	12%	1%	103
Jubilado, pensionado	0%	0%	1%	0%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	0%	0%	94
Realeza	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	5%	2%	67
Desempleado	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	47
Delincuente, sospechoso	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	6%	41
Trabajador del sexo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>15449</b>

13. Edad de los sujetos de las noticias en la prensa escrita, por sexo: 2005-2010.



## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

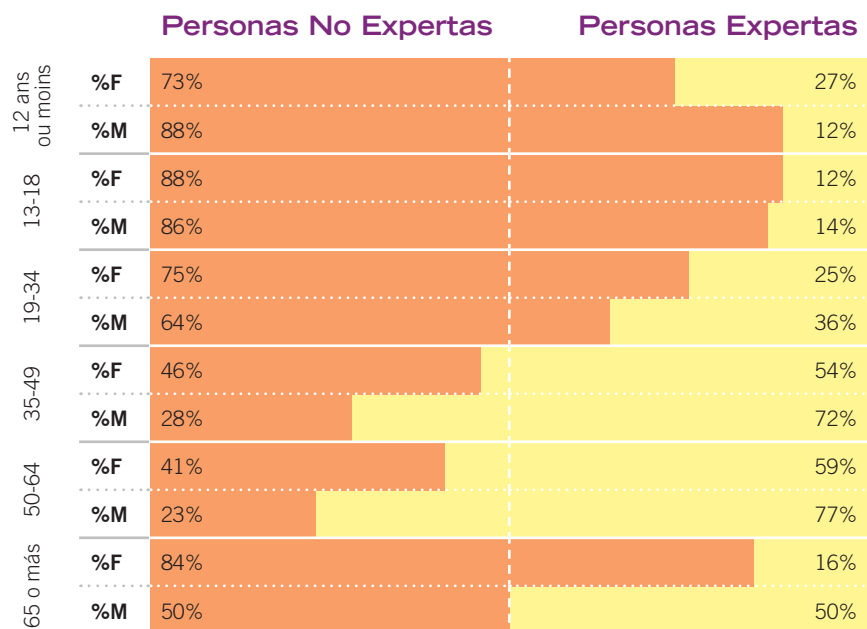
### 14. Edad de los sujetos de las noticias en televisión, por sexo: 2005-2010



### 15. Edad de las fuentes de las noticias (personas entrevistadas), por sexo: 2010

	12 años o menor		13-18		19-34		35-49		50-64		65 o más		Total N
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	
Experiencia personal	25%	12%	8%	7%	14%	18%	31%	43%	38%	52%	4%	37%	6799
Testigo	36%	67%	44%	49%	48%	45%	26%	15%	22%	15%	44%	30%	4147
Opinión popular	23%	5%	12%	32%	10%	8%	9%	7%	6%	4%	16%	13%	2365
Vocero	2%	0%	3%	7%	11%	17%	23%	28%	21%	25%	12%	13%	869
Experto o comentarista	14%	15%	32%	6%	17%	11%	11%	7%	14%	4%	24%	7%	750
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>14930</b>

\*Se excluyen de este gráfico las fuentes noticiosas que no fueron codificadas por edad o cuya edad no se pudo determinar.



de edad o mayores tienen 5 veces más probabilidades de que las entrevisten como gente ordinaria y no como expertas, en contraste con los hombres que tiene más probabilidades de que los entrevisten como expertos y no como gente ordinaria. Tal representación refuerza estereotipos sobre la excepcionalidad masculina conforme los hombres se hacen viejos, en oposición a la disminución del conocimiento experto y conocimiento promedio en el caso de las mujeres conforme avanzan en edad.

## Víctimas y sobrevivientes

El GMMP 2010 arrojó menos sujetos de las noticias descritos como víctimas (3,025) en comparación con 2005 (3,612) no obstante la ampliación de la base de datos correspondiente ahora a 108 países. Al mismo tiempo, el número de sujetos de las noticias descritos como sobrevivientes no cayó tan abruptamente, ya que pasó de 1,576 en 2005 a 1,300 en 2010. Quizá, estas estadísticas sugieren una reducción general a lo largo de los últimos cinco años en la tendencia a asignar el atributo

de víctima a los sujetos de las noticias.

A 18% de los sujetos femeninos de las noticias se lo presenta como víctimas en comparación con 8% de los sujetos masculinos. En contraste, las mujeres tienen dos veces más probabilidades que se las presente como sobrevivientes en comparación con los hombres. Aun cuando sigue siendo amplia la desigualdad entre el porcentaje de mujeres y el porcentaje de hombres a quienes se presenta como víctimas, se ha ido reduciendo gradualmente desde 1995. Notablemente, en 2010, 6% de las mujeres en contraste con 3% de los hombres se lo presenta como

sobreviviente. Esto es una inversión de la situación encontrada en 2005, cuando 4% de las mujeres comparado con 8% de hombres fue presentado como sobreviviente.

Un escrutinio más preciso de la categoría víctima, pero ahora desagregada, revela algunos cambios notables. El porcentaje de mujeres descritas como víctimas de violencia doméstica, ataque, violación en el matrimonio y asesinato a manos de un familiar cercano y parejas, se incrementó al pasar de 9% hace cinco años a 14% en 2010. Al mismo tiempo, la desigualdad en la proporción de sujetos femeninos y sujetos masculinos de las

### 16. Numero de sujetos de las noticias presentados como víctimas, por sexo: 2005-2010

	2005		2010		Número de víctimas
	%F	%M	%F	%M	
Accidente, desastre natural, pobreza, dolencia, enfermedad	32%	36%	31%	32%	915
Otra víctima	14%	10%	19%	14%	475
Violencia doméstica (por el marido/ la esposa/ la pareja/ otro miembro de la familia), violencia psicológica, ataque físico, violación marital, asesinato	9%	6%	14%	6%	302
Otros delitos, robos, ataques, asesinatos	20%	22%	11%	17%	618
Discriminación basada en el sexo, raza, etnia, edad, religión	4%	3%	9%	8%	192
Violencia sexual no doméstica o abuso, acoso sexual, violación, tráfico de personas	7%	2%	7%	2%	123
Guerra, terrorismo, vigilancia parapolicial, violencia de Estado	12%	21%	7%	17%	346
Violaciones basadas en la religión, tradición, creencias culturales, mutilación genital, inmolación de la viuda en la pira funeraria del marido	2%	1%	1%	4%	54
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>3025</b>
<b>Promedio presentado como víctimas</b>	<b>19%</b>	<b>8%</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>	

### 17. Sujetos de las noticias presentados como sobrevivientes, por sexo: 2005-2010

	2005		2010		Número de víctimas
	%F	%M	%F	%M	
Accidente, desastre natural, pobreza, dolencia, enfermedad	42%	52%	35%	38%	521
Violencia doméstica (por el marido/ la esposa/ la pareja/ otro miembro de la familia), violencia psicológica, ataque físico, violación marital, asesinato	6%	4%	13%	4%	104
Otro sobreviviente	15%	10%	13%	13%	142
Violencia sexual no doméstica o abuso, acoso sexual, violación, tráfico de personas	10%	3%	11%	1%	60
Otros delitos, robos, ataques, asesinatos	17%	15%	10%	12%	203
Guerra, terrorismo, vigilancia parapolicial, violencia de estado	10%	16%	10%	18%	182
Discriminación basada en el sexo, raza, etnia, edad, religión	*	*	7%	9%	66
Violaciones basadas en la religión, tradición, creencias culturales, mutilación genital, inmolación de la viuda en la pira funeraria del marido	n/a	n/a	1%	5%	22
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>1300</b>
<b>Promedio presentado como sobrevivientes</b>	<b>4%</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	

\* Estadísticas combinadas con 'otros sobrevivientes'



## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

noticias descritos como sobrevivientes de violencia doméstica se ha ampliado casi proporcionalmente, al pasar de 6:4 en 2005 a 13:4 en 2010. En consecuencia, en la misma medida que los medios presentan a las mujeres como víctimas de violencia doméstica, las presentan con una imagen opuesta aludiéndolas como sobrevivientes de esa violencia.

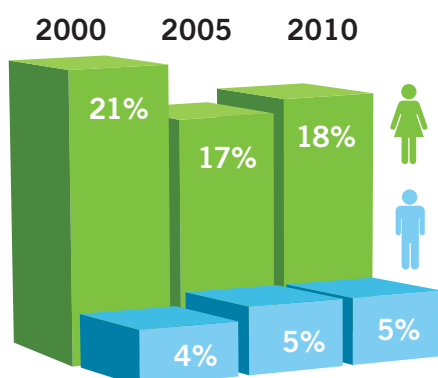
El porcentaje tanto de mujeres como de hombres descritos como víctimas de discriminación por razones de género, raza, pertenencia a un grupo étnico, religión, etc., se multiplicó a más del doble. La proporción de sujetos femenino-sujeto masculino de las noticias a los que se describe como víctimas de violación por razones de religión, tradición, creencias culturales, etc., se revirtió en los últimos cinco años. En 2005, 2% de los sujetos femeninos de las noticias y 1% de los sujetos masculinos de las noticias fue descrito como víctimas de dicha violación. En 2010, las estadísticas son 1% de mujeres y 4% de hombres en las noticias. Esta observación sería más conclusiva y se confirmaría con una muestra más grande de "víctimas" ya que los datos provenientes de 108 países únicamente produjeron 54 "víctimas" en esta categoría.

Véase Tablas 16 y 17

### Identidad y familia

A los sujetos femeninos de las noticias se los identifica cuatro veces más por su relación familiar en comparación con los sujetos masculinos de las noticias, en oposición a una tendencia en los reportajes a disociar a los hombres de las responsabilidades familiares. Este hallazgo es revelador cuando se lo ve en contraste con las estadísticas de la representación del sujeto de la noticia en sus distintas ocupaciones lo mismo que sus funciones en las noticias. Identificar a

#### 18. Sujetos de las noticias, identificados por sus relaciones familiares, por sexo: 2000-2010



las mujeres por sus relaciones familiares y al mismo tiempo disminuir sus roles y autoridad en sus comunidades encubre otras identidades de las mujeres como independientes, autónomas, participantes activas en la sociedad más amplia, más allá del hogar. Evidentemente que el tomar por sentadas las normas culturales da forma a nuestra visión del mundo. Sin embargo, un enfoque crítico requiere que nos interroguemos por aquello que se construye social y culturalmente como lo "normal". En este mismo sentido, estos hallazgos sugieren la necesidad de un enfoque más crítico con una perspectiva de género hacia las prácticas en las salas de redacción.

Los patrones generales que se mantienen, donde las mujeres tienen 4 veces más probabilidades de ser identificadas por sus relaciones familiares, en comparación con los hombres, van a contrapelo con los esfuerzos para afirmar la autonomía de las mujeres como individuos con roles, derechos y responsabilidades en la sociedad más amplia, más allá del hogar y la familia. Discursivamente, también vuelve a trazar la idea de un género dividido según las responsabilidades familiares, lo cual en realidad sigue siendo erosionado por el creciente rol que toman los hombres para atender a los hijos, en la medida que las mujeres laboran en trabajos remunerados fuera de casa.

#### 19. Función de los sujetos de las noticias y relaciones familiares, por sexo: 2005-2010

	Sujetos noticiosos femeninos	Sujetos noticiosos masculinos
Reporteras	16%	5%
Reporteros	16%	4%

Que un reportero sea mujer u hombre no implica ninguna diferencia en términos de cómo presenta a distintos sujetos de las noticias con respecto a sus relaciones familiares. La relación familiar se menciona en 16% de los sujetos femeninos de las noticias en notas a cargo de reporteras y reporteros. Es mucho menos probable que reporteras y reporteros identifiquen al sujeto masculino de las noticias por sus relaciones familiares, con 5% y 4% respectivamente.

Los patrones para describir por sus relaciones familiares a los sujetos de las noticias, en cada una de las categorías relativas a la función en las noticias, ha



Dinamarca. Journal BT.

"Michelle Obamas kaerligheds-tips" (Consejos de Michelle Obama sobre el amor)

Este breve artículo resume la entrevista que dio la primera dama estadounidense Michelle Obama a la revista *Glamour* publicación con sede en Estados Unidos de América. El artículo hace notar que el público lector de *Glamour* votó por Michelle Obama como la mujer del año.

Al centrarse abrumadoramente en su apariencia, el artículo reduce de un plumazo la posición que asigna a Michelle Obama como "mujer muy importante". Para destacar lo anterior, la nota le da el papel de consejera. Le pide aconsejar sobre "qué buscar en un hombre", que hable sobre aquello "que hace que su relación con el presidente Obama se mantenga sólida y estable", y que hable sobre su estilo de vestir. Ella es la única fuente en la nota. La fotografía que acompaña la nota, que ocupa una porción considerables de la página, es una toma intimista en close-up de Michelle y Barack Obama. Aun cuando el artículo la describe como "importante" y como "una súper mujer de 45 años de edad", no hace ninguna referencia a los estudios que realizó en Ivy League o su exitosa carrera antes de convertirse en la Primera Dama. La nota refuerza el estereotipo según el cual el objetivo de la mujer es atraer, atender y no dejar escapar a un hombre.

permanecido constante desde 2005. Hace cinco años a 5% de las portavoces se las identificó por sus relaciones familiares en comparación con tan sólo 1% de los portavoces. Las estadísticas permanecen sin cambio en 2010. Cinco años atrás 29% de las mujeres que aportaron testimonio con base en su experiencia personal fueron identificadas como madres, hijas, etc., mientras que 12% de los hombres en la misma categoría de función fueron descritos como padres, esposos, etcétera. Lo mismo resultó en 2010.

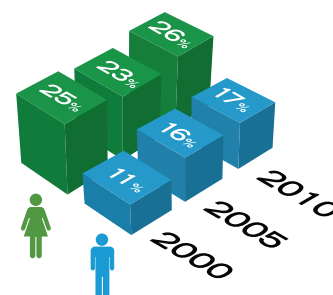
El cambio alentador es la reducción en la tendencia a identificar por su relación familiar a las mujeres que aportan su opinión, este dato cayó a la mitad al pasar de 14% en 2005 a 7% en 2010.

Los hallazgos evidencian un incremento en la tendencia a citar a los sujetos femeninos de las noticias en los diarios. A la fecha, se cita a 52% de las mujeres, un incremento con respecto a 50% en 2005. Dado que el número absoluto de sujetos femeninos de las noticias en contraste con sujetos masculinos de las noticias es mucho menor (sólo 24%), la voz directa de las mujeres en las noticias permanece, en efecto, muy mínima.

## Fotografías

A las/los voluntarios que realizaron el monitoreo se les pidió que indicaran si aparecían fotos de los sujetos en cuestión en los artículos de los diarios. También se les pidió que practicaran un análisis de género de las imágenes si consideraban que revestían especial interés desde una perspectiva de género. Las fotografías, los artículos de los diarios y las primeras planas de los diarios fueron codificados mediante las hojas de codificación.

### 22. Sujetos de las noticias fotografiados en los diarios, por sexo: 2000-2010



La investigación encontró que 26% de los sujetos femeninos de las noticias aparecieron en las fotografías, en contraste con sólo 17% de los sujetos masculinos. Hojeando entre las páginas de cientos de diarios de todo el mundo, surge una impresión general del uso visual del género y del lenguaje figurado en el periodismo.

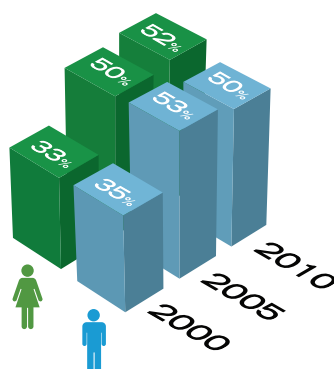
La forma como se presenta a mujeres y hombres parece diferir considerablemente. Se ha afirmado que las imágenes de las mujeres se utilizan en los medios para excitar o provocar. Con mayor y no con menor frecuencia las fotografías, junto con pies de foto y formato de la página sirven para reforzar los estereotipos de género en distintos grados. Frecuentemente, a las mujeres se las sexualiza, en algunos casos se las bestializa, se las presenta como pasivas, domesticadas, como víctimas o subordinadas a los hombres. Cuando las mujeres figuran como sujeto de la foto, con mayor frecuencia son mujeres jóvenes las que aparecen.

Mientras que por lo general a los hombres se les fotografía el rostro o aparecen totalmente vestido, la frecuencia comparativa con la cual se presenta el cuerpo de las mujeres en varios estados de desnudos es mucho mayor. Las portadas alrededor del mundo están pobladas por imágenes de jóvenes mujeres en posturas sexualizadas acompañadas por encabezados chocantes

### 20. Sujetos de las noticias por sexo, identificados por sus relaciones familiares, por sexo del reportero: 2010

	2005		2010	
	%F	%M	%F	%M
Sujeto	22%	8%	24%	7%
Vocero	5%	1%	5%	1%
Experto o comentarista	3%	0%	4%	1%
Experiencia personal	29%	12%	29%	12%
Testigo	22%	15%	24%	11%
Opinión popular	14%	5%	7%	5%

### 21. Sujetos de las noticias citados en los diarios: 2000-2010





2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias



La Nazione, Italy



Blikk, Hungary



Dernière Heure, Belgium



The Citizen, South Africa



The Star, Kenya



The Times, Suriname



Daily Telegraph, Daily Mail, UK



Metro Xpress, Denmark



El Sharouk, Egypt



2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias



The Himalayan Times, Nepal



Daily News, Botswana



Le Rénovateur, Senegal



El Pais, Uruguay



Maariv, Israel



The New Zealand Herald



The West Australian Australia



Cambio, Bolivia



El Caribe, Dominican Republic



## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

y frases sexistas que llaman la atención, frecuentemente sutiles, pero en otras ocasiones francamente violentas. La primera plana de un diario italiano *La Nazione* ilustra esta tendencia de una forma macabra: el rostro de un hombre sospechoso de asesinato aparece en la parte superior de la página y arriba de una fotografía que muestra de cuerpo completo a su víctima, en la playa en traje de baño. El encabezado señala: "Él la asesinó".

Abundan las imágenes de mujeres acompañadas de títulos sugerentes. Las imágenes van de clara pornografía (como lo muestra una mujer desnuda que aparece en la portada del diario húngaro *Budapest Blikk*) a la sugerencia sutil (como lo ilustra el frecuente uso de imágenes de mujeres modelos para hablar de moda y belleza en las páginas interiores). Fotos de un grupo de mujeres ucranianas protestando por las excesivas medidas que su gobierno tomó contra el virus H1N1 utilizando máscaras y bikinis como máscaras, recorrieron las páginas de los diarios de varios países, frecuentemente con muy poca información del contexto y el mensaje de las manifestantes.

Incluso cuando los pies de foto o títulos intentan cuestionar los estereotipos, descansan en el uso de la sexualización de los sujetos femeninos para llamar la atención hacia el artículo. Por ejemplo, una foto en el *La Dernière Heure* belga que muestra una mujer elegante con gafas oscuras y fumando un cigarrillo, y como trasfondo un vehículo lujoso, va acompañada del encabezado "Cae banda de chulas". El artículo trata de un grupo de ladronas de automóviles que fueron arrestadas. Si bien la idea de que sean mujeres quienes roban autos podría cuestionar el estereotipo de la mujer dócil, la presentación de esta noticia es decididamente misógina y sensacionalista.

El día de monitoreo global coincidió con el momento previo al certamen de belleza Miss Universo 2009. Abundaron las imágenes de varias competidoras, generalmente en el diario nacional de su respectivo país, frecuentemente fotografiadas durante la parte donde aparecen en traje de baño en la competencia. La competidora británica, Kristina Hodge, que también es una mujer soldado en el ejército británico y ha estado con las tropas desplegadas en Irak, apareció en diarios de por lo menos cuatro países alrededor del mundo, fuese en su uniforme militar o en su traje de baño, junto con pies de fotos como "Barbie de combate" (en el belga *La Dernière Heure*). En el mismo diario su imagen apareció arriba de un artículo

sobre el fusil kalashnikov, creando una colisión de dos tropos comunes: el cuerpo femenino y un arma violenta.

Con mucha frecuencia, fotos y pies de foto de mujeres en las noticias sirven para reforzar una variedad de estereotipos. Por ejemplo, la mujer británica que demandó a su jefe a quien acusó de hostigamiento sexual se la muestra en una postura torpe en *The Daily Mail* con un pie de foto en el que se hace referencia a la mujer como "güera humillada". En contraste, la misma historia aparece en *The Daily Telegraph* con una imagen de la mujer vestida en un traje sastrero y ampliamente desplegada. En *The Himalayan Times* de Nepal el pie de foto de una nota titulada "manejo riesgoso" va acompañada con una fotografía de una mujer pintándose los labios y conduciendo un automóvil, evocando el estereotipo de las mujeres como conductoras peligrosas.

Frecuentemente se colocan fotografías de mujeres a las que se yuxtaponen títulos sugerentes o sexualizados y pies de foto que tienen poco que ver con la mujer fotografiada o la mujer fotografiada tiene poco que ver el artículo. El *The Daily News* de Bostwana muestra la fotografía de una mujer y un hombre en una cena debajo del encabezado: "Evitar tentaciones - Mogae". El vestido de la mujer está escotado. Sin embargo, al leer el artículo, éste trata sobre el ex presidente de una asociación profesional de contadores pidiendo a sus miembros evitar prácticas contables fraudulentas, al momento de traspasar la presidencia a la mujer de la foto. En la portada del *The Citizen* de Sudáfrica, una fotografía cortada muestra el torso y pelvis de una mujer sentada con el pie de foto "paraíso de ramerías". Sin embargo, en las páginas interiores del diario aparece la foto completa acompañada de un artículo que revela que la mujer es una actriz de teatro que caracteriza el papel de una trabajadora sexual.

La primera plana del *The West Australian* proporciona una imagen poderosa de la visión general de los estereotipos de género, incluida la masculinidad militarizada y la feminidad sexualizada. La nota central e imagen que la acompaña es la de un niño que sostiene una fotografía de su padre en uniforme militar mientras el padre observa con seño aprobador en el fondo, que además parece imitar la postura de la reina Elizabeth II de Inglaterra cuyo retrato es visible por encima del hombro del padre. El pie de foto señala que el niño decidió seguir los pasos del padre y unirse a la reserva militar. En el subtítulo de la misma página aparece la imagen de una mujer en traje de baño

anunciando la página de modas con el título "devastador bikini". El contraste entre el niño y su padre por un lado y la mujer en bikini del otro completa una imagen de masculinidad militarizada y lo femenino sexualizado.

Más allá de la sobre sexualización de las mujeres en las noticias mediante la selección de imágenes, pueden notarse otras varias tendencias en la representación visual de las mujeres. Frecuentemente se presenta a las mujeres al fondo de fotos con paisajes, trabajando en los campos o realizando tareas domésticas. Carecen de nombre y aparecen pasivas, como parte de la escena. Frecuentemente son mujeres de zonas rurales. En contraste, los hombres que aparecen en los diarios alrededor del mundo despliegan figuras activas, que participan en actividades que van de debates políticos a combates armados. En un diario keniano *The Star*, la primera plana muestra hombres armados pertenecientes a las fuerzas de seguridad preparándose para desalojar asentamientos en la región boscosa de Mau, mientras que en páginas interiores del diario, una foto que acompaña la parte restante del artículo muestra mujeres que se mantienen pasivas en torno a sus chozas. Un diario egipcio *El Sharouk* muestra la imagen de una mujer haciendo el símbolo de la paz en público junto a otra foto de hombres efectuando una redada.

En muchos casos a las mujeres se las presenta como víctimas. Después que dos niños murieron ahogados en Soweto, los diarios sudafricanos *The Citizen* y *The Star* mostraron imágenes de hombres rescatistas estoicamente removiendo los cuerpos mientras que los rostros descompuestos y en lágrimas de mujeres se mostraron en *close-up*. Una imagen en el *The Times of Surinam* muestra el cadáver de una mujer tirado en la calle en medio de la lluvia y frente a un automóvil, sus extremidades inferiores cubiertas por un cartón, mientras que curiosos observan. Un artículo sobre violencia doméstica en *metroXpress* de Dinamarca muestra una mujer encogida contra una pared llorando, apenas visible entre lo que parecen ser las piernas de un hombre amenazante.

Algunas fotos, en efecto, cuestionan legítimamente los estereotipos o presentan el género bajo una nueva luz. Fotografías como esas muestran mujeres hablando ante audiencias mientras sostienen balones de fútbol (el *Herald* de Nueva Zelanda), asistiendo a manifestaciones con el puño en alto (*The News* de San Vicente y las Granadinas) o trabajando en ocupaciones no vistas tradicionalmente como "trabajo de

mujeres”, como una mecánica mujer trabajando en un taller automotriz (*El País* de Uruguay). En *Midi Madagasikara* (de Madagascar), se muestra a dos niñas como campeonas que “vencieron a los hombres en ajedrez”. Una foto del *Gleaner* de Jamaica muestra a un hombre cargando dulcemente a un pequeño de brazos mientras que el pie de foto explica que es un dirigente en el Parlamento Juvenil, que ha iniciado un movimiento para que los padres jóvenes proporcionen liderazgo moral en la sociedad.

Si bien es importante mostrar imágenes de mujeres desempeñando roles no tradicionales al mismo tiempo se observa que frecuentemente a las mujeres fuertes y en puestos políticos se las presenta de una manera sutilmente diferente a la forma como se presenta a los hombres. En efecto, los políticos hombres frecuentemente aparecen en fotografías de rostro completo o solos en podios por encima de multitudes, a las mujeres en puestos políticos frecuentemente se las presenta como personas que se apoyan en hombres. La canciller alemana Angela Merkel aparece en una diversidad de fotos (en el *Jyllands-Posten* de Dinamarca, el español *Las Provincias* y el búlgaro), escoltada por políticos o flanqueada por líderes mundiales pasados como Mikhail Gorbachev.

Una imaginería noticiosa que no muestre con fidelidad y ética la realidad compleja del género y la sociedad únicamente sirve para distorsionar la realidad más que reflejarla.

## Resumen de los hallazgos

■ **Sólo 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias de la prensa escrita, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres. En contraste, 76% —más de 3 en cada 4— de las personas en las noticias son hombres.**

Esto es una mejora significativa con respecto a 1995, cuando sólo 17% de las personas en las noticias eran mujeres. Sin embargo y a pesar del incremento lento aunque constante de la presencia de las mujeres en las noticias en los últimos 10 años, la imagen del mundo que se presenta en las noticias sigue siendo predominantemente masculina. Esta imagen no es congruente con una realidad en la cual por lo menos la mitad de la población mundial está constituida por mujeres.

Por un lado se ha mantenido el paso en el incremento de la visibilidad de las mujeres en las noticias a lo largo del último decenio, evidenciando un avance persistentemente lento aunque constante

en los últimos 10 años. Por otro lado, este incremento en la visibilidad de las mujeres surge en gran medida de su creciente presencia en temas de baja prioridad para la agenda de los medios noticiosos y mucho menos en notas de alta prioridad como aquellas pertenecientes a política/gobierno.

■ **La presencia de las mujeres en noticias internacionales se incrementó hasta equipararse con su presencia en las noticias locales.**

Entre 1995 y 2005 las mujeres fueron más visibles en las notas locales en comparación con las notas de alcance nacional o internacional. Esta tendencia experimenta un cambio en el cuarto GMMP, donde la visibilidad de las mujeres en notas internacionales se incrementó hasta equiparar su visibilidad en las notas locales. Además, la tasa de incremento de la presencia de las mujeres en notas internacionales durante los últimos 5 años corresponde a la tasa registrada en el periodo precedente 2000 a 2005. Este hallazgo podría estar en sincronía con el incremento de la prominencia de las mujeres a escala mundial, aunque es cuestionable hasta qué punto el incremento en la presencia en los medios refleja con exactitud cambios en el mundo real, dados los hallazgos del GMMP con respecto a la sub-representación de las mujeres en varias áreas.

■ **Las noticias siguen presentando un mundo donde los hombres siguen superando en número a las mujeres en casi todas las categorías ocupacionales, siendo la mayor disparidad en las profesiones.**

La proporción de sujetos femeninos de las noticias identificadas, representadas o presentadas como trabajadoras o profesionistas a lo largo de los últimos 10 años se incrementó en algunas categorías ocupacionales. No obstante ello, la desigualdad entre los sexos permanece amplio especialmente en las profesiones. 69% de los sujetos de las noticias presentados como educadores son hombres; 69% de los profesionales de la salud; 83% de los profesionales en el área de la abogacía y 90% de los científicos. De 25 categorías de ocupaciones, sólo en 2 las mujeres sólo sobrepasaron a los hombres: sujetos de las noticias presentados como amas de casa (72%) y los presentados como estudiantes (54%). La imagen que se ve a través de las noticias es una de un mundo donde las mujeres son prácticamente invisibles como participantes activas en el trabajo fuera de casa

■ **Como personas entrevistadas o sobre las que se escucha en las noticias, las mujeres siguen establecidas en las categorías de personas “ordinarias”, en contraste con los hombres que siguen predominando en las categorías de “expertos”.**

Las mujeres se acercan a la paridad en tanto que personas que proporcionan opinión popular en las noticias, ya que las personas entrevistadas en las noticias con esta capacidad llegaron a 44% comparado con 34% en 2005. La presencia de las mujeres como personas que hablan con base en su experiencia personal, como portavoces (presentando o hablando en nombre de otros) y como expertas (quienes proporcionan comentarios basados en conocimiento especializado) mejoró apreciablemente. No obstante los avances, sólo 19% de las personas portavoces y 20% de expertos son mujeres. En contraste, 81% de los portavoces y 80% de los expertos en las noticias son hombres.

■ **Es doblemente probable que los periodistas mencionen las edades de sus sujetos femeninos de las noticias en comparación con la mención de la edad de sus sujetos masculinos de las noticias.**

La edad se menciona para 22% de los sujetos femeninos de las noticias y 12% para los sujetos masculinos de las noticias en los diarios.

■ **A 18% de los sujetos femeninos de las noticias se lo presenta como víctimas en comparación con 8% de los sujetos masculinos de las noticias. En contraste, ahora las mujeres tienen el doble de probabilidades que se las presente como sobrevivientes, en comparación con los hombres.**

Si bien la desigualdad entre el porcentaje de mujeres y el porcentaje de hombres presentados como víctimas sigue siendo grande, se ha ido reduciendo gradualmente desde 1995. Es de destacar que, en 2010, 6% de mujeres en contraste con 3% de hombres se les presenta como sobrevivientes. Esto es una inversión de la situación en 2005, cuando 4% de las mujeres en comparación con 8% de los hombres fue presentado como sobrevivientes.

## 2. Género Y Progreso En Los Márgenes De Las Noticias

### ■ A los sujetos femeninos de las noticias se los identifica de acuerdo con su relación familiar 4 veces más en comparación con los sujetos masculinos de las noticias.

Este hallazgo es revelador cuando se consideran las estadísticas sobre representación de los sujetos de las noticias en sus diversas ocupaciones lo mismo que sus funciones en las noticias. Identificar a las mujeres por su relación familiar, al mismo tiempo que menosprecia el papel que desempeñan en sus comunidades oculta otras identidades de las mujeres como independientes, como siendo autónomas, participantes activas en la sociedad más allá del hogar.

### ■ En las noticias se cita a 52% de las mujeres, lo cual es un incremento al pasar de 50% en 2005.

Resulta ligeramente más probable que a las mujeres se las cite (52%) en comparación con los hombres (50%). Esto es un cambio en comparación con hace cinco años cuando los hombres tuvieron mayores probabilidades de ser citados (53%) en comparación con las mujeres (50%). Sin embargo, dado que el número absoluto de sujetos femeninos en la noticia en contraste con los sujetos masculinos de las noticias es por mucho menor (sólo 24%), la voz directa de las mujeres en las noticias sigue siendo, en efecto, muy mínima.

### ■ 26% de los sujetos femeninos en diarios aparecen en fotografías, en contraste con sólo 17% de los sujetos masculinos.

Un análisis cualitativo de las fotografías en los diarios publicados, durante el día de monitoreo global, encontró que en las fotografías de hombres aparece su rostro o aparecen totalmente vestidos, mientras que la frecuencia con la que se presenta el cuerpo de las mujeres en varios estados de desnudes es mucho mayor.

- 
1. Cuando así se señale, las diferencias son estadísticamente significativas con un intervalo de confianza de 95%, lo que quiere decir que la probabilidad de que ocurra por simple casualidad es de 1 a 20.
  2. Investigación compilada en 2010 por la Unión Interparlamentaria, organización internacional de parlamentos, muestra que 19% de los parlamentarios en todo el mundo son mujeres. <http://www.ipu.org/wmn-e/world.htm>
  3. "Fuentes de las noticias" quedan definidas como las personas entrevistadas en las noticias, no incluyen las personas sobre las cuales versa la noticia.

## 3. Presentando Las Noticias

### Panorámica

Son mujeres las que presentan 52% de las notas que aparecen en televisión y 45% de las que se transmiten por la radio. El promedio total combinado (49%) está por debajo de la mitad de todas las notas transmitidas por televisión y radio, cayendo 4 puntos porcentuales desde 2005. Esta estadística es similar a la del año 2000 y está por debajo de cifra de hace 15 años, cuando las mujeres presentaron 51% de las notas.

Para las notas reportadas en televisión, radio y diarios, el porcentaje de aquellas a cargo de reporteras es exactamente igual al registrado en 2005, esto es 37%.

Los porcentajes se incrementaron en los tres medios combinados hasta 2005. Vale la pena hacer notar las estadísticas para la radio ya que se incrementaron decididamente entre 2000 y 2005 (al pasar de 27% a 45% de notas reportadas por mujeres), seguidas de una caída sustancial de 8 puntos porcentuales durante el siguiente periodo de 5 años. El

cambio negativo en la radio entre 2000 y 2010 explica el estancamiento en la estadística promedio general encontrada en 2010.

Las cifras regionales muestran un patrón de caída general durante el decenio a partir del 2000, en el porcentaje de notas a cargo de presentadoras y reporteras en todas las regiones excepto tres — Europa, Asia y América Latina—. El cambio en Europa es estadísticamente insignificante mientras que en Asia hubo un ligero incremento. América Latina es excepcional al conseguir un incremento apreciable, al pasar de 28% en 2000 a 38% en 2010, una cifra que sin embargo se mantiene por debajo del promedio mundial que es de 42%.

#### 23. Notas a cargo de presentadoras y reporteras: 1995-2010.

	1995	2000	2005	2010	TOTAL N (Hombres y Mujeres)
<b>Presentadoras mujeres</b>					
Presentadora radial	n/a	41%	49%	45%	4040
Presentadora de televisión	n/a	56%	57%	52%	3999
<b>TOTAL PRESENTADORES/RAS</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>53%</b>	<b>49%</b>	<b>8039</b>
<b>Reporteras mujeres</b>					
Reportera de prensa	25%	26%	29%	33%	4693
Reportera radial	n/a	28%	45%	37%	1514
Reportera de televisión	n/a	36%	42%	44%	3339
<b>TOTAL REPORTERO/AS</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>9546</b>

Véase **Tabla 24**

### Presentando las noticias

En general, las mujeres presentan 52% de las notas que aparecen en televisión y 45% de las transmitidas por radio.

Estudiando las estadísticas regionales para la radio, encontramos que Europa y Oriente Medio son las únicas regiones donde el número de notas presentadas por mujeres es igual al de notas presentadas por hombres. Disparidades por sexo se presentan en el resto de las regiones, cayendo por debajo del promedio mundial de 45% y registrando desigualdades grandes en El Caribe (sólo 16% de las notas en la radio están a cargo de mujeres) y América Latina (29%).

Las estadísticas regionales para la televisión muestran que la región del Caribe, seguida de Asia, exceden la paridad de notas presentadas por mujeres al ser mayor en número que las presentadas por hombres. 60% de las notas transmitidas a través de la señal televisiva en El Caribe las presentan mujeres, cifra que en Asia corresponde a 52%. Las regiones restantes caen por debajo del promedio mundial que es de 52%, siendo la región Pacífico la que presenta la desigualdad más grande (sólo 26% de las notas son presentadas por mujeres), seguida de América del Norte (32%).

#### 24. Notas por presentadoras y reporteras mujeres, por región: 2000-2010

Région	2000	2005	2010	Total N
África	36%	41%	34%	1658
Asia	42%	49%	44%	3729
Caribe	41%	41%	34%	897
Europa	40%	42%	41%	7244
América Latina	28%	38%	38%	2328
Medio Oriente	47%	41%	46%	991
América del Norte	46%	48%	35%	407
Pacífico	49%	50%	35%	751
<b>TOTAL</b>			<b>42%</b>	<b>18005</b>

\* Datos 1995 no comparable debido a cambios en las agrupaciones regionales



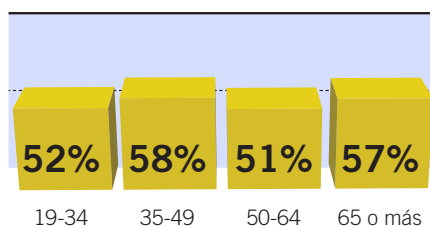
### 3. Presentando Las Noticias

#### 25. Notas presentadas en radio y televisión, por región, por sexo de los anunciadores/presentadores: 2010

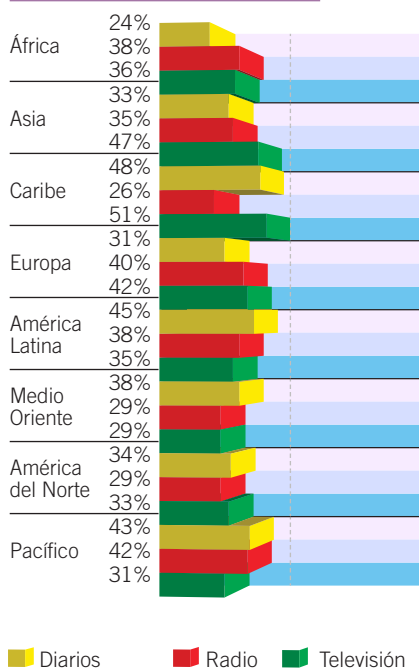
	RADIO			TELEVISION		
	Mujer	Hombre	N	Mujer	Hombre	N
África	34%	66%	447	44%	56%	505
Asia	43%	57%	1137	52%	48%	1881
Caribe	16%	84%	434	60%	40%	252
Europa	50%	50%	2126	44%	56%	3063
América Latina	29%	71%	805	41%	59%	1037
Medio Oriente	50%	50%	501	44%	56%	349
América del Norte	42%	58%	91	32%	68%	132
Pacífico	44%	56%	184	26%	74%	368
<b>TOTAL</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>	<b>5725</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>7587*</b>

\*Estadísticas sobre radio solamente de Canadá. No se monitorearon notas de radio en los EEUU

#### 26. Notas presentadas en televisión por anunciadoras, por edad del anunciador/presentador: 2005-2010.



#### 27. Notas por reporteras, por región, por medio: 2010



#### Véase Tablas 25 y 26

Cinco años atrás, sólo 7% de las notas con presentadores entre 50 y 64 años de edad fueron presentadas por mujeres. A la fecha, la estadística es 51%, lo que sugiere un posible logro de paridad numérica con los presentadores hombres en el mismo grupo de edad. Se requiere de mayor investigación para confirmar si en efecto este es el caso.

### Reportando las noticias

Un escrutinio más detenido de las cifras regionales referentes a las notas periodísticas por sexo del reportero y por medio, muestra un patrón común. En todos los medios en todas las regiones, las notas a cargo de mujeres comprenden menos de 50% del total del número de notas reportadas, con excepción de las notas que aparecen en televisión en El Caribe. En la mayor parte de las regiones, las mujeres reportan entre 20% y 40% de todas las notas periodísticas. El Caribe está a la égida con la mayor proporción de notas escritas en los diarios a cargo de reporteras (48%), lo mismo que notas a cargo de reporteras en la televisión (51%). Las cifras del Caribe resultan interesantes dado que al mismo tiempo la región se rezaga en la proporción de notas que se transmiten por la radio y que están a cargo de reporteras, con 26%.

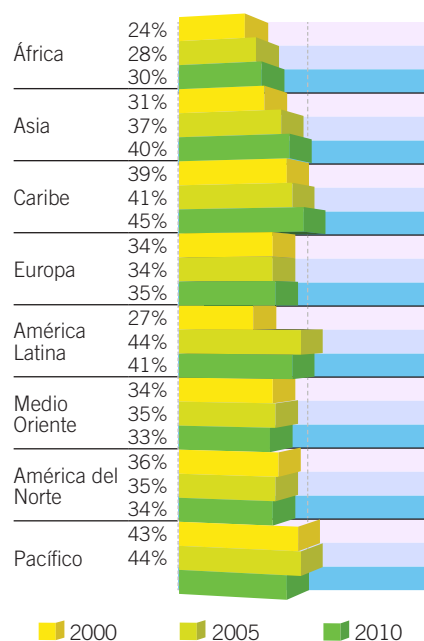
La región Pacífico encabeza como región la mayor proporción de notas en radio reportadas por mujeres, con 42%. No obstante, la región no está muy por delante de Europa donde 40% de las notas transmitidas por radio las reportan mujeres, África (38%) y América Latina (38%).

#### Véase Tabla 27

Posterior escrutinio de las cifras regionales en el periodo 2000 a 2010 deja ver que hay una mejora en el porcentaje de notas a cargo de reporteras en la mayoría de las regiones. El desempeño impresionante de América Latina se repite aquí, la región da una zancada excepcional al pasar de 27% de las notas reportadas por mujeres en 2000 a 41% en 2010. África también mejoró al pasar de 21% a 30%, aunque muy por debajo del promedio mundial que es de 37% y quedando rezagada de otras regiones en relación con este indicador. El Caribe nuevamente lleva la delantera con 45% de las notas reportadas por mujeres. Observamos una regresión en la región Pacífico que podría deberse al gran tamaño de la muestra en 2010, lo cual posiblemente sea un mejor reflejo de la situación actual de la región.

En general, no se repitió la reducción en la desigualdad entre sexos registrada entre 2000 y 2005; el porcentaje mundial de notas reportadas por mujeres permanece en 37%, un hallazgo exactamente similar al descubierto hace cinco años.

#### 28. Notas por reporteras, por región: 2000-2010.

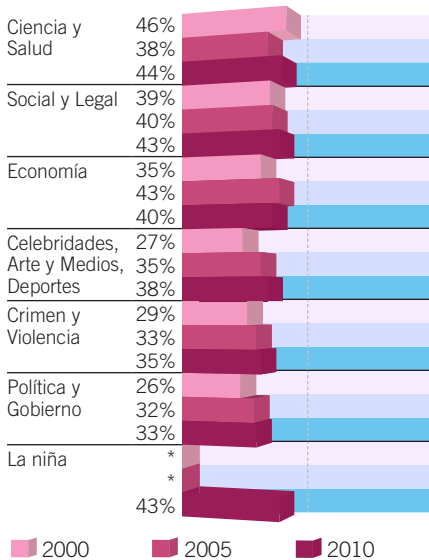


Estudiando las cifras por temas, encontramos que el porcentaje de notas reportadas por mujeres comparadas con las reportadas por hombres se incrementó en el decenio pasado en los temas más importantes, excepto en "ciencia/salud". Los cambios van de entre 3 a 11 puntos porcentuales, el

mayor incremento siendo en notas sobre "celebridades/artes". Sin embargo, las notas por reporteros siguen excediendo a las reportadas por mujeres en todos los temas.

En el caso de 4 temas principales, el orden en cuanto a qué probabilidad hay de que una nota sea reportada por una mujer en comparación con aquellas reportadas por hombres se revirtió en relación con el orden descubierto en 2000, año en que se midió por primera vez este indicador. Las notas en los temas principales de política/gobierno y crimen/violencia han permanecido como los menos probables a reportar por mujeres. Por el contrario, aquellas notas en ciencia/salud y social/jurídico siguen siendo los temas que tienen mayores probabilidades de ser reportados por mujeres. Reflexionando en el hallazgo de que a los dos primeros temas se le asigna un lugar destacado en la jerarquía de la agenda de prioridades de los medios noticiosos, podemos concluir que es mucho más baja la probabilidad de que asignen a las mujeres las notas que los tomadores de decisiones en las redacciones consideran con valor noticioso, en comparación con la probabilidad de que les asignen las notas a las que dan la prioridad más baja.

**29. Notas por reporteras, por temas principales: 2000-2010.**

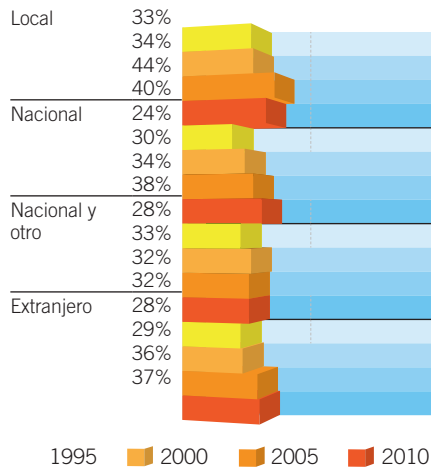


\* Esta categoría contenía menos del 1% del número total de las notas en el GMMP. Éste no fue un tema separado en el 2000 y 2005, por tanto las estadísticas no están disponibles

A las/los voluntarios que realizaron el monitoreo se les pidió codificar el alcance de la nota, esto es, si pertenecían a eventos locales, nacionales o internacionales. Las notas que correspondían a eventos locales, el país y otros —como las que tenían un enfoque regional— fueron codificadas como "nacional y otro".

Hasta cierto punto, las notas internacionales y nacionales ahora tienen la misma probabilidad de que las reporten mujeres, como lo son las notas locales. 40% de las notas locales las reportan mujeres, 38% de las notas nacionales y 37% de las notas internacionales. Esta situación es distinta a la de hace 5, 10 y 15 años cuando un alto porcentaje de noticias locales las reportaban mujeres en comparación con noticias de mayor alcance. Entonces, aun cuando la división entre notas locales, nacionales e internacionales se hace más borrosa en términos del porcentaje de notas asignadas a reporteras, sigue permaneciendo la desigualdad entre sexos en todo el rango de notas.

**30. Notas por reporteras, por alcance: 1995-2010.**



\* Estadísticas de las notas codificadas como 'no se sabe' no se muestran.

Las notas a cargo de reporteras contienen más sujetos de las noticias mujeres en comparación con las notas por reporteros. Esta tendencia ha persistido a lo largo de los últimos 10 años. En 2000, 24% de los sujetos de las noticias en notas a cargo de reporteras eran mujeres, en contraste con sólo 18% en las notas a cargo de reporteros. A la fecha, las estadísticas se mantienen en 28% y 22% respectivamente. Estas cifras reflejan una tasa de avance extremadamente lenta durante ese decenio, hacia un periodismo con mayor equilibrio de género.

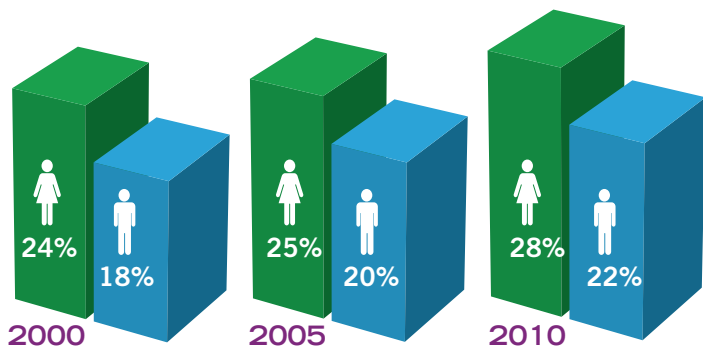
**Véase Tablas 31 y 32**

Hace cinco años 34% de las notas a cargo de reporteros en el grupo de 35-49 años de edad las cubrían mujeres, comparado con 42% de las notas en 2010. La proporción de notas a cargo de mujeres en el grupo de reporteros entre 50-64 años de edad también se ha incrementado notablemente, al pasar de 17% en 2005 a 40% a la fecha. Para que este hallazgo sea concluyente se requiere de investigación complementaria.

En general, los hallazgos sugieren que se ha ganado terreno en los grupos de mayor edad. Interesantemente, las estadísticas correspondientes al grupo de 19-34 años de edad han caído muy por debajo de la paridad. En 2005, 52% de las notas a cargo de reporteros en este grupo de edad fueron reportadas por mujeres, mientras que ahora sólo 39% están a cargo de reporteras. Este hecho, no obstante los avances, ha resultado en una situación donde las notas a cargo de reporteras ahora son superadas en número por las notas a cargo de reporteros en todos los grupos de edad.

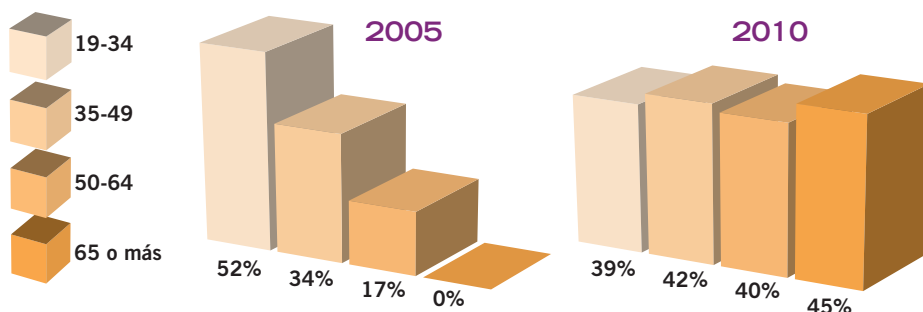
### 3. Presentando Las Noticias

#### 31. Sujetos femeninos de las noticias, por sexo del reportero: 2000-2010



\* No se muestra: Otras Fuentes (transgénero, transexual, cada uno muestra menos del 0.2% por reporteras/ros mujeres y hombres), y fuentes que no se podían clasificar

#### 32. Notas por reporteras de noticias transmitidas por televisión, por edad de la reportera: 2005-2010.



\* Solamente 1 reportero 65 años y mayor en 2005

## Comentario especial de Amie Joof Cole

El enfoque que prevalezca hacia el periodismo en una sala de redacción determina qué tan sensible sea a la cuestión de género; donde el "enfoque" se considera como la interacción entre diversos aspectos. Estos aspectos incluyen la política editorial, el nivel de consciencia de género que tenga el editor lo mismo que su compromiso, asignación de las notas periodísticas, el ángulo de la historia, las técnicas de entrevista, el lenguaje empleado, la selección de imágenes, la cantidad de espacio que se asigna a los temas que preocupan a los grupos marginados (de los cuales las mujeres constituyen una mayoría sustancial) así como asegurar ética y calidad en la cobertura de las noticias.

La investigación del GMMP 2010 ha encontrado algunos cambios positivos en las dimensiones de género presentes

en los medios noticiosos estudiados. No obstante lo pequeño de los cambios señala un número de posibles factores que contribuyen a ello. Mi comentario se concentra en factores presentes en las salas de redacción y el proceso mismo de producción de las noticias.

Las preguntas que de inmediato vienen a la mente son: ¿Cuál es la naturaleza de las rutinas de producción y procesos en las empresas de medios?, ¿quién supervisa estos procesos y qué posición ocupan mujeres y hombres?, ¿las mujeres ocupan puestos de influencia?, ¿las salas de redacción cuentan con un directorio de expertas en mujeres que puedan servir como fuente de noticias?, ¿las salas de redacción cuentan con directrices que mejorarían su trabajo para reportar sobre asuntos de género?, ¿las empresas de medios cuentan con programas de

asesoría para reportar sobre género y desarrollo?, ¿las empresas de medios cuentan con mecanismos efectivos de supervisión y evaluación para asegurar una presentación justa de género y mejorar el equilibrio de género tanto en las salas de redacción como en las prácticas periodísticas?

Para iniciar, los editores en la sala de redacción, los editores de los artículos y los reporteros de mayor antigüedad que en su mayoría son hombres, por lo general son los encargados de asignar las notas a reporteros y periodistas. La ubicación en un puesto en las empresas de medios no siempre se basa en las calificaciones que se tengan para cubrir ciertas áreas; siguen predominando los estereotipos en la distribución de las notas. Las periodistas siguen cubriendo lo que se denominan como notas "suaves" como cultura, salud

y otros temas sociales en lugar de reportar lo que podría verse como temas más desafiantes como política, negocios, tecnología, ciencia, elecciones y finanzas. Es muy rara la vez que se considera a las periodistas como "grandes reporteras".

Además, es importante que quienes toman decisiones en las salas de redacción sean conscientes de la necesidad de que el trabajo de reportaje se desarrolle con equilibrio de género y que sean mentores que puedan guiar a sus colegas en la producción de una cobertura de género más justa. Como directores que supervisan el proceso de producción de noticias, es vital que reconozcan el valor que tiene mejorar desde una perspectiva de género las habilidades para el reportaje de sus periodistas, lo que a su vez mejorará la calidad general de los reportajes. Quienes tienen la responsabilidad de tomar decisiones en las salas de redacción necesitan recordar constantemente a los reporteros, durante las reuniones editoriales y antes de la asignación de notas, la importancia de poner atención a altos estándares de profesionalismo, ética y creatividad, donde el equilibrio de género y la imparcialidad de género sean elementos integrales del profesionalismo.

En un escenario distinto, un reportero puede tener sensibilidad de género y puede presentar notas progresistas, con equilibrio de género, pero no tiene la palabra final sobre los criterios editoriales. Tomando el caso de África, donde por lo general la mayoría de los *gatekeepers* de los medios, editores y reporteros de mayor antigüedad son hombres, ciertos prejuicios sobre el género en el contenido de los medios no ocurren por accidente. Estos prejuicios se reflejan en la forma como se distribuye la asignación, quién cubre qué historia, la forma en que la nota se re-escribe y edita, a que fuentes recurren los reporteros y las perspectivas que se ven como importantes y que deben mantenerse, sólo para mencionar algunos. De hecho la ausencia de diversidad de voces en las noticias refleja el *status quo* en una sociedad que sigue descansando en estereotipos que son parte de nuestra cultura compartida, dando más voz a los hombres que a las mujeres como fuentes y proveedores de información y conocimiento. La mayor parte de las voces en las noticias son masculinas y dan pauta a las formas como se conducen las salas de redacción, el primer objetivo es conseguir la nota independientemente del hecho que es

posible diversificar las fuentes.

Otra área sobre la cual vale la pena reflexionar es la naturaleza compleja de las empresas de medios. La mayor parte de ellas cuentan con unidades/secciones y/o escritorios que tratan con distintos aspectos de la programación como educación, reportajes y/o documentales, deportes, la redacción, drama, etcétera. La experiencia muestra que hay momentos en los cuales hay muy poca o nada de coordinación entre las diferentes unidades y secciones, particularmente en las salas de redacción. En los lugares donde la sala de redacción y las unidades de producción no operan juntas para producir reportajes de calidad, habrá oportunidades perdidas de hacer una cobertura con perspectiva de género. Esto resulta particularmente cierto para los medios noticiosos de radio, televisión e impresos donde la naturaleza de los eventos que dirigen las prácticas de producción de noticias aunado con la necesidad de producir resultados rápidos llevan a la pérdida de oportunidades para incorporar una perspectiva de género o incluso de derechos al momento de la cobertura. Cómo vincular el género, en tanto que hilo conductor transversal a los temas de desarrollo, sea que se trate de educación, salud, derechos humanos, pobreza, buen gobierno, democracia, elecciones, VIH y SIDA, salud reproductiva o aspectos de economía, sigue siendo un desafío para los medios.

Las preocupaciones de género siguen relegadas a las revistas, discusiones, reportajes o documentales en los medios difusores. En ocasiones, programas de revistas dirigidos a una audiencia preponderantemente femenina se los califica erróneamente de "programas de género". Experiencia con empresas de medios en África revela la impresión de que "género" es sinónimo de "mujer". Esto sugiere una comprensión inadecuada del concepto y del impacto que tienen en el avance de la sociedad las relaciones de poder asimétricas. Las audiencias de los medios esperan que las columnas o transmisiones sobre "género" se enfoquen en "temas de mujeres". Esta observación sugiere la necesidad de establecer la perspectiva de género en las empresas de medios como una decisión de la gestión que requiere el pleno apoyo de los *gatekeepers* en las salas de redacción, las unidades/ departamentos de producción y otros segmentos de las empresas de medios.

A ello está relacionado el nivel de consciencia y conocimiento sobre las

cuestiones de género, protocolos de género y de lo que implican, así como compromiso institucional a un trabajo de reportaje con equilibrio de género. Donde la consciencia es baja, las notas tienden a reforzar los estereotipos de género en lugar de cuestionarlos. Donde la consciencia es alta y hay políticas de género internas, directrices, materiales y recursos, la tendencia será producir notas que cuestionen los estereotipos de género, destaquen la igualdad o desigualdad de género e incluso apliquen políticas de igualdad de género nacionales o instrumentos jurídicos de derechos humanos y derechos de las mujeres como base de la programación y contenido de las noticias. La mayor parte de las empresas de medios carecen de recursos materiales y directrices de política que puedan servir de guías para las/los reporteros.

Un marco de política interna que apoye la cuestión de género pero que esté aislado no es suficiente; tiene que contar con el respaldo de un programa sistemático de capacitación que podría consistir de sesiones breves de capacitación formal con un trabajo de asesoría interna y actividades de asesoría, tomando en consideración la estructura de la sala de redacción, las dinámicas, el personal y otros requisitos. La capacitación debe iniciar en las instituciones educativas dedicadas a la formación de periodistas para continuar en las empresas de medios. Las instituciones educativas que forman periodistas, por su parte, tienen la responsabilidad de revisar los programas de estudio, incorporar la cuestión de género en la enseñanza, desarrollar los recursos de capacitación pertinentes y fomentar en las/los estudiantes que se emprendan en la investigación de las cuestiones de género y medios. Incluir la perspectiva de género en la formación para los medios y para periodismo desarrollar las capacidades periodísticas para cuestionar los estereotipos que siguen relegando a las mujeres y asegurar en los medios noticiosos una cobertura con justicia de género. Asimismo, mejorará las destrezas y capacidad de las/los docentes para enseñar un periodismo que está consciente y sea sensible a las preocupaciones sobre la desigualdad y discriminación por razones de género. Finalmente, los planes internos deben contar con indicadores para vigilar impactos, en términos no sólo de cantidad, calidad y diversidad de voces sino la periodicidad de las notas y programas sobre temas de igualdad de género.



### 3. Presentando Las Noticias

Un enfoque holístico como éste reducirá la brecha que existe entre los *gatekeepers* y quienes toman decisiones, por un lado, y los reporteros y productores por el otro, y gradualmente puede ayudar a transformar la práctica en los medios. La mayor parte de las empresas de medios y, sindicatos y asociaciones de periodistas no han estructurado planes sistemáticos de capacitación o programas de asesoría con un componente de género bien integrado, para sus trabajadores e integrantes.

La capacitación y sensibilización de los editores, reporteros y periodistas es una condición *sine qua non* para abordar el trabajo de reportaje estereotipado. Si consideramos empresas de medios que raramente tienen ejemplos de reportajes con una consciencia de género, notamos algunos factores que contribuyen a ello. De primera importancia es la voluntad política en el nivel más alto. Nuevamente tomando un ejemplo de África, encontramos una fuerte correlación entre lo que transpira en el ámbito nacional en términos de políticas y programas de género y desarrollo de acuerdo con la Plataforma de Acción de Beijing, el Protocolo a la Carta de la Unión Africana sobre los derechos de la mujer, protocolos sobre género y desarrollo, y otros instrumentos y la forma como los medios informan sobre temas de género y desarrollo. En los ámbitos nacional y regional, la mayor parte de los gobiernos han ratificado y adoptado todos los protocolos mencionados. No obstante, dichos protocolos no han sido aplicados de forma significativa debido a ciertas reservas con respecto a algunos artículos especialmente aquellos relativos a la cultura, la tradición, la religión y el derecho consuetudinario. En algunos casos, las disposiciones en los protocolos contradicen las legislaciones nacionales, lo que resulta en políticas con vacíos evidentes. Lo que esto implica es ausencia de voluntad política para establecer o aplicar efectivamente políticas de género; también implica resistencia al cambio no sólo por parte de quienes tienen el poder sino de una sociedad predominantemente patriarcal. Siendo los medios parte de esa sociedad, la sigue al dedillo, con actitudes y perspectivas que se reflejan en y a través de la cobertura que hacen los medios y de su cultura interna. Esto explica, en cierta medida, los sesgos y estereotipos que se muestran a través

de la cobertura que hacen los medios. Los medios reflejan la sociedad a tal punto que los reportajes y prácticas son una reverberación del sesgo y discriminación que tienen lugar en las experiencias vividas.

El nivel de capacitación y formación está estrechamente vinculado con el reclutamiento, desarrollo de una carrera y avance de la misma, así como con la capacidad de responder profesionalmente a las injusticias de género en las empresas de medios, sindicatos y asociaciones. Esto incide en las oportunidades para que las mujeres ocupen puestos de liderazgo y de toma de decisiones. Los vacíos en estos factores combinan resultados que perpetúan el *status quo* de hombres dominando puestos de liderazgo en los medios, sindicatos y asociaciones. El ciclo se reproduce cuando los propietarios de los medios asignan puestos de responsabilidad a hombres en lugar de asignarlos a mujeres, siendo la principal razón que se cita el prejuicio contra las responsabilidades familiares de las mujeres. Que las mujeres ocupen pocos puestos de liderazgo en los medios limita las posibilidades a que tienen acceso para influir sobre los contenidos a favor de las mujeres o en las preocupaciones referentes a la igualdad de género.

Los resultados y análisis del GMMP apoyan el argumento a favor de establecer una política de género y directrices para el trabajo de reportaje, respaldada por una supervisión y una evaluación efectivas en las empresas de medios, para así contribuir a un trabajo informativo más justo, equilibrado y ético. Para ello sigue siendo una condición *sine qua non* la capacitación y sensibilización de los editores, reporteros y periodistas.

## Resumen de hallazgos

■ **Para las notas transmitidas por televisión, la radio o que aparecieron en los diarios, el porcentaje de aquellas a cargo de reporteras es exactamente el mismo al registrado en 2005, esto es 37%.**

El porcentaje de notas a cargo de reporteras en los tres medios combinados subió hasta 2005. La estadística para la radio es de destacar por el fuerte incremento que presentó entre 2000 y 2005 (al pasar de 27% a 45% de las notas reportadas por mujeres), seguido por un desplome impresionante de ocho puntos porcentuales 5 años después. El retroceso en la radio entre 2005 y 2010 explica el estancamiento en el promedio estadístico general encontrado en 2010.

■ **Mujeres presentan 52% de las notas en televisión y 45% en la radio.**

El promedio del total de notas en televisión y radio presentadas por mujeres es 49%, menos de la mitad del número total de notas en ambos medios combinados, una caída de 4 puntos porcentuales desde 2005 y por debajo de la cifra de 1995, cuando fue de 51%.

■ **Ahora más notas en televisión las presentan mujeres en edad madura en comparación con hace 5 años.**

Hace cinco años, sólo 7% de las notas presentadas por personas de entre 50 y 64 años de edad fueron presentadas por mujeres. A la fecha, 51% de las notas presentadas por personas en este rango de edad, las presentan mujeres, lo cual sugeriría un posible logro de paridad numérica con los presentadores hombres de la misma edad. Hace falta mayor investigación para confirmar si éste es, en efecto, el caso.

Asimismo, el porcentaje de notas a cargo de reporteras en los rangos de mayor edad se incrementó. Hace cinco años 34% de las notas a cargo de reporteros entre 35 y 49 años de edad las cubrieron mujeres. La cifra se incrementó a 42% en 2010. La proporción de notas a cargo de mujeres en el grupo de reporteros entre 50-64 años de edad también se incrementó notablemente, al pasar de 17% en 2005 a 40% a la fecha. Nuevamente, es esencial realizar investigación complementaria para confirmar esta posible tendencia.

■ **Desde 2000 el porcentaje de notas reportadas por mujeres comparadas con las reportadas por hombres se ha incrementado en todos los temas principales excepto en “ciencia/salud”. No obstante, las notas de los hombres reporteros siguen superando a las presentadas por mujeres reporteras en todos los temas.**

Los cambios van de 3 a 11 puntos porcentuales, el mayor incremento se presenta en notas sobre “celebridades/ artes”. Los hombres reportan 67% de notas sobre política/gobierno; 65% de notas sobre crimen/violencia y 60% de notas sobre economía. El porcentaje de notas sobre ciencia/salud reportadas por mujeres declinó abruptamente entre 2000 y 2005 al pasar de 46% a 38%, un decremento seguido por un incremento a 44% en el periodo subsecuente de 5 años que, sin embargo, no ha sido suficiente para recuperar la proporción y colocarla al nivel registrado hace un decenio.

Las estadísticas sugieren fuertemente que es menos probable que las notas con alto valor noticioso para quienes toman decisiones en las redacciones sean asignadas a reporteras, mientras que aquellas a las que asignan menor prioridad tienen mayores probabilidades de que sean asignadas a reporteras.

■ **Ahora, las mujeres reportan notas internacionales y nacionales casi en la misma proporción que reportan notas locales.**

Esta situación difiere con la del periodo de 1995 a 2005 cuando hubo más probabilidades de que las notas locales fueran reportadas por mujeres en comparación con aquellas notas de mayor alcance. Las mujeres reportan 40% de las notas locales, 38% de las nacionales y 37% de las internacionales. Entonces, si bien en términos de porcentaje de notas asignadas a reporteras la división entre notas locales, nacionales e internacionales se hace más tenue, en general la desigualdad según el sexo del informante sigue siendo muy grande sin importar el alcance de las notas.

■ **Las notas a cargo de reporteras contienen más sujetos femeninos de las noticias en comparación con las notas que presentan sus homólogos hombres.**

Esta tendencia ha persistido en los últimos diez años. En 2000, 24% de los sujetos de las noticias a cargo de reporteras fueron mujeres, en contraste con sólo 18% en las notas a cargo de reporteros. A la fecha las cifras son 28% y 22% respectivamente.

Las estadísticas reflejan una tasa de avance extremadamente lenta a lo largo del decenio, hacia un periodismo con mayor equilibrio de género



GMMP Monitors, Ethiopia

## 4. Contenido De Las Noticias

### Centralidad de las mujeres en las noticias

El concepto de "centralidad de las mujeres" en las noticias hace referencia a la medida en que las mujeres "figuran en las noticias" de manera significativa. Aun cuando la mayor parte de las personas cuyas acciones y opiniones se informan en las noticias son hombres, a veces las mujeres aparecen como elemento central en algunas notas. Algunos ejemplos son notas que abordan asuntos que afectan a las mujeres de formas particulares, por ejemplo, notas acerca de los "techos de cristal" que limitan a las mujeres en el empleo o notas acerca de las abuelas en África, cargadas con el cuidado de los huérfanos a causa del SIDA.

La investigación del GMMP encontró que las mujeres son centrales en sólo 13% del total de notas, lo cual, sin embargo, es una mejora estadísticamente significativa al haber subido de 10% en 2005.

No ha habido, sin embargo, mejora en los últimos cinco años con respecto a las probabilidades de que las notas se centren en las mujeres en noticias sobre temas social/jurídico, crimen/violencia y celebridades. En noticias sobre "política/gobierno" ahora las mujeres son centrales en 13% de las notas, en comparación con 8% en 2005; en "ciencia/salud" de 6% en 2005 a 16% en 2010, y en notas sobre "economía" pasaron de 3% a 11%.

#### Véase Tabla 33

Aun cuando las notas sobre economía han incrementado en 4 veces su propensión a centrarse en las mujeres, observamos que en sub-temas importantes como aquellos sobre políticas económicas y la economía rural se encuentran entre aquellos con porcentajes alarmantes de notas donde las mujeres no son centrales. Para ambos sub-temas, más de 95% de las notas no se enfocan centralmente en las mujeres.

Los hallazgos de 2010 evidencian una diferencia visible en los patrones de información entre reporteras y reporteros, a diferencia de 2005 cuando no se detectó una diferencia real en este indicador. Observando con mayor cuidado al personal detrás de las notas, encontramos que las mujeres son centrales en 13% de las notas a

cargo de reporteras en contraste con 10% de las notas a cargo de reporteros, descubriendo una diferencia significativa en los patrones de reporte.

### (Des)igualdad de género en las noticias

Se observa un ligero avance en la proporción de notas periodísticas que destacan temas de igualdad de género o de desigualdad. En 2005, 4% de las historias destacaban temas de desigualdad; a la fecha la cifra es de 6%.

Algunas regiones han mejorado notablemente. Vale la pena destacar la de América Latina ya que triplicó la proporción de tales notas, al pasar de 4% en 2005 a 12% en 2010. América del Norte y El Caribe estaban a la cabeza con 5% en 2005. Ahora descendieron al segundo y tercer lugar respectivamente alcanzando el doble del porcentaje que consiguieron cinco años atrás. El aparente avance en reportaje en Oriente Medio que pasó de 1% de notas que destacan la (des)igualdad de género en 2005 a 4% en 2010, podría ser, de hecho, una verdadera representación de la región: el incremento en la participación de países, al pasar de 2 en 2005 a 6 en 2010, podría explicar el nuevo hallazgo cercano al promedio mundial de 6%.

Otras regiones se han estancado o retrocedido, como en el caso de la región Pacífico que cayó dos puntos porcentuales al pasar de 3% en 2005 a sólo 1% en 2010. Sin embargo, este retroceso en la región Pacífico puede explicarse por el tamaño de la muestra, que fue más grande, de países participantes de esa región, lo que sugeriría a su vez un hallazgo que podría ser más representativo de la región en este momento.

#### Véase Tabla 34

En 2005 las mujeres reportaron 47% de las notas donde se abordaron temas de desigualdad con el restante 53% reportado por hombres. Estos hallazgos son más o menos similares a los resultados de la investigación en 2010. En 2005 las mujeres reportaron 36% de las notas que no destacaron un aspecto de desigualdad y los hombres reportaron 64%. El *status quo* se mantuvo en 2010.

El estancamiento en el promedio mundial implica que los patrones periodísticos generales en el trabajo de reportaje permanecieron sin cambios. Esto es, las cifras nacionales muestran variaciones entre reporteras y reporteros.

#### Véase Tablas 35 y 36

Al desagregar las cifras para 2010 por regiones, aparecen varios patrones. En África, Europa y América Latina es más probable que las notas a cargo de reporteras aborden temas de igualdad o desigualdad de género en comparación con notas a cargo de reporteros. En África 7% de las notas a cargo de reporteras comparadas con 4% de las notas por reporteros evocan temas de (des)igualdad. En Europa las estadísticas son 7% de las notas por mujeres y 3% de notas por hombres, mientras que en América Latina los hallazgos son de 12% y 10% para reporteras y reporteros respectivamente. La diferencia que se notó en América del Norte es estadísticamente insignificante, mientras que nada de ello se encontró en Asia y Oriente Medio. La región del Caribe es sorprendente en cuanto a que, es más probable que las notas a cargo de reporteros (18%) destaquen temas de (des)igualdad en comparación con las notas a cargo de reporteras (10%).

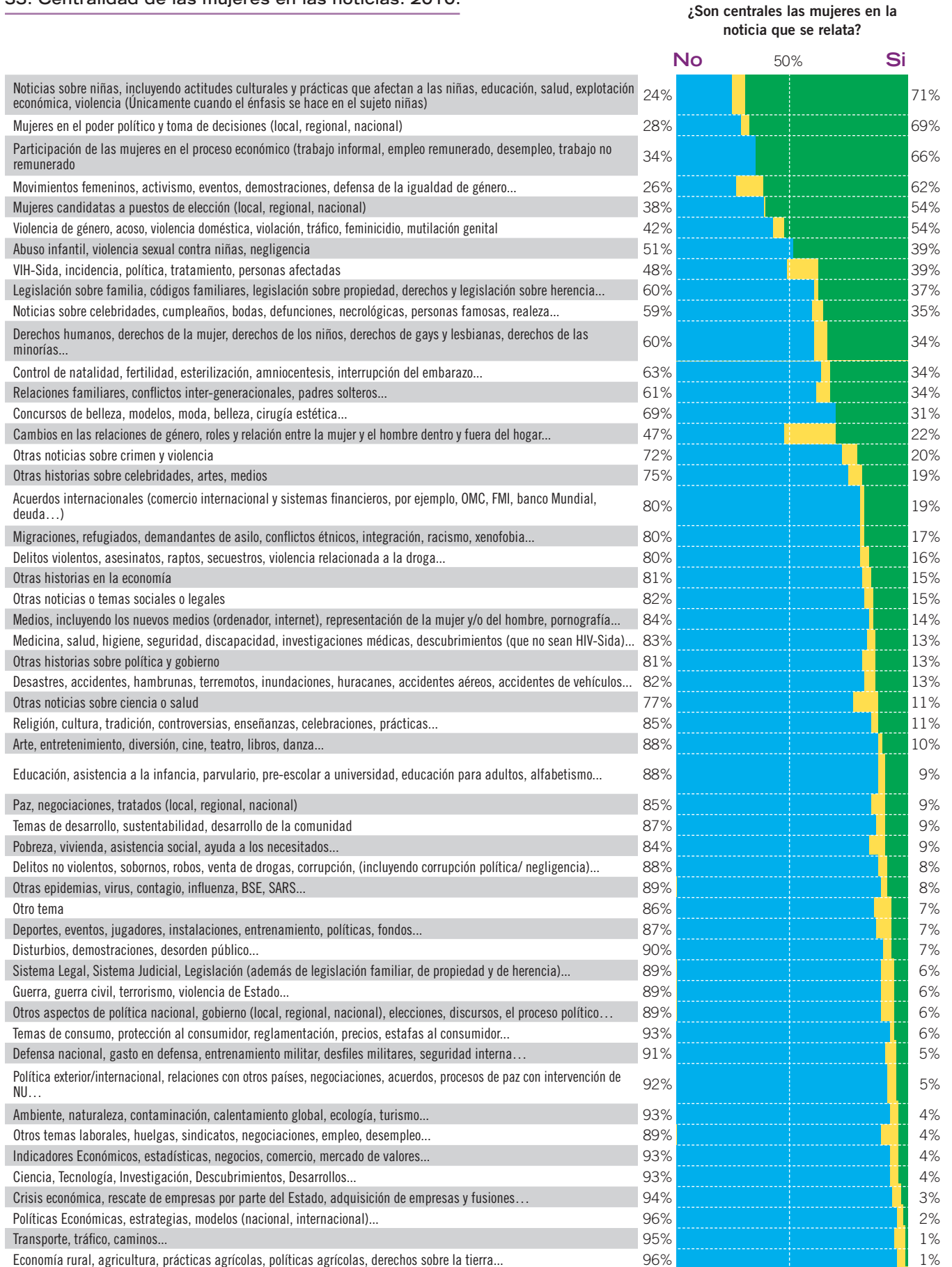
Observando la proporción mujer-hombre del sujeto de las noticias en notas donde se abordan temas de igualdad de género, encontramos patrones muy distintos. En El Caribe la proporción mujer-hombre en notas que abordan temas de (des)igualdad es de 1:2. Las brechas en Asia, el Pacífico, América del Norte y Europa son mucho menores, con promedios de 5:6. En Oriente Medio la proporción es enorme: sólo 3 de cada 10 individuos en las notas que destacan la (des)igualdad son hombres.

#### Véase Tablas 37 y 38

No es sorprendente hallar que las notas que tratan explícitamente sobre la mujer, como las que abordan el control de la natalidad y sobre la participación de las mujeres en la economía tengan un lugar muy alto en la lista (jerarquización en orden descendente) de notas que destacan temas de (des)igualdad de género. 39% de las notas sobre control de la natalidad destacan desigualdades de género mientras que 31% lo hace al



33. Centralidad de las mujeres en las noticias: 2010.



No No se sabe Si



#### 4. Contenido De Las Noticias

abordar la participación de las mujeres en la economía. Una porción mínima de notas referentes a temas de preocupación para las mujeres desde una perspectiva de igualdad de género, de hecho, destacan la (des)igualdad, por ejemplo, sólo 3% de las notas sobre política nacional, 3% sobre pobreza y 2% sobre educación.

Haciendo un escrutinio en la lista de notas por lugar de importancia, revela que los temas principales sobre "ciencia/salud" y "social/jurídico" contienen mayor proporción de notas que destacan temas de (des)igualdad, en comparación con temas en los cuales las mujeres han sido históricamente marginadas, a saber, "política" y "la economía". La principal preocupación es que a estos temas se les asigna relativamente poco espacio en las noticias en contraste con otros temas principales. Entonces, el impacto general de estas notas en estos temas que, ciertamente, destacan los temas de desigualdad es de hecho muy mínimo en el contexto más amplio de las noticias.

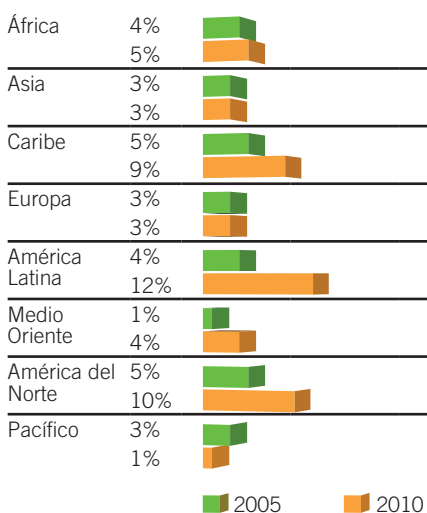
La segunda y quizá más seria preocupación es que las proporciones de notas, relativamente pequeñas, que destacan temas de desigualdad en temas donde las mujeres han sido históricamente marginadas en las experiencias, reales, vividas, a saber "política" y "la economía", significa que no se cuestiona el *status quo*. La escasez de notas que cuestionen los estereotipos en estos temas implica una continua propagación de desigualdades así como muchas oportunidades perdidas para incrementar la consciencia pública y fomentar el debate en torno a estas cuestiones.

### Estereotipos de género en las noticias

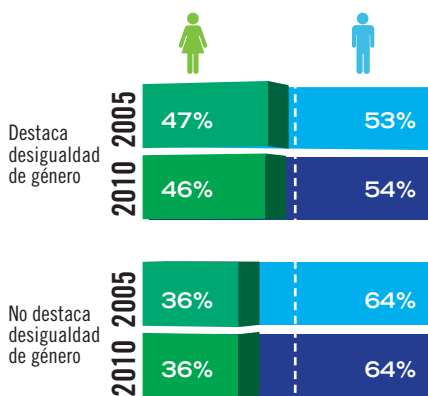
A las/los voluntarios que realizaron el monitoreo se les pidió clasificar las notas en (1) aquellas que refuerzan los estereotipos de género, (2) aquellas que cuestionan los estereotipos de género y (3) aquellas que no cuestionan pero que tampoco refuerzan los estereotipos. Las notas que cuestionan los estereotipos incluyen aquellas que trastocan los supuestos comunes sobre las mujeres y los hombres en términos de sus atributos, rasgos, roles u ocupaciones. A la inversa, las notas que refuerzan los estereotipos reinscriben en un contexto cultural dado los supuestos generalizados, simplistas y frecuentemente exagerados de lo masculino y lo femenino.

Los resultados del monitoreo 2010 son sorprendentemente distintos a los obtenidos en 2005, en la perspectiva de los esfuerzos realizados para desarrollar

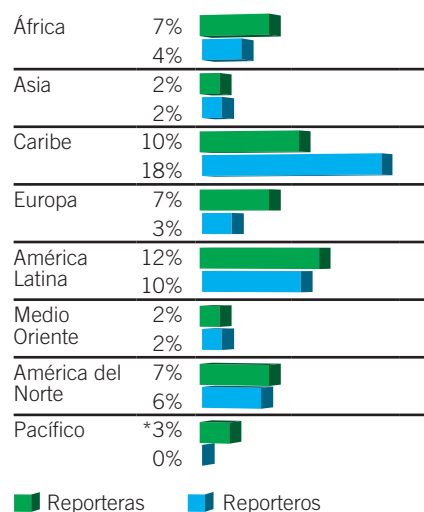
**34. Notas en las que se abordan temas de igualdad o desigualdad de género, por región: 2005-2010.**



**35. Notas donde se abordaron temas de (des)igualdad de género, por sexo del reportero: 2005-2010.**



**36. Notas donde se abordaron temas de (des)igualdad de género, por región, por sexo del reportero: 2010 .**



\* Solamente el 1% de las notas de la región Pacífico en el día del monitoreo global destacó temas de equidad de género, por tanto esta estadística debe ser interpretada con precaución.

una comprensión compartida de los conceptos "estereotipados". Comentarios y sugerencias hechas por voluntarias/voluntarios que participaron en la investigación de 2005 revelaron que si bien eran capaces de identificar gran número de noticias que contenían estereotipos, no pudieron codificarlas apropiadamente debido a la falta de claridad en esta pregunta. La pregunta se precisó en 2010 y se agregaron imágenes con ejemplos de "estereotipos". Se proporcionó bastante capacitación y se realizaron intercambios constantes colectivos, virtuales o en persona con respecto al concepto, cómo identificar "estereotipos" y cómo responder a la pregunta. Se proporcionó capacitación en múltiples niveles, desde un taller de capacitación mundial a diversos talleres regionales y talleres nacionales, hasta capacitación a los equipos pequeños de monitoreo local. Dada la diversidad de estereotipos, en diferentes contextos culturales, se alentó a que los líderes de los equipos de monitoreo identificaran y discutieran ejemplos exhaustivamente con las/los voluntarios encargados de

hacer el monitoreo como preparación para la codificación.

46% de las notas monitoreadas reforzaron los estereotipos de género, casi ocho veces más que las notas que cuestionaron dichos estereotipos (6%). El dato estadístico de 6% es pequeño, sin embargo, es doble a la cifra encontrada en 2005, implicando un incremento en las tendencias en los reportajes a cuestionar los estereotipos en los últimos cinco años.

**Véase Tabla 39**

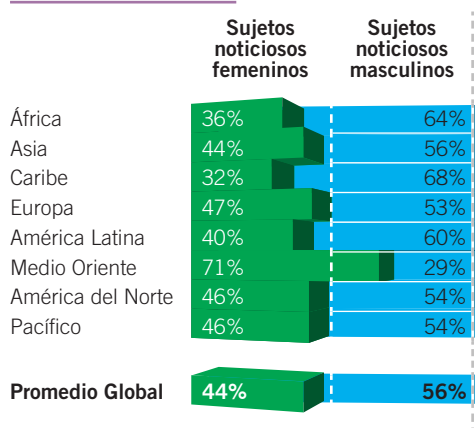
El porcentaje más grandes de notas que refuerzan los estereotipos pertenecen a noticias sobre crimen/violencia, celebridades y política. Considerando esto a la luz del hallazgo de que estos temas combinados ocupan casi 60% de la agenda de los medios noticiosos, su contribución total a reforzar los estereotipos es alta. A la inversa, si las notas sobre economía y política en particular se reportaran de una forma menos estereotipada, su contribución total a contenidos noticiosos con justicia

de género sería transformadora.

Con la excepción de notas sobre la niña-mujer, las noticias sobre "social/jurídico" contienen la proporción más alta (8%) de notas que cuestionan los estereotipos. Sin embargo, este tema ocupa sólo 9% del espacio en las noticias.

Todas las regiones han conseguido avances en los últimos cinco años en cuanto al número de notas que claramente cuestionan los estereotipos. América Latina, sin embargo, merece una mención especial por su sorprendente desempeño, y ahora está a la égida de todas las regiones con el mayor porcentaje de notas que cuestionan los estereotipos (13%) después de cuadruplicar su incremento desde 2005. Oriente Medio encabeza las regiones con el mayor porcentaje de notas que refuerzan estereotipos en 81%, seguido de África con 77%.

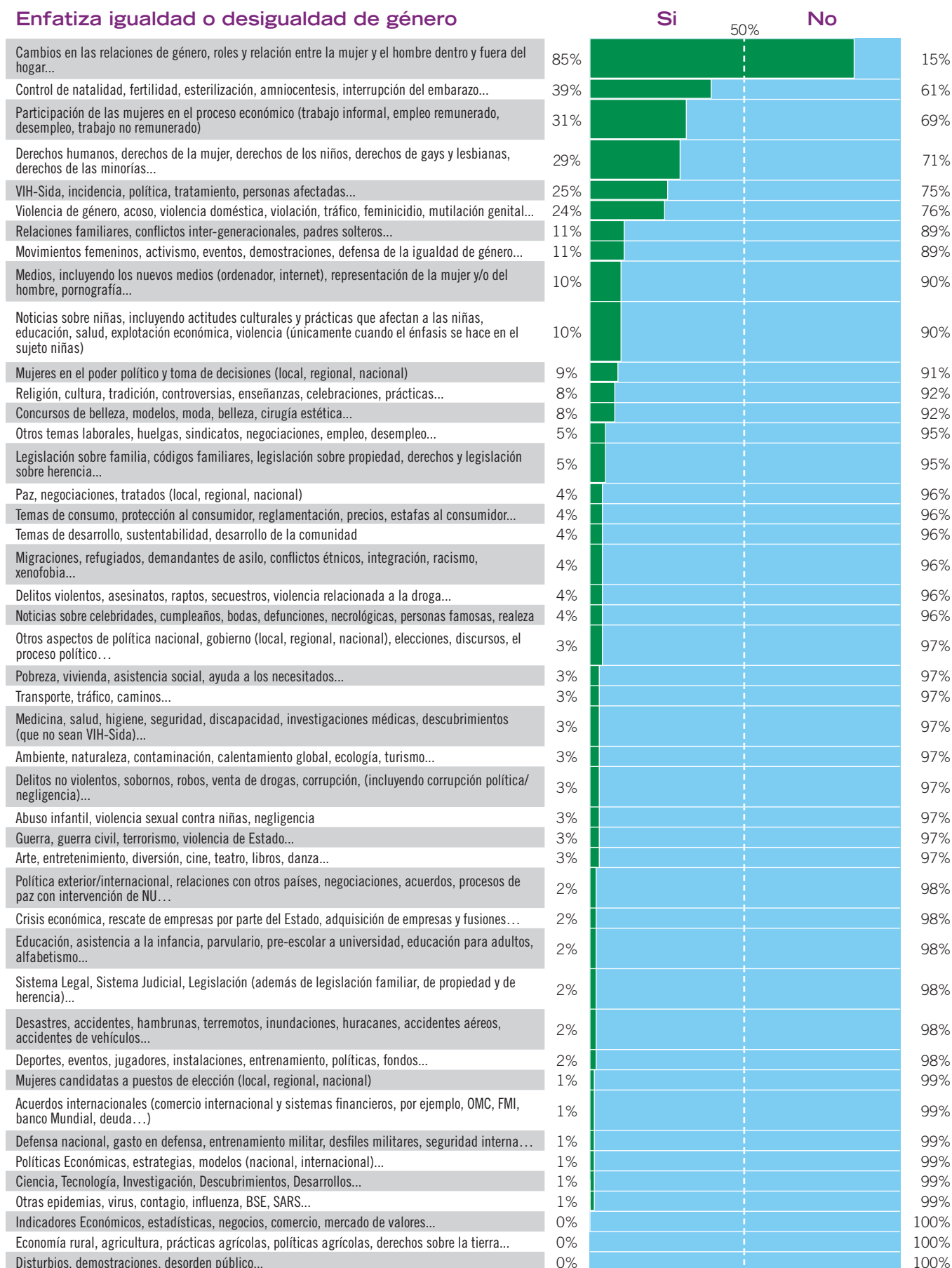
**37. Notas donde se abordan temas de (des)igualdad de género, por región, por sexo del sujeto de las noticias: 2010.**



#### 4. Contenido De Las Noticias

### 38. Sea que las notas toquen o no temas de (des)igualdad de género: 2010.

#### Enfatiza igualdad o desigualdad de género



\* No se muestra: estadísticas correspondientes a la respuesta 'no sé' y a las notas clasificadas como 'otro' bajo cada una de las principales áreas temáticas.



**Título del artículo:** Durante la ovulación, las mujeres están propensas a engañar a sus parejas

**Fuente:** *Gandul*

**País:** Rumania

**Resumen:** La nota reporta sobre los resultados de dos proyectos de investigación realizadas en Estados Unidos, que examinaron la incidencia de la menstruación y la ovulación en la infidelidad de las mujeres. La primera mención del artículo aparece en la página 1, mientras que la versión complete aparece en la página 12 en la sección salud.

**Análisis:** El título del artículo estereotipa abiertamente a las mujeres al señalar que su infidelidad se ve instigada por las hormonas reproductivas. El título no indica que esto proviene de un proyecto de investigación. Se cita a tres fuentes en la nota, dos hombres y una mujer. El autor presenta equilibradamente las opiniones de las fuentes de forma que la hace ver como "creíble", "no sexista" y "científicamente probada".

El reportero utiliza una diversidad de términos típicos para las mujeres que las identifica con: menstruación, fertilidad, ovulación y atracción sexual.

El título del artículo no menciona que presenta los resultados de dos estudios (probablemente para atraer la atención de las/los lectores hacia el tema), sin embargo, a lo largo del artículo el autor utiliza los modos condicionales del verbo —"podría", "debería", "habría"— indicando que los resultados del estudio no son generalizables. La foto que acompaña la nota es de una mujer con un vestido negro y corto, y zapatos de tacón alto. La fotografía estereotipa a las mujeres como símbolos sexuales. Los investigadores sugieren que el alto nivel de hormonas durante la ovulación incrementa la libido de las mujeres, no su belleza. La fotografía busca reflejar esta línea de pensamiento.

**Conclusión:** El estereotipo según el cual las mujeres son infieles alienta la percepción que hay entre el público de que hay diferencias importantes en la fidelidad de las mujeres en una relación. Sugiere que las hormonas de las mujeres contribuyen drásticamente a la infidelidad. Como resultado, las mujeres son más infieles que los hombres. Este es un estereotipo que también sugiere que debido a que los hombres no ovulan, es menos probable que engañen.



#### 4. Contenido De Las Noticias

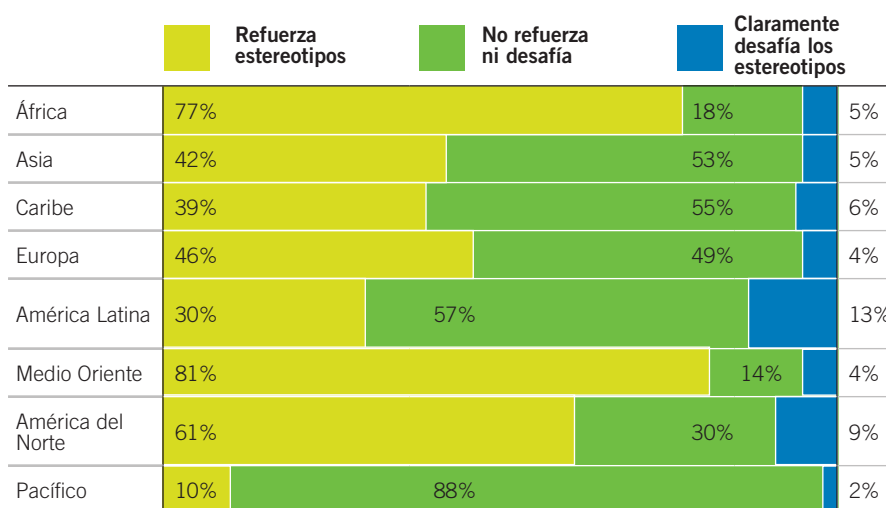
##### 39. Notas y estereotipos de género, por tema: 2010.

Tema	Refuerza estereotipos	No refuerza ni desafía	Claramente desafía los estereotipos	N
Crimen y Violencia	51%	5%	44%	3233
Celebridades, Arte y Medios, Deportes	48%	6%	45%	1712
Política y Gobierno	46%	5%	49%	4522
Economía	43%	4%	53%	2869
Ciencia y Salud	43%	5%	52%	1495
Social y Legal	40%	8%	51%	2079
La niña	20%	33%	46%	37
<b>Promedio global y total</b>	<b>46%</b>	<b>6%</b>	<b>49%</b>	<b>15947*</b>

\* Se excluyen estadísticas correspondientes a 'otros tópicos' y la respuesta 'no sé'

\*\* Estos resultados, aparentemente impresionantes deben ser interpretados a la luz del hecho de que las notas clasificadas bajo el tema 'niña' son frecuentemente centradas en la mujer.

##### 40. Notas y estereotipos de género, por región: 2010.



##### Véase Tabla 40

7% de las notas reportadas por mujeres cuestionaron los estereotipos, en contraste con 4% de las notas a cargo de reporteros. 35% de las notas a cargo de reporteras reforzaron estereotipos en comparación con 42% de las notas reportadas por hombres. Estas cifras evidencian una disparidad por sexo en los patrones del trabajo de reportaje; las probabilidades de que las notas a cargo de reporteras cuestionen estereotipos es mayor que aquellas notas a cargo de reporteros. Asimismo, las notas a cargo de mujeres tienen menos probabilidades de reforzar estereotipos en comparación con las reportadas por hombres.

##### Véase Tabla 41

Con excepción de América del Norte, la disparidad por sexo en los patrones de reporte es visible en las cifras regionales, particularmente en las regiones del Caribe y de Oriente Medio. En El Caribe, las notas a cargo de reporteras tienen 5 veces más probabilidades en comparación con las notas a cargo de reporteros, de cuestionar los estereotipos de género, mientras que en Oriente Medio tienen 7 veces más probabilidades. En efecto, las notas a cargo de reporteras en Oriente Medio visiblemente tienen mucho menos probabilidades de reforzar estereotipos de género que las notas de los reporteros. En América del Norte no se detectó mucha diferencia entre las notas a cargo de reporteras y aquellas a cargo de reporteros.

##### Véase Tablas 42 y 43

Los patrones en las notas periodísticas que claramente cuestionaron los estereotipos son similares a aquellos anotados para las notas que destacan aspectos de (des)igualdad de género. Notas específicamente sobre mujeres como participación de las mujeres en economía, mujeres con poder político y control de la natalidad tienen más probabilidades de cuestionar estereotipos que aquellas sobre temas que en ocasiones suponen acriticamente que tienen un impacto igual en mujeres y hombres, como la política, la economía, la defensa nacional y el comercio. De hecho, estos temas tienen, en efecto, repercusiones que impactan excesivamente a las mujeres.

Alta proporción de notas sobre la paz (64%), desarrollo (59%), guerra (56%) y violencia por razón de género (56%) refuerzan estereotipos de género. La gran mayoría de noticias sobre temas principales como educación (63% de las notas) y legislación familiar (63%) parecen ser neutrales, no cuestionan pero tampoco refuerzan estereotipos.

Sin embargo, la neutralidad cubre con un velo y sirve para perpetuar sesgos de género sutiles o incuestionados, agravando el efecto general que los reportajes estereotipados tienen para cimentar la discriminación.

## Género, medios y derechos humanos de las mujeres

**Derechos:** Quienes abogan por la justicia de género en los medios sostienen que los derechos humanos y los derechos de las mujeres son relativamente invisibles en el contenido de las noticias.<sup>18</sup> El GMMP se propuso descubrir en qué medida los periodistas explotan las oportunidades que se presentan en las notas periodísticas para incrementar la consciencia sobre los instrumentos jurídicos que existen y están diseñados para proteger los derechos humanos y los derechos de las mujeres.

La investigación encontró que sólo 10% de las notas monitoreadas citaron o hicieron referencia a instrumentos jurídicos locales, nacionales, regionales o internacionales pertinentes a la igualdad de género y/o los derechos humanos.

Este hallazgo sugiere que el número de notas que pierden la oportunidad de crear consciencia sobre instrumentos promulgados para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la igualdad de género, apoyan la observación de la relativa invisibilidad de los derechos en el contenido de los medios masivos.

### Véase Tabla 44

Las noticias de Oriente Medio y América del Norte producen la proporción más alta (en más de 20% de las notas). Las noticias en las regiones Pacífico y de América Latina producen las proporciones más bajas en 2% y 5% de las notas respectivamente.

Los hallazgos en América Latina son valiosos a la luz del desempeño ejemplar de la región con respecto a otros indicadores de prácticas periodísticas monitoreadas por el GMMP, esto es, en tanto que región con la mayor proporción de notas que cuestionan los estereotipos de género así como notas que destacan los temas de (des)igualdad de género. Si bien no existe una correlación directa entre indicadores, el evocar disposiciones jurídicas sobre derechos humanos puede incrementar la consciencia sobre los recursos jurídicos en el caso de discriminación o injusticia, incluida la injusticia de género.

### 41. Estereotipos de género en los reportajes, por sexo del reportero: 2010.

	Refuerza estereotipos	No refuerza ni desafía estereotipos	Claramente desafía estereotipos
Mujer	35%	55%	7%
Hombre	42%	51%	4%

\* No se puede comparar con la investigación del 2005 debido a los cambios hechos en la metodología del 2010 para incrementar la precisión y claridad de la pregunta correspondiente a este indicador.

### 42. Estereotipos de género en el reportaje, por sexo del reportero, por región: 2010 .

	Reporteras			Reporteros		
	Refuerza estereotipos	No refuerza ni desafía estereotipos	Claramente desafía estereotipos	Refuerza estereotipos	No refuerza ni desafía estereotipos	Claramente desafía estereotipos
África	75%	15%	10%	78%	18%	4%
Asia	39%	50%	11%	43%	54%	3%
Caribe	35%	51%	14%	40%	57%	3%
Europa	46%	46%	8%	46%	50%	3%
América Latina	29%	50%	21%	31%	59%	10%
Medio Oriente	64%	21%	14%	85%	13%	2%
América del Norte	60%	29%	11%	61%	30%	9%
Pacífico	12%	84%	4%	9%	90%	1%

#### 4. Contenido De Las Noticias

#### 43. Estereotipos de género en notas sobre sub-temas: 2010.

Tema	Refuerza estereotipos	No refuerza ni desafía estereotipos	Claramente desafía estereotipos
Cambios en las relaciones de género, roles y relación entre la mujer y el hombre dentro y fuera del hogar...	42%	15%	43%
Participación de las mujeres en el proceso económico (trabajo informal, empleo remunerado, desempleo, trabajo no remunerado)	36%	22%	42%
Noticias sobre niñas, incluyendo actitudes culturales y prácticas que afectan a las niñas, educación, salud, explotación económica, violencia (Únicamente cuando el énfasis se hace en el sujeto niña)	20%	46%	33%
Relaciones familiares, conflictos inter-generacionales, padres solteros...	21%	47%	32%
Control de natalidad, fertilidad, esterilización, amniocentesis, interrupción del embarazo...	49%	22%	30%
Mujeres en el poder político y toma de decisiones (local, regional, nacional)	38%	33%	29%
Derechos humanos, derechos de la mujer, derechos de los niños, derechos de gays y lesbianas, derechos de las minorías...	47%	29%	24%
Legislación sobre familia, códigos familiares, legislación sobre propiedad, derechos y legislación sobre herencia...	16%	64%	21%
Medios, incluyendo los nuevos medios (ordenador, internet), representación de la mujer y/o del hombre, pornografía...	31%	52%	17%
VIH-Sida, incidencia, política, tratamiento, personas afectadas...	38%	46%	16%
Mujeres candidatas a puestos de elección (local, regional, nacional)	38%	47%	15%
Abuso infantil, violencia sexual contra niñas, negligencia	44%	43%	13%
Movimientos femeninos, activismo, eventos, demostraciones, defensa de la igualdad de género...	26%	61%	13%
Concursos de belleza, modelos, moda, belleza, cirugía estética...	58%	29%	13%
Religión, cultura, tradición, controversias, enseñanzas, celebraciones, prácticas...	52%	38%	9%
Violencia de género, acoso, violencia doméstica, violación, tráfico, feminicidio, mutilación genital...	56%	35%	9%
Economía rural, agricultura, prácticas agrícolas, políticas agrícolas, derechos sobre la tierra...	45%	46%	9%
Otras noticias sobre crimen y violencia	57%	34%	9%
Noticias sobre Celebridades, cumpleaños, bodas, defunciones, necrológicas, personas famosas, realeza...	52%	40%	8%
Otras historias sobre política y gobierno	54%	38%	8%
Otras historias sobre celebridades, artes, medios	41%	51%	8%
Migraciones, refugiados, demandantes de asilo, conflictos étnicos, integración, racismo, xenofobia...	35%	57%	7%
Delitos violentos, asesinatos, raptos, secuestros, violencia relacionada a la droga...	52%	41%	7%
Disturbios, demostraciones, desorden público...	36%	58%	6%
Ciencia, Tecnología, Investigación, Descubrimientos, Desarrollos...	41%	53%	6%
Pobreza, vivienda, asistencia social, ayuda a los necesitados...	49%	46%	5%
Educación, asistencia a la infancia, parvulario, pre-escolar a universidad, educación para adultos, alfabetismo...	32%	63%	5%
Paz, negociaciones, tratados (local, regional, nacional)	64%	30%	5%
Otras noticias o temas sociales o legales	31%	64%	5%
Crisis económica, rescate de empresas por parte del Estado, adquisición de empresas y fusiones...	49%	47%	4%
Guerra, guerra civil, terrorismo, violencia de Estado...	56%	40%	4%
Arte, entretenimiento, diversión, cine, teatro, libros, danza...	49%	47%	4%
Deportes, eventos, jugadores, instalaciones, entrenamiento, políticas, fondos...	49%	47%	4%
Otras historias en la economía	39%	57%	4%
Desastres, accidentes, hambrunas, terremotos, inundaciones, huracanes, accidentes aéreos, accidentes de vehículos...	48%	49%	4%
Medicina, salud, higiene, seguridad, discapacidad, investigaciones médicas, descubrimientos (que no sean VIH-Sida)...	39%	58%	3%
Política exterior/internacional, relaciones con otros países, negociaciones, acuerdos, procesos de paz con intervención de NU...	44%	53%	3%
Ambiente, naturaleza, contaminación, calentamiento global, ecología, turismo...	46%	50%	3%
Otros aspectos de política nacional, gobierno	45%	52%	3%
Transporte, tráfico, caminos...	36%	61%	3%
Políticas Económicas, estrategias, modelos (nacional, internacional)...	53%	44%	3%
Temas de desarrollo, sustentabilidad, desarrollo de la comunidad	59%	38%	3%
Sistema Legal, Sistema Judicial, Legislación (además de legislación familiar, de propiedad y de herencia)...	44%	53%	3%
Otros temas laborales, huelgas, sindicatos, negociaciones, empleo, desempleo...	52%	46%	3%
Indicadores económicos, estadísticas, negocios, comercio, mercado de valores...	36%	61%	3%
Temas de consumo, protección al consumidor, reglamentación, precios, estafas al consumidor...	36%	62%	3%
Otro tema	58%	39%	2%
Defensa nacional, gasto en defensa, entrenamiento militar, desfiles militares, seguridad interna...	46%	52%	2%
Otras epidemias, virus, contagio, influenza, BSE, SARS...	41%	57%	2%
Delitos no violentos, sobornos, robos, venta de drogas, corrupción, (incluyendo corrupción política/negligencia)...	52%	46%	2%
Otras noticias sobre ciencia o salud	45%	54%	1%
Acuerdos internacionales (comercio internacional y sistemas financieros, por ejemplo, OMC, FMI, banco Mundial, deuda...)	42%	57%	1%
Promedio global y N Total	46%	49%	6%

\*No se muestra: estadísticas para la respuesta 'no sé'.

**Los Objetivos de Desarrollo del Milenio**

**(ODM):** Los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio fueron adoptados en el año 2000 como un marco para guiar el desarrollo hasta 2015, el año meta en el cual deben alcanzarse los objetivos. El objetivo general es reducir la pobreza absoluta a la mitad en todo el mundo, con igualdad de género y empoderamiento de las mujeres como elementos transversales de cada objetivo.<sup>20</sup> El paradigma de los ODM, sin embargo, ha sido sujeto de la crítica feminista en diversos frentes, entre ellos, el no haber integrado una perspectiva de género en los ocho objetivos. La investigación del GMMP buscó descubrir, a través de una lente de género, patrones en los reportajes que en los medios aparecen sobre temas relacionados a los ODM.

En un indicador de consciencia de género en los medios, la investigación encontró que sólo 8% de las notas sobre pobreza se enfocó centralmente en las mujeres, 9% de las notas sobre educación, VIH y SIDA (39%), medioambiente (4%) y 19% de las notas sobre asociación mundial (ODM 1, 2, 6, 7 y 8 respectivamente).

En un segundo indicador —en qué medida las notas destacan la desigualdad de género— el estudio encontró que sólo 3% de las notas sobre pobreza, educación (2%), VIH y SIDA (25%), medioambiente (3%) y 1% de aquellas sobre asociación mundial destacaron temas de (des) igualdad de género.

En un tercer indicador, el estudio encontró que sólo 5% de las notas sobre pobreza, educación (5%), VIH y SIDA (16%), medioambiente (3%) y asociación mundial (1%) claramente cuestionaron los estereotipos de género.

**Véase Tabla 45**

De los 5 ODM seleccionados, se encontró que los reportajes sobre VIH y SIDA fueron los más sensibles al género en el contexto de la investigación del GMMP.

Es muy altamente probable que el crédito por estos resultados alentadores se deba al hincapié hecho en las dimensiones de género del VIH y SIDA, incluyendo el trabajo realizado para fomentar la perspectiva de género en los reportajes que los medios realizan sobre VIH y SIDA.. Al mismo tiempo, es posible que los medios también hayan sido proactivos en destacar los temas de género en los reportajes sobre VIH y SIDA como resultado del incremento general de la consciencia pública. Lo que esto sugiere, entonces, es apertura tanto en los medios como en la sociedad civil en general para abordar deficiencias en la comprensión de los ODM desde una perspectiva de género y para llevar las preocupaciones de género con respecto a los ODM a la palestra del debate público.

**44. Notas que citan legislación/ política/ley/regulación/ directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos. 2010**

Región	% de notas
África	13%
Asia	8%
Caribe	9%
Europa	9%
América Latina	5%
Medio Oriente	22%
América del Norte	21%
Pacífico	2%
<b>Promedio Global</b>	<b>10%</b>

**45. GMMP 2010 resultados sobre Objetivos de Desarrollo del Milenio seleccionados..****% notas que tienen a la mujer como foco central.**

ODM 1 Pobreza	8
ODM 2 Educación	9
ODM 6 HIV y Sida	39
ODM 7 Ambiente	4
ODM 8 Asociación internacional	19

**% notas que enfatizan claramente la (des)igualdad de género**

ODM 1 Pobreza	3
ODM 2 Educación	2
ODM 6 HIV y Sida	25
ODM 7 Ambiente	3
ODM 8 Asociación internacional	1

**% de notas que desafían los estereotipos de género**

ODM 1 Pobreza	5
ODM 2 Educación	5
ODM 6 HIV y Sida	16
ODM 7 Ambiente	3
ODM 8 Asociación internacional	1



## Comentario especial de Nidya Pesántez C

La humanidad está conformada por mujeres y por hombres en un porcentaje casi paritario, sin embargo, al revisar los diarios, al mirar los noticieros en la televisión o al escucharlos en la radio, parecería que la humanidad está conformada por una mayoría aplastante de varones, parecería que las mujeres somos el anexo de una humanidad masculina.

Esta realidad en los medios de comunicación masiva no es inofensiva, la falta de presencia y de representación de las mujeres en los espacios mediáticos, especialmente en las noticias, lleva consigo un pensamiento, una conducta, un hábito que relega a las mujeres a una dimensión accesoría en la agenda mediática. Este hecho ha postergado su voz.

### Las noticias y la elaboración del pensamiento

Cuando hablamos del rol de los medios de comunicación en la construcción de imaginarios sociales, necesariamente debemos considerar, al menos, estos puntos de debate: el poder de los medios masivos de comunicación, su capacidad de influir en el pensamiento social y su habilidad para moldear conductas.

Los medios no son todopoderosos y no tienen la capacidad de lanzar balas mágicas. Su fuerza radica en dos aspectos que se constituyen en las dos caras de una misma moneda; el primero, la capacidad de los medios para plantear sus verdades como verdades absolutas y, el segundo, la incapacidad de las audiencias para enfrentar un mensaje mediático, para cuestionarlo.

Cuando las audiencias leen un periódico, ven las noticias en televisión o las escuchan en la radio, aceptan lo expuesto como una verdad. Esta aceptación es proporcionalmente inversa al nivel de conocimiento que tiene una persona o una población, es decir, mientras más conocimiento de su realidad, de su entorno, mientras más bagaje tenga una persona o una cultura, menos aceptará como "la verdad" un hecho transmitido por los medios y, viceversa, mientras menos conocimiento tenga una persona o población de la realidad en que vive, más posibilidades tendrá de aceptar la verdad de los medios.

Lastimosamente estamos en un escenario mundial en el que las personas y las poblaciones, utilizamos cada vez menos fuentes de conocimiento y de información sobre la realidad en que vivimos que no sean los medios masivos de comunicación; es decir, cada vez menos hablamos con las personas adultas para conocer de dónde venimos, cada vez menos leemos libros, cada vez menos observamos la naturaleza y sus hábitos, cada vez menos nos relacionamos con los animales domésticos (que no sean mascotas), cada vez menos cocinamos en casa y experimentamos con la alimentación... En contraparte, cada vez más acudimos a un medio de comunicación para entender la vida y conocer nuestra realidad.

Así las cosas, lo que se presenta en los medios masivos de comunicación se convierte de manera progresiva y acelerada en *la verdad*, en otras palabras, se convierte en la realidad que nos rodea aún cuando dicha realidad está lejos de rodearnos, aún cuando dicha realidad se construye con hechos seleccionados, enfocados y analizados (mediatizados) por directores o directoras de noticias o de programación.

Desde esta perspectiva, los mensajes producidos y difundidos por los medios masivos de comunicación se mezclan con nuestra cotidianidad dándonos un marco de reflexión y de concepción de lo que es real, creando nuestro imaginario del deber ser social.

En este contexto, pensemos en cómo se estructura nuestro imaginario con respecto a las mujeres si los medios nos presentan la siguiente realidad: del 100% de noticias, solamente el 13% se centra en las mujeres. Ahora retomemos el primer dato del GMMP que pusimos en su consideración, de los personajes de las noticias, solo un 24% son mujeres.

Por ahora tomemos solo estos tres ejemplos de los resultados del GMMP y veamos lo que tenemos a luz de la construcción o sostenimiento del imaginario social: en las noticias existe una baja representación de las mujeres (somos un "sector", no somos la mitad de la humanidad); las mujeres no son centrales en los hechos noticiosos (pocas y no tenemos un rol importante en la sociedad); y, finalmente, la problemática que enfrentan las mujeres en torno al ejercicio de sus derechos no es tema de noticia ni para presentarlo a las mujeres (los derechos de las mujeres no son importantes, son tema de preocupación de una minoría de mujeres, no de todas las mujeres, menos de la democracia).

Con base en lo expuesto podemos afirmar que el imaginario social sustentado por los medios de comunicación, excluye y discrimina a las mujeres. Como sabemos, la exclusión y la discriminación son la esencia de la subordinación.

### El pensamiento en acción: conductas y hábitos

Hemos planteado que el imaginario social hegemónico que excluye, discrimina y, por ende, subordina a las mujeres, se asienta de manera evidente, en la realidad que nos muestran los medios de comunicación a través de la producción y difusión de noticias que no visibilizan a las mujeres y sus realidades.

A esto agregaremos que, esta representación de la realidad es producto de la "normalización" de la exclusión de las mujeres de la escena mediática: ellas están fuera de las noticias aún cuando en las últimas décadas las mujeres se han incorporado masivamente al espacio público; este espacio público, dicho sea de paso, es el principal escenario de los hechos noticiosos que trascienden en los medios de comunicación.

Frente a lo planteado extraemos lo siguiente: los hechos noticiosos, según la costumbre valorativa de los medios, se dan mayoritariamente en el espacio público, este espacio estaba destinado exclusivamente para los hombres, con la flexibilización sexual del trabajo, las mujeres, a más de trabajar dentro de casa (sin paga), trabajan también fuera de ella por un salario o sueldo. Con este primer giro en los roles de género, las mujeres exigen derechos para garantizar su dignidad y vida plena, tanto en lo público como en lo privado.

Este proceso no es seguido por los medios masivos de comunicación, es tan ajeno a su representación de la realidad que, aún cuando la CEDAW se firma en 1979, 31 años después (2010) encontramos en los resultados del GMMP que el 46% de las noticias refuerzan estereotipos de género,

es decir, casi la mitad de las noticias producidas y difundidas por los medios de comunicación continúan presentando a las mujeres como "naturalmente" hábiles para lo privado y, en el lado opuesto, a los hombres como "naturalmente" hábiles para lo público, en otras palabras, el estereotipo de género asume que las mujeres tienen el conocimiento, el carácter y las destrezas para realizarse en lo privado y que, por el contrario, los hombres tienen el carácter, el conocimiento y las destrezas para lo público.

Hasta aquí hemos planteado que la representación de mujeres y de hombres en las noticias difundidas por los medios de comunicación no es inofensiva, hemos afirmado que incide en la construcción o recreación de un imaginario social que sustenta inequidades de género.

Ahora daremos un paso más: sabemos que nuestras conductas, que nuestras actitudes y que nuestras acciones individuales son guiadas por el pensamiento individual que adoptamos; sabemos también que este pensamiento individual interactúa con el pensamiento colectivo y que, en muy raras ocasiones, encontramos personas que rompen con el pensamiento colectivo para convertirse en libre pensadoras; finalmente, sabemos que las conductas, acciones y actitudes sociales son guiadas por el pensamiento social, nos referimos al pensamiento colectivo; es decir, son regidas por un sentido común masivo al que llamamos imaginario social.

Con lo dicho sostenemos que, al ser las noticias elementos constitutivos del mantenimiento y refuerzo de un imaginario social que excluye, discrimina y subordina a las mujeres, tendremos también conductas, acciones y actitudes sociales que excluyen, discriminan y subordinan.

Si las mujeres no son vistas como la mitad de la humanidad, es consecuencia lógica de esta falsa representación mediática que no se legisle de manera específica para ellas. De otra parte, si los derechos de las mujeres y las razones que los mantienen vigentes no son conocidos y no son analizados como hechos trascendentes en los medios de comunicación, tenemos como resultado lo evidente: los derechos específicos de las mujeres no son prioridad en la agenda pública, así como no son prioridad en la agenda mediática.

De otra parte, si mujeres y hombres son representados desde el estereotipo de género, tendremos diversos efectos en las conductas, acciones y actitudes de la sociedad que

afectan al desarrollo de los pueblos y al ejercicio de los derechos de las mujeres; por ejemplo, las mujeres tendrán menos posibilidades de acceder al estudio, ya sea porque la familia o los centros de estudio priorizarán a los varones por concebirse, desde el estereotipo, que ellos son quienes a futuro mantendrán económicamente un hogar.

Siguiendo este mismo planteamiento, si una mujer y un hombre joven se casan mientras son estudiantes y tienen una hija o hijo, el imaginario social manda que, en caso de no tener quién se encargue del cuidado diario de su hija o hijo, la mujer joven deberá dejar su estudio para cumplir con su maternidad. En caso de que esta mujer se separe del hombre joven que sí pudo terminar sus estudios, o en caso de que este hombre joven la abandone o muera, la mujer joven tendrá que asumir el rol de mantenedora económica, aunque no esté dentro del estereotipo sino de la necesidad ineludible; solo que esta vez quien mantiene tendrá menos probabilidades de acceder a un trabajo por la falta de capacitación.

En el imaginario social el espacio público es para los hombres y las mujeres son percibidas como invasoras de dicho espacio, como llegadas a ocupar sitios que no les correspondían y para los que no tenían conocimiento, ni destrezas, ni carácter. Bajo este parámetro, cuando una mujer es violentada en el espacio público, el hecho no genera convulsión social y, en caso de que el hecho llegue a ser delito, la mujer tendrá que demostrar que su comportamiento respondía al estereotipo de mujer según el mandato social.

La marginalidad de las mujeres en la escena mediática ya sea por su escasa representación, por el tipo de noticia en que la encontramos, o por el papel que cumple en la noticia, grafica la poca importancia o relevancia de este sujeto social en la escena pública y mediática, de tal manera que, cuando sufre violencia dentro de su casa, la conducta social no repudia al agresor, busca la "razón" que motivó el hecho.

De mantenerse este tipo de situaciones en las conductas humanas, cada vez más nos alejaremos del camino del desarrollo, de la democracia, de la justicia y de la paz. Para cambiar estas conductas que atentan contra la humanidad, deberemos transformar nuestro imaginario y, para ello, deberemos dar grandes saltos en la construcción de los mensajes mediáticos que dan soporte a dicho imaginario.

## Resumen de hallazgos

### ■ 13% de todas las notas se centran específicamente en las mujeres.

Este es un cambio estadísticamente significativo al pasar de 10% encontrado en la investigación realizada en 2005. En 3 de los temas principales no hay mejora desde 2005 en cuanto a las probabilidades de que una nota se enfoque centralmente en las mujeres. Las excepciones son "política/gobierno" donde las mujeres ahora son centrales en 13% de las notas en comparación con 8% en 2005; en "ciencia/salud" de 6% en 2005 pasó a 16% en 2010, mientras que en notas sobre "economía", pasó de 3% a 11%.

### ■ Sólo 6% de las notas destacaron temas sobre igualdad de género o desigualdad de género.

Aun cuando este es un cambio ligeramente positivo con respecto a 2005, cuando se encontró que 4% de las notas contenían o evocaban temas de igualdad/desigualdad de género. Los resultados muestran un cambio impresionante en América Latina, donde tales notas se triplicaron desde 2005.

En África, Europa y América Latina, la incidencia de notas que tocan temas de igualdad/desigualdad es mayor en el caso de mujeres reporteras en comparación con sus homólogos hombres. En contraste, las notas a cargo de reporteros hombres en El Caribe tienen dos veces más probabilidades de que destaquen cuestiones de igualdad/desigualdad en comparación con aquellas a cargo de reporteras.

### ■ 46% de las notas refuerzan los estereotipos de género, esto es casi ocho veces más que las historias que cuestionan dichos estereotipos (6%).

Más de 50% de las notas sobre "crimen" refuerzan los estereotipos, seguidas muy de cerca por las notas sobre celebridades y política. Que estos dos últimos temas ocupen un espacio significativo en la agenda noticiosa implica que su incidencia en el reforzamiento de estereotipos es monumental.

De todos los temas, las notas sobre "social/jurídico" cuestionan con mayor frecuencia los estereotipos, en comparación con notas en otro tema. La baja prioridad de este tema en las agendas noticiosas minimiza su

incidencia general para incrementar el contenido de noticias que no reproduzcan estereotipos.

### ■ Las notas a cargo de reporteras tienen probabilidades visiblemente mayores de cuestionar estereotipos en comparación con las notas a cargo de sus homólogos hombres y también tienen menos probabilidades de reforzar estereotipos en comparación con las reportadas por reporteros.

7% de las notas a cargo de mujeres cuestionan los estereotipos, en contraste con 4% de las notas a cargo de reporteros. 35% de las notas a cargo de reporteras refuerzan estereotipos en comparación con 42% de las notas a cargo de hombres. Estos datos estadísticos evidencian una disparidad según el sexo en cuanto a los patrones de información en este indicador.

Los medios noticiosos en todas las regiones, en general, han hecho avances en cuanto a colocar notas que cuestionan los estereotipos. El cambio más impresionante se da en América Latina donde dichas notas se han más que cuadruplicado en los últimos 5 años. Ahora, América Latina posee el mayor porcentaje de notas que cuestionan estereotipos (13%) mientras que Oriente Medio tiene el porcentaje más alto (81%) que refuerzan los estereotipos.

### ■ Una alta proporción de notas dedicadas a la paz (64%), desarrollo (59%), guerra (56%) y violencia por razones de género (56%) refuerzan los estereotipos de género.

La mayor proporción de noticias referentes a temas principales como educación (63% de las notas) y legislación familiar (63%) parecen ser neutrales, ya que no cuestionan pero tampoco refuerzan estereotipos. Sin embargo, la neutralidad cubre y sirve para perpetuar un sesgo de género sutil o incuestionado, agravando el efecto que los reportajes estereotipados tienen para consolidar la discriminación.

### ■ De los 5 Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) seleccionados, los reportajes sobre VIH y SIDA fueron los más sensibles al género.

Una observación cuidadosa sobre aquellos temas relacionados con los ODM, a saber: pobreza, educación, VIH y SIDA, medioambiente y asociación mundial (ODM 1, 2, 6, 7

y 8 respectivamente) muestra que las notas sobre VIH y SIDA son las más sensibles a la cuestión de género en el contexto del promedio mundial que arrojó el GMMP. Una comparación de hallazgos en 3 indicadores —centralidad de las mujeres en las noticias, notas que destacaron la igualdad de género y notas que cuestionaron los estereotipos de género— en los cinco temas mostró resultados excepcionalmente positivos en noticias sobre VIH y SIDA. Es muy altamente probable que el crédito por estos resultados alentadores se deba al hincapié hecho en las dimensiones de género del VIH y SIDA, incluyendo el trabajo realizado para fomentar la perspectiva de género en los reportajes que los medios realizan sobre VIH y SIDA. Al mismo tiempo, es posible que los medios también hayan sido proactivos en destacar las cuestiones de género en los reportajes sobre VIH y SIDA como resultado del incremento generalizado de la conciencia pública. Lo cual sugiere, entonces, que hay una apertura por parte de los medios y de la sociedad civil en general para abordar las deficiencias para entender los ODM desde una perspectiva de género y para colocar las preocupaciones de género en relación con los ODM en la palestra del debate público.

### ■ Sólo 10% de las notas citan o hacen referencia a instrumentos jurídicos locales, nacionales, regionales o internacionales pertinentes a la igualdad de género y/o derechos humanos.

Este hallazgo sugiere que numerosas notas dejan pasar la oportunidad de crear conciencia sobre instrumentos promulgados para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la igualdad de género, respaldando la observación hecha por grupos que trabajan en los temas de género y de la comunicación en cuanto a la relativa invisibilidad de los derechos humanos/ de las mujeres en el contenido de los medios masivos.

1. Discusión en la reunión de consulta que realizó la WACC sobre género y medios, Cape Town, 2008.

2. Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2008, Naciones Unidas.

3. Véase por ejemplo el ensayo de Carol Barton, "Women's movements and gender perspectives on the Millennium Development Goals", en Civil society perspectives on the Millennium Development Goals, PNUD.



## 5. ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?



Les nouvelles Internet le 10 novembre 2009 /

### Introducción

Las noticias en internet es un agregado crucial al GMMP, considerando la creciente importancia de la World Wide Web como medio noticioso. De hecho, la internet está desplazando los medios noticiosos tradicionales en los países tecnológicamente avanzados, si es que el cierre de diarios en algunos países, a favor de sus versiones en línea es un indicador confiable.

Hay investigación que ha estudiado las formas en que las mujeres utilizan las tecnologías de información y comunicación (TIC) para crear sus propias noticias o movilizarse políticamente, tanto local como transnacionalmente.<sup>21</sup> Otros estudios han proporcionado críticas feministas de las estructuras mundialmente en expansión de las industrias mediática y de las TIC, incluido el papel que desempeñan para reforzar las relaciones de poder existentes en una sociedad basada en el patriarcado y el capitalismo.<sup>22</sup> Sin embargo, parece haber un vacío en el trabajo empírico sobre género en las noticias por internet; investigación previa y en preparación para el GMMP descubrió un trabajo publicado sobre contenido de género en las noticias en línea, un informe de investigación que abarcó sitios de noticias por internet en Estados Unidos.<sup>23</sup> Podría ser que el proyecto piloto de monitoreo de noticias en internet, realizado por el cuarto GMMP, sea la primera investigación transcultural que aborde el tema de género en las noticias en línea. El proyecto responde a la pregunta de en qué medida las noticias en línea replican patrones de género que se observa presentan y representan en los medios tradicionales.

Para el diseño de la investigación fue importante entender primero la estructura de la internet y el contenido de las noticias en la red.

Partimos de reconocer que existen grandes divisiones en cuanto al acceso a internet y a las TIC, entre el Norte global y el Sur global. Esta difusión desigual y adaptación de los productos de las TIC y acceso a internet caracterizada como la "brecha digital" opera tanto entre países como dentro de los mismos países y se manifiesta

a lo largo de líneas geográficas, de género, raciales y de clase. Aun cuando se ha escrito mucho sobre las TIC y las profundas desigualdades entre países industrializados y países en desarrollo, la "brecha digital" también se presenta en los países tecnológicamente avanzados, donde el uso de internet aún no figura prominentemente en las vidas de muchos ciudadanos.<sup>24</sup> En muchas regiones del mundo, particularmente en África, el sudeste de Asia y América Latina, el uso de internet todavía no está generalizado; para allegarse noticias las audiencias siguen dependiendo de los medios noticiosos tradicionales impresos, radiales o televisivos.<sup>25</sup> Además, hay un debate en torno a la desigualdad de género en cuanto a patrones de acceso a y uso de las TIC.

Hay que mencionar varias advertencias con respecto a la peculiaridad del contenido de las noticias en internet. La llegada de la red inspiró visiones futuristas de un mundo caracterizado por la producción democrática e intercambio de noticias e información. El potencial de contenidos generados por el usuario, particularmente por parte de las mujeres, para promover perspectivas con equilibrio de género en la comunicación fue celebrado por muchos.<sup>27</sup> La realidad del contenido de las noticias a través de internet ha sido, de alguna manera, menos transformador. Ya para el 2000, era evidente que el "periodismo en línea es un instrumento moderno de la información tradicional".<sup>28</sup> Aun en la era del contenido generado por el usuario y "sitios de redes sociales" como Twitter y Facebook, las empresas de medios y agencias noticiosas tradicionales dominan el ámbito de producción de noticias e información. Esto sugiere que el contenido y consumo en internet, a pesar de su potencial para trascender los contextos nacionales, se mantienen sorprendentemente locales. De acuerdo con Thorsten Quandt, "la World Wide Web no es tan global como quisiéramos creer, por lo menos en lo que se refiere a noticias. El contenido está bastante limitado por el contexto tradicional, nacional y los intereses (esperados) de los usuarios." Además, si bien en ocasiones el contenido de las noticias para la red se produce originalmente para la red, algunos que realizaron el monitoreo de noticias en línea —como parte del



## 5. ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?

GMMP— observaron contenido que era más o menos idéntico a lo publicado en sus pares impresos.

Con este telón de fondo se introdujo el proyecto piloto y se desarrolló la metodología de monitoreo. El diseño del estudio buscó monitorear sólo proveedores importantes de noticias por internet en países seleccionados, caracterizados por alta conectividad a internet y uso.

### Metodología de monitoreo de noticias por internet

En 25 países se invitó a que voluntarios y voluntarias participaran en el proyecto piloto de monitoreo de noticias por internet. La selección de los países se realizó sobre la base de alto acceso per cápita a internet, según lo registrado en el informe de Índice de Desarrollo Humano 2009 publicado por Naciones Unidas. El número final de países participantes fue 16. Los sitios de noticias internacionales codificados cubren todas las regiones del mundo.

#### 46. Países participantes y número de sitios web de noticias monitoreados.

China	5
Japón	5
Malasia	4
Taiwán	5
Jamaica	3
Austria	3
Dinamarca	6
Estonia	5
Alemania	4
Países Bajos	1
Noruega	3
Suecia	7
Islandia	5
Australia	8
Nueva Zelanda	6
Canadá	6
Medios internacionales	8

Únicamente se seleccionaron para codificar sitios web de noticias nacionales y locales importantes; muchos de los cuales están asociados con las principales empresas de medios en cada uno de los países. Para redes globales que suministran noticias internacionales y también proveen a sus países de origen con noticias internacionales y nacionales, quienes realizaron el monitoreo codificaron para sus respectivos países

únicamente los sitios web de noticias nacionales. No se codificó el contenido de los servicios por cable, sitios de información especializada, *blogs* o alimentadores de noticias (*newsfeeders*).

En vista de los cambios frecuentes que se hacen en el contenido en línea a lo largo del día en la medida que se actualizan las noticias, las/los coordinadores de los equipos de monitoreo tomaron decisiones con respecto a la hora en que se llevaría a cabo la codificación. La decisión se tomó con base en el conocimiento contextual como los "hábitos noticiosos" de la población promedio o patrones para acceder a las noticias en línea o momento del día en que se sube contenido reciente. Los responsables del monitoreo archivaron pantallas y mantuvieron registro de las notas para volver a localizarlas con facilidad en caso de que el contenido del sitio web cambiara antes de haber completado la codificación.

Generalmente se monitorearon de 12 a 14 noticias o notas de la página principal y de la sección noticias del portal de los medios. Para cada noticia, se proporcionó información sobre el sitio web, la nota (incluyendo componentes multimedia), los periodistas, las personas en la nota y un análisis de la nota. Para cada noticia, se proporcionó información sobre el sitio web de origen, incluido el nombre del sitio, la dirección electrónica o URL, fecha y hora en que se accedió y país de origen.

Investigación sobre el patrón de uso entre la versión impresa y la versión en línea de dos diarios holandeses encontró pocas diferencias en la cantidad de noticias disponibles y la forma en que los usuarios de internet leen y retienen las noticias (D Haenens *et al.*, 2004). Aun cuando hubo más artículos en línea, su tamaño reducido significó que la cantidad total de noticias disponibles fue mayor en las versiones impresas. Lo que fue significativo fue la forma en que las noticias en línea permiten a los lectores escoger el orden en el cual acceden a las notas y la cantidad de tiempo que pasan leyendo la portada: la página principal del medio noticioso electrónico contenía más información que la primera plana de las versiones impresas. La página principal permite a los lectores navegar y pulsar en las noticias que llaman su atención, que leerá total o parcialmente, antes de regresar a la página principal. Por ello, la guía de monitoreo de noticias en línea del GMMP clasificó la ubicación de las notas en "capas" (*layers*) o ubicación de las noticias en el sitio web. Los artículos en la página principal se encuentran en la primera capa, aquellos que se ubican a un "clic" con el ratón en

la página principal se encuentran en la segunda capa del sitio web, y aquellos a dos "clic" con el ratón en la página principal se considera que se encuentran en la tercera capa del sitio web. No se codificaron las notas que se encuentran después de la tercera capa del sitio web.

### La agenda de las noticias por internet

#### 47. Principales temas en las noticias por internet: 2010.

	Porcentaje	N
Crimen/violencia	25%	267
Política	21%	226
Economía	19%	199
Celebridades/artes/medios/deportes	14%	150
Social/jurídico	9%	100
Ciencia/salud	9%	93
Otro	2%	21
Niña-mujer*	0%	1
<b>TOTAL**</b>	<b>100%</b>	<b>1057</b>

\*denota menos de 1%

La agenda de las noticias en internet coincide con la observada en los medios tradicionales; notas sobre crimen/violencia, política y economía dominan las noticias en línea con 25%, 21% y 19% del espacio respectivamente. Similar al caso de los medios noticiosos tradicionales, las noticias sobre temas social/jurídico y ciencia/salud quedan en segundo plano en la Red, cada uno ocupando apenas 9% del espacio.

El porcentaje de mujeres que aparecen en las noticias en línea es igual de deprimente que en el caso de los medios noticiosos tradicionales. Sólo 23% de los sujetos de las noticias en la muestra de sitios web fueron mujeres, un hallazgo que sugiere que la histórica sub-representación de las mujeres en los medios tradicionales se trasladó al mundo virtual.

En todos los temas restantes con excepción de la niña-mujer, las mujeres comprenden 17% y 33% de los sujetos de las noticias, siendo las notas sobre ciencia/salud las que contenían la mayor proporción (33%) y las noticias sobre política/gobierno las que contenían la proporción más baja (17%).

#### 48. Principales temas en las noticias por internet, por sexo del sujeto: 2010

	Femenino	Masculino
Celebridades, Arte y Medios	23%	77%
Política y Gobierno	17%	83%
Ciencia y Salud	33%	67%
Crimen y Violencia	22%	78%
La niña	70%	30%
Social y Legal	32%	68%
Economía	24%	76%
<b>Promedio mundial</b>	<b>23%</b>	<b>77%</b>

#### Véase Tabla 49

Los hallazgos desagregados por sexo, referentes al patrón que presenta a los sujetos de las noticias como víctimas son comparables entre los medios "nuevos" y los medios "tradicionales". 16% de los sujetos femeninos de las noticias en línea aparecen como víctimas, en contraste con 5% de los sujetos masculinos de las noticias. Para expresar las estadísticas de forma distinta, en las noticias en línea es tres veces más probable que a las mujeres se las presente como víctimas en comparación con los hombres.

La tasa es mayor que en los medios noticiosos tradicionales aunque no es estadísticamente significativo. En la categoría de sujetos femeninos de las noticias presentados como víctimas, 35% son víctimas de violencia doméstica, 19% de accidentes/desastres/pobreza y 4% de ofensa por razones de religión/culturales. En la categoría de sujeto masculino de las noticias víctima, 28% son víctimas del crimen, 23% de accidentes y 2% de violencia sexual no doméstica.

### Sujetos de las noticias en fotografías y multimedia

Imágenes, audio, animación, vídeo y otros contenidos de multimedia se siguen utilizando para llamar y retener la atención de las audiencias en línea. A quienes realizaron el monitoreo se les pidió indicar, para cada noticia codificada, si la imagen de la persona sobre la que versaba la nota multimedia acompañaba a la nota. 26% de los sujetos femeninos de las noticias aparecían en las fotos y *clips* multimedia, comparado con 21% para los sujetos masculinos.

#### 49. Sujetos de las noticias por internet que aparecen como víctimas, por sexo: 2010.

	Femenino	Masculino	N
<b>Víctima de violencia doméstica</b> (por el marido/ la esposa/ la pareja/ otro miembro de la familia), violencia psicológica, ataque físico, violación marital, asesinato...	35%	20%	55
<b>Víctima de un accidente</b> , de un desastre natural, pobreza, dolencia, enfermedad...	19%	23%	43
<b>Otra víctima</b> : describe en la sección "Comentarios" de la hoja de codificación	15%	13%	29
<b>Víctima de otros delitos</b> , robos, ataques, asesinatos...	12%	28%	42
<b>Víctima de discriminación</b> basada en el sexo, raza, etnia, edad, religión...	9%	6%	15
<b>Víctima de violencia sexual no doméstica</b> o abuso, acoso sexual, violación, tráfico de personas...	5%	2%	7
<b>Víctima de la guerra</b> , terrorismo, vigilancia parapolicial, violencia de Estado...	4%	8%	13
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>16%</b>	<b>5%</b>	<b>204</b>

#### 50. Sujetos de las noticias en internet en fotografías y video componentes, por sexo: 2010.

	Femenino	Masculino	N
Medios internacionales	47%	50%	143
China	19%	11%	172
Japón	14%	18%	104
Malasia	24%	32%	112
Taiwán	22%	20%	183
Jamaica	29%	16%	69
Austria	16%	11%	128
Dinamarca	30%	25%	130
Estonia	30%	39%	103
Alemania	34%	14%	203
Países Bajos	0%	13%	20
Noruega	33%	37%	81
Suecia	27%	27%	152
Islandia	56%	47%	46
Australia	33%	21%	377
Nueva Zelanda	6%	10%	220
Canadá	18%	13%	280
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>26%</b>	<b>21%</b>	<b>2523</b>

## 5. ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?

Los hallazgos muestran que los sujetos de las noticias en los sitios web de noticias internacionales aparecen en contenido multimedia con mayor frecuencia que los sujetos de las noticias en los sitios web nacionales. Esto no es sorprendente dada la cantidad de recursos de que disponen los medios internacionales para desarrollar, alojar y mantener dichos contenidos. Los elementos multimedia que acompañan las notas en sitios web de noticias internacionales contienen casi dos veces o más de la muestra promedio de este indicador, con 47% y 50% de sujetos femeninos y masculinos de las noticias respectivamente.

En la proporción mujeres-hombres, es poca la desigualdad por sexo en los sujetos de las noticias en el contenido multimedia en el caso de los medios internacionales. En los medios noticiosos en línea suecos tal desigualdad es inexistente. En efecto, los sitios web de noticias suecos contienen igual proporción (27% en cada caso) de sujetos femeninos y sujetos masculinos de las noticias. El Informe sobre Desarrollo Humano 2009 de las Naciones Unidas coloca a Islandia como el país con mayor número de usuarios de internet per cápita; es un país con una población pequeña y se encuentra entre los países menos densamente poblados del mundo. Aun cuando los sitios web de noticias islandeses producen la cantidad más baja absoluta de sujetos de las noticias en contenido multimedia, en relación con el resto de la muestra, éste fue el único país donde más de la mitad de los sujetos femeninos de las noticias (56%) aparecieron en dichos contenidos.

En general, los sujetos femeninos de las noticias aparecieron con mayor frecuencia (63%) que sus contrapartes masculinas en los multimedios visuales e imágenes, esto en 10 de 16 países que constituyeron la muestra.

Véase Tabla 50

## Reporteros en las noticias en línea

Sólo 36% de las notas periodísticas en la muestra las reportaron mujeres, comparado con 64% de las notas a cargo de hombres. Nuevamente vemos una réplica de la situación en los medios tradicionales donde las notas reportadas por hombres excedieron por mucho las reportadas por mujeres. El número de notas reportadas por hombres sobrepasó las reportadas por mujeres en todos los temas principales, notablemente en noticias sobre la economía donde 64% las reportaron hombres; en noticias sobre

## 51. Temas principales en las noticias por internet, por sexo del reportero: 2010.

	Femenino	Masculino	N
Medios internacionales	31%	69%	45
China	31%	69%	45
Japón	15%	85%	13
Malasia	68%	32%	19
Taiwán	32%	68%	91
Jamaica	43%	57%	7
Austria	57%	43%	23
Dinamarca	34%	66%	59
Estonia	44%	56%	39
Alemania	40%	60%	20
Países Bajos	50%	50%	2
Noruega	14%	86%	43
Suecia	37%	63%	70
Islandia	43%	57%	7
Australia	51%	49%	51
Nueva Zelandia	40%	60%	10
Canadá	35%	65%	43
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>587</b>

## 52. Notas periodísticas informadas a través de internet, por sexo del reportero: 2010.

	Femenino	Masculino	N
Social y Legal	47%	53%	57
Ciencia y Salud	45%	55%	56
Política y Gobierno	42%	58%	125
Economía	36%	64%	88
Crimen y Violencia	31%	69%	178
Celebridades, Arte y Medios	25%	75%	72
La niña	0%	0%	0
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>576</b>

\* Excluye estadísticas correspondiente a las notas bajo 'otros temas'

crimen/violencia (69% por reporteros) y noticias sobre celebridades/artes/medios/deportes (75% por reporteros). Comparaciones iniciales con los promedios mundiales referentes a los reporteros en los medios tradicionales muestran porcentajes notablemente altos de notas a cargo de mujeres reportando noticias en línea sobre política/gobierno y noticias sobre social/jurídico: 42%

de las notas sobre política transmitidas por internet están a cargo de mujeres, comparado con 33% en los mismos temas en los medios tradicionales impresos, radiales o televisivos. 47% de las noticias en línea sobre social/jurídico las reportan mujeres, en comparación con 43% de los mismos temas en los medios tradicionales. En los temas principales restantes, excepto en ciencia/

salud, hay, con mucho, menos notas en línea a cargo de mujeres en contraste con notas a cargo de hombres, y en comparación con noticias en medios impresos, televisión y radio. Incluso en noticias sobre celebridades/artes/medios/deportes, sólo 25% de las notas en línea están a cargo de reporteras en contraste con el promedio mundial de 38% en los medios tradicionales.

Estos hallazgos apuntan hacia dos conclusiones.

Primera, el dominio de los reporteros en los medios tradicionales se repite en las noticias en línea e incluso éste es más prominente en las noticias sobre economía, crimen/violencia y celebridades.

Una comparación de estos hallazgos con aquellos que arrojaron las noticias impresas, por televisión o por radio en los mismos países revela una diferencia estadísticamente significativa. 41% de las notas en los medios de comunicación tradicionales, de los países participantes en el proyecto piloto para internet, estuvieron a cargo de reporteras, lo cual contrasta fuertemente con 36% de las noticias en línea.

Segunda, hay más probabilidades que las reporteras que informan sobre política/gobierno consigan publicar notas en internet que en los medios tradicionales, si es que la increíble diferencia y contraste con respecto a las noticias en televisión, la radio y los medios impresos es un indicador confiable. Estas son buenas noticias para las reporteras tomando en consideración la tendencia histórica del fuerte desequilibrio en la proporción mujeres-hombres que se da en las notas políticas que aparecen en los medios tradicionales; un tema que es de primera importancia para la agenda de los medios noticiosos.

Véase **Tabla 51 y 52**

## Estereotipos y marginación en las noticias en línea

Se encontró que 42% de las notas periodísticas en línea refuerzan los estereotipos de género, sólo 4% los cuestionan y la mayoría restante 54% no los refuerzan pero tampoco los cuestionan. Estos hallazgos hacen eco de la situación en los medios tradicionales: en ambos casos, las notas tienen de 8 a 9 veces más probabilidades de reforzar estereotipos en lugar de cuestionarlos.

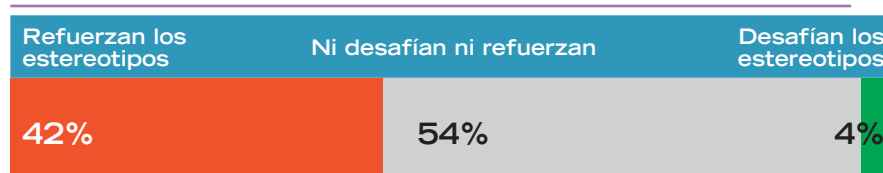
Véase **Tabla 53**

De todos los temas, las noticias sobre política transmitidas por internet son las que más refuerzan estereotipos (46%

### 53. Notas periodísticas por internet y estereotipos de género por tema: 2010.

	Refuerzan los estereotipos	Ni desafían ni refuerzan	Desafían los estereotipos	N
Social y Legal	36%	57%	7%	99
Economía	42%	52%	6%	195
Celebridades, Arte y Medios	40%	54%	6%	148
Política y Gobierno	46%	51%	2%	220
Ciencia y Salud	43%	55%	2%	88
Crimen y Violencia	43%	55%	2%	261
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>37%</b>	<b>59%</b>	<b>4%</b>	<b>1011</b>

### 54. Notas periodísticas por internet y estereotipos de género: 2010



de las notas) mientras que las noticias sobre social/jurídico los refuerzan en el menor número de casos (36%). Las notas sobre ciencia/salud son las que cuestionan más los estereotipos de género (7% de las notas). Mientras que es más probable que las notas sobre temas social/jurídico no cuestionen ni refuerzan los estereotipos, un rasgo que como ya se señaló previamente sirve más para reforzar el *status quo*, que es más frecuente que mantenga la desigualdad y la discriminación por razones de género, aspectos que marcan la mayor parte de las sociedades en el mundo.

Véase **Tabla 54**

Las mujeres son centrales en 11% de la muestra de notas en línea, comparable con la situación en los medios tradicionales donde la estadística es de 13%. Las notas donde las mujeres son centrales son aquellas que se enfocan específicamente en las mujeres o abordan temas que afectan a las mujeres de manera particular, por ejemplo, desempleo entre las mujeres. Las mujeres son más centrales en las noticias en línea sobre celebridades/artes/medios/deportes (23% de las notas) y son menos centrales en notas sobre economía (5%).

Véase **Tabla 55**

## Planificando a futuro

Al proyecto piloto de monitoreo de noticias en internet lo guió la pregunta de si el sesgo de género observado en los diarios, la radio y la televisión se reproduce en el contenido de las noticias en línea. De importancia fue la necesidad de saber el impacto específico de las decisiones que toman los editores de las noticias en línea y los periodistas que enfrentan las presiones para atraer y mantener audiencias en línea, las cuales han sido descritas como exigentes, difíciles de complacer y volubles. ¿Qué efectos tiene sobre las dimensiones de género el contenido de las noticias en línea con compromisos hechos para acortar las notas en *news-bytes* y todos los otros arreglos necesarios para publicar en la red?

Los hallazgos muestran que el estado de las cuestiones de género en los medios noticiosos en línea es igualmente deprimente, sino es que peor, que en los medios tradicionales. De hecho, cada indicador estudiado produjo un resultado que fue, en distintos grados, peor que en las noticias en la radio, la prensa escrita o la televisión. Tomando un indicador clave como el porcentaje de notas reportadas por mujeres, la investigación reveló una diferencia estadísticamente significativa entre las notas publicadas en



## 5. ¿Quién Figura En Las Noticias En El Ciberespacio?

### 55. Centralidad de las mujeres en las notas periodísticas por internet: 2010.

¿Son centrales las mujeres?	No	Sí	N
Celebridades, Arte y Medios	77%	23%	149
Crimen y Violencia	87%	13%	259
Ciencia y Salud	88%	12%	90
Política y Gobierno	92%	8%	222
Social y Legal	92%	8%	98
Economía	95%	5%	192
<b>Promedio mundial y Total N</b>	<b>89%</b>	<b>11%</b>	<b>1010</b>

internet y las notas reportadas en diarios, televisión y la radio.

Esto es alarmante tomando en cuenta que los sitios web seleccionados son reputados, están vinculados con las empresas mediáticas más importantes y que los países de la muestra se encuentran a la cabeza del avance en las TIC, con respecto a conectividad y posible desarrollo de contenido. Es posible que los sitios web de noticias en internet sean de hecho lentes magnificadores a través de los cuales el sesgo de género que se trasmite en los medios noticiosos tradicionales se haga aún más visible, dando soporte a una visión del mundo que va en detrimento de la igualdad y el bienestar de las mujeres y de la sociedad.

La trayectoria acelerada de internet para convertirse en fuente fundamental de noticias implica que cuantos proponen noticias con justicia de género deben actuar ahora para influir en un cambio en las prácticas del periodismo en línea, antes que sea demasiado tarde. Para ello, la sensibilidad que muestran los sitios de noticias en internet hacia los *ratings* de los usuarios y su retroalimentación proporciona un punto de entrada. Se ha dicho que cualquiera puede ser "periodista" en internet, sin embargo, el periodismo en línea profesional y de calidad debe establecer para sí uno de los mayores estándares, uno que quienes proponen la igualdad de género, en y fuera de los medios, puedan apalancar. Si bien los medios tradicionales seguirán

siendo la fuente de noticias básica para muchos, es crucial que el ejemplo que muestren los proveedores de noticias en internet en los países tecnológicamente avanzados sea especialmente uno donde se observe la justicia y equilibrio de género en el periodismo en línea, como un ideal al que se aspire y se vaya en pos de él.

## Resumen de hallazgos

■ **Las mujeres únicamente comprenden 23% de los sujetos de las noticias en notas monitoreadas en sitios web de noticias.**

Este hallazgo sugiere que la sub-representación de las mujeres en los medios noticiosos tradicionales se trasladó al mundo noticioso virtual.

■ **16% de las mujeres que fueron sujeto de las noticias en línea fueron presentadas como víctimas, en contraste con 5% de los sujetos masculinos de las noticias.**

En otras palabras, las mujeres tienen 3 veces más probabilidades que los hombres de ser presentadas como víctimas en las noticias por internet.

■ **26% de los sujetos femeninos de las noticias, comparado con 21% de los sujetos masculinos de las noticias, aparecieron en las fotografías y medios visuales que acompañaron las notas periodísticas.**

■ **Mujeres reportaron sólo 36% de las notas que constituyeron la muestra, comparadas con 64% de las notas presentadas por hombres.**

Primero, una comparación con los hallazgos que arrojó la observación de las noticias en los medios impresos, la televisión y la radio en los mismos países, deja ver una diferencia estadísticamente significativa. 41% de las notas que aparecieron en los medios masivos tradicionales estuvieron a cargo de reporteras, en los países participantes en el proyecto piloto dedicado a la observación en internet, lo cual contrasta drásticamente con 36% de las notas periodísticas en línea.

Segundo, el dominio de los reporteros en los medios noticiosos tradicionales se reproduce en las noticias en línea e incluso es más evidente en noticias sobre economía, crimen/violencia y

celebridades. 64% de las notas sobre economía las reportan hombres, 69% de las notas sobre crimen/violencia y 75% de aquellas sobre celebridades/artes/medios/deportes.

Sin embargo, 42% de las notas sobre política en internet están a cargo de mujeres, comparado con 33% en los medios impresos tradicionales y en las transmisiones radiales o televisivas. Estas son buenas noticias para las mujeres reporteras dadas las tendencias históricas del desequilibrio que en términos del sexo de quien reporta se presenta en las notas que aparecen sobre política en los medios tradicionales; un tema que es de primera importancia para la agenda de los medios noticiosos.

■ **Se encontró que 42% de las notas periodísticas en línea refuerzan los estereotipos de género, sólo 4% los cuestionaron, mientras que la mayoría 54% ni los reforzó ni los cuestionó.**

■ **Las mujeres son centrales en 11% de las noticias en línea, comparable a la situación en los medios tradicionales donde la estadística es de 13%.**

En general, las diferencias —algunas de las cuales son estadísticamente significativas— apuntan a la conclusión que las noticias por internet tienen un formato donde el sesgo de género se hace no solamente más visible sino incluso más concentrado que en los medios noticiosos tradicionales.

## Referencias

Burke, Cindy y Sharon Mazzarella (2008). "A slightly new shade of lipstick: Gendered mediation in Internet news stories", *Women's Studies in Communication*, vol. 31, núm. 3, pp. 395-418.

D'Haenens, Lee, Nicholas Jankowski y Ard Heuvelman (2004). "News in Online and Print Newspapers: Differences in Reader Consumption and Recall", *New Media and Society*, vol. 6, núm.3, pp. 363-382.

Gajjala, Radhika (2002). "An Interrupted Postcolonial/Feminist Cyberethnography: Complicity and Resistance in the 'Cyberfield'", *Feminist Media Studies*, vol.2, núm.2, pp. 177-193.

Kopper, Gerd G., Albrecht Kolthoff y Andre Czepek (2000). "Research Review: Online Journalism – a Report on Current and Continuing Research and Major Questions in the International Discussion", *Journalism Studies*, vol.1, núm.3, pp. 499-512.

Lee, Micky (2006). "What's Missing in Feminist Research in New Information and Communication Technologies?", *Feminist Media Studies*, vol. 6, núm.2, pp. 191-210.

Pierce, Justin (2010). "World Internet Project Report Finds Large Percentage of Non-Users, and Significant Gender Disparities in Going On-Line", USC Annenberg School for Communication and Journalism, Annenberg Center for the Digital Future.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2008). Informe de Desarrollo Humano 2007-2008. <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/>

Quandt, Thorsten (2008). "(No) News on the World Wide Web? A Comparative Content Analysis of Online News in Europe and the United States", *Journalism Studies*, vol.9, núm.5, pp. 717-738.

Somolu, Oreoluwa (2007). "'Telling Our Own Stories': African Women Blogging for Social Change", *Gender and Development*, vol.15, núm.3, pp. 477-489.

Thompson, Margaret E., Katerina Anfossi Gómez y María Suárez Toro (2005). "Women's Alternative Internet Radio and Feminist Interactive Communications: Internet Audience Perceptions of Feminist International Radio Endeavour (FIRE)", *Feminist Media Studies*, vol.5, núm.2, pp. 215-236.

1 Somolu, 2007; Thompson et al., 2005; Gajjala, 2002.

2 Lee, 2006.

3 Burke & Mazzarella, 2002.

4 Pierce, 2010:1 citant Jeffrey I. Cole, the World Internet Project, University of Southern California-Annenberg.

5 PNUD, 2008.

6 Somolu, 2007.

7 Kopper et al. 2000: page 500.

8 Quandt

9 La diferencia es significativa en el 95% de confiabilidad

## 6. Estudios De Caso

A quienes realizaron el monitoreo se les pidió que clasificaran notas que podrían ser interesantes para practicar posteriormente un análisis de género. Para ello se proporcionó una matriz que agrupó 4 categorías de estereotipos.

"Abiertamente estereotipadas" quedan definidas como aquellas notas que presentan a las mujeres y hombres en roles estereotipados, por ejemplo, a las mujeres como objetos sexuales o a los hombres como emprendedores fuertes. Los estereotipos evidentes abundan generalmente en los medios masivos lo mismo que en los medios noticiosos.

"Sutilmente estereotipadas" son notas no siempre fáciles de identificar; éstas refuerzan nociones de feminidad o masculinidad de formas que las "normaliza", como "la aflicción de una madre" por la pérdida de un hijo en lugar de "la aflicción de un padre". Un segundo ejemplo son notas en las cuales se hace referencia a las mujeres de acuerdo

con sus relaciones personales que en realidad no tienen pertinencia alguna para la nota, por ejemplo, una ministro de gobierno a la que se hace referencia como la "esposa de".

"Ausencia de una perspectiva de género/ oportunidad perdida" son notas que podrían haberse enriquecido y ampliado incluyendo una gama amplia de puntos de vista o arrojando luz sobre diferentes implicaciones para mujeres y hombres. Incluyen artículos que carecen de un equilibrio de género en sus fuentes y aquellas desprovistas de una perspectiva de género aun cuando podría habérsela dado.

Finalmente, con "conciencia de género" son notas que cuestionan los estereotipos y motivan el debate sobre temas de género. Algunas notas en esta categoría contarán con un equilibrio de género en sus fuentes o demostrarán o discutirán cómo las problemáticas afectarán de manera diferente a mujeres y hombres.

Otras notas son más específicamente de género, exponiendo temas que son medulares para la igualdad de género.

Los estudios de caso en esta sección aparecieron en las noticias del 10 de noviembre de 2009.

Nos dicen que, en general, las notas que refuerzan los estereotipos estuvieron con mucho más disponibles que las notas que cuestionan los estereotipos, como lo informaron quienes realizaron el monitoreo.

Que la mayor parte de notas que cuestionaron los estereotipos provinieron de América Latina lo confirman los hallazgos estadísticos sobre la prevalencia más alta de tales notas en la región, en contraste con otras regiones.

### 56. Matriz para clasificación de los estudios de caso del GMMP\*

1. Abiertamente estereotipadas	2. Sutilmente estereotipadas
Artículos o imágenes que presentan a las mujeres en roles estereotipados como víctimas u objetos sexuales.	Artículos o imágenes que refuerzan nociones de roles domésticos en las mujeres y roles más públicos en los hombres haciéndolos aparecer como normales. Por ejemplo, aflicción maternal por un/una hija en lugar de la aflicción de ambos progenitores.
Artículos o imágenes que presentan a los hombres en roles estereotipados como fuertes empresarios o líderes.	Artículos donde se hace referencia a las mujeres de acuerdo con sus vínculos personales que son irrelevantes para la nota, por ejemplo, una mujer ministro a la que se hace referencia como la esposa de alguien.
3. Oportunidades perdidas/ausencia de una perspectiva de género	4. Conciencia de género
Artículos donde no hay equilibrio de género (y por tanto de diversidad) en las fuentes, lo que resulta en una sola perspectiva sobre el tema en cuestión.	<b>4A.</b> Artículos e imágenes que cuestionan estereotipos y promueven debate sobre cuestiones de género desde una perspectiva de derechos humanos, por ejemplo, mujeres piloto u hombres que se ocupan de dar atención a la salud y bienestar de las personas.
Artículos donde la perspectiva de género está ausente en temas cotidianos como unas elecciones o el presupuesto, privando a la nota de ángulos nuevos e interesantes, por ejemplo, cómo afecta a las mujeres pobres el recorte en los financiamientos.	<b>4B.</b> Artículos que presentan equilibrio de género en sus fuentes; demostrando diferentes perspectivas/impactos sobre mujeres y hombres mediante la inclusión de datos desagregados por sexo, por ejemplo, cuántas mujeres y hombres reciben cierto tipo de financiamiento; para qué lo utilizan y por qué los recortes podrían tener impactos distintos.
	<b>4C.</b> Específicamente sobre género: Artículos específicamente concernientes a las desigualdades entre mujeres y hombres; estructuras, procesos; campañas para hacer avanzar la equidad de género, como romper con barreras que impiden el acceso de las mujeres en ciertas ocupaciones.

\* La matriz para la clasificación de los estudios de caso del GMMP es una adaptación del sistema del Gender and Media (GEM) que desarrolló Gender Links para el Southern African Gender and Media Baseline Study.



## 1. Abiertamente estereotipadas

**Título:** "Sesión hot de Angie posando con condones en la boca derritió la web".



**País:** Chile

**Fuente:** *La Cuarta*, tabloide, primera plana y p.17

**Resumen:** Angie es la hija de una famosa *Madame* (propietaria de una casa de citas) chilena de la que se presume está involucrada en tráfico de personas, que se ha hecho famosa debido a su madre y las estrellas en un programa de televisión tipo *reallity*. El artículo reporta que las fotos de Angie en poses sugerentes que un amateur subió a la página web "Califas" -mujeriego-, atrajeron tanto la atención que el tráfico en la web colapso dicha página web. Las fotos aparecen impresas en la primera plana y en la página 17, acompañadas por encabezados sugerentes.

**Análisis:** El título de esta pieza en la cubierta del tabloide va acompañado por varias fotos que se repiten con la nota principal en las páginas interiores. El surgimiento de la chica como estrella de *reallity* en la TV se lo atribuye dudosamente a su identidad como la hija de una famosa madame en Chile, que escribió un libro sobre su carrera y se convirtió en personaje famoso en los medios. En el contexto de este artículo, a la chica se la presenta, tanto visualmente como en el texto, como otro producto de la carrera de su madre. En el encabezado superior se hace referencia a ella como la "mini recluta", haciendo burla de la estatura pequeña de la chica al mismo tiempo que se degradaba a las mujeres que sufren de explotación sexual por parte de los traficantes y explotadores como su madre.

Las imágenes en sí mismas presentan una joven mujer asumiendo poses provocativas y sensuales, contribuyendo de suyo al estereotipo de ver a las mujeres como objetos sexuales. El recurso de femina-sexo-objeto se utiliza ampliamente en la publicidad chilena para subir los *ratings* de los programas de televisión, incluyendo atraer lectores hacia los diarios donde aparecen todo



tipo de imágenes evocativas sin ningún tipo de censura.

En la columna lateral, adyacente a las fotos, hay fotografías de los nuevos participantes en el *reallity show* de Angie en la TV, bajo el encabezado: "¡Nuevas minis para el pelotón!" Para este momento debe estar claro que: esta imagen sensacionalista y sexualizada del cuerpo de una joven mujer en lo que aparenta ser una noticia sobre el colapso de un sitio web, en realidad es simplemente un gran anuncio del programa de *reallity* en la televisión.

**Conclusión:** En el mundo del "reallity" por televisión y el "infotainment", donde se utiliza el sexo para vender noticias, la línea que separan las noticias y la publicidad es cada vez más sutil. En este mundo de espejos y reflejos distorsionados, la ficción sobre mujeres se adereza como verdades sobre las famosas, falsamente enmascaradas como realidad.



## 6. Estudios De Caso

**Título:** "Hombre asesina a su esposa embarazada y a su suegra también embarazada, y luego intenta suicidarse, en Florencia de San Carlos"



**País:** Costa Rica

**Fuente:** Canal 7- Telenoticias

**Título:** "Hombre asesina a su esposa embarazada y a su suegra también embarazada, y luego intenta suicidarse, en Florencia de San Carlos"

**Resumen:** El reportero, en el lugar del doble homicidio en San Carlos, presenta la historia como sigue: "Un hombre de nacionalidad nicaragüense llegó a la casa de un vecino donde encontró a su esposa y a su suegra, la primera con 7 meses de embarazo y la segunda con 9 meses de embarazo y a punto de dar a luz. Las mató a ambas con un cuchillo que arrancó a un niño que estaba pelando una naranja a la entrada de la casa. Después de matar a las dos mujeres intentó quitarse la vida con un machete." Después de esta afirmación, el reportero entrevistó a un paramédico que se refiere a "él" como el culpable, al tiempo que vídeo-imágenes de un hombre en la ambulancia aparecen en la pantalla. Enseguida, el reportero entrevista a un niño como principal testigo, refiriéndose a él como "joven", aunque en realidad es un niño. Después de esto, otro hombre, un taxista que iba de paso, ofrece su versión y una vecina aporta más detalles de lo sucedido. A lo largo de la nota, se hace referencia al asesino como "el hombre" y a las mujeres como "las víctimas de violencia intrafamiliar (o doméstica)" y al asesinato como "hecho sangriento".

**Análisis:** Esta es la primera noticia y dura cinco minutos. La noticia se concentra en la descripción del acto sin aportar más contexto ni causa. A las dos mujeres embarazadas simplemente se las refiere como las víctimas, junto con la mención de que 30 mujeres en 2009 han sido asesinadas a causa de "violencia intrafamiliar o violencia doméstica", reduciendo la gravedad de la violencia al distraer la atención de la naturaleza de género que tiene el hecho. Al mismo tiempo la nota no constituye una denuncia, ni un análisis ni un preguntarse, o abrir debate o buscar explicaciones de la muerte de estas dos mujeres.

El uso del término "violencia intrafamiliar o doméstica" sirve para ocultar la naturaleza de género de la violencia ejercida: esto es feminicidio, el

asesinato de una mujer por razón de su género y que lo hace posible el mismo estereotipo que la sociedad y los medios perpetúan sobre las mujeres como sumisas, inferiores y dóciles. La violencia de género es en gran medida alimentada por los estereotipos de la masculinidad y la feminidad. Esta o cualquier otra discusión se omite totalmente en esta noticia, aun cuando dura cinco minutos.

Además de identificar al supuesto asesino como "nicaragüense" desde el inicio mismo, en un momento hacia el final del reporte, aparece un encabezado en la pantalla señalando: "Nicaragüense ataca a mujer con un machete". El acento puesto en la nacionalidad del supuesto asesino sirve para perpetuar la xenofobia en Costa Rica. Además, la evocación a la nacionalidad implícitamente aleja el crimen de la sociedad costarricense, implicando que este tipo de sucesos se dan, de hecho, fuera del país.

Las imágenes que se presentan en la pantalla incluyen los cadáveres de las mujeres cubiertos junto con explicaciones gráficas de los testigos de lo sucedido. La mujer testigo describe las puñaladas como si el hombre estuviera "apuñalando un trozo de carne". Un hombre describe desapasionadamente lo que vio. Este mismo hombre hace su descripción con lujo de detalle de manera irrespetuosa de la dignidad y memoria de las mujeres que se convierten en víctimas del sensacionalismo de la violencia de género a causa del estilo del reportaje. En un momento, una inconsistencia en el recuento que hace el reportero abre paso al sensacionalismo: originalmente afirma que el hombre mató a las dos mujeres con un cuchillo que arrebató de manos de un niño que estaba pelando una naranja a la entrada de la casa, en un momento posterior afirma que el hombre trató de cortarse la garganta con el mismo machete que utilizó para asesinar a las mujeres. Este tipo de reportajes, que despliega imágenes horripilantes de una forma que hace pornografía de los cadáveres de las víctimas de feminicidio, sólo pueden servir para perpetuar la violencia contra las mujeres.

**Conclusión:** Las mujeres que han sufrido violencia de género son doblemente victimizadas, una por los perpetradores de la violencia contra sus cuerpos y una segunda vez por un trabajo de reporteo insensible y falto de ética que hace sensacionalismo de la violencia.

**Título:** "Una nueva normativa para prohibir la prostitución: Madrid, escaparate de prostitución"



**País:** España

**Fuente:** Tele 5, TV

**Resumen:** Esta pieza de nota televisiva consiste de dos historias separadas pero que se transmitieron juntas para profundizar el impacto del tema de la prostitución en Madrid. La primera historia informa a los televidentes sobre una nueva ley que fue aprobada por la municipalidad de Granada, que prohíbe la prostitución en un perímetro de 200 metros de residencias, escuelas y negocios bajo la advertencia de multar tanto al cliente como a la prostituta. La voz del presentador de las noticias da paso a la voz de una reportera que hace un recuento del contenido de la nueva disposición municipal mientras que la cámara muestra una serie de imágenes de mujeres caminando por las calles filmadas a la distancia. Se entrevista a tres hombres. Aun si el reportaje no los identifica, dos parecen ser residentes de la zona con fuerte tráfico de comercio sexual y dudan que la ley cambie algo. El tercero por su lenguaje y apariencia, parece ser un político. Al final de la pieza se menciona un segmento adicional de la legislación requiriendo que todos los vendedores callejeros de mercancías al menudeo tengan que contar con licencia y muestra imágenes de oficiales de la policía hablando con personas que guardan cosas en cajas en las esquinas de las calles. Con ello se da paso a la segunda nota con las siguientes palabras introductorias por parte del locutor: "En efecto Madrid de noche es una auténtico escaparate de sexo " Después de este encabezado, se explica que mujeres y personas transexo que practican la prostitución en zonas aisladas corren grandes peligros. El reportaje inicia con una voz masculina explicando que es media noche en la "Casa de Campo" (un gran parque urbano en Madrid).

**Análisis:** La yuxtaposición de estas dos notas separadas aunque relacionadas dice mucho de la práctica periodística de las redacciones de televisión y la hipocresía del tratamiento masculino a los problemas sociales como la seguridad y derechos de las/los trabajadores sexuales. Primero, las opiniones presentadas sobre la nueva ley en la primera nota son exclusivamente de hombres. Segundo, la inclusión de tomas a distancia de mujeres caminando por la calle está teñida con un aire de *voyerismo*. A ninguna de las mujeres que

se muestra se les pide su opinión o cómo va a afectarles la nueva ley. Ni siquiera se sabe con certeza que las mujeres sean, en efecto, trabajadoras sexuales. Poco detalle se proporciona en cuanto a cómo es que esta ley, ostensiblemente diseñada para reducir la prostitución a instancias de los dueños de las propiedades, impactará los derechos económicos de los pequeños vendedores que no tienen nada que ver con el comercio sexual o cómo afectará a las/los trabajadoras sexuales en las calles.

En la segunda nota, el problema de la prostitución en Madrid se lo asocia verbalmente con “mujeres de varias nacionalidades” controladas por la mafia, mientras se presentan imágenes de mujeres negras y otras que parecen latinoamericanas. El impacto directo de la nueva ley, esto es, que las/los trabajadoras sexuales se verán forzadas a realizar su actividad en zonas más aisladas de la ciudad, alejadas de los edificios y el alumbrado público, colocándolas incluso en mayor riesgo físico, está más implícito por la mención de la creciente “ghettoization” de la prostitución en lugar de establecer el vínculo directo.

Cuando finalmente se entrevista a las trabajadoras sexuales, es durante la noche. Las intervenciones se hacen sin revelar el rostro de la persona. Los televidentes escuchan una voz masculina ronca, presumiblemente la de un trabajador sexual transexual, explica cómo los hombres vienen de noche a “descargar” y por la mañana continúan “felizmente con sus matrimonios” mientras que la cámara hace *close-ups* de labios y la línea que en el pecho de las mujeres separa los senos. Con el pretexto de discutir sobre los peligros que enfrentan las trabajadoras sexuales que caminan por zonas aisladas de la ciudad en busca de clientes, el reportero desciende a una fiesta visual de anatomía femenina.

El segmento final de la nota habla de las mujeres en el centro de Madrid donde las “prostitutas sudamericanas, subsaharianas y sud-asiáticas” trabajan, “frecuentemente bajo el control de la mafia” al tiempo que nuevamente la voz de una trabajadora sexual que suena masculina explica de las historias de violación y violencia que ha escuchado, violencia que se utiliza contra las “chicas africanas” y los grandes peligros que implica el andar en zonas aisladas de la ciudad. Sin embargo, la entrevistada explica cómo puede tener una buena ganancia dejando en claro los términos con los clientes hombres.

**Conclusión:** Al televidente se le deja con la impresión que los

problemas de la violencia, sexuales y explotación económica, sesgo de género y discriminación contra las/los trabajadoras sexuales son problemas ocasionados por el dominio de los criminales, por “extranjeras ilegales” y por la desesperación. El reportaje da la impresión de que éstos no son problemas de las “verdaderas” y legítimas mujeres españolas y tampoco son la responsabilidad de los hombres españoles que emplean los servicios de las trabajadoras sexuales. Mientras tanto, las trabajadoras sexuales españolas (presentadas exclusivamente mediante las voces con acento español de las personas transexuales) son presentadas como empoderadas y conscientes de sus derechos, mientras que las extranjeras —a ninguna de las cuales se entrevista— se dice que son vulnerables. Aunque se hacen intentos para vincular soluciones jurídicas, estrechamente concebidas, con los problemas sociales asociados con la prostitución, la naturaleza seria de la problemática queda minada por el uso del imaginario visual: bajo el pretexto de una preocupación, a las voces de las personas afectadas no se les toma en serio. Del doble mensaje en el contraste entre la naturaleza seria de la conversación y el sensacionalismo e imaginario explícitamente sexual, parecería, a partir de este reportaje, que la prostitución sólo se la toma en serio en la medida que proporciona material para abandonarse a las fantasías de cuerpos feminizados. Esto refuerza un aire de permisividad para la clientela española masculina de la prostitución al mismo tiempo que culpa de la violencia contra las trabajadoras sexuales a trabajadores indocumentados y grupos organizados que trafican con humanos.

**Título del artículo:**

“Clara la hacker.  
Tiró la cabeza  
de su víctima  
en un pozo para  
ventilación”



**País:** Hungría

**Fuente:** *Bors*, diario

**Resumen:** La nota es el extracto de un libro escrito por una de las periodistas del diario. Arriba del artículo hay un breve anuncio del libro titulado “El abogado de diablo, parte 3, mujeres que se convierten en asesinas”. El anuncio muestra la portada del libro y una fotografía de la periodista con un prominente abogado, un hombre viejo. De acuerdo con este artículo, la autora del libro se sintió tocada porque una de sus entrevistadas, una



mujer que asesina a su padre abusivo, asistió a la presentación del libro. Sin embargo, la introducción a la historia en cuestión deja en claro que sólo fue una oportunidad para hacer publicidad, destinada a mejorar las ventas del libro.

La historia en sí misma es un breve recuento de cómo una mujer, usuaria de drogas, sufrió violación tumultuaria en la que intervinieron el vendedor de droga y varios de sus amigos; momentos después —y todavía bajo los efectos de la droga— mató y mutiló al hombre. La historia está narrada desde la perspectiva de la mujer, es breve, sólo describe dos actos. La mujer concluye que lo volvería a hacer con cualquiera que la violara, incluso sin estar bajo los efectos de las drogas. La foto que acompaña el artículo muestra el rostro de una mujer. Su nombre se menciona tanto en el encabezado de la nota y el pie de foto que acompaña al artículo. A un costado de la foto de la mujer se incluye la imagen incompleta de un cuchillo ensangrentado. Esto sirve para incrementar el efecto de *shock* y horror.

**Análisis:** Aun cuando la nota cuestiona los estereotipos femeninos, de las mujeres como alimentadoras y no como asesinas, la culpabilidad de su crimen se ve mitigada por el hecho de que se encontraba bajo los efectos de las drogas. La nota presenta a la mujer como una criatura irracional que no puede controlar sus pasiones. Aunque pudo haber sido presentada de una manera que arrojará luz sobre el problema más amplio de la violencia sexual, no limitándola a los individuos, este ángulo queda completamente ignorado por preferir centrarse en Clara.



## 6. Estudios De Caso

**Conclusión:** El sensacionalismo con que se presenta esta nota no deja espacio para considerar las complejidades de este fenómeno o despegar estereotipos de género. Varios proyectos que destacan los vínculos entre en encarcelamiento de mujeres a causa de crímenes violentos y la violencia que han sufrido de parte de sus parejas masculinas es un tema que han investigado asociaciones de mujeres en Hungría. Encuestas, entrevistas y grupos de discusión para auto-ayuda han señalado la complejidad de este problema: los hombres prácticamente no enfrentan castigo alguno o castigo restringido en el caso de violencia ejercida por la pareja masculina, mientras todavía las autoridades y la sociedad en su mayoría cierra los ojos ante la violencia, y las mujeres no reciben ayuda de las autoridades. Quienes matan a cuantos abusan de ellas reciben sentencias graves, en la medida que la justicia criminal reconoce y castiga el asesinato pero ni reconoce ni castiga la violencia sexual ni la violencia por razón de género.

**Título:** "En BanshKhali alumna de quinto grado tuvo su bebé"



**Fuente:** Dainik Azadi, Diario

**País:** Bangladesh

**Resumen:** El artículo trata de una alumna de quinto grado que dio a luz a su bebé en el hospital. La niña quedó embarazada después que su maestro la atacara sexualmente. El artículo señala que durante un año el maestro había sostenido una "relación inmoral" con la niña. La sedujo ofreciendo prepararla para los exámenes de la escuela primaria. No se ejerció acción alguna contra el maestro a pesar de los reportes que la gente local hizo llegar a las autoridades.

**Análisis:** "En BanshKhali alumna de quinto grado tuvo su bebé" da un trato sensacionalista y sugiere que la niña está activa sexualmente. Tomando en consideración el contexto social más amplio donde el acceso a la educación ha sido históricamente sesgado a favor de los niños, este tipo de representación borda sobre los estereotipos de las niñas. Potencialmente refuerza actitudes tradicionales que desalientan que las niñas tengan acceso a la escuela. En realidad el embarazo de la niña fue resultado de una violación por parte de su maestro, una persona en una posición y poder por encima de ella. Este crimen y el hecho que las autoridades dejaran de proteger a la niña y tomaran las medidas apropiadas contra el maestro podrían

haber sido en centro de la historia.

Si bien la nota no menciona el nombre de la niña, proporciona los datos de su dirección, el nombre de su escuela y del hospital donde fue atendida. Las fotografías que acompañan la nota muestran a la niña cargando su bebé; el rostro de la niña aparece borroso. La nota al proporcionar datos sobre la niña que facilitan su identificación, la pone en riesgo de mayor reprobación social junto con su familia.



**Conclusión:** Por el lenguaje que se utilizó y las fotografías, la nota trata de presentar a la niña como promiscua sexual. No sólo refuerza abiertamente estereotipos negativos sobre la niña sino que deja de proteger su privacidad y la coloca en riesgo de mayor reprobación social.

**Título:** *Dino je ve sa 12 godina ranio oca, a sa 16 je na majku krenuo nožem* (Dino hirió a su padre a los 12 años y a los 16 atacó a su madre con un cuchillo)



**Fuente:** *Ve ernji list*, diario

**Country:** Croacia

**Resumen:** La nota aparece en la sección dedicada a crimen y violencia en el diario y describe el asesinato de una madre a manos de su hijo. Se da a entender que el autor del artículo es plenamente confiable, ya que se limita a proporcionar datos y hechos. En la primera oración del artículo el periodista

establece: "Una de las muchas riñas a causa del abuso del alcohol, el estilo de vida insensible y lujurioso de Silvana Babi (de 46 años de edad), el domingo terminó en una tragedia. Su hijo Dino (22 años de edad) la golpeó con una estatuilla hasta matarla para luego estrangularla con una corbata de seda." Después de describir el crimen, el artículo señala que el padre había abandonado el hogar 18 años atrás y que la policía ya tenía antecedentes de Dino después de que sostuviera una riña con sus padres cuando apenas tenía 12 años de edad. La nota también menciona que Dino había comenzado a golpear a su madre en junio "porque llevaba muchos hombres al departamento".

**Análisis:** Por varios adjetivos que se usan para describir a la madre (vida insensible y lujuriosa, adicta a los hombres y al alcohol), así como de la descripción del comportamiento violeto del hijo, la nota implícitamente sugiere que el estilo de vida de la madre fue la causa de su muerte. Es una representación que implícitamente sugiere que el asesinato tendría justificación debido al estilo de vida de la madre asesinada. Esto opera para eliminar cualquier simpatía que el lector pudiera tener por la víctima. Sin esfuerzo alguno por hacer un análisis más profundo, el artículo reproduce y reconstruye estereotipos sobre la maternidad y la vida familiar que ve a las mujeres como madres responsables, que nutren y son esposas. Una madre, que bebe y lleva una vida promiscua, se desvía de la visión que prevalece en la sociedad y que dicta sobre cómo debe comportarse una madre.

**Conclusión:** El marco social donde opera el medio es uno que espera de las mujeres una maternidad pasiva, de matrimonio y responsable. Las mujeres que rompen con estas expectativas son vistas como la expresión de una feminidad desviada. La nota presenta a la víctima como llevando una vida promiscua antes de ser asesinada. Sugiere que es muy probable que las madres desviadas sean culpadas si sus hijos se convierten en adictos a drogas y perpetradores de crímenes.

## 2. Sutilmente estereotipados

**Título:** "Cómo educar a los hijos"

**País:** México

**Fuente:** Hechos AM, radio



**Resumen:** Esta nota retoma el debate sobre la responsabilidad compartida de criar y educar a los hijos entre mujeres y hombres.

**Análisis:** Aunque el reportaje afirma que criar a los hijos es una responsabilidad compartida entre mujeres y hombres, el uso de las fuentes de información en busca de opiniones sobre el tema es, en sí, una forma sutil de estereotipo: sólo se consultó a mujeres sobre el papel de los padres en la educación de los hijos. Una de las fuentes es una madre "que se queda en casa" y otra es una experta en desarrollo infantil.

Que una madre se dedique de tiempo completo a un trabajo no pagado en casa, se presenta como la primera autoridad en cuanto a la crianza de los hijos, lo que parece reforzar la noción que el ámbito de las mujeres es la esfera doméstica y que su primera responsabilidad es el cuidado de los hijos.

Las mujeres que forman parte de la fuerza de trabajo remunerada y quienes comparten el cuidado de los hijos con su pareja o familia no fueron consultadas. Esto ignora la realidad de muchas madres que laboran dos jornadas, una dentro y otra fuera de casa. El reportero tampoco consulta hombres, un grupo que ha ido crecientemente tomando parte en el cuidado de los hijos en años recientes con cambios en los patrones de la división sexual del trabajo.

Es de avanzada que sean mujeres expertas a las que se presente como fuentes de información. Sin embargo, la selección de persona a entrevistar refuerza un estereotipo de las áreas de conocimiento profesional experto reservadas a mujeres (roles de género tradicionalmente femeninos). Haber entrevistado a un experto hombre habría servido para desvanecer este estereotipo.

**Conclusión:** Si bien es importante que las voces de las mujeres sean escuchadas en los medios, las fuentes por las que se optó envían un mensaje con cierto sesgo de género sobre el tema. La ausencia de una voz masculina en este tema implica que la crianza de los hijos no es algo que les corresponde, aun tomando en cuenta la realidad que los hombres cada

vez más se ocupan de la responsabilidad de cuidar a los hijos. El estereotipo sutil, reforzado por la selección de fuentes, mina el mensaje lo mismo que la perspectiva del artículo: que mujeres y hombres tienen la responsabilidad conjunta de criar y educar a los hijos.

**Título:** "Berlín evoca el triunfo de la libertad: Líderes mundiales de ayer y hoy se reúnen en la capital alemana para celebrar la 'evolución pacífica que cambio al mundo'"

**País:** España

**Fuente:** *Las Provincias*, Diario, sección internacional, p. 29.



**Resumen:** Este artículo describe la ceremonia oficial con la canciller Angela Merkel como anfitriona, para celebrar el vigésimo aniversario de la caída del muro de Berlín. El artículo menciona que en el estrado, que tiene como telón de fondo la Puerta de Brandemburgo, cantó Plácido Domingo y hubo discursos a cargo de los dirigentes actuales de las potencias aliadas que ocuparon Alemania después de segunda guerra mundial, Gordon Brown de la Gran Bretaña. Dimitri Medvedev de Rusia y Nicolas Sarkozy de Francia, con la presencia de la Secretaria de Estado Hillary Clinton de Estados Unidos. A las citas de los discursos de Gordon Brown y la proyección de un video con un discurso del ausente Barack Obama siguieron citas de Merkel y del presidente alemán, Horst Kohler, encomiando al ex canciller Helmut Kohl, a Mikhail Gorbachev y George Bush padre por el rol que desempeñaron en la "revolución pacífica".



**Análisis:** En este artículo la transmisión de estereotipos aunque sutil es visible. Primero que nada, sólo se mencionan dos mujeres entre los ocho o nueve hombres, un sesgo que refleja la mayor presencia de hombres en la política y difícilmente una falta del periodista. Sin embargo, más representaciones sutiles de los estereotipos de género se introducen en el artículo: mientras se menciona a Merkel como la principal anfitriona de la ceremonia en tanto que Canciller de Alemania, no se la cita sino después de Gordon Brown y Barack Obama. Da la impresión que esto tiene que ver más con el género por ser mujer, que con su posición como canciller. Además a Merkel se la describe en términos emotivos, como "coreó la melodía" y pronunciando un "discurso emotivo". Una foto muestra a Merkel sosteniendo un paraguas entre Sarkozy y Medvedev, que parecen no sostener paraguas y aparecen estoicos bajo la lluvia. Sin embargo, esta imagen podría tener una lectura ligeramente distinta: Mientras Merkel sostiene su propio paraguas sobre su cabeza, los dos hombres parecen estar esperando que los asistentes que se encuentran detrás de ellos les proporcionen algo para guarecerse de la lluvia. Abundan otros estereotipos de género: A Hilary Clinton se la describe como "rompiendo el rígido protocolo" de la ceremonia dominada por hombres al presentar un video grabado con un mensaje del ausente Obama. No se cita a la propia Clinton. La descripción de la llegada del presidente alemán Kohler escoltado por soldados sugiere una rigidez militar. Finalmente, aunque el presidente encomia a "la gente" que había hecho posible la "revolución pacífica" y por haber derribado el muro que separaba al Este y Occidente, afirma que no habría sido posible sin los "tres hombres de Estado con visión" Bush, Gorbachev y Kohl, a la cabeza de Estados Unidos, la URSS y Alemania Occidental en ese momento. Dar crédito por un proceso histórico en el que participaron millones de personas simultáneamente, en última instancia, a "hombres de Estado" socava la importancia dada a las mujeres y hombres ordinarios.

**Conclusión:** A pesar de que las mujeres han llegado a ocupar posiciones de poder político, como es el caso de Merkel en Alemania, Michelle Bachelet en Chile y Cristina Fernández en Argentina, las mujeres, incluso mujeres poderosas, siguen siendo representadas en los medios a la sombra de los arquetípicos "hombres de Estado".



**Título:** "Elecciones locales en el suroeste búlgaro"



**Fuente:** *Struma*, diario  
**País:** Bulgaria

**Resumen:** La nota aparece en la página 2 del diario *Struma* e informa sobre las elecciones locales en el suroeste de Bulgaria.

**Análisis:** Sólo se presenta y describe a candidatos hombres. Sólo se cita la opinión que hombres tienen de los candidatos y sólo aparecen fotografiados hombres.

El desequilibrio de género en las fuentes de las noticias abiertamente hace un estereotipo de la política y la vida pública como ámbito masculino. Parece ser que en esta parte de Bulgaria no hay ni candidatas ni votantes mujeres. Aun cuando los hombres siguen dominando en la vida política del país, los movimientos que buscan empoderar a las mujeres han llevado a que haya más presencia de las mujeres en la vida pública de Bulgaria. Durante las elecciones de 2009 al Parlamento Europeo, 60 por ciento de los candidatos de los partidos de centro-derecha fueron mujeres. Otras mujeres en puestos de autoridad en el país incluyen la alcaldesa de Sofía, la ministra de justicia y la portavoz del parlamento.

**Conclusión:** Al presentar sólo a hombres (tanto en las fotografías como en la nota), el artículo devalúa y hace caso omiso de la participación de las mujeres, así como de su aportación a los procesos políticos.

### 3. Ausencia de una perspectiva de género y oportunidades perdidas

**Título:** "Crece en India 9% con reformas"



**País:** México  
**Fuente:** Reforma, sección negocios, p.1

**Resumen:** El artículo discute algunas de las razones que se encuentran detrás del crecimiento económico de la India y sugiere que, de acuerdo con proyecciones hechas por el Foro Económico Mundial, con las reformas en educación, salud y el sector financiero, en los años

subsecuentes la India podría alcanzar un PIB de 9%. Sin embargo, el crecimiento en la India no ha significado progreso para todos ya que hay una desigualdad amplia entre el ingreso que perciben mujeres y hombres, lo mismo que en oportunidades de empleo y en el poder.

**Análisis:** Este artículo claramente presenta muchas oportunidades para profundizar más en la desigualdad de género, que se desprende evidentemente de las estadísticas que presenta de la "nueva" economía de la India.

El reportero se explaya en cuanto a las reformas que el gobierno indio ha hecho para racionalizar el gasto en educación y salud. No hace mención de en qué medida estos sectores han sido privatizados, o si las reformas han implicado recorte del gasto público. Considerando que estas son las vías más comunes para reformar el sector público, y que dichos recortes impactan en las mujeres pobres y trabajadoras debido a que se incrementa el peso social que tienen las responsabilidades reproductivas. La interpretación con un ángulo tan limitado de los datos es problemática. El impacto que tengan las reformas sobre las mujeres y otras explicaciones detrás de la desigualdad de género en cuanto al acceso al empleo remunerado, en salarios y puestos de poder en el sector privado quedan sin explorar a pesar de que ello se destaca en el artículo periodístico.

Por el contrario, el artículo se centra en las reformas e intentos de modificar el sector financiero y atraer inversión extranjera directa incrementando la "competitividad". No se hace mención del hecho que el bajo costo de la fuerza de trabajo o los bajos salarios que se pagan a los trabajadores, particularmente a las mujeres, es uno de los factores clave para que las empresas establezcan operaciones en ese país. No se establece ningún vínculo entre crecimiento macroeconómico en términos de crecimiento del PIB, lo lucrativo del sector financiero y la viabilidad fiscal del sector público, ni con la profundización de las desigualdades de género. Ni siquiera se considera la desigualdad de género que resultará del crecimiento del sector privado en la India. Lo que se retoma es la supuesta conveniencia de la reforma del sector salud, de la educación y de los sectores financieros para así mejorar la capacidad del país y atraer inversión extranjera e incrementar el crecimiento del PIB, sosteniendo que ellos es estratégico para reducir la desigualdad de género en lo que se refiere a ingreso, salarios y estatus.

**Conclusión:** Ignora la explotación del trabajo femenino y la incidencia que en términos de género tienen los recortes en los servicios públicos en la era de la globalización neoliberal. Haber tomado en consideración el impacto de género que tendría el crecimiento económico nacional y el papel que desempeñan las mujeres en los procesos económicos habría dado oportunidad para que los lectores del diario incrementaran su consciencia con respecto a estos temas, abriendo el debate a través del cual se crea una ciudadanía más crítica y participativa. Sin embargo, la forma en que este artículo está escrito garantiza que quedara sepultada cualquier posibilidad como las mencionadas.

**Título del artículo:** "Jüri Mõis: La Corriente del Norte podría crear empleos"



**País:** Estonia

**Fuente:** DELFI, Internet news. <http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eeesti/juri-mois-nord-stream-oleks-loomud-tookohti.d?id=26814767>

**Resumen:** La nota reporta sobre una discusión en la Televisión de Estonia (ETV) sobre el proyecto de gasoducto Corriente del Norte en el Mar Báltico. El título del programa de ETV es "Ciudadanos de la República".

**Análisis:** El proyecto de gasoducto Corriente del Norte transportará gas desde Rusia a Alemania atravesando el lecho del Mar Báltico, evitando pasar por Polonia, Bielorrusia y Ucrania. Estonia no tiene participación directa en el proyecto debido a que el gasoducto no va a cruzar por dicho país. Sin embargo, en tanto que país báltico, Estonia ha expresado preocupaciones con respecto al impacto ambiental que el proyecto podría tener sobre el ecosistema del Mar Báltico. En el programa sólo se entrevistó a cuatro hombres; un desequilibrio de género en las fuentes, con lo que resulta



que sólo se tiene una perspectiva sobre el asunto. El título del programa de ETV es "Ciudadanos de la República". Sin embargo, al presentar sólo la perspectiva de los hombres, el programa implícitamente sugiere que sólo los hombres son ciudadanos y tienen la autoridad de hablar sobre temas políticos y ambientales que afectan al país. En un país con muchas mujeres políticas y científicas, el dejar de reflejar la diversidad en la fuente de las noticias, en una nota como esta, refuerza la imagen tradicional del hombre como intelectual, científico y figura cuya opinión merece escuchar el resto de la población.

**Título:** "Más control antitratata en frontera norte"



**Country:** Ecuador

**Fuente:** El Telégrafo, Sección "Zona Ciudadana", p. 8

**Resumen:** Este artículo reporta sobre la colaboración entre autoridades en el Ecuador, en la provincia de Carchi y el departamento colombiano de Nariño para enfrentar el problema del tráfico humano en la región fronteriza de los dos países andinos. Se puso mayor vigilancia en los turistas que cruzan la frontera y el comercio, junto con una moratoria sobre licencias para abrir bares y clubes nocturnos en ambas regiones. De acuerdo con el gobernador de Carchi, Efrén Benavidez, entrevistado por el reportero, el problema puede sintetizarse de la siguiente forma: " encontramos niñas trabajando como prostitutas sin papeles, las deportamos, pero regresan a trabajar, es un círculo vicioso, y es por ello que estamos tomando estas medidas." El artículo señala que el año pasado en el Ecuador se reportaron 23 casos de explotación sexual de mujeres colombianas. El artículo también cita a la organización no gubernamental FUNDAPAZ, que estima que 95% de todos los casos de explotación sexual (presumiblemente en el Ecuador) son mujeres y niñas. Se da a entender que la mayor parte de las mujeres que llega al Ecuador provienen de Antioquía, Caldas y Quindío en Colombia. Además del tráfico de mujeres para explotación sexual, también se menciona el tráfico infantil para trabajo forzado como un problema social importante que se enfrentará con creciente vigilancia por parte de las autoridades sobre la frontera.

**Análisis:** Es ampliamente sabido que el tráfico de mujeres es la evidencia más profunda y violenta de los efectos de la subordinación, discriminación y exclusión de las mujeres. Este tipo de violación de los derechos de las

mujeres es uno de los más perturbadores ejemplos de la violencia que se ejerce contra las mujeres por el simple hecho de ser mujeres. Este artículo llama más la atención sobre el asunto particularmente porque menciona la abrumadora proporción de mujeres que son víctimas. Sin embargo, el artículo no intenta preguntarse por qué en este caso. En lugar de ello, el asunto se aborda desde la perspectiva de las autoridades en tanto que tratan de aplicar medidas jurídicas para evitar el problema. No hay intentos de incluir las voces de las mujeres que son traficadas y que habrían revelado por qué se ven atrapadas en el círculo. Podrían haber arrojado luz sobre las condiciones sociales, económicas o culturales que las convierte en presa de los traficantes. ¿Qué sucede, por ejemplo, en los departamentos colombianos de Antioquía, Quindío o Caldas que los convierte en fuente principal del tráfico de mujeres que caen víctimas del tráfico humano? Un reportaje más integral habría dado mayor perspectiva a la nota, permitiendo que los lectores entendieran el problema. Un enfoque como éste habría evocado diferentes aspectos de los derechos de las mujeres, niñas y otros grupos vulnerable atrapados en el círculo de tráfico humano.

**Conclusión:** Dar atención a las causas profundas del tráfico humano desde una perspectiva más amplia y con conciencia de género facilitaría a la audiencia una comprensión de las razones por las cuales las mujeres en particular quedan atrapadas en las redes de los traficantes. De tomar una perspectiva más amplia y con conciencia de género el artículo habría podido proporcionar información que hubiera ampliado el debate público sobre los derechos, dignidad y seguridad de las mujeres, las niñas y grupos vulnerables en riesgo de ser explotados.

**Título del artículo:** "El camino a la escuela para los niños en la zona inundada"



**Fuente:** Voces de Vietnam (VOV1), Radio  
**País:** Vietnam

**Resumen:** El reporte es sobre las recientes inundaciones en An Ninh Tay, provincia de Phu Yen, una parte rural del país. La inundación ocasionó pérdidas de propiedades y desplazamiento de muchas comunidades. El principal tema del reportaje son las escuelas de los niños en las zonas inundadas y la incertidumbre que tienen, pues no saben cuándo van a regresar a la escuela debido a que todos los recursos en la escuela se los llevó el agua. El reportaje también afirma que los niños tampoco tienen sombreros ni

zapatos. En el reporte se entrevista a dos alumnos, a una mujer y a dos hombres.

**Análisis:** Sólo se cita a una mujer en el reportaje. Sin embargo, se la cita como la víctima del desastre. De su entrevista, es evidente que tiene la voz temblorosa y que llora conforma habla de los daños que ocasionó la inundación. Se cita a dos hombres con puestos altos, discutiendo posibles soluciones a los problemas ocasionados por el desastre. Las capacidades en que fueron entrevistados los hombres y la mujer, perpetúan los estereotipos de género, de las mujeres siendo emocionales y víctimas, en contraste con los hombres que son quienes toman decisiones y resuelven problemas. Es un reflejo de la cultura social más amplia y de la política de Vietnam, donde frecuentemente quienes toman decisiones son los hombres.

**Conclusión:** La nota coloca sutilmente estereotipos de las mujeres como víctimas y a los hombres como gente importante que resuelve problemas importantes, como los desastres naturales. Muestra a los hombres como agentes activos y a las mujeres como víctimas pasivas. Pierde la oportunidad de mostrar a los radioescuchas las dinámicas entre los sexos, los esfuerzos conjuntos por parte de mujeres y hombres al enfrentar desafíos en la sociedad, en este caso, los ocasionados por un desastre natural.

## 4. Reportajes con conciencia de género

**Título del artículo:** "Las luces de la ciudad son un riesgo para los estudiantes"



**País:** Etiopía

**Fuente:** *The Daily Monitor* (diario)

**Resumen:** Esta nota informa sobre la prevalencia del comportamiento sexual con alto riesgo de los estudiantes universitarios. Coloca los peligros de tal comportamiento en el contexto más amplio de la prevalencia de VIH/SIDA en Etiopía y las tasas particularmente altas de prevalencia en Addis Abeba. Utiliza una diversidad de fuentes para destacar distintos programas de prevención de VIH/SIDA en la universidad y otras instituciones de educación superior. La foto que acompaña la nota es de una sección del plantel universitario denominado "el pozo de los besos". El pie de foto se lee: "El pozo de los besos' en el plantel de Siddist Kilo en Addis Abeba es el lugar favorito que frecuentan las parejas de

## 6. Estudios De Caso

estudiantes."

**Análisis:** La nota muestra un equilibrio en el uso de fuentes, una estudiante de la Universidad de Addis Abeba (UAA) y un hombre ex alumno de la universidad y ahora coordinador de proyecto en una organización no gubernamental local, son las fuentes que cita la nota.

Teniendo una fuente femenina y una fuente masculina introduce diferentes perspectivas sobre la prevención de VIH y SIDA, incluyendo iniciativas para reducir su diseminación. La nota muestra las diferencias de las experiencias sexuales de las y los estudiantes que pudieran ponerlos en riesgo de contraer VIH. Además, la nota destaca las experiencias de las estudiantes de las áreas rurales y urbanas que llegan a la universidad. La fuente femenina tuvo oportunidad de comentar sobre una afirmación hecha por la fuente masculina en el sentido de que algunas estudiantes en la universidad caen presas de "papitos".

La nota proporciona información sobre la prevalencia de VIH/SIDA a escala nacional y en el nivel urbano local. También trata de corroborar sus supuestos, según los cuales los estudiantes deben encontrarse entre los grupos en alto riesgo de contraer VIH/SIDA en la ciudad.

**Conclusión:** La nota es un buen ejemplo de artículo con consciencia de género en cuanto al uso equilibrado de sus fuentes, su introducción de distintas perspectivas y experiencias y su uso de información. La nota proporciona una imagen completa y permite entender la problemática.

**Título:** "Mortalidad femenina: principal causa es la falta de atención médica"



**País:** Chile

**Fuente:** La Nación, diario

**Resumen:** El artículo detalla los resultados de estudios científicos sobre epidemiología y salud que encontraron que la principal causa de la mortalidad y morbilidad femenina se debe a la falta de acceso a cuidados médicos y falta de atención médica.

**Análisis:** En general, los editores del diario tienden a imprimir información directa de los servicios por cable en casos que presentan estudios científicos, análisis estadísticos o información compleja. Es importante que esta pieza en particular la hayan incluido en el diario. La información está bien presentada y la amplitud del problema

se muestra con claridad. El estilo del reportaje tiene plena sensibilidad de género y trata de crear consciencia en los lectores sobre el problema del acceso inadecuado que las mujeres tienen a la atención médica.

El diario es parcialmente propiedad del Estado chileno. De forma que la información que publica está vinculada a los intereses de gobierno. La administración anterior encabezada por la Presidente Michelle Bachelet puso mucha importancia en políticas públicas desde una perspectiva de justicia de género. Curiosamente, este artículo no apareció en otros diarios este 10 de noviembre. Lo cual sugiere que sólo es posible acceder a este tipo de notas cuando son extraídas de las agencias noticiosas que emplean periodistas especializados en temas de ciencia y salud pública.

**Conclusión:** El artículo demuestra que es posible ser conciso, claro y tener una consciencia de género poniendo atención cuidadosa al presentar una imagen precisa de un tema de género que enfrentan las mujeres, en este caso, el acceso a atención de la salud.

**Título:** "Mujeres policías se unen en la lucha contra el cáncer de mama"



**País:** Costa Rica

**Fuente:** Radio Columbia, 98.7 FM

**Resumen:** Mujeres policías se reunieron para enviar un mensaje para la prevención del cáncer de pecho y de alerta a los residentes de Curridabat. El lema fue "nuestra seguridad comienza con nosotras mismas". Hubo música, comida, charlas y testimonios de mujeres sobrevivientes de cáncer. Los reporteros entrevistaron a una de las oficiales de policía, jefa de la policía pública de Curridabat, quien afirmó que el objetivo del evento era transmitir un mensaje de prevención para mujeres y hombres, para que tomaran medidas para proteger su salud y seguridad.

**Análisis:** Esta es la primera noticia que recibe 40 segundos de tiempo. Hace publicidad y reconoce una actividad organizada por oficiales de la policía sobre prevención del cáncer de pecho en una forma que demuestra una consciencia positiva con respecto a una preocupación de género. Primero, muestra a las mujeres como oficiales de policía, un área tradicionalmente dominada por los hombres. Segundo, muestra a las mujeres como defensoras activas de su propia salud y seguridad a través de medidas para incrementar las

probabilidades para sobrevivir al cáncer. Tercero, muestra a mujeres activamente participando en la salud pública y en una campaña de seguridad. Además, destaca cómo estas mujeres emplean de forma creativa una definición de seguridad pública que amplía las responsabilidades de la policía más allá del combate al crimen para incluir el combate a enfermedades a través de buenas prácticas de salud. Finalmente, que la oficial de policía entrevistada menciona que el objetivo del evento fue llegar a mujeres y hombres destaca la importancia de la inclusión. El artículo demuestra la consciencia sobre el tema, tanto de la sujeto de la noticia como de los propios periodistas.

**Conclusión:** No sólo el evento presentado es un excelente ejemplo de los beneficios sociales de una participación activa de las mujeres en roles tradicionalmente dominados por los hombres, sino de editores de noticias y periodistas, en cuanto a su consciencia de género y presentación destacada del artículo, rindiendo homenaje al poder activo de las mujeres para fomentar el cambio social.

**Título:** Sin título



**País:** Nicaragua

**Fuente:** Radio Ya

**Resumen:** Esta breve pieza de radio describe la creciente participación de los hombres en actividades que en algún momento fueron consideradas responsabilidad de las mujeres, como alimentar a los enfermos, acompañar a las mujeres durante la labor de parto y cuidar a los niños.

**Análisis:** La nota muestra un periodismo con consciencia de género al destacar el cambio de actitudes en la sociedad con respecto al rol de los hombres para atender a otros o acompañar a las esposas e integrantes de la familia durante la labor de parto y el parto mismo. Refleja adecuadamente el cambio en los roles de género en el marco de normas culturales, además de apoyar activamente la creación de consciencia pública sobre las tendencias cambiantes.

**Conclusión:** Los periodistas pueden apoyar intentos de las mujeres y hombres para superar las limitaciones que imponen los tradicionales estereotipos de género al llamar la atención sobre tendencias que desafían los estereotipos, en lugar de utilizar el lenguaje que refuerza los roles de género y normas culturales prevalecientes.



## 7. Hacia Una Información Ética Y Con Equilibrio De Género: Una Perspectiva Sindical

Mindy Ran

A través de este informe, puede verse que el *Proyecto de Monitoreo Global de Medios* aborda dos categorías entrelazadas: cómo se presenta a las mujeres en los contenidos de las noticias, en contraste a cómo se presenta a los hombres, y cómo las mujeres, nuevamente en contraste con los hombres, participan en la creación de las noticias como reporteras y locutoras. Cada una de estas categorías incide clara y mutuamente en la otra.

Para entender los mecanismos en operación que hacen que el cambio avance con pasos desesperantemente lentos, que parecen fortalecer al *status quo* en un mayor estancamiento, apenas desplazando una masa pesada, la realidad llana de la estadística es esencial. Igual de esencial es entender las realidades humanas y circunstancias detrás del número para desarrollar nuevas vías para el cambio. En este sentido, los sindicatos de periodistas y las federaciones de sindicatos son fuente que informa al mismo tiempo que da forma al debate.

En estos días de medios de comunicación vertiginosos: boletines noticiosos taquígrafados, periodismo *quick* para la red y el *bloggeo* al instante, el periodismo ético es un ideal anticuado. Esto es promover reportajes de calidad, justos y equilibrados. De hecho ello nos remite a lo que se supone debería ser el periodismo de calidad; reconoce la incidencia y la aportación que hacen los medios para dar forma a las normas de la sociedad, para informar el debate, crear un cambio de consciencia, o bien un periodismo que apoya y refuerza los sesgos y la discriminación, y/o gratifica al *status quo*. El periodismo ético tiene que ver con asumir la responsabilidad por las decisiones tomadas, teniendo consciencia del impacto de esas decisiones; la decisión de a quién entrevistar, con qué condición, cómo presentar a la persona visualmente, así como decisiones en cuanto a quién tendrá acceso a capacitación, a quién se contrata, a quién se promueve, quién presenta las noticias y de su contenido.

**■ Inherente a esta responsabilidad es el concepto de que una información justa, equilibrada, es una manera ética de informar, que a su vez, sólo puede conseguirse con igualdad, tanto en el contenido de las noticias, como en las salas de redacción.**

Entonces aunque el concepto de ética en relación con varios aspectos de los medios no es nuevo, aplicarlo específicamente al género es un resultado más reciente de una larga jornada en búsqueda de nuevas y más eficientes vías para incidir en el cambio. Las estadísticas y los ejemplos de estudios de caso del GMMP 2010 reflejan la realidad muy claramente, mostrando la tendencia sin cambio de un avance lento. Por ello es importante comprender qué se encuentran detrás de esas cifras, tanto en el trato que la industria da a las mujeres como en la presentación y representación que hacen de ellas, ya que una ausencia continua de voces, rostros y opiniones nunca podrá ser ética u ofrecer medios justos o equilibrados.

### “Sticky Floors”<sup>1</sup> y cosas peores

Mientras las estadísticas muestran que más y más mujeres reciben formación e ingresan al campo, su número en los puestos altos de la profesión siguen siendo sorprendentemente bajos o incluso, en algunos países, inexistente. En Estados Unidos, Europa Occidental, Canadá y Australia las mujeres hablan de “*sticky floors*” y “*glass ceilings*”<sup>2</sup>, los cuales resultan en la falta de promoción para las mujeres en estos países, implicando, a su vez, que la brecha salarial se incrementa con la edad a pesar de los casi 50 años de legislación de pago igual.

De acuerdo con informes sindicales presentados ante el Consejo de Género de la Federación Internacional de Periodistas (la FIP representa 600 mil periodistas en 123 países en todo el mundo) las siguientes condiciones siguen prevaleciendo en toda la industria a escala *mundial* y, por tanto, inciden en la calidad y contenido de las noticias: altos niveles de estrés, pago desigual, intimidación (*bullying*) y acoso sexual (incluyendo violencia e incluso amenazas

de violencia sexual), cargas inaceptables de trabajo, falta de acceso a capacitación y formación, prácticas discriminatorias sistemáticas u ocultas (como toques de queda (*curfews*) y falta de espacio para el cuidado de los hijos) así como sexismo en las prácticas de contratación y asignación en la cobertura de notas.

Además, horas de trabajo que limitan el tiempo social y la ausencia de horarios flexibles pueden forzar que muchas madres trabajadoras, en particular, aceptar puestos de medio tiempo, temporales o por su cuenta (*freelance*). Esto a su vez las coloca en una situación de mayor vulnerabilidad en términos de promoción, estatus legal, seguridad laboral y la posibilidad de disfrutar los mismos derechos colectivos que tienen sus colegas que cuentan con contrato colectivo. En los países que “protegen” los derechos a la maternidad, las mujeres siguen siendo penalizadas, perdiendo parte de su pensión, antigüedad y en algunos casos la maternidad se convierte en causal de despido.

En otros países, las mujeres pueden ser más vulnerables ante la intimidación y la amenaza (muerte, violencia física y sexual, amenazas contra la familia) en comparación con sus colegas hombres, cuando trabajan sobre casos de periodismo investigativo, particularmente en los campos de los derechos humanos o la corrupción, donde las amenazas provienen de los grupos criminales o funcionarios corruptos.

Desafortunadamente, estas condiciones no son nuevas ni se han mejorado con prontitud, aunque se han mejorando muy paulatinamente.

### Iniciativas: viejas y nuevas

Si un cambio en la ley fuese la respuesta (aunque son un inicio básico), entonces la brecha salarial, por ejemplo, simplemente sería un cuento de terror que le contaríamos a nuestras hijas recordando “el terrible pasado”. La verdad simple y llana es que después de todos estos años de activismo luchando contra la desigualdad las cosas simples, obvias, han cambiado (Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los



## 7. Hacia Una Información Ética Y Con Equilibrio De Género: Una Perspectiva Sindical

tratados sobre derechos humanos, la legislación sobre pago igual, etc.), de forma tal que, resulta claro que hay mecanismos más sutiles en operación, lo cual significa, a su vez, que se requiere de un enfoque más sutil.

En los sindicatos de periodistas y en las federaciones sindicales, las viejas iniciativas han ido avanzando lentamente, trabajando sigilosamente para conseguir el cambio; manifiestos de mujeres (que establecen planes de acción para producir el cambio y adoptadas por sindicatos individuales), cláusulas de dignidad en el trabajo en los contratos colectivos de trabajo (que establecen directrices de comportamiento en el trabajo y crean procedimientos para manejar casos de intimidación y acoso sexual) y códigos de conducta para la industria.

La National Union of Journalists (NUJ) en Reino Unido e Irlanda es uno de los viejos sindicatos de periodistas en el mundo. Para afiliarse a este sindicato uno tiene que estar de acuerdo en regir su comportamiento de acuerdo con el código de conducta de la NUJ (originalmente redactado en 1936 con cambios integrados a lo largo de los años), que incluye ideales como un reporteo justo y equilibrado y la siguiente cláusula:

*"10. No producir material que pueda desembocar en la aversión o discriminación contra una persona por cuestiones de edad, género, raza, color de la piel, credo, estatus legal, discapacidad, estatus marital u orientación sexual.*

En una declaración hecha en la conferencia de la FIP sobre Ética y Género: Igualdad en las salas de redacción,<sup>30</sup> destacan los siguientes aspectos:

*"que es fundamental respetar firmemente los principios de la información ética para luchar contra los estereotipos de género y para combatir las conductas agresivas, el acoso y la desigualdad en la promoción, formación y retribución, así como para defender la dignidad de nuestro trabajo como periodistas y profesionales de los medios de comunicación..."*

*"... que todas y todos los trabajadores de los medios de comunicación, periodistas y sindicalistas, deben trabajar con unidad para promover el periodismo ético, respetar los derechos y la dignidad de todas las mujeres, así como para garantizar que las imágenes de la mujer en los medios de comunicación y en la sociedad reflejan la necesidad de acabar con todo tipo de discriminación en la vida social, económica, política y cultural..."*

Al crear y adoptar este tipo de declaraciones, que a su vez son llevadas a cada uno de los países (sindicatos de periodistas) participantes, un intento de declaración cohesionada se filtra hacia los individuos y los grupos locales, en mucho al estilo de las declaraciones hechas por mujeres. Además, acciones específicas incluyen: crecientes esfuerzos para eliminar toda forma de violencia, acoso sexual e intimidación, insistir que estas cuestiones se lleven a la palestra de las discusiones medulares en los sindicatos, incrementar la capacitación tanto en ética como en igualdad de derechos, así como en temas de género y promover mayor sensibilidad de género y consciencia sobre el contenido en los medios.

Con esto en mente, ahora dirigimos nuestra atención a la ruta trazada según los hallazgos del GMMP 2005, para así proponer un plan de acción revisado para los próximos 5 años.

### Revisitando el Plan de Acción GMMP 2005

#### Promoción y cabildeo

Este punto de acción atañe al cambio dirigido por activistas de género en los grupos de la sociedad civil, incluyendo sindicatos de periodistas y federaciones de periodistas, utilizando los resultados del GMMP como evidencia para la promoción (*advocacy*). Seguirá siendo fundamental contar con este tipo de datos para responder a aquellos que creen, erróneamente, que ya se ha alcanzado la igualdad. Este punto de acción perfila el papel que pueden desempeñar las/los activistas para alentar el debate e incrementar la consciencia sobre el contenido de género e incidir en las noticias y entre el público.

#### Políticas para los medios y rendición de cuentas

Como extensión de —y elemento complementario de los códigos de conducta de los sindicatos— las directrices editoriales para un reporteo con equilibrio de género deben admitir la responsabilidad de exigir que los medios rindan cuentas. Entonces, desarrollar directrices editoriales que incluyan una creciente consciencia de contenido sensible al género también ayudará a informar y crear una imagen equitativa y equilibrada en los medios. Las/los activistas en los ámbitos de las cuestiones de género y medios deben difundir activamente directrices con consciencia de género y desarrollar acciones de cabildeo en todas las agencias de medios para que desarrollen o incrementen

contenido que sea sensible al género, y para que lo incluyan como lineamientos en sus propias directrices.

#### Objetivos organizacionales y supervisión interna

Este punto de acción también sigue vigente, en la medida que las directrices y metas mencionadas *supra* pueden fácilmente convertirse en la historia de nunca acabar, que agota y frustra a quienes participan si no se detecta ningún cambio. Si se vigila el contenido de las noticias monitoreando si hay equilibrio de género o no en las fuentes, sujetos y nuevo personal, las agencias de medios pueden utilizar esta información no sólo como una medida de avance sino para ayudar a establecer metas factibles.

#### Sensibilización y capacitación de periodistas y editores

Cursos para periodistas, programa para medios en universidades y escuelas técnicas deben incluir directrices para un reporteo ético y directrices de género. Ello también debe incorporarse en la capacitación en el trabajo y talleres de desarrollo profesional para las/los periodistas en activo. Aunque también debe proporcionarse capacitación a managers, editores, productores y publicistas para incrementar su consciencia e informar y apoyar ideales para crear salas de redacción con equilibrio de género y generar contenido con equilibrio de género.

Además, hay que cuidar que en la capacitación se asegure acceso equitativo e igual; equilibrando en la medida de lo posible el número de quienes sean candidatas/candidatos a capacitación, para que la proporción de mujeres-hombres sea 50/50. Los programas de capacitación deben estar pendientes de y responder a requerimientos y prácticas que podrían haber ocultado acciones como no haber permitido la participación de ciertos grupos.

#### Destrezas para analizar los medios

Conforme avanzan los medios ahora, más que nunca, nos encontramos ante una saturación de imágenes que de hecho son difíciles de "ver" y entender. Ahora más que nunca es fundamental desarrollar destrezas para analizar los medios. Por tanto, la capacidad que tenga el público para criticar lo que estamos viendo y observar los mensajes recibidos es esencial. Sigue siendo fundamental apoyar grupos que buscan que las personas aprendan a "leer" los medios, de manera que puedan aportar al debate democrático; asimismo es importante capacitar al público para que vea y entienda el mensaje que les están ofreciendo. El plan de acción 2005

destaca la necesidad de fomentar el reconocimiento y apoyo de posiciones críticas ante los medios, a través del desarrollo de destrezas, en el contexto de ciudadanía informada.

### **Desarrollo del monitoreo (observación) de medios**

Una de las primeras áreas de acción a las que contribuyó la investigación del GMMP es el desarrollo de herramientas y métodos de monitoreo. Tener la capacidad de hacer monitoreo y entender, es el primer paso para aportar evidencia específica de la necesidad del cambio. Además, el tipo de método empleado por las/los investigadores en el GMMP puede adaptarse de forma que responda a las necesidades de las organizaciones mediáticas, de periodistas, de académicas/académicos y grupos interesados. Hay una diversidad de posibilidades, desde la puesta en marcha de un monitoreo periódico de un medio específico, en un área geográfica específica, a ampliar el monitoreo a nuevas formas de medios, como las noticias in internet o "nuevos alimentadores" que usan las "redes sociales" como Facebook y Twitter.

### **Una nota final: Mejorar el equilibrio de género en la industria**

El trabajo para los próximos cinco años habrá de incluir a sindicatos y federaciones, en cuanto al papel que desempeñan para lograr un piso de trabajo con mayor sensibilidad de género y con mayor equilibrio de género. Las/los activistas dentro y fuera de los medios habrán de alentar a los sindicatos para que presionen a favor de, entre otros derechos, horarios flexibles de trabajo, posibilidades de trabajo compartido, acceso al cuidado de los hijos y permiso por embarazo. Habrán de alentar a los sindicatos de periodistas y federaciones para que cabilden por el derecho a organizarse, a mejorar los derechos de las/los trabajadoras temporales (eventuales) y de quienes laboran por su cuenta (*freelance*), y por el desarrollo y adaptación de la cláusula de "dignidad en el trabajo" para combatir la intimidación y discriminación.

- 
1. Celebrada en 2009, con la asistencia de 60 participantes de 45 países. *To Tell You the Truth: The Ethical Journalism Initiative* (Hay versión castellana: *Iniciativa de Periodismo Ético*), Aidan White. La campaña de periodismo ético fue lanzada durante la conferencia. Puede leer más al respecto en la página electrónica de la Federación Internacional de Periodistas [www.ifj.org](http://www.ifj.org).
  2. Gallagher, Margaret. 2005:104-106. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2005*. Informe disponible en [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

## 8. Una Hoja De Ruta Para Acelerar El Avance En La Presentación Y Representación De Las Mujeres En Las Noticias

La investigación del GMMP muestra un incremento de 6 puntos porcentuales en la presencia de las mujeres como sujetos de las noticias desde el año 2000. Si estas condiciones permanecen y se mantiene la tasa de avance tomará por lo menos 40 años alcanzar la paridad. El plan de acción *infra* avanza sobre acuerdos adoptados en reuniones regionales e internacionales, busca no solamente acelerar el paso del cambio sino redirigir el avance hacia las áreas de políticas y prácticas en los medios que obstaculizan el avance hacia medios noticiosos con equidad de género.

Las acciones retoman los objetivos estratégicos que aparecen en la sección J relativa a "la mujer y los medios de difusión", en la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing adoptada en 1995, que en primer lugar reconoce la importancia de la observación de los medios como herramienta para el cambio hacia la igualdad de género.

**Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación.**

*En alianza con editores, órganos reguladores de los medios, asociaciones de periodistas, instituciones de formación, gobiernos, funcionarios de comunicación e información, y la sociedad civil entre otros*

1. Compilar y promover el uso de directorios de Mujeres Expertas. Acciones Específicas:
  - a. Crear una versión en línea e impresa del directorio de mujeres expertas cubriendo diversas áreas temáticas.
  - b. En asociación con las redes existentes y contactos en la región desarrollar el directorio.
  - c. Distribuir el directorio entre los medios para incrementar la presencia de las mujeres como fuentes en las noticias.

**Bajo la dirección de docentes/capacitadores, instituciones de enseñanza y formación en materia de medios, e investigadores con apoyo de gobiernos, organizaciones regionales y organizaciones internacionales:**

2. Crear planes de estudio y módulos sobre "género y medios" en escuelas, instituciones y centros de enseñanza y formación en materia de medios,
3. Proporcionar a directores e instructores las destrezas necesarias para aplicar los módulos para formar profesionales de los medios con sensibilidad de género,
4. Capacitar en asuntos de género y reporteo con equilibrio de género a los propietarios de los medios, directores de publicación, directores generales de radio y televisión, editores en jefe, directores de programación, productores y animadores.

**Bajo la dirección de las asociaciones de los profesionales de los medios, sindicatos de periodistas y propietarios de los medios con apoyo de los gobiernos:**

5. Adoptar y aplicar políticas de paridad de género en los medios
  - a. Fomentar la adopción y aplicación de políticas de paridad de género. Rectificar las brechas.
  - b. Actuar para fortalecer los sistemas de aplicación de políticas favorables al desarrollo de los medios y promoción de la sensibilidad de género e igualdad de género en los medios.
6. Promover el liderazgo de las mujeres en los medios
  - a. Fomentar la capacitación y re-capacitación de las mujeres profesionales en los medios.
  - b. Apoyar la creación de agencias noticiosas que se originen en las redes y organizaciones de mujeres para que surjan nuevas prácticas en la presentación y representación de las mujeres.

**Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión**

Aidan White, Secretario General de la FIP, atribuye la persistencia de desigualdad de género y estereotipos en el contenido de los medios a "intereses económicos y viejas costumbre en el trabajo". Como señala correctamente, no es lineal la relación entre, por un lado, la aplicación de políticas y el incremento del número de mujeres en los medios y, por el otro, la reducción en la desigualdad de género y contenido con estereotipos. Profunda y frecuentemente atrincherados, hay prejuicios no reconocidos que obstruyen la institucionalización del equilibrio de género en la práctica de los medios. Las recomendaciones que anotamos enseguida buscan proporcionar una guía práctica para una ética profesional instalada en la práctica con equidad de género en los medios.

*En alianza con editores, órganos reguladores de los medios, asociaciones de periodistas, instituciones de formación, gobiernos, funcionarios de comunicación e información, y la sociedad civil entre otros*

**Bajo la dirección de las organizaciones de la sociedad civil con el apoyo de los gobiernos, organizaciones no gubernamentales internacionales y el sector privado:**

7. Llevar a cabo iniciativas de sensibilización de género y medios. Acciones específicas:
  - a. Sensibilizar a los medios con respecto a un reporteo con equilibrio de género:
    - i. Trabajar en colaboración con asociaciones de medios nacionales, regionales e internacionales así como con instituciones de enseñanza/formación en medios para desarrollar capacitación y sensibilización a partir de los hallazgos producto de la observación de medios como es el caso del GMMP, para enfrentar la desigualdad en la representación de las mujeres en las noticias.
    - ii. Involucrar a los medios en el debate y diálogo sobre los hallazgos del GMMP para abordar las problemáticas que surgieron del informe.
  - a. Exponer tanto a los medios masivos como a los medios comunitarios a los instrumentos con perspectiva de

## 8. Una Hoja De Ruta Para Acelerar El Avance En La Presentación Y Representación De Las Mujeres En La

género existentes. Dichos instrumentos guiarán una cobertura con sensibilidad hacia el género.

8. Construir una nueva imaginación social de equidad de género y equilibrio de género en los medios en tanto que derechos humanos de las mujeres. Acciones específicas:
  - a. Re-educar a los consumidores de los medios para que comprendan que la violencia en los medios contribuye a y refuerza una cultura de violencia.
  - b. Re-educar a los consumidores de los medios para que cuestionen los medios que promueven, incitan, glorifican y llenan de oropel, erotizan o trivializan la violencia contra las niñas y las mujeres.
  - c. Capacitar a las comunidades —mujeres y hombres— para que aprendan a “leer” el contenido de los medios desde una perspectiva de género.
  - d. Establecer reconocimientos anuales para los medios que muestren sensibilidad de género, reconociendo las mejores prácticas en los medios con equidad de género y equilibrio de género.
  - e. Crear una página electrónica (*website*) interactiva dedicada al tema de género y monitoreo de medios para las/los usuarios de los medios.
9. Llevar a cabo iniciativas de monitoreo de género y medios. Acciones específicas:
  - a. Capacitar a capacitadores en monitoreo de medios.
  - b. Desarrollar un manual de capacitación para monitoreo de género y medios.
  - c. Producir estadísticas y bases de datos de referencia sobre las dimensiones de género de las noticias, publicidad, entretenimiento, telenovelas (*soap operas*) que se transmiten por periodos extensos.
  - d. Difundir los resultados de estudios a cargo de observatorios de medios, haciendo uso de medios audiovisuales que muestren la falta de coherencia entre el mensaje de los medios, la realidad de los países y la necesidad de desarrollar una consciencia con un enfoque reflexivo y crítico hacia los medios.
  - e. Intercambio de herramientas y experiencias en políticas y monitoreo de medios.
  - f. Establecer grupos de trabajo de monitoreo de medios para que lleven a cabo monitoreo permanente y consistente a escala nacional.
  - g. Trabajar con consejos de medios y asociaciones de medios para llevar a cabo planes de acción haciendo uso de los resultados del monitoreo de medios a nivel nacional como evidencia.
10. Forjar alianzas positivas, redes y coaliciones con los consejos de medios, asociaciones de medios y otras organizaciones.
11. Trabajar con las agencias intergubernamentales pertinentes y con las ONG de mujeres, desarrollar planes de acción nacionales y regionales sobre “género y medios”.
12. Apoyar los medios a cargo de mujeres y por mujeres como una alternativa, al mismo tiempo que se sigue desarrollando trabajo para transformar los medios masivos.
13. Realizar campañas de promoción (*advocacy*) a favor de políticas que defiendan la libertad de expresión.

Bajo la dirección de las asociaciones de los profesionales de los medios, sindicatos de periodistas y propietarios de los medios con apoyo de las organizaciones regionales e internacionales:
14. Establecer códigos de práctica con sensibilidad de género en los medios. Acciones específicas:
  - a. Revisar los códigos de ética existentes para los medios, así como sus políticas de comunicación con el fin de establecerlas sean o no sensibles al género.
  - b. Proponer modificaciones a los códigos para que sean más sensibles al género.
  - c. Desarrollar acciones de cabildeo a favor de la adopción, difusión y cumplimiento de dichos códigos.
  - d. Crear consciencia sobre herramientas de promoción de políticas (*advocacy*).

---

1 Los acuerdos fueron adoptados por profesionales de la comunicación, organizaciones de la sociedad civil y representantes de agencias gubernamentales en los encuentros convocados por WACC como parte del seguimiento dado al GMMP 2005. *Nairobi Declaration on Gender and Media Advocacy*, 2007; *Déclaration de Dakar sur le Plaidoyer Genre et Médias*, 2007; *Outcomes statement of the Pacific Region Gender and Media Advocacy Training workshop*, Suva, Octubre 2007; *The Caribbean Region Gender and Media Advocacy Plan Of Action*, Kingston, 2008; *Propuesta De Plan De Incidencia Para La Region De America Latina Y El Caribe*, Quito, 2008; *Declaration from the international consultation on 'gender and media'*, Cape Town, 2008.

2. White, Aidan. 2008. *The Ethical Journalism Initiative* (hay versión castellana: *Iniciativa de Periodismo ético*), Federación Internacional de Periodistas.



# Anexo 1. Metodología

El proceso de Monitoreo Global de Medios (GMMP) 2010 fue la cuarta ocasión en que se llevó a cabo dicho ejercicio. Asimismo, fue la segunda ocasión en que el Media Monitoring Africa tuvo el privilegio de hacer el análisis de la información. El GMMP sigue creciendo no sólo en términos de países participantes sino en cuanto al refinamiento y mejoramiento de la metodología de monitoreo. Como en otros años, la metodología en general permaneció para asegurar la comparación entre distintas iteraciones de la investigación del GMMP. Como fue el caso en 2005, se identificaron los retos y el equipo de metodología pudo enfocarse en hacer los cambios fundamentales para asegurar resultados más confiables y precisos. Uno de los cambios fundamentales fue proporcionar una base de datos a las/los participantes que les permitió capturar la información en sus respectivos países. Además, este GMMP también contó con la introducción de un proyecto piloto para hacer monitoreo de medios en internet. Enseguida destacamos otros cambios.

## El proceso

Una de las innovaciones para el GMMP 2010 fue la introducción de un grupo de trabajo internacional virtual que laboró por 6 meses revisando los materiales de codificación en detalle, y una vez hecho el escrutinio, sugirió, discutió y debatió criterios, objetivos y resultados. Su objetivo fue revisar y actualizar la metodología para que reflejara las nuevas preocupaciones temáticas y el ambiente actual de los medios noticiosos. El grupo lo integraron varias expertas(os) en el ámbito internacional en cuestiones de género y medios, investigadoras(es), ONG y académicas(os) de todas partes del mundo, bajo la coordinación en línea de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés). La consulta en línea permitió que muchos de los desafíos experimentados en 2005 quedaran resueltos y que se incluyeran nuevos aspectos.

Un ejemplo es el refinamiento del sistema de clasificación de notas del GMMP. El sistema de 2010 categoriza las notas en 7 temas principales y 52 sub-temas. Los 52 sub-temas son un refinamiento y una ampliación de

44 sub-temas previos en los GMMP; la afinación en la precisión buscó agregar especificidad y reflejar las preocupaciones temáticas actuales. Por ejemplo, se agregaron "crisis económica, rescate de empresas por parte del Estado, absorción de empresas y fusiones, crisis financiera internacional, etcétera" como nuevos sub-temas bajo "economía" tomando en cuenta la crisis financiera internacional que comenzó a mostrar sus efectos en 2007.

El Segundo ejemplo a mencionar es el esfuerzo para dar mayor claridad a la pregunta de si una nota cuestionaba, reforzaba o no cuestionaba ni reforzaba estereotipos. Comentarios provenientes de participantes en el GMMP 2005 revelaron lagunas en la formulación de esta pregunta en la guía de monitoreo 2005. La guía 2010 abordó lo anterior revisando la pregunta y agregando ejemplos ilustrativos que obtuvimos de las/los participantes en el Certamen de Fotografía WACC 2009 cuyo tema fue justamente *Retratando el género*. Las fotografías de ejemplo retratan mujeres u hombres de forma que ofrecen nuevas percepciones sobre sus roles y responsabilidades; cuestionan las formas convencionales de la "feminidad" y la "masculinidad".

Incluir una diversidad de enfoques y perspectivas aplicadas al método resultó incluso en mejores materiales de codificación que fueron más abarcadores y fáciles de entender en los distintos países participantes.

En un esfuerzo por promover un monitoreo más preciso y uniforme, la WACC hizo arreglos para realizar un taller en El Cairo donde las/los coordinadores regionales del GMMP recibieron capacitación sobre la metodología. También hubo talleres en países y regionales aunque generalmente fueron las/los coordinadores nacionales quienes condujeron la capacitación de monitores en sus respectivos países, con el apoyo técnico de la WACC. Se pusieron a disposición recursos para capacitación en la metodología de monitoreo para capacitadores, lo mismo que guías de auto-aprendizaje para las/los voluntarios que harían el monitoreo; ambos recursos estuvieron disponibles a través de la página electrónica del GMMP [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org).

A los grupos participantes se les proporcionó paquetes con información detallada, describiendo las actividades y que implicaría el desarrollo de la investigación. Ello incluyó: una guía para seleccionar los medios, el número de medios a ser codificados, directrices sobre qué boletines o programas seleccionar e información del contexto para cada país. Se proporcionaron instrucciones prácticas claras sobre cómo hacer la codificación. Se invitó a equipos de voluntarios/voluntarios en países selectos con alto acceso per cápita a internet para hacer codificación de noticias nacionales en páginas electrónicas (*websites*) de sus respectivos países, siguiendo un conjunto de criterios. Las instrucciones de monitoreo incluyeron ejemplos ilustrativos de noticias así como hojas para su completa codificación.

En 2005 se introdujo un sistema de banda para los medios, con el propósito de asegurar una distribución más uniforme de los datos. Para este GMMP, se aplicó el mismo sistema después que la información de cada país participante fue revisada y actualizada. Al igual que en 2005 las bandas quedaron determinadas por el número total de cada tipo de medio en cada país. Por ejemplo, un país con 5 canales de televisión nacionales quedó ubicado en la banda 3 mientras que un país con un único canal de televisión nacional quedó ubicado en la banda 1. A las/los participantes se les proporcionó directrices adicionales para seleccionar los principales boletines noticiosos y diarios. Para la televisión y la radio, las/los participantes tenían que codificar todo el boletín mientras que para los diarios tenían que codificar las 12 a 14 notas/noticias más importantes comenzando por las páginas con las noticias más importantes. Para mayor precisión se codificó cada boletín de radio y televisión. Para el monitoreo piloto de noticias en internet se codificaron 12 a 14 noticias de las páginas principales (*home page*) y secciones de noticias de las páginas electrónicas (*websites*). Los artículos que se ubicaban más allá de lo que denominamos la tercera capa de la página electrónica —a 2 clics de la página principal— no fueron codificados.

Para cada medio, cada nota periodística fue codificada como un ítem separado

y para cada nota se tenía que capturar hasta 20 elementos de información en la hoja de codificación. Para cada ítem, se capturó información sobre la nota, las personas en la nota lo mismo que elementos analíticos. Para propósitos de estandarización, todos los elementos de la información fueron codificados numéricamente de acuerdo con listados fijos.

El siguiente ejemplo muestra cómo operó el sistema de codificación. En el ejemplo de diario, que aparece enseguida, la nota abordaba el calentamiento global (código de tema 24) y el alcance de la nota era internacional (código 4). No se hacía referencia alguna a políticas de género y/o derechos humanos o a legislación pertinente (código 2 - este fue un nuevo criterio para 2010). La nota tenía una periodista (código de sexo 1). Había dos elementos, uno, una persona (código 1 persona) y el otro, se citaba un informe de Naciones Unidas (código 2 - fuente secundaria). La persona era de sexo masculino (código de sexo 2) cuya edad no se mencionaba (código de edad 0 - no se sabe) y era un académico (código de ocupación 5 - experto académico). Los códigos de fuente secundaria, 5 para sexo, 7 para edad y 27 para ocupación, todos fueron códigos por default lo que indica que era una fuente secundaria. Esto ayudó a la precisión de la codificación. La información restante siguió la misma lógica de codificación.

Nota	1	1	
	2	24	
	3	4	
	4	2	
Periodistas / Reporteros	5	1	
	6	1	2
Personas	7	2	5
	8	0	7
	9	5	27

Dada la naturaleza cambiante del contexto en los medios también se tomó la decisión de incluir el monitoreo de medios en internet en el GMMP 2010. En tanto que elemento nuevo, el grupo de trabajo virtual decidió hacer una prueba piloto para medios noticiosos en internet, con la perspectiva de incorporarlo plenamente como elemento de monitoreo para el GMMP 2015. En tanto que elemento nuevo, había que responder ciertos desafíos, incluyendo qué páginas electrónicas codificar, qué notas y cómo seleccionarlas. También era importante que la metodología ya existente pudiera utilizarse tanto como fuera posible para permitir la comparación con otros medios que habían seguido criterios similares. Aun cuando hay varios retos que se irán afinando en el siguiente GMMP —por ejemplo, agregar criterios específicos para internet a la metodología—, la prueba piloto para internet adaptó y utilizó exitosamente la metodología existente. Participaron 16 países en esta prueba piloto en internet.

Además de los datos cuantitativos, las/ los participantes presentaron estudios de caso cualitativos redactados siguiendo la matriz de estudios de caso cualitativos del GMMP.<sup>2</sup> Ello incluyó destacar ejemplos de notas que son abiertamente estereotipadas, notas sutilmente estereotipadas, oportunidades perdidas o notas con ausencia de perspectiva de género, así como notas que presentaban conciencia de género. Por ello, el análisis cualitativo de las notas se realizó de acuerdo con los criterios que anotamos enseguida —tal y como se delinearón en la guía del usuario—:

1. Notas abiertamente estereotipadas, por ejemplo, notas que utilizan un lenguaje o imágenes visuales que denigran a las mujeres o trivializan el logro de las mujeres o que glorifican o justifican la violencia masculina.
2. Notas sutilmente estereotipadas, por ejemplo, notas que contienen supuestos no declarados acerca de los roles de las mujeres y hombres (p.ej., una mujer exitosa que "sin embargo, no es una buena esposa") o notas que transmiten creencias estereotipadas, como aquellas que presentan a las mujeres como emocionalmente frágiles.
3. Noticias o notas que son una oportunidad perdida o con ausencia de una perspectiva de género, por ejemplo, notas que pudieron verse enriquecidas y ampliadas si hubieran incluido un mayor rango de fuentes y puntos de vista, o arrojando luz sobre diferentes implicaciones que el suceso tendría para mujeres y hombres.

4. Notas con conciencia de género. Éstas las dividimos en tres sub-categorías:

- a. Notas que cuestionan los estereotipos, por ejemplo, notas que subvierten supuestos comunes sobre las mujeres o sobre los hombres. Por ejemplo, un periodista decidió incluir expertas mujeres en una nota sobre política económica nacional o a padres en una nota sobre grupos de juego con niños en edad pre-escolar.
- b. Noticias o notas que muestran un equilibrio de fuentes y muestran los efectos que ciertas situaciones tienen para las mujeres y los hombres. Hay múltiples ejemplos de noticias cotidianas de las que se informa únicamente desde una perspectiva masculina. Lo inverso sería que estas notas consultarán mujeres y hombres dándole un ángulo de mayor frescura a la nota.
- c. Específicamente sobre género: Noticias o notas que destacan temas vinculados con la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres o sobre campañas, estructuras o procesos para hacer avanzar la igualdad de género, por ejemplo, los "techos de cristal" en el empleo.

Otra innovación fue la introducción de una base de datos que puede utilizarse para capturar los datos desde el país de origen. Las bases de datos quedaron sujetas a una serie de revisiones de control de calidad antes de que los datos quedaran integrados a la base de datos principal.

Las bases de datos por país, hojas de monitoreo, muestras de diarios, grabaciones de transmisiones de televisión y radio archivos de las páginas electrónicas fueron presentadas a WACC y MMA.

Los datos de las hojas de codificación quedaron capturados en bases de datos. Se corrió una serie de más de 5 mil preguntas sobre los datos para arrojar los resultados finales.

## Precisión

La precisión y confiabilidad son elementos críticos para cualquier proyecto de monitoreo de medios y dada la magnitud del GMMP era esencial tomar en consideración estos criterios en cada etapa. Tomamos cuidado en el diseño de los códigos así como la información de codificación que enviamos a las/los participantes para garantizar un enfoque unificado a la codificación.

Uno de los grandes retos que enfrentó el

## Anexo 1. Metodología

GMMP es que implica la participación de cientos de personas distribuidas por todo el mundo, que hablan distintos idiomas y con una gama diversa de campos de especialización e interés. Para garantizar la precisión, proporcionamos a las/los voluntarios participantes información precisa para la codificación así como ejemplos, además de apoyo mediante correo electrónico. La responsabilidad organizativa recayó en manos de coordinadoras/coordinadores nacionales del GMMP. El papel que desempeñaron para la precisión de la codificación fue crucial y esto se lo hicimos saber a cada coordinador(a) en su respectivo país. Hay que hacer mención que todo los grupos que participaron lo hicieron voluntariamente. En una situación ideal, el monitoreo lo habrían llevado a cabo investigadores especialmente capacitados en el área de género y medios. Sin embargo, el enfoque de la WACC hacia el GMMP asegura no sólo participación diversa sino que gracias a la participación se desarrollan nuevas destrezas al mismo tiempo que se empoderan organizaciones de base. La experiencia de 17 años de observación de medios (*media monitoring*) que tiene MMA han mostrado que esta diversidad de grupos no demeritan la precisión ni confiabilidad de los datos, por el contrario, debido a que tienen que adquirir nuevas destrezas y obtener información sobre sí mismos y para sí mismos tienden a mostrar mayores niveles de compromiso con el proyecto. Puede concluirse que la precisión de los resultados no quedó comprometida.

Las hojas de codificación que recibió MMA lo mismo que las bases de datos por país demostraron que la abrumadora mayoría de casos codificados se hizo de acuerdo con la metodología del GMMP. En los casos donde esto no fue así, los datos fueron omitidos para que no comprometieran la confiabilidad del estudio. Asimismo, se revisaron los datos en cuatro etapas a lo largo del proceso de análisis. Toda la información que llegó al MMA fue revisada para tratar de detectar cualquier inconsistencia y asegurar que se hubiera monitoreado el número correcto de medios. Cualquier discrepancia se revisó con las/los coordinadores nacionales. Posteriormente los datos fueron entregados a equipos dedicados del GMMP, en el MMA, donde se realizó una nueva revisión de los datos. Esto incluyó muestreo aleatorio así como revisión de la consistencia. Se capturaron los datos para reducir cualquier posible error, se hicieron comparaciones en el caso de las muestras seleccionadas y comparadas con lo que se había capturado en las bases de datos. Cuando el MMA recibió una base de datos completa de un país se corrieron

una serie de preguntas automatizadas para control de calidad. Cuando hubo alguna inconsistencia se practicó una nueva revisión con la/el coordinador del país en cuestión. En algunos casos, las hojas de codificación fueron regresadas para capturar nuevamente los datos y garantizar precisión. Uno de los retos fue el relativo a pequeñas diferencias para codificar la información, lo que resultó en que el MMA revisó nuevamente los datos provenientes de las/los participantes cuyo idioma era el español. Finalmente se revisaron nuevamente los datos conforme se iban produciendo los resultados. En un proyecto mundial de esta naturaleza y este alcance son de esperarse algunos errores de interpretación lo mismo que de codificación. En la mayor parte de los casos dichos errores fueron rápidamente identificados y rectificados. Al igual que el GMMP 2005, menos de 0.5% de todos los resultados quedaron excluidos del conjunto de datos finales. En total el MMA realizó correcciones sustantivas a menos de 10% de todos los datos recibidos, indicando un nivel de precisión extremadamente alto.

## Ponderación (ajuste estadístico de los datos)

El GMMP 2010 utilizó un sistema de ponderación similar al utilizado en 2005. Al igual que con otros procesos del GMMP el sistema de ponderación fue revisado, actualizado y probado para asegurar confiabilidad y precisión. Vale la pena mencionar algunos de los criterios medulares para utilizar un sistema como éste. Para producir resultados mundiales, se tiene que partir de ciertos supuestos. Para comenzar, hay que aceptar que simplemente sumar todos los resultados del monitoreo de todos los países participantes significa que los países que hayan presentado la mayor cantidad de datos en promedio determinarán los resultados totales. Entonces, si la India, por ejemplo, presentó datos provenientes de 100 medios, los datos presentados por, digamos, Suazilandia que monitoreó 5 medios, afectaría poco, si es que afectaría en algo, los resultados. De forma similar, habría sido igualmente injusto si todos los resultados los hubiéramos normalizado de forma que los resultados de cada país tuvieran el mismo peso o valor. Tal sistema, por ejemplo, habría conseguido que Suazilandia tuviera el mismo efecto que la India en los resultados. Por ello, los resultados mundiales tienen que estar agregados de forma tal que tomen en cuenta el tamaño relativo del país.

Como en 2005, para ponderar la

información, además del tamaño de la población, hubo que tomar en consideración el número de medios en cada país y (en el caso de los medios impresos) la circulación de diarios.

Se revisó y actualizó la información sobre el número de estaciones de radio y canales de televisión, así como de número de periódicos en cada país; esto con base en la información de 2005. Enseguida separamos los países según el número de periódicos, estaciones de radio y canales de televisión para luego agruparlos en bandas de medios. Así, cada banda determinó un máximo y un mínimo de número de medios que habrían de ser monitoreados en cada país.

El tamaño de la población y el número de medios por sí solos no permiten establecer diferencias de acceso a los medios. Podría ser el caso, por ejemplo, que dos países tengan el mismo número de diarios, pero su incidencia, en términos del número de personas que los leen pueden ser radicalmente distinto. Para responder a ello, en cada banda calculamos un valor relativo para la radio, para la televisión y medios impresos. Para la radio y la televisión esto lo hicimos con base en cuántas personas en la población pudieron recibir la señal del canal. En la mayor parte de los casos esta cifra estuvo cercana a 100% de la población nacional. Para los medios impresos utilizamos las cifras de circulación nacional para cada país.

Sin embargo, para la ponderación, seguía presentando dificultades la diferencia significativa en el número de personas y medios, que podía ir de cientos de miles de millones y miles de medios a unos cuantos miles de personas y un puñado de medios. Algunos países como China o India con cientos de millones de personas y miles de medios simplemente habrían sepultado los resultados de países con mucha menor población o medios. Para responder a este problema, aplicamos un sistema de raíz cuadrada para hacer el ajuste de los datos estadísticos. El ajuste de datos estadísticos mediante raíz cuadrada es un sistema que se aplica internacionalmente, siendo los órganos internacionales quienes lo utilizan con mayor frecuencia para determinar el número de votantes, como un medio para evitar que organizaciones grandes simplemente arrollen a las pequeñas. Por ejemplo, en una federación internacional de alpinismo si se hicieran votaciones a partir de los países que cuentan con mayor número de afiliados, los países con cientos de miles de afiliados barrerían con aquellos que únicamente cuentan con algunos miles de afiliados. El ajuste de los datos estadísticos



mediante raíz cuadrada para el GMMP 2010 básicamente implicó obtener la raíz cuadrada del valor relativo calculado para cada medio. El resultado final fue una serie de tres valores relativos para cada país: uno para diarios, uno para la radio y otro para televisión. Para obtener los resultados, examinamos cada país para valorar si había monitoreado el número de medios requeridos para su banda de medios. Para aquellos países que monitorearon más medios de los necesarios, procedimos a bajar su valor relativo; para que dicho valor correspondiera a la cantidad de medios que tenían que haber monitoreado y de esta forma no alteraran los resultados finales. Por otra parte, para aquellos países que no consiguieron monitorear suficientes medios, procedimos a incrementar proporcionalmente sus valores relativos.

Utilizamos los valores relativos en todos los resultados que fueron producto de resultados mundiales y regionales.

## Limitaciones

Al igual que con GMMP anteriores, si bien hemos realizado nuestros mayores esfuerzos para garantizar la precisión y la confiabilidad de los datos, un estudio de esta naturaleza necesariamente tiene varias limitaciones.

El nuevo sistema de ponderación que utilizamos en el GMMP 2005 y 2010 ha podido responder a algunas limitaciones del tamaño de la muestra y de los datos que presentaron los GMMP previos. La información utilizada para los valores relativos se obtuvo de diversas fuentes. Las cuales incluyen *World Press Trends 2008*, el *MISA Southern African Media Directory 2007* así como búsquedas en internet de por lo menos tres fuentes para cada país. Además, cuando fue posible, el número preciso de medios se obtuvo a través de las/los coordinadores en los países. Entonces, utilizamos estas

cifras en el sistema de ajuste de datos estadísticos, partiendo del supuesto que sus propios supuestos y limitaciones no afectarían su precisión ni validez general. Además, al desarrollar el sistema de ajuste de datos estadísticos encontramos que, para un número limitado de países, la información sobre la penetración de los medios o sus cifras de circulación no estaban disponibles, por ello, generamos esas cifras con base en el promedio de la banda específica.

Como hemos señalado en GMMP previos, no se puede calcular un error exacto para los datos. La práctica convencional de análisis de contenido busca distintos investigadores(as) que se encuentren codificando el mismo material, para luego obtener el nivel de error a partir de las diferencias entre ambos resultados. Este ejercicio lo realizamos en Sudáfrica con base en datos codificados por el MMA con un equipo de seis personas (o tres pares) extremadamente diestras para hacer monitoreo y arrojaron una tasa de confiabilidad de 97.7%. Nuevamente, al igual que con previos GMMP, restricciones logísticas no permiten efectuar más pruebas por ello no es posible disponer de una cifra general. El alto nivel de confiabilidad alcanzado en Sudáfrica es indicativo de que la metodología es clara, sin embargo, hay que suponer que hay un margen de error pequeño.

Es claro que cualquier incidencia que pudieran tener las limitaciones del GMMP 2009/2010 es mínima y que los resultados generales, lo mismo que las conclusiones, no se ven materialmente afectadas.

Como fue el caso en 2005, el GMMP no habría sido posible sin la invaluable asistencia de cientos de voluntarios y voluntarias en todo el planeta. La expansión del GMMP y su creciente éxito hay que atribuirlos a su dedicación

y compromiso con el monitoreo de medios, así como promover la igualdad de género. El sistema de ajuste de datos estadísticos lo actualizamos y revisamos junto con el profesor L. Paul Fatti, profesor emérito de estadísticas en la Universidad de Witwatersrand. Los resultados del GMMP tampoco habrían sido posibles sin los esfuerzos inagotables de todo un equipo en el MMA, especialmente de Stuart Florence, Prinola Govenden y Albert van Houten. El MMA desea agradecer al personal que realizó la captura de datos, a quienes los revisaron y a quienes realizaron el análisis. A la WACC, va nuestro agradecimiento a las siempre pacientes Sarah Macharia y Lilian Ndangam con el absorbente GMMP, y más recientemente con Dermont O Connor y su "visión de águila". Finalmente, el éxito del GMMP también se debe al ejército de coordinadoras/coordinadores nacionales y regionales excepcionalmente comprometidos y dedicados, que garantizaron que recibiéramos la información, que respondieron a todas nuestras preguntas y que han sido pacientes con los resultados.

*William Bird*

*Director y Ashoka Fellow en el Media Monitoring Africa,*

*South Africa Data Analyst y*

*Miembro del grupo de trabajo virtual a cargo de la metodología del GMMP*

1. Los materiales de monitoreos se pueden obtener en el sitio web del GMMP [www.whomakes thenews.org](http://www.whomakes thenews.org)

2. La matriz es una adaptación del sistema de clasificación Gender and Media (GEM) que desarrolló Gender Links para el Southern Africa Gender and Media Baseline Study.



## Sistema de clasificación del GMMP para notas periodísticas

### Política y gobierno:

- 1 Mujeres en el poder político y toma de decisiones
- 2 Mujeres candidatas a puestos de elección
- 3 Paz, negociaciones, tratados
- 4 Otros aspectos de política nacional, gobierno, etc.
- 5 Alianzas mundiales
- 6 Política externa/internacional, ONU, mantener la paz
- 7 Defensa nacional, gastos militares, seguridad interna, etc.
- 8 Otras notas sobre política (especificar en "comentarios")

### Economía:

- 9 Políticas económicas, estrategias, módulos, etc.
- 10 Indicadores económicos, estadísticas, mercados de valores, etc.
- 11 Crisis económica, rescate de empresas por parte del Estado, adquisición de empresas y fusiones, etc.
- 12 Pobreza, vivienda, seguridad social, ayuda, etc.
- 13 Participación de las mujeres en el proceso económico
- 14 Otros temas laborales (huelgas, sindicatos, etc.)
- 15 Economía rural, agricultura, derecho a la tierra
- 16 Temas relativos a la/el consumidor, protección del consumidor, fraude
- 17 Transporte, tráfico, carreteras
- 18 Otras notas en economía (especificar en "comentarios")

### Ciencia y salud:

- 19 Ciencia, tecnología, investigación, descubrimientos
- 20 Medicina, salud, higiene, seguridad (no VIH/SIDA)
- 21 VIH/SIDA, incidencia, políticas, tratamiento, etc.
- 22 Otras epidemias, virus, contagios. Influenza, BSE, SARS
- 23 Control natal, fertilidad, esterilización, terminación
- 24 Medioambiente, contaminación, calentamiento global, turismo
- 25 Otras notas sobre ciencia (especificar en "comentarios")

### Social y jurídico:

- 26 Temas de desarrollo, sustentabilidad, etc.
- 27 Educación, cuidado de los hijos, cuidado de los enfermos, universidad, alfabetismo
- 28 Relaciones familiares, conflicto inter-generacional, progenitores
- 29 Derechos humanos, derechos de las mujeres, derechos de las minorías, etc.
- 30 Religión, cultura, tradición, controversias
- 31 Migración, refugiados, xenofobia, conflictos étnicos
- 32 Movimiento de mujeres, activismo, manifestaciones, etc.
- 33 Cambio de las relaciones de género (fuera de hogar)
- 34 Legislación familiar, códigos familiares, legislación sobre la propiedad, herencia
- 35 Sistema legal, judicial, legislación aparte de la familia
- 36 Otras notas sobre social/jurídico (especificar en "comentarios")

### Crimen y violencia:

- 37 Delitos no violentos, robo, drogas, corrupción
- 38 Delitos violentos, asesinato, secuestro, asalto, etc.
- 39 Violencia de género, feminicidio, hostigamiento, violación, tráfico, mutilación genital
- 40 Abuso sexual, violencia contra las niñas, descuido
- 41 Guerra, guerra civil, terrorismo, violencia ejercida por el Estado
- 42 Disturbios, manifestaciones, alteración del orden público
- 43 Desastres, accidentes, hambruna, inundaciones, accidentes aéreos, etc.
- 44 Otros crímenes/violencia (especificar en "comentarios")

### Celebridades, artes, medios, deportes

- 45 Notas sobre celebridades, nacimientos, bodas, aspectos de la realeza, etc.
- 46 Artes, entretenimiento, tiempo libre, cine, libros, danza
- 47 Medios (incluyendo internet), presentación de mujeres/hombres
- 48 Certámenes de belleza, modelos, moda, cirugía cosmética
- 49 Deportes, eventos, jugadores, instalaciones, entretenimiento y financiamiento
- 50 Otras notas sobre celebridades/artes/medios noticiosos (especificar en "comentarios")

### La mujer joven-niña

- 51 Noticias sobre la mujer joven, niña, incluyendo: actitudes culturales, prácticas, educación, salud, explotación económica

### Otras

- 52 Empléalo sólo como último recurso y especifica.

## Anexo 2. Índice de tablas y cuadros

1. Principales hallazgos: 1995-2010 . . . . .	.xiii
2. Monitoreo de los medios para el GMMP 2010. . . . .	.4
3. Temas en las noticias: 2005-2010 . . . . .	.5
4. Temas en las noticias. Comparación por regiones: 2010 . . . . .	.6
5. Sujetos femeninos de las noticias por región: 1995-2010 . . . . .	.7
6. Sujetos femeninos de las noticias por medio: 1995-2010 . . . . .	.7
7. Presencia general de las mujeres en las noticias: 1995-2010 . . . . .	.8
8. Sujetos femeninos de las noticias en notas locales, nacionales e internacionales: 1995-2010. . . . .	.8
9. Sexo de los sujetos de las noticias en diferentes temas de las notas: 2010. . . . .	.9
10. Ocupaciones de los sujetos femeninos de las noticias: 2000-2010. . . . .	.10
11. Funciones de los sujetos femeninos de las noticias: 2005-2010 . . . . .	.12
12. Funciones de los sujetos de las noticias, por sexo y por ocupación: 2010 . . . . .	.13
13. Edad de los sujetos de las noticias en la prensa escrita, por sexo: 2005-2010. . . . .	.13
14. Edad de los sujetos de las noticias en televisión, por sexo: 2005-2010 . . . . .	.14
15. Edad de las fuentes de las noticias (personas entrevistadas), por sexo: 2010 . . . . .	.14
16. Numero de sujetos de las noticias presentados como víctimas, por sexo: 2005-2010 . . . . .	.15
17. Sujetos de las noticias presentados como sobrevivientes, por sexo: 2005-2010 . . . . .	.15
18. Sujetos de las noticias, identificados por sus relaciones familiares, por sexo: 2000-2010 . . . . .	.16
19. Función de los sujetos de las noticias y relaciones familiares, por sexo: 2005-2010 . . . . .	.16
20. Sujetos de las noticias por sexo, identificados por sus relaciones familiares, por sexo del reportero: 2010 . . . . .	.17
21. Sujetos de las noticias citados en los diarios: 2000-2010 . . . . .	.17
22. Sujetos de las noticias fotografiados en los diarios, por sexo: 2000-2010 . . . . .	.17
23. Notas a cargo de presentadoras y reporteras: 1995-2010. . . . .	.23
24. Notas por presentadoras y reporteras mujeres, por región: 2000-2010 . . . . .	.23
25. Notas presentadas en radio y televisión, por región, por sexo de los anunciadores/presentadores: 2010. . . . .	.24
26. Notas presentadas en televisión por anunciadoras, por edad del anunciador/presentador: 2005-2010. . . . .	.24
27. Notas por reporteras, por región, por medio: 2010 . . . . .	.24
28. Notas por reporteras, por región: 2000-2010. . . . .	.24

29. Notas por reporteras, por temas principales: 2000-2010. . . . .	.25
30. Notas por reporteras, por alcance: 1995-2010.. . . . .	.25
31. Sujetos femeninos de las noticias, por sexo del reportero: 2000-2010 . . . . .	.26
32. Notas por reporteras de noticias transmitidas por televisión, por edad de la reportera: 2005-2010. .26	
33. Centralidad de las mujeres en las noticias: 2010. . . . .	.31
34. Notas en las que se abordan temas de igualdad o desigualdad de género, por región: 2005-2010. . .32	
35. Notas donde se abordaron temas de (des)igualdad de género, por sexo del reportero: 2005-2010. . .32	
36. Notas donde se abordaron temas de (des)igualdad de género, por región, por sexo del reportero: 2010 . . . . .	.32
37. Notas donde se abordan temas de (des)igualdad de género, por región, por sexo del sujeto de las noticias: 2010. . . . .	.33
38. Sea que las notas toquen o no temas de (des)igualdad de género: 2010. . . . .	.34
39. Notas y estereotipos de género, por tema: 2010. . . . .	.36
40. Notas y estereotipos de género, por región: 2010. . . . .	.36
41. Estereotipos de género en los reportajes, por sexo del reportero: 2010. . . . .	.37
42. Estereotipos de género en el reportaje, por sexo del reportero, por región: 2010 . . . . .	.37
43. Estereotipos de género en notas sobre sub-temas: 2010.. . . . .	.38
44. Notas que citan legislación/política/ley/regulación/ directriz específica sobre equidad de género o derechos humanos. 2010. . . . .	.39
45. GMMP 2010 resultados sobre Objetivos de Desarrollo del Milenio seleccionados.. . . . .	.39
46. Países participantes y número de sitios web de noticias monitoreado. . . . .	.44
47. Principales temas en las noticias por internet: 2010. . . . .	.44
48. Principales temas en las noticias por internet, por sexo del sujeto: 2010. . . . .	.45
49. Sujetos de las noticias por internet que aparecen como víctimas, por sexo: 2010. . . . .	.45
50. Sujetos de las noticias en internet en fotografías y video componentes, por sexo: 2010. . . . .	.45
51. Temas principales en las noticias por internet, por sexo del reportero: 2010. . . . .	.46
52. Notas periodísticas informadas a través de internet, por sexo del reportero: 2010.. . . . .	.46
53. Notas periodísticas por internet y estereotipos de género por tema: 2010.. . . . .	.47
54. Notas periodísticas por internet y estereotipos de género: 2010 . . . . .	.47
55. Centralidad de las mujeres en las notas periodísticas por internet: 2010. . . . .	.48
56. Matriz para clasificación de los estudios de caso del GMMP* . . . . .	.50



## Anexo 3. Resultados nacionales

**A NOTER:** 'Sujets des nouvelles' dans les tableaux des résultats nationaux se réfèrent uniquement aux personnes de qui traitent les nouvelles. Cela exclue les personnes interviewées autre que les personnes dont traitent les reportages. C'est uniquement dans le tableau 5 que le terme 'sujets des nouvelles' fait référence à toutes les personnes dans les nouvelles – celles qui sont interviewées et celles dont traitent les reportages. Dans le rapport GMMP 2005, dans tous les tableaux dans l'annexe «sujets des nouvelles» se réfèrent aux personnes interviewées et celles dont traite le reportage. C'est uniquement le tableau 5 qui fait référence aux 'sujets des nouvelles' qui est strictement comparable dans les rapports de 2005 et 2010.

1. Género de los presentadores, reporteros/os y sujetos noticiosos		Presentadora/or				Reportera/o				Sujeto				Total
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
África	Benín	12	60%	8	40%	8	29%	20	71%	5	25%	15	75%	68
	Botswana	13	62%	8	38%	9	39%	14	61%	2	10%	18	90%	64
	Burkina	9	53%	8	47%	13	25%	38	75%	34	27%	90	73%	192
	Burundi	1	3%	31	97%	13	27%	35	73%	8	23%	27	77%	115
	Camerún	24	62%	15	38%	7	54%	6	46%	2	13%	13	87%	67
	Congo	7	70%	3	30%	6	17%	29	83%	3	13%	20	87%	68
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	8	100%	5	56%	4	44%	1	33%	2	67%	20
	Etiopia	13	41%	19	59%	6	30%	14	70%	2	6%	29	94%	83
	Ghana	12	100%	0	0%	9	47%	10	53%	4	19%	17	81%	52
	Guinea	36	92%	3	8%	10	17%	50	83%	6	15%	34	85%	139
	Kenia	15	47%	17	53%	25	27%	68	73%	3	11%	24	89%	152
	Lesoto	4	40%	6	60%	5	50%	5	50%	3	17%	15	83%	38
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	15	56%	12	44%	17	43%	23	58%	11	33%	22	67%	100
	Mauritania	3	43%	4	57%	4	13%	26	87%	5	19%	22	81%	64
	Maurice	3	21%	11	79%	14	45%	17	55%	5	56%	4	44%	54
	Namibia	30	75%	10	25%	7	30%	16	70%	4	33%	8	67%	75
	Níger	1	8%	11	92%	8	20%	33	80%	2	11%	16	89%	71
	Nigeria	8	44%	10	56%	18	24%	57	76%	6	11%	48	89%	147
	Senegal	4	14%	25	86%	17	20%	67	80%	7	22%	25	78%	145
Sudáfrica	14	64%	8	36%	41	29%	98	71%	26	19%	111	81%	298	
Sudán del Sur	0	0%	18	100%	0	0%	16	100%	0	0%	6	100%	40	
Tanzania	0	0%	0	0%	14	25%	42	75%	0	0%	3	100%	59	
Togo	0	0%	0	0%	7	64%	4	36%	0	0%	8	100%	19	
Uganda	4	24%	13	76%	13	26%	37	74%	8	24%	26	76%	101	
Zambia	0	0%	50	100%	12	32%	25	68%	1	13%	7	88%	95	
Zimbabue	9	100%	0	0%	13	38%	21	62%	4	33%	8	67%	55	
Asia	Bangladesh	60	35%	113	65%	12	16%	65	84%	20	24%	65	76%	335
	China	172	51%	162	49%	215	48%	237	52%	101	20%	416	80%	1303
	India	38	45%	47	55%	56	29%	135	71%	114	27%	307	73%	697
	Japón	49	64%	28	36%	11	20%	44	80%	15	22%	53	78%	200
	Kirguizistán	42	49%	43	51%	31	69%	14	31%	17	20%	66	80%	213
	Malasia	105	51%	99	49%	55	49%	57	51%	64	15%	352	85%	732
	Nepal	22	25%	65	75%	0	0%	42	100%	32	16%	168	84%	329
	Pakistan	23	92%	2	8%	2	11%	17	89%	23	26%	64	74%	131
	Pilipinas	147	48%	157	52%	116	44%	146	56%	59	31%	129	69%	754
	Corea del Sur	21	38%	34	62%	22	18%	98	82%	5	25%	15	75%	195
Taiwán	187	83%	37	17%	152	48%	165	52%	69	19%	296	81%	906	
Tailandia	91	62%	56	38%	34	69%	15	31%	109	15%	610	85%	915	
Viet Nam	31	41%	45	59%	36	47%	40	53%	36	25%	107	75%	295	
Caribe	Belice	5	36%	9	64%	5	33%	10	67%	20	48%	22	52%	71
	República Dominicana	5	3%	169	97%	20	28%	51	72%	28	23%	93	77%	366
	Granada	12	46%	14	54%	9	82%	2	18%	1	5%	21	95%	59
	Guyana	9	69%	4	31%	12	80%	3	20%	18	33%	36	67%	82
	Haití	28	44%	35	56%	12	27%	33	73%	30	25%	91	75%	229
	Jamaica	76	74%	27	26%	26	41%	37	59%	36	18%	165	82%	367
	Puerto Rico	17	49%	18	51%	52	54%	44	46%	32	27%	88	73%	251
Santa Lucía	4	80%	1	20%	1	100%	0	0%	1	14%	6	86%	13	

1. Género de los presentadores, reporteros/ os y sujetos noticiosos		Presentadora/or				Reportera/o				Sujeto				Total
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Europa	San Vicente y las Granadinas	0	0%	7	100%	6	100%	0	0%	4	29%	10	71%	27
	Surinam	7	30%	16	70%	3	14%	19	86%	5	29%	12	71%	62
	Trinidad y Tobago	6	14%	37	86%	23	56%	18	44%	3	7%	41	93%	128
	Austria	16	35%	30	65%	33	38%	55	63%	36	19%	153	81%	323
	Belarús	28	37%	48	63%	22	46%	26	54%	0	0%	1	100%	125
	Bélgica	59	30%	141	71%	51	29%	127	71%	95	26%	270	74%	743
	Bosnia-Herzegovina	60	85%	11	15%	41	58%	30	42%	28	25%	85	75%	255
	Bulgaria	12	67%	6	33%	23	74%	8	26%	40	53%	35	47%	124
	Croacia	27	48%	29	52%	35	53%	31	47%	19	29%	46	71%	187
	Chipre	53	47%	60	53%	44	39%	69	61%	17	20%	69	80%	312
Europa	República Checa	46	57%	35	43%	65	49%	67	51%	57	18%	261	82%	531
	Dinamarca	0	0%	61	100%	37	30%	85	70%	21	26%	59	74%	263
	Estonia	63	39%	98	61%	54	45%	65	55%	22	15%	128	85%	430
	Finlandia	31	39%	49	61%	49	40%	73	60%	22	27%	61	73%	285
	Francia	129	50%	127	50%	113	47%	127	53%	63	26%	181	74%	740
	Georgia	34	30%	79	70%	42	42%	58	58%	3	6%	50	94%	266
	Alemania	49	34%	97	66%	50	29%	120	71%	76	26%	218	74%	610
	Grecia	88	55%	71	45%	73	34%	139	66%	85	32%	183	68%	639
	Hungría	35	38%	57	62%	30	38%	49	62%	59	24%	192	76%	422
	Islandia	21	23%	69	77%	25	33%	51	67%	16	23%	54	77%	236
Europa	Irlanda	0	0%	0	0%	6	60%	4	40%	5	83%	1	17%	16
	Italia	145	69%	66	31%	101	43%	136	57%	108	18%	479	82%	1035
	Kosovo	35	83%	7	17%	16	18%	75	82%	12	14%	73	86%	218
	Malta	79	75%	27	25%	33	37%	56	63%	9	16%	49	84%	253
	Montenegro	20	91%	2	9%	7	58%	5	42%	1	6%	16	94%	51
	Países Bajos	4	27%	11	73%	19	22%	68	78%	24	27%	65	73%	191
	Noruega	40	69%	18	31%	28	30%	65	70%	41	31%	91	69%	283
	Polonia	15	33%	31	67%	62	28%	161	72%	72	28%	181	72%	522
	Portugal	22	79%	6	21%	66	55%	53	45%	25	18%	111	82%	283
	Romania	22	69%	10	31%	70	59%	49	41%	55	32%	119	68%	325
Europa	España	129	65%	71	36%	85	44%	108	56%	55	29%	137	71%	585
	Suecia	33	47%	37	53%	86	52%	80	48%	48	32%	104	68%	388
	Suiza	28	49%	29	51%	41	37%	71	63%	24	20%	99	80%	292
	Turquía	0	0%	5	100%	45	19%	188	81%	51	24%	162	76%	451
	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	114	51%	111	49%	112	32%	236	68%	150	30%	353	70%	1076
	Argentina	36	32%	76	68%	30	42%	42	58%	32	28%	82	72%	298
	Bolivia	25	45%	31	55%	16	53%	14	47%	10	27%	27	73%	123
	Brasil	21	47%	24	53%	84	45%	102	55%	137	29%	328	71%	696
	Chile	0	0%	0	0%	6	26%	17	74%	26	30%	61	70%	110
	América Latina	Costa Rica	29	25%	86	75%	16	32%	34	68%	11	20%	45	80%
Ecuador		112	62%	70	38%	53	37%	92	63%	27	25%	80	75%	434
El Salvador		8	29%	20	71%	30	41%	43	59%	1	25%	3	75%	105
Guatemala		19	23%	65	77%	37	31%	83	69%	13	17%	63	83%	280
México		4	8%	49	92%	39	41%	57	59%	27	30%	62	70%	238
Nicaragua		26	30%	62	70%	38	64%	21	36%	45	31%	98	69%	290
Paraguay		52	49%	55	51%	34	35%	62	65%	18	16%	93	84%	314
Perú		31	29%	77	71%	30	38%	48	62%	54	35%	102	65%	342
Uruguay		64	39%	99	61%	27	30%	64	70%	33	16%	174	84%	461
Egipto		7	54%	6	46%	2	67%	1	33%	6	38%	10	63%	32
Medio Oriente	Israel	63	44%	79	56%	63	27%	170	73%	43	15%	239	85%	657
	Jordania	14	93%	1	7%	19	61%	12	39%	2	13%	14	88%	62
	Líbano	55	60%	37	40%	26	43%	34	57%	38	5%	694	95%	884
	Túnez	162	62%	99	38%	16	29%	40	71%	53	22%	183	78%	553
	Emiratos Árabes Unidos	0	0%	7	100%	14	35%	26	65%	6	10%	53	90%	106
	Canadá	45	40%	68	60%	76	42%	105	58%	67	30%	159	70%	520
	Estados Unidos	3	33%	6	67%	29	29%	71	71%	34	23%	112	77%	255
	Australia	47	27%	130	73%	51	34%	98	66%	73	25%	221	75%	620
	Fiji	16	30%	37	70%	21	75%	7	25%	7	25%	21	75%	109
	Pacífico	Nueva Zelanda	39	36%	69	64%	47	46%	55	54%	72	23%	248	78%
Papúa Nueva Guinea		18	100%	0	0%	18	38%	30	63%	7	21%	27	79%	100
Tonga		22	59%	15	41%	11	61%	7	39%	1	10%	9	90%	65

Anexo 3. Resultados nacionales

2. Sujetos noticiosos de televisión, de radio y en los diarios

REGIÓN	PAÍS	TELEVISIÓN				RADIO				DIARIOS				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	5	25%	15	75%
	Botswana	1	14%	6	86%	0	0%	4	100%	1	11%	8	89%	2	10%	18	90%
	Burkina	2	50%	2	50%	2	15%	11	85%	30	28%	77	72%	34	27%	90	73%
	Burundi	5	38%	8	62%	2	17%	10	83%	1	10%	9	90%	8	23%	27	77%
	Camerún	0	0%	3	100%	2	17%	10	83%	0	0%	0	0%	2	13%	13	87%
	Congo	0	0%	9	100%	2	29%	5	71%	1	14%	6	86%	3	13%	20	87%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	1	33%	2	67%
	Etiopía	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	7%	28	93%	2	6%	29	94%
	Ghana	0	0%	2	100%	2	22%	7	78%	2	20%	8	80%	4	19%	17	81%
	Guinea	3	38%	5	63%	0	0%	9	100%	3	13%	20	87%	6	15%	34	85%
	Kenia	3	33%	6	67%	0	0%	11	100%	0	0%	7	100%	3	11%	24	89%
	Lesoto	2	50%	2	50%	1	20%	4	80%	0	0%	9	100%	3	17%	15	83%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	0	0%	3	100%	1	100%	0	0%	10	34%	19	66%	11	33%	22	67%
	Mauritania	0	0%	6	100%	2	100%	2	100%	5	26%	14	74%	5	19%	22	81%
	Maurice	0	0%	0	0%	2	50%	2	50%	3	60%	2	40%	5	56%	4	44%
	Namibia	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%	2	40%	3	60%	4	33%	8	67%
	Níger	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	1	6%	15	94%	2	11%	16	89%
	Nigeria	1	20%	4	80%	0	0%	13	100%	5	14%	31	86%	6	11%	48	89%
	Senegal	4	25%	12	75%	1	25%	3	75%	2	17%	10	83%	7	22%	25	78%
Sudáfrica	3	9%	30	91%	0	0%	0	0%	23	22%	81	78%	26	19%	111	81%	
Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%	0	0%	6	100%	
Tanzania	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	3	100%	
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	3	100%	0	0%	8	100%	
Uganda	0	0%	0	0%	3	27%	8	73%	5	22%	18	78%	8	24%	26	76%	
Zambia	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	1	20%	4	80%	1	13%	7	88%	
Zimbabue	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	4	36%	7	64%	4	33%	8	67%	
Asia	Bangladesh	2	20%	8	80%	3	27%	8	73%	15	23%	49	77%	20	24%	65	76%
	China	38	20%	154	80%	22	19%	94	81%	41	20%	168	80%	101	20%	416	80%
	India	23	21%	85	79%	9	17%	44	83%	82	32%	178	68%	114	27%	307	73%
	Japón	9	23%	31	78%	0	0%	1	100%	6	22%	21	78%	15	22%	53	78%
	Kirguistán	2	40%	3	60%	1	13%	7	88%	14	20%	56	80%	17	20%	66	80%
	Malasia	35	12%	249	88%	13	20%	53	80%	16	24%	50	76%	64	15%	352	85%
	Nepal	4	12%	30	88%	15	21%	56	79%	13	14%	82	86%	32	16%	168	84%
	Pakistan	2	50%	2	50%	1	10%	9	90%	20	27%	53	73%	23	26%	64	74%
	Pilipinas	13	22%	47	78%	34	40%	52	60%	12	29%	30	71%	59	31%	129	69%
	Corea del Sur	0	0%	1	100%	2	50%	2	50%	3	20%	12	80%	5	25%	15	75%
	Taiwán	33	27%	91	73%	9	9%	91	91%	27	19%	114	81%	69	19%	296	81%
	Tailandia	52	20%	204	80%	2	7%	26	93%	55	13%	380	87%	109	15%	610	85%
	Viet Nam	0	0%	2	100%	9	26%	26	74%	27	25%	79	75%	36	25%	107	75%
Caribe	Belice	0	0%	0	0%	6	46%	7	54%	14	48%	15	52%	20	48%	22	52%
	República Dominicana	0	0%	2	100%	20	24%	64	76%	8	23%	27	77%	28	23%	93	77%
	Granada	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	1	7%	14	93%	1	5%	21	95%
	Guyana	1	20%	4	80%	2	22%	7	78%	15	38%	25	63%	18	33%	36	67%
	Haití	0	0%	16	100%	30	30%	69	70%	0	0%	6	100%	30	25%	91	75%
	Jamaica	12	17%	60	83%	9	14%	55	86%	15	23%	50	77%	36	18%	165	82%
	Puerto Rico	13	41%	19	59%	2	13%	13	87%	17	23%	56	77%	32	27%	88	73%
	Santa Lucía	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	14%	6	86%
	San Vicente y las Granadinas	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	3	33%	6	67%	4	29%	10	71%
	Surinam	1	20%	4	80%	2	40%	3	60%	2	29%	5	71%	5	29%	12	71%
Trinidad y Tobago	0	0%	0	0%	0	0%	23	100%	3	14%	18	86%	3	7%	41	93%	
Europa	Austria	6	20%	24	80%	0	0%	10	100%	30	20%	119	80%	36	19%	153	81%
	Belarús	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Bélgica	27	35%	51	65%	11	22%	40	78%	57	24%	179	76%	95	26%	270	74%
	Bosnia-Herzegovina	7	23%	24	77%	4	24%	13	76%	17	26%	48	74%	28	25%	85	75%
	Bulgaria	4	44%	5	56%	3	18%	14	82%	33	67%	16	33%	40	53%	35	47%

2. Sujetos noticiosos de televisión, de radio y en los diarios

REGIÓN	PAÍS	TELEVISIÓN				RADIO				DIARIOS				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Croacia	11	38%	18	62%	2	40%	3	60%	6	19%	25	81%	19	29%	46	71%
	Chipre	8	17%	38	83%	0	0%	10	100%	9	30%	21	70%	17	20%	69	80%
	República Checa	20	26%	57	74%	3	7%	42	93%	34	17%	162	83%	57	18%	261	82%
	Dinamarca	2	11%	16	89%	0	0%	0	0%	19	31%	43	69%	21	26%	59	74%
	Estonia	3	10%	27	90%	4	8%	46	92%	15	21%	55	79%	22	15%	128	85%
	Finlandia	4	31%	9	69%	1	25%	3	75%	17	26%	49	74%	22	27%	61	73%
	Francia	18	39%	28	61%	23	26%	66	74%	22	20%	87	80%	63	26%	181	74%
	Georgia	1	7%	13	93%	1	4%	23	96%	1	7%	14	93%	3	6%	50	94%
	Alemania	34	30%	78	70%	6	23%	20	77%	36	23%	120	77%	76	26%	218	74%
	Grecia	41	38%	68	62%	5	19%	22	81%	39	30%	93	70%	85	32%	183	68%
	Hungría	9	26%	26	74%	5	19%	21	81%	45	24%	145	76%	59	24%	192	76%
	Islandia	6	26%	17	74%	6	23%	20	77%	4	19%	17	81%	16	23%	54	77%
	Irlanda	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%	5	83%	1	17%
	Italia	41	22%	143	78%	10	10%	92	90%	57	19%	244	81%	108	18%	479	82%
	Kosovo	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	12	16%	63	84%	12	14%	73	86%
	Malta	4	11%	33	89%	1	13%	7	88%	4	31%	9	69%	9	16%	49	84%
	Montenegro	1	7%	13	93%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	1	6%	16	94%
	Países Bajos	0	0%	4	100%	2	22%	7	78%	22	29%	54	71%	24	27%	65	73%
	Noruega	10	26%	29	74%	1	11%	8	89%	30	36%	54	64%	41	31%	91	69%
	Polonia	6	43%	8	57%	12	26%	34	74%	54	28%	139	72%	72	28%	181	72%
	Portugal	10	22%	36	78%	1	5%	19	95%	14	20%	56	80%	25	18%	111	82%
	Romania	4	27%	11	73%	7	50%	7	50%	44	30%	101	70%	55	32%	119	68%
España	21	34%	41	66%	14	26%	39	74%	20	26%	57	74%	55	29%	137	71%	
Suecia	5	19%	21	81%	0	0%	7	100%	43	36%	76	64%	48	32%	104	68%	
Suiza	6	18%	28	82%	3	14%	18	86%	15	22%	53	78%	24	20%	99	80%	
Turquía	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	50	24%	159	76%	51	24%	162	76%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	48	31%	107	69%	41	25%	120	75%	61	33%	126	67%	150	30%	353	70%	
América Latina	Argentina	11	21%	41	79%	9	38%	15	63%	12	32%	26	68%	32	28%	82	72%
	Bolivia	8	35%	15	65%	2	33%	4	67%	0	0%	8	100%	10	27%	27	73%
	Brasil	11	46%	13	54%	2	20%	8	80%	124	29%	307	71%	137	29%	328	71%
	Chile	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	26	30%	61	70%	26	30%	61	70%
	Costa Rica	3	25%	9	75%	1	7%	14	93%	7	24%	22	76%	11	20%	45	80%
	Ecuador	8	22%	29	78%	0	0%	6	100%	19	30%	45	70%	27	25%	80	75%
	El Salvador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	1	25%	3	75%
	Guatemala	6	26%	17	74%	3	7%	39	93%	4	36%	7	64%	13	17%	63	83%
	México	0	0%	0	0%	6	18%	27	82%	21	38%	35	63%	27	30%	62	70%
	Nicaragua	16	33%	33	67%	22	32%	47	68%	7	28%	18	72%	45	31%	98	69%
	Paraguay	1	20%	4	80%	5	28%	13	72%	12	14%	76	86%	18	16%	93	84%
Medio Oriente	Perú	15	31%	33	69%	13	26%	37	74%	26	45%	32	55%	54	35%	102	65%
	Uruguay	30	19%	131	81%	2	11%	16	89%	1	4%	27	96%	33	16%	174	84%
	Egipto	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	6	38%	10	63%
	Israel	9	15%	52	85%	18	12%	129	88%	16	22%	58	78%	43	15%	239	85%
	Jordania	1	33%	2	67%	1	11%	8	89%	0	0%	4	100%	2	13%	14	88%
	Líbano	17	6%	292	94%	7	4%	152	96%	14	5%	250	95%	38	5%	694	95%
	Túnez	25	27%	68	73%	28	20%	109	80%	0	0%	6	100%	53	22%	183	78%
Emiratos Árabes Unidos	2	22%	7	78%	0	0%	0	0%	4	8%	46	92%	6	10%	53	90%	
Norteamérica	Canadá	21	48%	23	52%	3	11%	25	89%	43	28%	111	72%	67	30%	159	70%
	Estados Unidos	2	18%	9	82%	0	0%	0	0%	32	24%	103	76%	34	23%	112	77%
Pacífico	Australia	28	32%	60	68%	13	21%	48	79%	32	22%	113	78%	73	25%	221	75%
	Fiji	2	18%	9	82%	1	14%	6	86%	4	40%	6	60%	7	25%	21	75%
	Nueva Zelandia	17	13%	113	87%	11	28%	28	72%	44	29%	107	71%	72	23%	248	78%
	Papúa Nueva Guinea	2	40%	3	60%	1	17%	5	83%	4	17%	19	83%	7	21%	27	79%
	Tonga	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	1	17%	5	83%	1	10%	9	90%



Anexo 3. Resultados nacionales

3. Sujetos noticiosos por ocupación		Política y Gobierno				Economía				Ciencia y Salud				Social y Legal			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	2	100%	0	0%	0	0%	4	100%
	Botswana	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	5	100%
	Burkina	3	11%	25	89%	2	15%	11	85%	3	21%	11	79%	22	48%	24	52%
	Burundi	3	25%	9	75%	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	4	40%	6	60%
	Camerún	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%
	Congo	1	8%	11	92%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	3	100%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Etiopia	1	6%	15	94%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	3	100%
	Ghana	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%	0	0%	2	100%	1	17%	5	83%
	Guinea	2	7%	26	93%	1	100%	0	0%	0	0%	3	100%	3	60%	2	40%
	Kenia	2	20%	8	80%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	0	0%	5	100%
	Lesoto	1	33%	2	67%	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	15%	11	85%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	2	100%	0	0%
	Mauritania	1	10%	9	90%	0	0%	2	100%	2	67%	1	33%	0	0%	3	100%
	Maurice	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Namibia	1	20%	4	80%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%
	Níger	1	11%	8	89%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Nigeria	1	7%	13	93%	2	13%	13	87%	0	0%	1	100%	3	15%	17	85%
	Senegal	2	13%	13	87%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	5	83%	1	17%
	Sudáfrica	4	24%	13	76%	6	18%	27	82%	1	25%	3	75%	1	8%	11	92%
	Sudán del Sur	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Tanzania	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Togo	0	0%	7	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Uganda	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	
Zambia	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	
Zimbabue	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	
Asia	Bangladesh	7	35%	13	65%	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	3	17%	15	83%
	China	30	14%	179	86%	8	16%	41	84%	5	19%	21	81%	24	39%	38	61%
	India	40	23%	133	77%	4	16%	21	84%	4	67%	2	33%	18	38%	30	63%
	Japón	4	15%	22	85%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	1	33%	2	67%
	Kirguizistán	8	17%	38	83%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%
	Malasia	9	10%	77	90%	3	5%	53	95%	1	9%	10	91%	9	14%	55	86%
	Nepal	10	9%	103	91%	2	10%	18	90%	5	45%	6	55%	2	20%	8	80%
	Pakistan	1	4%	26	96%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	3	25%	9	75%
	Pilipinas	23	35%	42	65%	4	33%	8	67%	2	50%	2	50%	2	33%	4	67%
	Corea del Sur	3	25%	9	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Taiwán	20	16%	104	84%	10	20%	39	80%	2	17%	10	83%	17	31%	38	69%
	Tailandia	5	2%	226	98%	18	15%	100	85%	5	28%	13	72%	7	9%	68	91%
	Viet Nam	2	7%	25	93%	4	11%	32	89%	4	25%	12	75%	6	46%	7	54%
	Caribe	Belice	0	0%	2	100%	3	33%	6	67%	3	100%	0	0%	2	100%	0
República Dominicana		7	19%	29	81%	1	10%	9	90%	0	0%	2	100%	7	39%	11	61%
Granada		0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%
Guyana		1	17%	5	83%	4	57%	3	43%	0	0%	3	100%	4	67%	2	33%
Haití		18	23%	59	77%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	59%	7	41%
Jamaica		0	0%	11	100%	8	28%	21	72%	1	17%	5	83%	6	46%	7	54%
Puerto Rico		3	12%	22	88%	2	13%	14	88%	7	78%	2	22%	5	24%	16	76%
Santa Lucía		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
San Vicente y las Granadinas		1	33%	2	67%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%
Surinam	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	4	57%	3	43%	
Trinidad y Tobago	0	0%	9	100%	0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%	
Europa	Austria	11	17%	55	83%	0	0%	4	100%	6	32%	13	68%	1	7%	13	93%
	Belarús	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Bélgica	22	17%	110	83%	5	21%	19	79%	2	33%	4	67%	11	35%	20	65%
	Bosnia-Herzegovina	13	25%	38	75%	3	38%	5	63%	1	50%	1	50%	4	29%	10	71%

PAÍS	Crimen y Violencia				Celebridades, Arte y Medios, Deportes				La niña				Otro		TOTAL			
	FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO				FEMENINO		MASCULINO	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			N	%	N	%
Benín	1	50%	1	50%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	5	25%	15	75%
Botswana	0	0%	8	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	1	2	11%	17	89%
Burkina	4	80%	1	20%	0	0%	18	100%	0	0%	0	0%	0	0	34	27%	90	73%
Burundi	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	8	23%	27	77%
Camerún	0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0	2	13%	13	87%
Congo	2	50%	2	50%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0	3	13%	20	87%
Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0	1	33%	2	67%
Etiopia	1	17%	5	83%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	2	6%	29	94%
Ghana	0	0%	4	100%	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	0	0	4	19%	17	81%
Guinea	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	2	6	16%	32	84%
Kenia	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0	3	11%	24	89%
Lesoto	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	3	17%	15	83%
Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	0	0%
Madagascar	3	33%	6	67%	3	60%	2	40%	1	100%	0	0%	0	0	11	33%	22	67%
Mauritania	1	50%	1	50%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0	0	5	19%	22	81%
Maurice	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0	5	56%	4	44%
Namibia	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	4	33%	8	67%
Níger	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	2	11%	16	89%
Nigeria	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	6	11%	48	89%
Senegal	0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	7	22%	25	78%
Sudáfrica	9	21%	34	79%	5	18%	23	82%	0	0%	0	0%	0	0	26	19%	111	81%
Sudán del Sur	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	6	100%
Tanzania	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	3	100%
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	8	100%
Uganda	5	29%	12	71%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	1	0	7	21%	26	79%
Zambia	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	13%	7	88%
Zimbabue	2	33%	4	67%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0	4	33%	8	67%
Bangladesh	6	16%	32	84%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	0	0	20	24%	65	76%
China	21	20%	86	80%	12	20%	49	80%	1	100%	0	0%	0	2	101	20%	414	80%
India	43	32%	93	68%	4	13%	28	88%	1	100%	0	0%	0	0	114	27%	307	73%
Japón	8	35%	15	65%	2	17%	10	83%	0	0%	0	0%	0	0	15	22%	53	78%
Kirguizistán	0	0%	6	100%	6	25%	18	75%	0	0%	0	0%	0	0	17	20%	66	80%
Malasia	26	21%	100	79%	14	21%	53	79%	0	0%	0	0%	2	4	62	15%	348	85%
Nepal	9	47%	10	53%	4	15%	23	85%	0	0%	0	0%	0	0	32	16%	168	84%
Pakistan	17	40%	25	60%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0	23	26%	64	74%
Pilipinas	6	12%	46	88%	22	45%	27	55%	0	0%	0	0%	0	0	59	31%	129	69%
Corea del Sur	1	25%	3	75%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	2	5	28%	13	72%
Taiwán	8	8%	88	92%	7	32%	15	68%	4	67%	2	33%	1	0	68	19%	296	81%
Tailandia	36	19%	156	81%	38	45%	47	55%	0	0%	0	0%	0	0	109	15%	610	85%
Viet Nam	14	40%	21	60%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	0	0	36	25%	107	75%
Belice	11	44%	14	56%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0	20	48%	22	52%
República Dominicana	12	23%	41	77%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0	28	23%	93	77%
Granada	0	0%	2	100%	0	0%	12	100%	0	0%	0	0%	0	1	1	5%	20	95%
Guyana	6	22%	21	78%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2	17	33%	34	67%
Haití	1	11%	8	89%	0	0%	16	100%	0	0%	0	0%	1	1	29	24%	90	76%
Jamaica	17	13%	117	87%	3	50%	3	50%	1	100%	0	0%	0	1	36	18%	164	82%
Puerto Rico	5	20%	20	80%	9	39%	14	61%	1	100%	0	0%	0	0	32	27%	88	73%
Santa Lucía	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	14%	6	86%
San Vicente y las Granadinas	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	4	29%	10	71%
Surinam	0	0%	3	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	1	5	31%	11	69%
Trinidad y Tobago	1	5%	21	95%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0	3	7%	41	93%
Austria	14	19%	60	81%	4	33%	8	67%	0	0%	0	0%	0	0	36	19%	153	81%
Belarús	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	1	100%
Bélgica	40	39%	62	61%	14	21%	53	79%	1	33%	2	67%	0	0	95	26%	270	74%
Bosnia-Herzegovina	4	14%	24	86%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	0	0	28	25%	85	75%

Anexo 3. Resultados nacionales

3. Sujetos noticiosos por ocupación		Política y Gobierno				Economía				Ciencia y Salud				Social y Legal			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Bulgaria	7	27%	19	73%	3	60%	2	40%	8	80%	2	20%	4	80%	1	20%
	Croacia	7	21%	26	79%	0	0%	2	100%	5	63%	3	38%	1	33%	2	67%
	Chipre	4	12%	29	88%	0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	3	38%	5	63%
	República Checa	18	10%	170	90%	1	6%	16	94%	0	0%	1	100%	11	33%	22	67%
	Dinamarca	3	13%	21	88%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Estonia	5	9%	49	91%	4	20%	16	80%	0	0%	1	100%	7	58%	5	42%
	Finlandia	7	25%	21	75%	0	0%	2	100%	4	40%	6	60%	1	17%	5	83%
	Francia	17	20%	68	80%	8	27%	22	73%	9	45%	11	55%	11	69%	5	31%
	Georgia	1	4%	22	96%	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Alemania	33	23%	112	77%	6	15%	34	85%	10	43%	13	57%	1	8%	11	92%
	Grecia	36	27%	95	73%	3	12%	23	88%	9	56%	7	44%	8	33%	16	67%
	Hungría	19	16%	100	84%	1	6%	16	94%	9	43%	12	57%	1	7%	14	93%
	Islandia	3	33%	6	67%	5	25%	15	75%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%
	Irlanda	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Italia	41	14%	246	86%	1	11%	8	89%	5	25%	15	75%	9	15%	52	85%
	Kosovo	7	10%	62	90%	3	75%	1	25%	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%
	Malta	3	25%	9	75%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	40%	3	60%
	Montenegro	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%
	Países Bajos	7	26%	20	74%	1	25%	3	75%	4	44%	5	56%	4	27%	11	73%
	Noruega	14	32%	30	68%	5	33%	10	67%	5	63%	3	38%	4	50%	4	50%
	Polonia	11	15%	60	85%	5	31%	11	69%	6	38%	10	63%	11	44%	14	56%
	Portugal	5	17%	24	83%	1	17%	5	83%	1	20%	4	80%	10	38%	16	62%
Romania	10	17%	48	83%	4	22%	14	78%	5	31%	11	69%	2	22%	7	78%	
España	15	23%	49	77%	7	47%	8	53%	3	33%	6	67%	4	50%	4	50%	
Suecia	6	30%	14	70%	9	45%	11	55%	5	24%	16	76%	2	9%	20	91%	
Suiza	9	20%	36	80%	5	24%	16	76%	1	25%	3	75%	3	60%	2	40%	
Turquía	11	17%	54	83%	0	0%	4	100%	2	50%	2	50%	4	14%	24	86%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	30	18%	141	82%	3	21%	11	79%	3	27%	8	73%	33	49%	34	51%	
América Latina	Argentina	13	35%	24	65%	8	42%	11	58%	1	25%	3	75%	2	14%	12	86%
	Bolivia	6	30%	14	70%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
	Brasil	30	15%	175	85%	13	27%	35	73%	36	51%	35	49%	31	34%	60	66%
	Chile	6	16%	32	84%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	4	33%	8	67%
	Costa Rica	3	16%	16	84%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Ecuador	0	0%	10	100%	5	26%	14	74%	2	67%	1	33%	6	24%	19	76%
	El Salvador	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Guatemala	1	7%	14	93%	0	0%	2	100%	2	67%	1	33%	3	100%	0	0%
	México	2	11%	17	89%	3	20%	12	80%	0	0%	2	100%	0	0%	12	100%
	Nicaragua	6	30%	14	70%	2	25%	6	75%	8	44%	10	56%	6	27%	16	73%
	Paraguay	0	0%	31	100%	3	38%	5	63%	3	33%	6	67%	4	40%	6	60%
	Perú	0	0%	6	100%	3	75%	1	25%	2	29%	5	71%	8	50%	8	50%
Uruguay	11	10%	99	90%	2	40%	3	60%	0	0%	1	100%	3	50%	3	50%	
Medio Oriente	Egipto	1	50%	1	50%	1	20%	4	80%	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%
	Israel	9	7%	116	93%	3	15%	17	85%	3	14%	19	86%	8	28%	21	72%
	Jordania	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Libano	35	5%	636	95%	1	20%	4	80%	0	0%	8	100%	1	5%	18	95%
	Túnez	23	16%	121	84%	0	0%	18	100%	0	0%	1	100%	9	53%	8	47%
Emiratos Árabes Unidos	1	5%	20	95%	0	0%	11	100%	0	0%	6	100%	2	50%	2	50%	
Norteamérica	Canadá	18	25%	53	75%	4	80%	1	20%	2	13%	13	87%	13	39%	20	61%
	Estados Unidos	14	33%	28	67%	2	67%	1	33%	2	25%	6	75%	4	31%	9	69%
Pacífico	Australia	11	23%	37	77%	2	20%	8	80%	3	60%	2	40%	13	20%	53	80%
	Fiji	0	0%	7	100%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	1	20%	4	80%
	Nueva Zelandia	24	22%	87	78%	4	17%	20	83%	6	38%	10	63%	10	29%	24	71%
	Papúa Nueva Guinea	1	11%	8	89%	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	3	38%	5	63%
	Tonga	0	0%	5	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%

PAÍS	Crimen y Violencia				Celebridades, Arte y Medios, Deportes				La niña				Otro		TOTAL			
	FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO				FEMENINO		MASCULINO	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			N	%	N	%
Bulgaria	16	67%	8	33%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0	40	53%	35	47%
Croacia	5	38%	8	62%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1	0	18	28%	46	72%
Chipre	4	14%	25	86%	5	50%	5	50%	0	0%	0	0%	0	0	17	20%	69	80%
República Checa	19	32%	41	68%	7	50%	7	50%	0	0%	0	0%	1	4	56	18%	257	82%
Dinamarca	7	39%	11	61%	10	31%	22	69%	0	0%	0	0%	0	1	21	27%	58	73%
Estonia	3	9%	32	91%	3	11%	25	89%	0	0%	0	0%	0	0	22	15%	128	85%
Finlandia	6	29%	15	71%	3	20%	12	80%	0	0%	0	0%	1	0	21	26%	61	74%
Francia	8	13%	52	87%	7	24%	22	76%	0	0%	0	0%	3	1	60	25%	180	75%
Georgia	1	5%	18	95%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0	3	6%	50	94%
Alemania	17	44%	22	56%	9	27%	24	73%	0	0%	0	0%	0	2	76	26%	216	74%
Grecia	7	44%	9	56%	20	41%	29	59%	0	0%	0	0%	2	4	83	32%	179	68%
Hungría	16	44%	20	56%	11	28%	29	73%	0	0%	0	0%	2	1	57	23%	191	77%
Islandia	4	17%	20	83%	4	31%	9	69%	0	0%	0	0%	0	0	16	23%	54	77%
Irlanda	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0	5	83%	1	17%
Italia	42	25%	124	75%	7	17%	34	83%	0	0%	0	0%	3	0	105	18%	479	82%
Kosovo	0	0%	2	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	12	14%	73	86%
Malta	2	11%	17	89%	1	5%	18	95%	0	0%	0	0%	0	0	9	16%	49	84%
Montenegro	1	33%	2	67%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0	1	6%	16	94%
Países Bajos	2	22%	7	78%	6	24%	19	76%	0	0%	0	0%	0	0	24	27%	65	73%
Noruega	5	14%	32	86%	8	40%	12	60%	0	0%	0	0%	0	0	41	31%	91	69%
Polonia	28	30%	64	70%	8	30%	19	70%	3	60%	2	40%	0	1	72	29%	180	71%
Portugal	7	13%	45	87%	1	6%	17	94%	0	0%	0	0%	0	0	25	18%	111	82%
Romania	6	35%	11	65%	28	51%	27	49%	0	0%	0	0%	0	1	55	32%	118	68%
España	20	32%	42	68%	4	13%	27	87%	2	67%	1	33%	0	0	55	29%	137	71%
Suecia	12	46%	14	54%	14	33%	29	67%	0	0%	0	0%	0	0	48	32%	104	68%
Suiza	2	7%	28	93%	4	22%	14	78%	0	0%	0	0%	0	0	24	20%	99	80%
Turquía	24	37%	41	63%	7	24%	22	76%	0	0%	0	0%	3	15	48	25%	147	75%
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	37	30%	87	70%	25	30%	59	70%	0	0%	0	0%	19	13	131	28%	340	72%
Argentina	3	43%	4	57%	3	11%	25	89%	0	0%	0	0%	2	3	30	28%	79	72%
Bolivia	4	31%	9	69%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	10	27%	27	73%
Brasil	27	54%	23	46%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	137	29%	328	71%
Chile	12	44%	15	56%	2	33%	4	67%	1	100%	0	0%	1	0	25	29%	61	71%
Costa Rica	4	15%	22	85%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	3	1	8	15%	44	85%
Ecuador	14	29%	34	71%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0	27	25%	80	75%
El Salvador	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	25%	3	75%
Guatemala	4	11%	34	89%	3	21%	11	79%	0	0%	0	0%	0	1	13	17%	62	83%
México	7	39%	11	61%	15	65%	8	35%	0	0%	0	0%	0	0	27	30%	62	70%
Nicaragua	20	31%	45	69%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	0	0	45	31%	98	69%
Paraguay	7	13%	45	87%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0	17	15%	93	85%
Perú	17	27%	47	73%	21	38%	35	63%	0	0%	0	0%	3	0	51	33%	102	67%
Uruguay	10	24%	32	76%	5	13%	34	87%	0	0%	0	0%	2	2	31	15%	172	85%
Egipto	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	1	6	40%	9	60%
Israel	15	21%	55	79%	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	0	2	43	15%	237	85%
Jordania	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	2	13%	14	88%
Líbano	0	0%	6	100%	0	0%	22	100%	0	0%	0	0%	1	0	37	5%	694	95%
Túnez	0	0%	13	100%	20	49%	21	51%	1	100%	0	0%	0	1	53	23%	182	77%
Emiratos Árabes Unidos	3	19%	13	81%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	6	10%	53	90%
Canadá	23	28%	59	72%	7	41%	10	59%	0	0%	0	0%	0	3	67	30%	156	70%
Estados Unidos	7	10%	64	90%	4	50%	4	50%	1	100%	0	0%	0	0	34	23%	112	77%
Australia	36	35%	67	65%	6	10%	53	90%	2	67%	1	33%	0	0	73	25%	221	75%
Fiji	2	22%	7	78%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0	7	25%	21	75%
Nueva Zelanda	23	46%	27	54%	4	5%	80	95%	0	0%	0	0%	1	0	71	22%	248	78%
Papúa Nueva Guinea	0	0%	6	100%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	1	7	21%	26	79%
Tonga	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	0	0%



Anexo 3. Resultados nacionales

4 . Sujetos noticiosos por ocupación		No mencionado				Político				Funcionario del gobierno				Educación, Salud			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	2	50%	2	50%	1	100%	0	0%
	Botswana	0	0%	2	100%	0	0%	7	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%
	Burkina	1	50%	1	50%	8	22%	29	78%	1	9%	10	91%	0	0%	9	100%
	Burundi	1	33%	2	67%	2	14%	12	86%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%
	Camerún	0	0%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Congo	0	0%	0	0%	1	8%	12	92%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Etiopia	0	0%	0	0%	1	6%	17	94%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%
	Ghana	0	0%	0	0%	2	20%	8	80%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%
	Guinea	0	0%	1	100%	3	10%	27	90%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%
	Kenia	1	50%	1	50%	2	17%	10	83%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Lesoto	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	67%	1	33%	2	18%	9	82%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%
	Mauritania	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%
	Maurice	0	0%	3	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Namibia	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Niger	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%
	Nigeria	0	0%	2	100%	3	18%	14	82%	0	0%	10	100%	0	0%	1	100%
	Senegal	0	0%	0	0%	2	13%	14	88%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
Sudáfrica	4	40%	6	60%	5	28%	13	72%	1	11%	8	89%	1	50%	1	50%	
Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Tanzania	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Uganda	5	71%	2	29%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%	
Zambia	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Zimbabue	2	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	
Asia	Bangladesh	4	67%	2	33%	10	20%	41	80%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%
	China	27	45%	33	55%	7	6%	116	94%	7	10%	65	90%	11	38%	18	62%
	India	9	35%	17	65%	38	24%	122	76%	6	17%	29	83%	2	67%	1	33%
	Japón	2	29%	5	71%	1	5%	19	95%	0	0%	0	0%	7	70%	3	30%
	Kirguistán	2	33%	4	67%	4	17%	19	83%	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%
	Malasia	15	43%	20	57%	16	9%	163	91%	0	0%	9	100%	2	18%	9	82%
	Nepal	0	0%	0	0%	11	10%	102	90%	3	12%	23	88%	0	0%	2	100%
	Pakistan	1	50%	1	50%	2	8%	24	92%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Pilipinas	0	0%	0	0%	21	38%	35	63%	4	19%	17	81%	2	11%	16	89%
	Corea del Sur	1	100%	0	0%	1	13%	7	88%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%
	Taiwán	2	33%	4	67%	20	12%	151	88%	0	0%	2	100%	7	41%	10	59%
	Tailandia	10	42%	14	58%	12	5%	249	95%	9	10%	84	90%	4	13%	27	87%
	Viet Nam	0	0%	0	0%	5	13%	33	87%	8	16%	41	84%	0	0%	2	100%
	Caribe	Belice	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0
República Dominicana		3	43%	4	57%	2	6%	30	94%	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%
Granada		0	0%	2	100%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Guyana		1	14%	6	86%	1	9%	10	91%	2	67%	1	33%	2	40%	3	60%
Haití		3	50%	3	50%	25	29%	62	71%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Jamaica		2	13%	13	87%	3	8%	34	92%	0	0%	3	100%	3	43%	4	57%
Puerto Rico		2	29%	5	71%	7	14%	43	86%	0	0%	4	100%	5	71%	2	29%
Santa Lucía		1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
San Vicente y las Granadinas		0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
Surinam		0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
Trinidad y Tobago	0	0%	2	100%	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	
Europa	Austria	9	31%	20	69%	11	17%	53	83%	1	100%	0	0%	2	22%	7	78%
	Belarús	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Bélgica	12	46%	14	54%	31	22%	112	78%	0	0%	1	100%	3	43%	4	57%
	Bosnia-Herzegovina	0	0%	1	100%	13	23%	44	77%	2	40%	3	60%	1	50%	1	50%

Negocios, Ámbito legal				Celebridad				Deportista				Activista, ONG				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	5	25%	15	75%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	2	10%	18	90%
4	22%	14	78%	0	0%	4	100%	0	0%	9	100%	8	62%	5	38%	12	57%	9	43%	34	27%	90	73%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	1	20%	4	80%	8	23%	27	77%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	2	13%	13	87%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	3	13%	20	87%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	33%	2	67%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	4	100%	2	6%	29	94%
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	5	100%	4	19%	17	81%
3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	6	15%	34	85%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	100%	3	11%	24	89%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	3	100%	3	17%	15	83%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	5	45%	6	55%	11	33%	22	67%
0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	5	19%	22	81%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	5	56%	4	44%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	4	33%	8	67%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	2	11%	16	89%
1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	2	13%	14	88%	6	11%	48	89%
0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	3	33%	6	67%	7	22%	25	78%
2	8%	22	92%	3	25%	9	75%	1	5%	18	95%	0	0%	0	0%	9	21%	34	79%	26	19%	111	81%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	3	100%	0	0%	8	100%
0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	7%	13	93%	8	24%	26	76%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	1	13%	7	88%
0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	4	33%	8	67%
2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	3	19%	13	81%	20	24%	65	76%
4	14%	25	86%	7	33%	14	67%	4	17%	20	83%	0	0%	1	100%	34	22%	124	78%	101	20%	416	80%
4	10%	36	90%	6	67%	3	33%	1	4%	23	96%	4	100%	0	0%	44	37%	76	63%	114	27%	307	73%
0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	2	20%	8	80%	0	0%	0	0%	3	21%	11	79%	15	22%	53	78%
0	0%	7	100%	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	0	0%	6	100%	10	38%	16	62%	17	20%	66	80%
1	4%	26	96%	8	89%	1	11%	7	10%	66	90%	0	0%	2	100%	15	21%	56	79%	64	15%	352	85%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	4	20%	16	80%	1	17%	5	83%	13	42%	18	58%	32	16%	168	84%
0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	17	35%	31	65%	23	26%	64	74%
1	100%	0	0%	18	56%	14	44%	1	9%	10	91%	0	0%	1	100%	12	25%	36	75%	59	31%	129	69%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	5	25%	15	75%
4	12%	29	88%	5	71%	2	29%	0	0%	4	100%	2	33%	4	67%	29	24%	90	76%	69	19%	296	81%
12	18%	55	82%	10	59%	7	41%	1	17%	5	83%	1	9%	10	91%	50	24%	159	76%	109	15%	610	85%
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%	21	53%	19	48%	36	25%	107	75%
4	33%	8	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	12	63%	7	37%	20	48%	22	52%
4	57%	3	43%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	2	25%	6	75%	17	31%	38	69%	28	23%	93	77%
0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	1	5%	21	95%
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	2	50%	8	40%	12	60%	18	33%	36	67%
1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0	0%	13	100%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	30	25%	91	75%
8	47%	9	53%	2	33%	4	67%	1	100%	0	0%	2	67%	1	33%	15	13%	97	87%	36	18%	165	82%
3	27%	8	73%	5	38%	8	62%	1	17%	5	83%	0	0%	1	100%	9	43%	12	57%	32	27%	88	73%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	0	0%	1	14%	6	86%
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	3	100%	4	29%	10	71%
2	50%	2	50%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	5	29%	12	71%
1	11%	8	89%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	6%	17	94%	3	7%	41	93%
0	0%	17	100%	1	14%	6	86%	2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	10	19%	44	81%	36	19%	153	81%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
2	18%	9	82%	9	24%	29	76%	5	22%	18	78%	0	0%	2	100%	33	29%	81	71%	95	26%	270	74%
1	25%	3	75%	2	40%	3	60%	0	0%	4	100%	2	29%	5	71%	7	25%	21	75%	28	25%	85	75%

Anexo 3. Resultados nacionales

4 . Sujetos noticiosos por ocupación		No mencionado				Político				Funcionario del gobierno				Educación, Salud			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Bulgaria	12	86%	2	14%	5	25%	15	75%	1	100%	0	0%	3	60%	2	40%
	Croacia	2	40%	3	60%	7	20%	28	80%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%
	Chipre	2	13%	14	88%	3	8%	37	93%	3	100%	0	0%	1	50%	1	50%
	República Checa	9	45%	11	55%	24	16%	123	84%	1	7%	13	93%	6	26%	17	74%
	Dinamarca	1	50%	1	50%	3	21%	11	79%	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%
	Estonia	0	0%	2	100%	7	15%	39	85%	3	20%	12	80%	1	13%	7	88%
	Finlandia	7	54%	6	46%	8	29%	20	71%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%
	Francia	3	60%	2	40%	20	17%	98	83%	1	25%	3	75%	6	46%	7	54%
	Georgia	1	100%	0	0%	1	4%	24	96%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%
	Alemania	8	47%	9	53%	27	20%	108	80%	1	33%	2	67%	4	57%	3	43%
	Grecia	2	40%	3	60%	42	27%	115	73%	4	31%	9	69%	3	33%	6	67%
	Hungría	3	38%	5	63%	22	16%	118	84%	0	0%	3	100%	3	25%	9	75%
	Islandia	0	0%	5	100%	8	42%	11	58%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Irlanda	2	100%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Italia	19	37%	33	63%	37	11%	285	89%	0	0%	6	100%	1	17%	5	83%
	Kosovo	0	0%	0	0%	9	13%	63	88%	0	0%	0	0%	1	20%	4	80%
	Malta	4	80%	1	20%	0	0%	15	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Montenegro	1	33%	2	67%	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Países Bajos	0	0%	3	100%	9	23%	30	77%	1	17%	5	83%	2	40%	3	60%
	Noruega	0	0%	1	100%	17	29%	41	71%	3	60%	2	40%	5	83%	1	17%
	Polonia	18	64%	10	36%	18	20%	74	80%	10	53%	9	47%	2	40%	3	60%
	Portugal	9	53%	8	47%	10	24%	31	76%	1	9%	10	91%	1	50%	1	50%
	Romania	8	62%	5	38%	9	16%	49	84%	0	0%	6	100%	2	50%	2	50%
España	14	67%	7	33%	19	25%	57	75%	1	50%	1	50%	2	50%	2	50%	
Suecia	8	32%	17	68%	6	19%	26	81%	1	50%	1	50%	1	100%	0	0%	
Suiza	3	30%	7	70%	9	19%	39	81%	2	100%	0	0%	1	25%	3	75%	
Turquía	18	69%	8	31%	2	3%	56	97%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	35	37%	60	63%	18	18%	82	82%	4	57%	3	43%	15	71%	6	29%	
América Latina	Argentina	3	60%	2	40%	22	42%	31	58%	0	0%	1	100%	1	20%	4	80%
	Bolivia	0	0%	0	0%	6	35%	11	65%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%
	Brasil	12	41%	17	59%	26	14%	154	86%	4	17%	20	83%	9	32%	19	68%
	Chile	10	67%	5	33%	4	11%	31	89%	0	0%	1	100%	2	67%	1	33%
	Costa Rica	1	20%	4	80%	7	30%	16	70%	0	0%	6	100%	1	100%	0	0%
	Ecuador	7	58%	5	42%	1	5%	20	95%	1	17%	5	83%	3	75%	1	25%
	El Salvador	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Guatemala	1	5%	19	95%	0	0%	18	100%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%
	México	2	40%	3	60%	2	7%	26	93%	3	38%	5	63%	0	0%	0	0%
	Nicaragua	11	33%	22	67%	3	12%	22	88%	2	22%	7	78%	1	100%	0	0%
	Paraguay	0	0%	0	0%	7	19%	30	81%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%
Medio Oriente	Perú	6	40%	9	60%	3	16%	16	84%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
	Uruguay	4	24%	13	76%	9	9%	95	91%	1	14%	6	86%	0	0%	2	100%
	Egipto	0	0%	0	0%	1	14%	6	86%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Israel	13	43%	17	57%	3	3%	112	97%	2	14%	12	86%	3	30%	7	70%
	Jordania	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Líbano	1	25%	3	75%	31	5%	535	95%	1	4%	24	96%	2	25%	6	75%
	Túnez	0	0%	2	100%	24	15%	136	85%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%
Emiratos Árabes Unidos	1	100%	0	0%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Norteamérica	Canadá	13	32%	28	68%	13	23%	43	77%	3	60%	2	40%	2	15%	11	85%
	Estados Unidos	4	44%	5	56%	8	31%	18	69%	0	0%	1	100%	7	41%	10	59%
Pacífico	Australia	21	48%	23	52%	17	21%	64	79%	1	17%	5	83%	0	0%	4	100%
	Fiji	2	33%	4	67%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%
	Nueva Zelandia	17	63%	10	37%	19	16%	100	84%	3	27%	8	73%	4	67%	2	33%
	Papúa Nueva Guinea	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	1	25%	3	75%	1	100%	0	0%
	Tonga	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%

Negocios, Ámbito legal				Celebridad				Deportista				Activista, ONG				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
3	60%	2	40%	3	50%	3	50%	0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	12	55%	10	45%	40	53%	35	47%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	8	44%	10	56%	19	29%	46	71%
0	0%	3	100%	2	40%	3	60%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	5	38%	8	62%	17	20%	69	80%
3	21%	11	79%	1	33%	2	67%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	13	14%	81	86%	57	18%	261	82%
0	0%	3	100%	7	54%	6	46%	1	9%	10	91%	0	0%	0	0%	6	19%	25	81%	21	26%	59	74%
2	14%	12	86%	3	13%	21	88%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	3	10%	28	90%	22	15%	128	85%
0	0%	2	100%	3	27%	8	73%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	3	14%	19	86%	22	27%	61	73%
3	23%	10	77%	6	33%	12	67%	0	0%	9	100%	0	0%	3	100%	24	39%	37	61%	63	26%	181	74%
0	0%	12	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	3	6%	50	94%
1	4%	26	96%	9	36%	16	64%	0	0%	9	100%	6	75%	2	25%	20	32%	43	68%	76	26%	218	74%
1	33%	2	67%	17	59%	12	41%	4	22%	14	78%	1	50%	1	50%	11	34%	21	66%	85	32%	183	68%
1	13%	7	88%	3	20%	12	80%	8	50%	8	50%	0	0%	0	0%	19	39%	30	61%	59	24%	192	76%
1	7%	14	93%	1	100%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%	4	20%	16	80%	16	23%	54	77%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	5	83%	1	17%
7	18%	32	82%	5	28%	13	72%	1	13%	7	88%	3	60%	2	40%	35	27%	96	73%	108	18%	479	82%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	12	14%	73	86%
1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	17	100%	0	0%	0	0%	4	29%	10	71%	9	16%	49	84%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	6%	16	94%
2	40%	3	60%	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%	1	33%	2	67%	9	53%	8	47%	24	27%	65	73%
0	0%	5	100%	3	23%	10	77%	2	67%	1	33%	0	0%	1	100%	11	28%	29	73%	41	31%	91	69%
0	0%	12	100%	5	33%	10	67%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	18	24%	56	76%	72	28%	181	72%
0	0%	14	100%	1	14%	6	86%	0	0%	16	100%	0	0%	0	0%	3	11%	25	89%	25	18%	111	82%
3	18%	14	82%	16	46%	19	54%	7	78%	2	22%	1	33%	2	67%	9	31%	20	69%	55	32%	119	68%
2	13%	14	88%	2	17%	10	83%	1	6%	15	94%	0	0%	0	0%	14	31%	31	69%	55	29%	137	71%
3	25%	9	75%	9	50%	9	50%	2	10%	18	90%	2	100%	0	0%	16	40%	24	60%	48	32%	104	68%
1	13%	7	88%	4	36%	7	64%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	4	11%	33	89%	24	20%	99	80%
5	23%	17	77%	5	31%	11	69%	1	13%	7	88%	0	0%	2	100%	20	25%	61	75%	51	24%	162	76%
4	36%	7	64%	13	37%	22	63%	2	7%	25	93%	1	50%	1	50%	58	28%	147	72%	150	30%	353	70%
0	0%	5	100%	2	67%	1	33%	0	0%	22	100%	0	0%	5	100%	4	27%	11	73%	32	28%	82	72%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	3	25%	9	75%	10	27%	27	73%
7	13%	49	88%	21	68%	10	32%	8	73%	3	27%	2	25%	6	75%	48	49%	50	51%	137	29%	328	71%
2	25%	6	75%	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	6	30%	14	70%	26	30%	61	70%
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	8%	11	92%	11	20%	45	80%
2	20%	8	80%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	13	26%	37	74%	27	25%	80	75%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%
0	0%	0	0%	2	40%	3	60%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	7	32%	15	68%	13	17%	63	83%
0	0%	14	100%	11	85%	2	15%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	9	47%	10	53%	27	30%	62	70%
0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	2	22%	7	78%	2	40%	3	60%	23	40%	35	60%	45	31%	98	69%
2	14%	12	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	8	16%	41	84%	18	16%	93	84%
6	38%	10	63%	9	47%	10	53%	5	14%	31	86%	1	100%	0	0%	24	50%	24	50%	54	35%	102	65%
1	20%	4	80%	3	43%	4	57%	1	4%	26	96%	0	0%	0	0%	14	37%	24	63%	33	16%	174	84%
0	0%	2	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	6	38%	10	63%
1	7%	14	93%	5	63%	3	38%	0	0%	1	100%	4	67%	2	33%	12	14%	71	86%	43	15%	239	85%
1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	2	13%	14	88%
2	10%	19	90%	0	0%	0	0%	0	0%	22	100%	0	0%	10	100%	1	1%	75	99%	38	5%	694	95%
0	0%	2	100%	0	0%	7	100%	3	19%	13	81%	1	100%	0	0%	22	52%	20	48%	53	22%	183	78%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	46	96%	6	10%	53	90%
1	11%	8	89%	2	29%	5	71%	1	50%	1	50%	2	100%	0	0%	30	33%	61	67%	67	30%	159	70%
1	11%	8	89%	2	50%	2	50%	0	0%	5	100%	1	100%	0	0%	11	15%	63	85%	34	23%	112	77%
0	0%	15	100%	5	45%	6	55%	1	2%	43	98%	0	0%	1	100%	28	32%	60	68%	73	25%	221	75%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	2	20%	8	80%	7	25%	21	75%
4	20%	16	80%	1	20%	4	80%	2	3%	71	97%	3	50%	3	50%	19	36%	34	64%	72	23%	248	78%
0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	3	25%	9	75%	7	21%	27	79%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	10%	9	90%



Anexo 3. Resultados nacionales

5. Función de los sujetos noticiosos		No se sabe				Sujeto				Vocero				Experto o comentarista			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	1	17%	5	83%	5	25%	15	75%	6	17%	30	83%	0	0%	7	100%
	Botswana	1	50%	1	50%	2	10%	18	90%	1	7%	14	93%	3	30%	7	70%
	Burkina	0	0%	5	100%	34	27%	90	73%	5	26%	14	74%	4	25%	12	75%
	Burundi	1	50%	1	50%	8	23%	27	77%	12	24%	38	76%	2	25%	6	75%
	Camerún	0	0%	1	100%	2	13%	13	87%	3	27%	8	73%	0	0%	0	0%
	Congo	0	0%	1	100%	3	13%	20	87%	2	10%	19	90%	2	20%	8	80%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Etiopía	0	0%	0	0%	2	6%	29	94%	2	4%	46	96%	1	11%	8	89%
	Ghana	0	0%	0	0%	4	19%	17	81%	2	22%	7	78%	1	9%	10	91%
	Guinea	1	5%	21	95%	6	15%	34	85%	12	22%	42	78%	0	0%	5	100%
	Kenia	0	0%	2	100%	3	11%	24	89%	7	12%	53	88%	8	15%	44	85%
	Lesoto	0	0%	0	0%	3	17%	15	83%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	100%	0	0%	11	33%	22	67%	4	12%	30	88%	1	13%	7	88%
	Mauritania	1	20%	4	80%	5	19%	22	81%	0	0%	13	100%	1	50%	1	50%
	Maurice	0	0%	0	0%	5	56%	4	44%	1	13%	7	88%	11	28%	29	73%
	Namibia	2	25%	6	75%	4	33%	8	67%	4	31%	9	69%	5	45%	6	55%
	Níger	3	18%	14	82%	2	11%	16	89%	4	40%	6	60%	0	0%	2	100%
	Nigeria	0	0%	2	100%	6	11%	48	89%	8	12%	57	88%	2	17%	10	83%
	Senegal	3	60%	2	40%	7	22%	25	78%	12	17%	57	83%	5	33%	10	67%
	Sudáfrica	9	50%	9	50%	26	19%	111	81%	19	18%	87	82%	13	19%	57	81%
	Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	2	7%	26	93%	2	13%	13	87%
	Tanzania	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	9	12%	67	88%	5	25%	15	75%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	0	0%	8	100%	2	10%	19	90%
	Uganda	0	0%	4	100%	8	24%	26	76%	15	28%	38	72%	5	31%	11	69%
	Zambia	1	20%	4	80%	1	13%	7	88%	3	8%	36	92%	1	4%	22	96%
Zimbabue	0	0%	0	0%	4	33%	8	67%	11	18%	51	82%	8	42%	11	58%	
Asia	Bangladesh	1	20%	4	80%	20	24%	65	76%	38	23%	130	77%	6	9%	58	91%
	China	1	100%	0	0%	101	20%	416	80%	6	21%	22	79%	4	7%	54	93%
	India	2	7%	27	93%	114	27%	307	73%	26	13%	168	87%	19	18%	89	82%
	Japón	1	50%	1	50%	15	22%	53	78%	7	10%	63	90%	1	11%	8	89%
	Kirguizistán	0	0%	0	0%	17	20%	66	80%	1	5%	20	95%	19	26%	55	74%
	Malasia	3	30%	7	70%	64	15%	352	85%	8	8%	96	92%	9	14%	56	86%
	Nepal	0	0%	0	0%	32	16%	168	84%	8	7%	101	93%	4	16%	21	84%
	Pakistan	1	100%	0	0%	23	26%	64	74%	7	12%	50	88%	10	19%	43	81%
	Pilipinas	9	53%	8	47%	59	31%	129	69%	29	27%	80	73%	7	13%	45	87%
	Corea del Sur	2	25%	6	75%	5	25%	15	75%	4	18%	18	82%	10	33%	20	67%
	Taiwán	0	0%	0	0%	69	19%	296	81%	35	18%	163	82%	6	16%	32	84%
	Tailandia	1	11%	8	89%	109	15%	610	85%	40	13%	277	87%	8	24%	25	76%
	Viet Nam	1	50%	1	50%	36	25%	107	75%	2	9%	20	91%	2	11%	17	89%

Experiencia personal				Testigo				Opinión popular				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0		4		13	18%	61	82%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	25%	3	75%	1		3		8	15%	44	85%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		45	27%	122	73%
3	50%	3	50%	5	25%	15	75%	1	33%	2	67%	0		2		32	26%	92	74%
0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	0		1		7	21%	26	79%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		8	14%	49	86%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		3	60%	2	40%
1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	7%	85	93%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1		2		7	17%	35	83%
6	46%	7	54%	1	9%	10	91%	7	35%	13	65%	0		0		33	20%	132	80%
2	33%	4	67%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	0		0		22	14%	133	86%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	21%	22	79%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		0	0%	0	0%
2	100%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	1		0		21	26%	61	74%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		4		7	14%	42	86%
7	44%	9	56%	0	0%	1	100%	1	13%	7	88%	0		0		25	30%	57	70%
0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1		0		16	35%	30	65%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0		1		13	25%	39	75%
1	20%	4	80%	3	75%	1	25%	1	100%	0	0%	0		0		21	15%	122	85%
0	0%	2	100%	1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0		0		29	22%	101	78%
7	32%	15	68%	11	34%	21	66%	1	20%	4	80%	1		10		86	22%	304	78%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		4	8%	46	92%
3	30%	7	70%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0		0		19	16%	101	84%
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		4	10%	37	90%
1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	5	28%	13	72%	0		3		34	26%	95	74%
3	15%	17	85%	1	100%	0	0%	1	8%	11	92%	0		0		11	10%	97	90%
2	50%	2	50%	1	50%	1	50%	5	71%	2	29%	0		3		31	29%	75	71%
16	31%	36	69%	2	10%	18	90%	0	0%	9	100%	0		3		83	21%	320	79%
20	32%	42	68%	2	17%	10	83%	5	31%	11	69%	0		0		139	20%	555	80%
16	31%	35	69%	2	12%	15	88%	6	55%	5	45%	7		24		185	22%	646	78%
4	31%	9	69%	4	22%	14	78%	4	40%	6	60%	1		12		36	19%	154	81%
7	25%	21	75%	1	25%	3	75%	4	44%	5	56%	0		0		49	22%	170	78%
2	13%	14	88%	5	36%	9	64%	0	0%	1	100%	1		3		91	15%	535	85%
4	16%	21	84%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0		0		50	14%	314	86%
1	7%	13	93%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1		27		42	19%	175	81%
13	48%	14	52%	2	17%	10	83%	5	38%	8	62%	5		10		124	30%	294	70%
5	38%	8	62%	1	25%	3	75%	1	17%	5	83%	0		5		28	27%	75	73%
27	36%	49	64%	1	13%	7	88%	1	13%	7	88%	1		4		139	20%	554	80%
2	15%	11	85%	4	50%	4	50%	10	38%	16	62%	0		0		174	15%	951	85%
4	40%	6	60%	1	33%	2	67%	4	40%	6	60%	0		0		50	24%	159	76%

Anexo 3. Resultados nacionales

5. Función de los sujetos noticiosos		No se sabe				Sujeto				Vocero				Experto o comentarista			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Caribe	Belice	1	100%	0	0%	20	48%	22	52%	2	20%	8	80%	5	50%	5	50%
	República Dominicana	3	25%	9	75%	28	23%	93	77%	8	10%	71	90%	12	26%	35	74%
	Granada	0	0%	0	0%	1	5%	21	95%	5	19%	21	81%	0	0%	5	100%
	Guyana	0	0%	2	100%	18	33%	36	67%	7	37%	12	63%	1	20%	4	80%
	Haití	10	25%	30	75%	30	25%	91	75%	9	18%	42	82%	8	22%	29	78%
Caribe	Jamaica	1	100%	0	0%	36	18%	165	82%	14	20%	56	80%	17	63%	10	37%
	Puerto Rico	1	20%	4	80%	32	27%	88	73%	17	23%	58	77%	8	36%	14	64%
	Santa Lucía	3	43%	4	57%	1	14%	6	86%	0	0%	4	100%	0	0%	3	100%
	San Vicente y las Granadinas	0	0%	0	0%	4	29%	10	71%	4	44%	5	56%	0	0%	0	0%
	Surinam	1	50%	1	50%	5	29%	12	71%	6	26%	17	74%	5	42%	7	58%
	Trinidad y Tobago	0	0%	0	0%	3	7%	41	93%	4	31%	9	69%	1	9%	10	91%
Europa	Austria	2	33%	4	67%	36	19%	153	81%	13	25%	40	75%	12	15%	67	85%
	Belarús	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	8	16%	41	84%	25	29%	62	71%
	Bélgica	2	67%	1	33%	95	26%	270	74%	20	19%	84	81%	38	27%	103	73%
	Bosnia-Herzegovina	1	25%	3	75%	28	25%	85	75%	19	15%	111	85%	27	35%	51	65%
	Bulgaria	0	0%	0	0%	40	53%	35	47%	11	69%	5	31%	4	33%	8	67%
	Croacia	1	50%	1	50%	19	29%	46	71%	26	28%	68	72%	5	10%	45	90%
	Chipre	5	25%	15	75%	17	20%	69	80%	2	5%	42	95%	30	14%	190	86%
	República Checa	11	29%	27	71%	57	18%	261	82%	26	33%	53	67%	13	16%	67	84%
	Dinamarca	2	50%	2	50%	21	26%	59	74%	44	30%	103	70%	16	28%	41	72%
	Estonia	1	17%	5	83%	22	15%	128	85%	49	40%	73	60%	39	33%	79	67%
	Finlandia	0	0%	0	0%	22	27%	61	73%	31	27%	84	73%	27	29%	65	71%
	Francia	0	0%	0	0%	63	26%	181	74%	22	24%	69	76%	30	23%	103	77%
	Georgia	0	0%	2	100%	3	6%	50	94%	21	20%	83	80%	0	0%	27	100%
	Alemania	7	29%	17	71%	76	26%	218	74%	61	18%	281	82%	9	14%	54	86%
	Grecia	0	0%	8	100%	85	32%	183	68%	32	17%	155	83%	24	28%	62	72%
	Hungría	0	0%	6	100%	59	24%	192	76%	9	16%	46	84%	15	25%	46	75%
	Islandia	0	0%	0	0%	16	23%	54	77%	13	28%	34	72%	8	29%	20	71%
	Irlanda	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Italia	0	0%	5	100%	108	18%	479	82%	18	17%	90	83%	15	12%	108	88%
	Kosovo	0	0%	2	100%	12	14%	73	86%	7	24%	22	76%	4	11%	33	89%
	Malta	1	33%	2	67%	9	16%	49	84%	17	12%	122	88%	4	31%	9	69%
	Montenegro	0	0%	0	0%	1	6%	16	94%	4	27%	11	73%	1	50%	1	50%
	Países Bajos	0	0%	4	100%	24	27%	65	73%	5	21%	19	79%	9	23%	30	77%
	Noruega	0	0%	2	100%	41	31%	91	69%	27	33%	56	67%	10	19%	44	81%
	Polonia	0	0%	4	100%	72	28%	181	72%	41	29%	102	71%	53	27%	140	73%
	Portugal	0	0%	5	100%	25	18%	111	82%	19	15%	110	85%	8	17%	39	83%
	Romania	8	73%	3	27%	55	32%	119	68%	7	22%	25	78%	10	16%	51	84%
	España	3	20%	12	80%	55	29%	137	71%	36	20%	141	80%	7	14%	42	86%
Suecia	4	67%	2	33%	48	32%	104	68%	40	27%	106	73%	11	24%	35	76%	

Experiencia personal				Testigo				Opinión popular				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
3	75%	1	25%	0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	0		0		32	46%	38	54%
30	38%	49	62%	6	30%	14	70%	0	0%	5	100%	0		2		87	24%	276	76%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	11%	47	89%
4	44%	5	56%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0		0		32	34%	61	66%
3	16%	16	84%	2	10%	19	90%	0	0%	0	0%	1		5		62	21%	227	79%
6	67%	3	33%	4	57%	3	43%	0	0%	2	100%	0		1		78	25%	239	75%
14	58%	10	42%	4	50%	4	50%	5	50%	5	50%	9		29		81	31%	183	69%
2	100%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	24%	19	76%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		9	38%	15	63%
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		20	32%	43	68%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		8	12%	60	88%
30	47%	34	53%	1	14%	6	86%	6	86%	1	14%	3		3		100	25%	305	75%
16	67%	8	33%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1		1		51	31%	113	69%
21	26%	59	74%	10	48%	11	52%	6	60%	4	40%	12		69		192	27%	532	73%
3	23%	10	77%	0	0%	6	100%	2	25%	6	75%	0		0		80	23%	272	77%
0	0%	2	100%	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0		0		59	53%	52	47%
20	43%	27	57%	2	25%	6	75%	5	71%	2	29%	1		1		78	29%	195	71%
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	5	25%	15	75%	2		0		61	15%	337	85%
14	37%	24	63%	8	31%	18	69%	4	67%	2	33%	1		4		133	23%	452	77%
9	23%	30	77%	3	50%	3	50%	7	70%	3	30%	0		0		102	30%	241	70%
9	56%	7	44%	1	20%	4	80%	5	63%	3	38%	0		0		126	30%	299	70%
21	46%	25	54%	5	50%	5	50%	7	58%	5	42%	2		3		113	32%	245	68%
22	33%	45	67%	26	32%	55	68%	16	52%	15	48%	7		2		179	28%	468	72%
9	64%	5	36%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0		0		34	17%	172	83%
11	39%	17	61%	3	20%	12	80%	11	42%	15	58%	1		5		178	22%	614	78%
28	26%	78	74%	1	14%	6	86%	5	38%	8	62%	6		9		175	26%	500	74%
21	49%	22	51%	0	0%	1	100%	7	70%	3	30%	2		12		111	26%	316	74%
3	38%	5	63%	1	25%	3	75%	3	60%	2	40%	5		6		44	27%	118	73%
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	75%	2	25%
19	44%	24	56%	16	31%	36	69%	2	67%	1	33%	0		5		178	19%	743	81%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		23	15%	131	85%
1	20%	4	80%	1	50%	1	50%	1	50%	1	50%	6		24		34	15%	188	85%
0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1		0		7	18%	33	83%
15	75%	5	25%	1	100%	0	0%	1	50%	1	50%	5		9		55	31%	124	69%
19	61%	12	39%	0	0%	1	100%	7	50%	7	50%	1		0		104	33%	213	67%
22	35%	41	65%	12	80%	3	20%	7	54%	6	46%	2		14		207	30%	477	70%
25	52%	23	48%	5	71%	2	29%	0	0%	1	100%	0		0		82	22%	291	78%
17	45%	21	55%	3	33%	6	67%	0	0%	5	100%	0		0		100	30%	230	70%
24	35%	45	65%	12	41%	17	59%	11	35%	20	65%	2		6		148	26%	414	74%
26	47%	29	53%	1	33%	2	67%	2	29%	5	71%	0		3		132	32%	283	68%



Anexo 3. Resultados nacionales

5. Función de los sujetos noticiosos		No se sabe				Sujeto				Vocero				Experto o comentarista			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	Suiza	2	33%	4	67%	24	20%	99	80%	16	20%	63	80%	24	31%	54	69%
	Turquía	0	0%	10	100%	51	24%	162	76%	11	13%	77	88%	6	21%	22	79%
	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	7	78%	2	22%	150	30%	353	70%	39	26%	111	74%	54	26%	151	74%
<b>América Latina</b>	Argentina	0	0%	6	100%	32	28%	82	72%	18	29%	45	71%	8	24%	26	76%
	Bolivia	0	0%	5	100%	10	27%	27	73%	10	16%	51	84%	2	9%	20	91%
	Brasil	21	30%	49	70%	137	29%	328	71%	40	31%	88	69%	26	29%	63	71%
	Chile	1	17%	5	83%	26	30%	61	70%	7	20%	28	80%	4	8%	46	92%
	Costa Rica	1	100%	0	0%	11	20%	45	80%	19	22%	68	78%	8	26%	23	74%
	Ecuador	0	0%	3	100%	27	25%	80	75%	31	17%	155	83%	11	15%	60	85%
<b>América Latina</b>	El Salvador	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%	23	25%	69	75%	5	17%	25	83%
	Guatemala	4	40%	6	60%	13	17%	63	83%	23	32%	50	68%	7	19%	30	81%
	México	0	0%	6	100%	27	30%	62	70%	17	13%	114	87%	13	36%	23	64%
	Nicaragua	3	27%	8	73%	45	31%	98	69%	18	25%	55	75%	7	25%	21	75%
	Paraguay	1	17%	5	83%	18	16%	93	84%	11	12%	83	88%	3	19%	13	81%
	Perú	3	38%	5	63%	54	35%	102	65%	15	19%	62	81%	2	5%	35	95%
	Uruguay	3	43%	4	57%	33	16%	174	84%	8	9%	80	91%	2	15%	11	85%
<b>Medio Oriente</b>	Egipto	0	0%	0	0%	6	38%	10	63%	1	20%	4	80%	0	0%	1	100%
	Israel	1	13%	7	88%	43	15%	239	85%	19	17%	96	83%	12	9%	124	91%
	Jordania	0	0%	1	100%	2	13%	14	88%	1	10%	9	90%	3	30%	7	70%
	Líbano	0	0%	2	100%	38	5%	694	95%	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%
	Túnez	12	44%	15	56%	53	22%	183	78%	6	9%	64	91%	31	52%	29	48%
	Emiratos Árabes Unidos	1	33%	2	67%	6	10%	53	90%	4	8%	45	92%	8	15%	46	85%
<b>Norteamérica</b>	Canadá	2	40%	3	60%	67	30%	159	70%	43	28%	112	72%	37	29%	90	71%
	Estados Unidos	3	30%	7	70%	34	23%	112	77%	17	26%	49	74%	19	24%	59	76%
<b>Pacífico</b>	Australia	1	25%	3	75%	73	25%	221	75%	47	23%	154	77%	7	14%	44	86%
	Fiji	3	60%	2	40%	7	25%	21	75%	9	18%	40	82%	6	24%	19	76%
	Nueva Zelandia	0	0%	0	0%	72	23%	248	78%	28	23%	93	77%	9	20%	35	80%
	Papúa Nueva Guinea	1	100%	0	0%	7	21%	27	79%	1	4%	26	96%	5	15%	29	85%
	Tonga	0	0%	1	100%	1	10%	9	90%	7	18%	31	82%	0	0%	1	100%

Experiencia personal				Testigo				Opinión popular				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
9	30%	21	70%	4	100%	0	0%	1	50%	1	50%	0		3		80	25%	242	75%
3	14%	18	86%	1	6%	17	94%	41	67%	20	33%	1		29		113	26%	326	74%
44	48%	47	52%	7	47%	8	53%	19	56%	15	44%	2		3		320	32%	687	68%
7	44%	9	56%	7	47%	8	53%	3	43%	4	57%	2		4		75	29%	180	71%
16	64%	9	36%	4	80%	1	20%	0	0%	0	0%	0		1		42	27%	113	73%
26	41%	38	59%	18	47%	20	53%	25	57%	19	43%	0		1		293	33%	605	67%
2	33%	4	67%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	3		4		43	23%	147	77%
12	40%	18	60%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		2		51	25%	155	75%
37	41%	54	59%	4	27%	11	73%	12	36%	21	64%	3		8		122	24%	384	76%
30	54%	26	46%	8	57%	6	43%	9	60%	6	40%	2		5		78	36%	136	64%
3	38%	5	63%	0	0%	6	100%	0	0%	2	100%	1		3		50	24%	162	76%
3	14%	19	86%	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	0		2		63	22%	226	78%
4	29%	10	71%	6	38%	10	63%	3	38%	5	63%	0		0		86	29%	207	71%
9	35%	17	65%	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%	1		6		46	18%	212	82%
2	20%	8	80%	13	39%	20	61%	2	100%	0	0%	1		7		91	28%	232	72%
10	28%	26	72%	7	54%	6	46%	5	29%	12	71%	0		2		68	18%	313	82%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		4		7	32%	15	68%
20	34%	38	66%	7	44%	9	56%	6	40%	9	60%	0		24		108	17%	522	83%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4		12		6	16%	32	84%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	7	30%	16	70%	0		0		45	6%	724	94%
2	50%	2	50%	5	71%	2	29%	0	0%	0	0%	0		0		109	27%	295	73%
2	20%	8	80%	1	25%	3	75%	1	11%	8	89%	4		30		23	12%	165	88%
43	36%	77	64%	7	37%	12	63%	7	35%	13	65%	6		16		206	31%	466	69%
14	39%	22	61%	7	32%	15	68%	0	0%	1	100%	8		16		94	26%	265	74%
18	37%	31	63%	4	50%	4	50%	8	29%	20	71%	0		2		158	25%	477	75%
3	38%	5	63%	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	2		5		29	24%	91	76%
7	41%	10	59%	4	50%	4	50%	9	82%	2	18%	0		0		129	25%	392	75%
0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	1		0		15	14%	89	86%
0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0		0		9	16%	47	84%

Anexo 3. Resultados nacionales

6. Sujetos noticiosos identificados como víctima

REGIÓN	PAÍS	VÍCTIMA				NO ES UNA VÍCTIMA				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	1	100%	0	0%	4	22%	14	78%	5	26%	14	74%
	Botswana	0	0%	6	100%	2	14%	12	86%	2	10%	18	90%
	Burkina	0	0%	0	0%	34	27%	90	73%	34	27%	90	73%
	Burundi	0	0%	7	100%	8	29%	20	71%	8	23%	27	77%
	Camerún	0	0%	3	100%	2	17%	10	83%	2	13%	13	87%
	Congo	2	29%	5	71%	1	6%	15	94%	3	13%	20	87%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%
	Etiopía	0	0%	1	100%	2	7%	28	93%	2	6%	29	94%
	Ghana	2	40%	3	60%	2	13%	14	88%	4	19%	17	81%
	Guinea	0	0%	0	0%	6	15%	34	85%	6	15%	34	85%
	Kenia	1	33%	2	67%	2	8%	22	92%	3	11%	24	89%
	Lesoto	1	33%	2	67%	2	13%	13	87%	3	17%	15	83%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	50%	2	50%	8	29%	20	71%	10	31%	22	69%
	Mauritania	1	50%	1	50%	4	16%	21	84%	5	19%	22	81%
	Maurice	2	100%	0	0%	3	43%	4	57%	5	56%	4	44%
	Namibia	0	0%	0	0%	4	33%	8	67%	4	33%	8	67%
	Níger	1	100%	0	0%	1	6%	16	94%	2	11%	16	89%
	Nigeria	1	13%	7	88%	3	7%	40	93%	4	8%	47	92%
	Senegal	0	0%	0	0%	7	22%	25	78%	7	22%	25	78%
Sudáfrica	3	18%	14	82%	22	19%	95	81%	25	19%	109	81%	
Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	6	100%	
Tanzania	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	0	0%	8	100%	
Uganda	4	24%	13	76%	4	25%	12	75%	8	24%	25	76%	
Zambia	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	1	13%	7	88%	
Zimbabue	1	50%	1	50%	3	30%	7	70%	4	33%	8	67%	
Asia	Bangladesh	4	18%	18	82%	15	25%	44	75%	19	23%	62	77%
	China	23	38%	38	62%	78	17%	378	83%	101	20%	416	80%
	India	48	40%	71	60%	63	21%	231	79%	111	27%	302	73%
	Japón	7	64%	4	36%	8	14%	49	86%	15	22%	53	78%
	Kirguizistán	0	0%	2	100%	17	21%	64	79%	17	20%	66	80%
	Malasia	15	48%	16	52%	48	13%	334	87%	63	15%	350	85%
	Nepal	6	60%	4	40%	26	14%	164	86%	32	16%	168	84%
	Pakistán	9	43%	12	57%	13	20%	51	80%	22	26%	63	74%
	Pilipinas	12	26%	35	74%	45	34%	86	66%	57	32%	121	68%
	Corea del Sur	0	0%	3	100%	5	31%	11	69%	5	26%	14	74%
	Taiwán	11	25%	33	75%	58	18%	263	82%	69	19%	296	81%
	Tailandia	17	47%	19	53%	92	13%	591	87%	109	15%	610	85%
	Viet Nam	3	43%	4	57%	33	24%	103	76%	36	25%	107	75%
Caribe	Belice	11	65%	6	35%	9	36%	16	64%	20	48%	22	52%
	República Dominicana	3	13%	20	87%	25	26%	72	74%	28	23%	92	77%
	Granada	0	0%	2	100%	1	5%	18	95%	1	5%	20	95%
	Guyana	4	36%	7	64%	14	33%	29	67%	18	33%	36	67%
	Haití	1	13%	7	88%	29	26%	83	74%	30	25%	90	75%
	Jamaica	13	18%	58	82%	23	18%	106	82%	36	18%	164	82%
	Puerto Rico	4	36%	7	64%	28	26%	81	74%	32	27%	88	73%
	Santa Lucía	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1	17%	5	83%
	San Vicente y las Granadinas	0	0%	4	100%	4	40%	6	60%	4	29%	10	71%
	Surinam	2	40%	3	60%	3	27%	8	73%	5	31%	11	69%
Trinidad y Tobago	0	0%	9	100%	3	9%	30	91%	3	7%	39	93%	
Europa	Austria	13	36%	23	64%	22	15%	129	85%	35	19%	152	81%
	Belarús	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Bélgica	30	52%	28	48%	64	21%	241	79%	94	26%	269	74%
	Bosnia-Herzegovina	9	39%	14	61%	19	21%	71	79%	28	25%	85	75%

6. Sujetos noticiosos identificados como víctima		VÍCTIMA				NO ES UNA VÍCTIMA				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Bulgaria	13	72%	5	28%	26	46%	30	54%	39	53%	35	47%
	Croacia	6	55%	5	45%	13	24%	41	76%	19	29%	46	71%
	Chipre	4	19%	17	81%	13	20%	52	80%	17	20%	69	80%
	República Checa	3	27%	8	73%	54	18%	253	82%	57	18%	261	82%
	Dinamarca	5	50%	5	50%	16	23%	54	77%	21	26%	59	74%
	Estonia	0	0%	5	100%	22	15%	120	85%	22	15%	125	85%
	Finlandia	8	35%	15	65%	14	23%	46	77%	22	27%	61	73%
	Francia	11	52%	10	48%	51	23%	171	77%	62	26%	181	74%
	Georgia	1	25%	3	75%	2	4%	47	96%	3	6%	50	94%
	Alemania	20	59%	14	41%	56	22%	204	78%	76	26%	218	74%
	Grecia	8	73%	3	27%	77	30%	180	70%	85	32%	183	68%
	Hungría	18	51%	17	49%	40	19%	175	81%	58	23%	192	77%
	Islandia	2	18%	9	82%	14	24%	45	76%	16	23%	54	77%
	Irlanda	3	100%	0	0%	1	50%	1	50%	4	80%	1	20%
	Italia	34	46%	40	54%	72	14%	438	86%	106	18%	478	82%
	Kosovo	0	0%	1	100%	12	14%	71	86%	12	14%	72	86%
	Malta	5	36%	9	64%	2	5%	38	95%	7	13%	47	87%
	Montenegro	1	50%	1	50%	0	0%	15	100%	1	6%	16	94%
	Países Bajos	1	13%	7	88%	23	28%	58	72%	24	27%	65	73%
	Noruega	6	46%	7	54%	35	29%	84	71%	41	31%	91	69%
	Polonia	18	34%	35	66%	52	27%	143	73%	70	28%	178	72%
	Portugal	8	53%	7	47%	17	14%	104	86%	25	18%	111	82%
	Romania	5	50%	5	50%	50	30%	114	70%	55	32%	119	68%
	España	14	56%	11	44%	41	25%	126	75%	55	29%	137	71%
	Suecia	6	24%	19	76%	42	33%	84	67%	48	32%	103	68%
	Suiza	6	29%	15	71%	18	18%	83	82%	24	20%	98	80%
	Turquía	24	55%	20	45%	21	13%	140	87%	45	22%	160	78%
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	57	37%	98	63%	92	27%	249	73%	149	30%	347	70%	
América Latina	Argentina	4	50%	4	50%	28	26%	78	74%	32	28%	82	72%
	Bolivia	2	40%	3	60%	7	24%	22	76%	9	26%	25	74%
	Brasil	43	59%	30	41%	93	24%	298	76%	136	29%	328	71%
	Chile	4	40%	6	60%	21	28%	54	72%	25	29%	60	71%
	Costa Rica	3	19%	13	81%	8	20%	32	80%	11	20%	45	80%
	Ecuador	13	50%	13	50%	14	17%	67	83%	27	25%	80	75%
	El Salvador	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	1	25%	3	75%
	Guatemala	2	9%	21	91%	11	21%	42	79%	13	17%	63	83%
	México	8	47%	9	53%	19	26%	53	74%	27	30%	62	70%
	Nicaragua	23	38%	38	62%	20	25%	60	75%	43	30%	98	70%
	Paraguay	3	43%	4	57%	15	14%	89	86%	18	16%	93	84%
	Perú	9	28%	23	72%	45	37%	78	63%	54	35%	101	65%
	Uruguay	5	36%	9	64%	28	15%	165	85%	33	16%	174	84%
Medio Oriente	Egipto	1	100%	0	0%	5	33%	10	67%	6	38%	10	63%
	Israel	6	17%	29	83%	36	15%	205	85%	42	15%	234	85%
	Jordania	0	0%	0	0%	2	13%	14	88%	2	13%	14	88%
	Líbano	1	13%	7	88%	37	5%	687	95%	38	5%	694	95%
	Túnez	0	0%	2	100%	53	23%	176	77%	53	23%	178	77%
Emiratos Árabes Unidos	1	50%	1	50%	5	9%	52	91%	6	10%	53	90%	
Norteamérica	Canadá	22	31%	50	69%	41	28%	104	72%	63	29%	154	71%
	Estados Unidos	10	29%	24	71%	20	19%	86	81%	30	21%	110	79%
Pacífico	Australia	26	46%	31	54%	47	20%	190	80%	73	25%	221	75%
	Fiji	3	23%	10	77%	4	27%	11	73%	7	25%	21	75%
	Nueva Zelanda	14	54%	12	46%	58	20%	236	80%	72	23%	248	78%
	Papúa Nueva Guinea	3	43%	4	57%	4	15%	23	85%	7	21%	27	79%
	Tonga	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	1	10%	9	90%



Anexo 3. Resultados nacionales

7. Sujetos noticiosos por relación familiar

REGIÓN	PAÍS	FEMININO – RELACIÓN CITADA				MASCULINO – RELACIÓN CITADA				TOTAL	
		NO		SI		NO		SI		N	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	
<b>África</b>	Benín	3	60%	2	40%	14	93%	1	7%	20	
	Botswana	2	100%	0	0%	18	100%	0	0%	20	
	Burkina Faso	27	79%	7	21%	90	100%	0	0%	124	
	Burundi	8	100%	0	0%	25	93%	2	7%	35	
	Camerún	2	100%	0	0%	10	77%	3	23%	15	
	Congo	2	67%	1	33%	20	100%	0	0%	23	
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	3	
	Etiopía	2	100%	0	0%	29	100%	0	0%	31	
	Ghana	3	75%	1	25%	15	88%	2	12%	21	
	Guinea	6	100%	0	0%	34	100%	0	0%	40	
	Kenia	3	100%	0	0%	23	96%	1	4%	27	
	Lesoto	2	67%	1	33%	14	93%	1	7%	18	
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	
	Madagascar	7	64%	4	36%	20	91%	2	9%	33	
	Mauritania	3	60%	2	40%	21	95%	1	5%	27	
	Maurice	5	100%	0	0%	3	75%	1	25%	9	
	Namibia	3	75%	1	25%	6	75%	2	25%	12	
	Níger	1	50%	1	50%	16	100%	0	0%	18	
	Nigeria	3	50%	3	50%	41	85%	7	15%	54	
	Senegal	6	86%	1	14%	24	96%	1	4%	32	
	Sudáfrica	21	81%	5	19%	96	86%	15	14%	137	
	Sudán del Sur	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	6	
	Tanzania	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	3	
	Togo	0	0%	0	0%	5	63%	3	38%	8	
	Uganda	3	38%	5	63%	20	77%	6	23%	34	
	Zambia	1	100%	0	0%	7	100%	0	0%	8	
	Zimbabue	3	75%	1	25%	8	100%	0	0%	12	
<b>Asia</b>	Bangladesh	14	70%	6	30%	60	92%	5	8%	85	
	China	84	83%	17	17%	405	97%	11	3%	517	
	India	68	60%	45	40%	279	91%	28	9%	420	
	Japón	12	80%	3	20%	48	91%	5	9%	68	
	Kirguistán	16	94%	1	6%	65	98%	1	2%	83	
	Malasia	36	56%	28	44%	325	92%	27	8%	416	
	Nepal	23	72%	9	28%	163	97%	5	3%	200	
	Pakistán	18	78%	5	22%	58	91%	6	9%	87	
	Pilipinas	44	75%	15	25%	113	88%	15	12%	187	
	Corea del Sur	4	80%	1	20%	13	87%	2	13%	20	
	Taiwán	55	80%	14	20%	282	95%	14	5%	365	
	Tailandia	108	99%	1	1%	606	99%	4	1%	719	
	Viet Nam	36	100%	0	0%	107	100%	0	0%	143	
	<b>Caribe</b>	Belice	6	30%	14	70%	18	82%	4	18%	42
		República Dominicana	23	82%	5	18%	87	94%	6	6%	121
Granada		0	0%	1	100%	18	86%	3	14%	22	
Guyana		12	67%	6	33%	27	75%	9	25%	54	
Haití		28	97%	1	3%	86	95%	5	5%	120	
Jamaica		29	81%	7	19%	154	94%	10	6%	200	
Puerto Rico		30	94%	2	6%	84	95%	4	5%	120	
Santa Lucía		1	100%	0	0%	5	83%	1	17%	7	
San Vicente y las Granadinas		3	75%	1	25%	7	70%	3	30%	14	
Surinam		5	100%	0	0%	12	100%	0	0%	17	
Trinidad y Tobago	1	33%	2	67%	33	80%	8	20%	44		
<b>Europa</b>	Austria	33	92%	3	8%	139	91%	14	9%	189	
	Belarús	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	
	Bélgica	66	69%	29	31%	234	87%	36	13%	365	
	Bosnia-Herzegovina	23	82%	5	18%	83	98%	2	2%	113	
	Bulgaria	27	68%	13	33%	32	91%	3	9%	75	
	Croacia	16	84%	3	16%	42	91%	4	9%	65	
	Chipre	16	94%	1	6%	68	99%	1	1%	86	
	República Checa	50	88%	7	12%	255	98%	6	2%	318	

7. Sujetos noticiosos por relación familiar		FEMININO – RELACIÓN CITADA				MASCULINO – RELACIÓN CITADA				TOTAL
		NO		SI		NO		SI		N
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
<b>Europa</b>	Dinamarca	15	71%	6	29%	53	90%	6	10%	80
	Estonia	18	82%	4	18%	120	94%	8	6%	150
	Finlandia	16	73%	6	27%	49	80%	12	20%	83
	Francia	32	52%	29	48%	134	75%	44	25%	239
	Georgia	1	33%	2	67%	49	100%	0	0%	52
	Alemania	64	84%	12	16%	201	92%	17	8%	294
	Grecia	78	92%	7	8%	181	99%	2	1%	268
	Hungría	43	73%	16	27%	181	94%	11	6%	251
	Islandia	15	94%	1	6%	49	91%	5	9%	70
	Irlanda	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%	6
	Italia	97	90%	11	10%	469	98%	10	2%	587
	Kosovo	12	100%	0	0%	73	100%	0	0%	85
	Malta	2	22%	7	78%	44	90%	5	10%	58
	Montenegro	0	0%	1	100%	16	100%	0	0%	17
	Países Bajos	20	83%	4	17%	63	97%	2	3%	89
	Noruega	35	85%	6	15%	83	91%	8	9%	132
	Polonia	55	76%	17	24%	172	95%	9	5%	253
	Portugal	21	84%	4	16%	103	93%	8	7%	136
	Romania	42	76%	13	24%	107	90%	12	10%	174
	<b>América Latina</b>	España	39	71%	16	29%	127	93%	10	7%
Suecia		39	81%	9	19%	96	92%	8	8%	152
Suiza		19	79%	5	21%	89	91%	9	9%	122
Turquía		37	73%	14	27%	145	90%	17	10%	213
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)		90	60%	60	40%	283	81%	67	19%	500
Argentina		27	84%	5	16%	80	98%	2	2%	114
Bolivia		9	90%	1	10%	26	96%	1	4%	37
Brasil		122	89%	15	11%	314	96%	14	4%	465
Chile		12	46%	14	54%	53	87%	8	13%	87
Costa Rica		10	91%	1	9%	43	96%	2	4%	56
<b>Medio Oriente</b>	Ecuador	19	70%	8	30%	72	90%	8	10%	107
	El Salvador	0	0%	1	100%	3	100%	0	0%	4
	Guatemala	10	77%	3	23%	57	90%	6	10%	76
	México	19	70%	8	30%	58	94%	4	6%	89
	Nicaragua	24	53%	21	47%	73	74%	25	26%	143
	Paraguay	12	67%	6	33%	86	92%	7	8%	111
	Perú	47	87%	7	13%	86	84%	16	16%	156
	Uruguay	25	76%	8	24%	169	97%	5	3%	207
	Egipto	6	100%	0	0%	10	100%	0	0%	16
	Israel	30	70%	13	30%	210	88%	29	12%	282
<b>Norteamérica</b>	Jordania	2	100%	0	0%	14	100%	0	0%	16
	Libano	37	97%	1	3%	687	99%	7	1%	732
	Túnez	31	58%	22	42%	183	100%	0	0%	236
	Emiratos Árabes Unidos	5	83%	1	17%	49	92%	4	8%	59
	Canadá	49	73%	18	27%	124	78%	35	22%	226
<b>Pacífico</b>	Estados Unidos	25	74%	9	26%	101	90%	11	10%	146
	Australia	33	45%	40	55%	175	79%	46	21%	294
	Fiji	5	71%	2	29%	19	95%	1	5%	27
	Nueva Zelanda	53	74%	19	26%	236	95%	12	5%	320
	Papúa Nueva Guinea	5	71%	2	29%	26	96%	1	4%	34
Tonga	0	0%	1	100%	6	67%	3	33%	10	

Anexo 3. Resultados nacionales

8. Sujetos noticiosos citados en los diarios		CITADO				NO CITADO				TOTAL
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		N
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
África	Benín	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Botswana	0	0%	5	100%	1	25%	3	75%	9
	Burkina Faso	14	42%	19	58%	16	22%	58	78%	107
	Burundi	0	0%	5	100%	1	20%	4	80%	10
	Camerún	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Congo	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	7
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1
	Etiopía	1	11%	8	89%	1	5%	20	95%	30
	Ghana	1	20%	4	80%	1	20%	4	80%	10
	Guinea	1	4%	23	96%	2	50%	2	50%	28
	Kenia	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	7
	Lesoto	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	9
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	5	45%	6	55%	5	28%	13	72%	29
	Mauritania	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Maurice	1	33%	2	67%	2	100%	0	0%	5
	Namibia	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	5
	Níger	1	7%	13	93%	0	0%	2	100%	16
	Nigeria	3	17%	15	83%	2	11%	16	89%	36
	Senegal	1	10%	9	90%	1	50%	1	50%	12
	Sudáfrica	11	21%	42	79%	12	24%	39	76%	104
	Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	4
	Tanzania	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	3
Togo	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	3	
Uganda	1	13%	7	88%	4	27%	11	73%	23	
Zambia	1	50%	1	50%	0	0%	3	100%	5	
Zimbabue	2	50%	2	50%	2	29%	5	71%	11	
Asia	Bangladesh	5	25%	15	75%	10	23%	34	77%	64
	China	12	29%	30	71%	29	17%	138	83%	209
	India	25	37%	42	63%	53	28%	136	72%	256
	Japón	1	11%	8	89%	5	28%	13	72%	27
	Kirguistán	1	10%	9	90%	13	22%	47	78%	70
	Malasia	4	19%	17	81%	11	28%	28	72%	60
	Nepal	0	0%	4	100%	13	14%	78	86%	95
	Pakistan	5	56%	4	44%	15	23%	49	77%	73
	Pilipinas	1	14%	6	86%	9	31%	20	69%	36
	Corea del Sur	5	28%	13	72%	0	0%	2	100%	20
	Taiwán	6	19%	25	81%	21	19%	89	81%	141
	Tailandia	28	12%	209	88%	27	14%	169	86%	433
	Viet Nam	26	25%	78	75%	1	50%	1	50%	106
Caribe	Belice	2	100%	0	0%	12	44%	15	56%	29
	República Dominicana	7	29%	17	71%	1	9%	10	91%	35
	Granada	1	17%	5	83%	0	0%	9	100%	15
	Guyana	3	30%	7	70%	12	40%	18	60%	40
	Haití	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	6
	Jamaica	6	30%	14	70%	9	20%	36	80%	65
	Puerto Rico	9	27%	24	73%	8	20%	32	80%	73
	Santa Lucía	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	3
	San Vicente y las Granadinas	3	33%	6	67%	1	20%	4	80%	14
	Surinam	0	0%	4	100%	2	67%	1	33%	7
Trinidad y Tobago	2	29%	5	71%	1	7%	13	93%	21	
Europa	Austria	12	34%	23	66%	18	16%	96	84%	149
	Belarús	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1
	Bélgica	21	34%	41	66%	36	21%	138	79%	236
	Bosnia-Herzegovina	7	23%	24	77%	10	29%	24	71%	65
	Bulgaria	4	80%	1	20%	29	66%	15	34%	49
	Croacia	1	5%	20	95%	5	50%	5	50%	31
	Chipre	3	33%	6	67%	6	29%	15	71%	30

8. Sujetos noticiosos citados en los diarios		CITADO				NO CITADO				TOTAL
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		N
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
<b>Europa</b>	República Checa	16	24%	52	76%	18	14%	111	86%	<b>197</b>
	Dinamarca	7	35%	13	65%	12	29%	30	71%	<b>62</b>
	Estonia	3	27%	8	73%	12	20%	47	80%	<b>70</b>
	Finlandia	7	32%	15	68%	10	23%	34	77%	<b>66</b>
	Francia	14	19%	61	81%	8	24%	26	76%	<b>109</b>
	Georgia	0	0%	5	100%	1	10%	9	90%	<b>15</b>
	Alemania	12	24%	39	76%	24	23%	81	77%	<b>156</b>
	Grecia	20	32%	42	68%	20	27%	54	73%	<b>136</b>
	Hungría	13	39%	20	61%	32	20%	125	80%	<b>190</b>
	Islandia	1	33%	2	67%	3	17%	15	83%	<b>21</b>
	Irlanda	1	50%	1	50%	4	100%	0	0%	<b>6</b>
	Italia	29	22%	102	78%	28	16%	143	84%	<b>302</b>
	Kosovo	11	15%	60	85%	1	25%	3	75%	<b>75</b>
	Malta	2	29%	5	71%	2	33%	4	67%	<b>13</b>
	Montenegro	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	<b>0</b>
	Países Bajos	6	24%	19	76%	16	31%	35	69%	<b>76</b>
	Noruega	15	32%	32	68%	15	41%	22	59%	<b>84</b>
	Polonia	13	25%	40	75%	41	29%	99	71%	<b>193</b>
	Portugal	14	33%	28	67%	4	11%	31	89%	<b>77</b>
	Romania	16	33%	32	67%	28	29%	69	71%	<b>145</b>
	España	10	23%	34	77%	10	30%	23	70%	<b>77</b>
Suecia	27	42%	37	58%	16	30%	38	70%	<b>118</b>	
Suiza	5	28%	13	72%	10	20%	40	80%	<b>68</b>	
Turquía	8	35%	15	65%	36	21%	138	79%	<b>197</b>	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	34	37%	57	63%	27	28%	68	72%	<b>186</b>	
<b>América Latina</b>	Argentina	11	35%	20	65%	1	14%	6	86%	<b>38</b>
	Bolivia	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	<b>8</b>
	Brasil	50	35%	91	65%	73	25%	216	75%	<b>430</b>
	Chile	11	23%	37	77%	15	38%	24	62%	<b>87</b>
	Costa Rica	1	8%	11	92%	6	35%	11	65%	<b>29</b>
	Ecuador	3	38%	5	63%	16	29%	40	71%	<b>64</b>
	El Salvador	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%	<b>4</b>
	Guatemala	4	40%	6	60%	0	0%	0	0%	<b>10</b>
	México	16	39%	25	61%	5	33%	10	67%	<b>56</b>
	Nicaragua	2	25%	6	75%	5	29%	12	71%	<b>25</b>
	Paraguay	10	20%	40	80%	2	5%	36	95%	<b>88</b>
	Perú	23	49%	24	51%	1	11%	8	89%	<b>56</b>
	Uruguay	0	0%	17	100%	1	9%	10	91%	<b>28</b>
<b>Medio Oriente</b>	Egipto	3	75%	1	25%	0	0%	5	100%	<b>9</b>
	Israel	7	23%	24	77%	9	21%	34	79%	<b>74</b>
	Jordania	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	<b>4</b>
	Líbano	4	4%	104	96%	10	6%	146	94%	<b>264</b>
	Túnez	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	<b>6</b>
	Emiratos Árabes Unidos	2	17%	10	83%	2	5%	36	95%	<b>50</b>
<b>Norteamérica</b>	Canadá	14	31%	31	69%	29	27%	80	73%	<b>154</b>
	Estados Unidos	20	38%	33	62%	12	15%	69	85%	<b>134</b>
<b>Pacífico</b>	Australia	7	23%	24	77%	25	22%	89	78%	<b>145</b>
	Fiji	3	75%	1	25%	1	17%	5	83%	<b>10</b>
	Nueva Zelandia	11	24%	34	76%	33	31%	73	69%	<b>151</b>
	Papúa Nueva Guinea	3	19%	13	81%	1	14%	6	86%	<b>23</b>
	Tonga	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	<b>6</b>



Anexo 3. Resultados nacionales

9. Sujetos noticiosos que figuran en las fotos periodísticas		FOTO				NO HAY FOTO				TOTAL
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
África	Benín	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Botswana	1	25%	3	75%	0	0%	5	100%	9
	Burkina Faso	23	31%	51	69%	5	26%	14	74%	93
	Burundi	0	0%	3	100%	1	14%	6	86%	10
	Camerún	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Congo	1	25%	3	75%	0	0%	3	100%	7
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1
	Etiopía	0	0%	4	100%	2	8%	24	92%	30
	Ghana	2	50%	2	50%	0	0%	6	100%	10
	Guinea	0	0%	8	100%	3	15%	17	85%	28
	Kenia	0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	7
	Lesoto	0	0%	4	100%	0	0%	5	100%	9
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	1	13%	7	88%	9	43%	12	57%	29
	Mauritania	1	17%	5	83%	4	31%	9	69%	19
	Maurice	3	75%	1	25%	0	0%	1	100%	5
	Namibia	2	67%	1	33%	0	0%	2	100%	5
	Níger	1	10%	9	90%	0	0%	6	100%	16
	Nigeria	1	50%	1	50%	4	12%	30	88%	36
	Senegal	1	17%	5	83%	1	17%	5	83%	12
Sudáfrica	6	18%	28	82%	17	24%	53	76%	104	
Sudán del Sur	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	4	
Tanzania	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	3	
Togo	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	3	
Uganda	2	17%	10	83%	3	27%	8	73%	23	
Zambia	0	0%	2	100%	1	33%	2	67%	5	
Zimbabue	3	60%	2	40%	1	17%	5	83%	11	
Asia	Bangladesh	4	27%	11	73%	11	22%	38	78%	64
	China	10	42%	14	58%	31	17%	152	83%	207
	India	27	32%	57	68%	55	32%	117	68%	256
	Japón	2	22%	7	78%	4	22%	14	78%	27
	Kirguistán	5	17%	24	83%	9	22%	32	78%	70
	Malasia	6	26%	17	74%	9	23%	30	77%	62
	Nepal	4	31%	9	69%	9	11%	72	89%	94
	Pakistan	1	25%	3	75%	19	28%	50	72%	73
	Pilipinas	6	43%	8	57%	5	22%	18	78%	37
	Corea del Sur	4	50%	4	50%	1	8%	11	92%	20
	Taiwán	12	25%	36	75%	15	16%	78	84%	141
	Tailandia	10	32%	21	68%	45	11%	359	89%	435
	Viet Nam	3	27%	8	73%	24	25%	71	75%	106
Caribe	Belice	6	46%	7	54%	4	67%	2	33%	19
	República Dominicana	1	17%	5	83%	7	24%	22	76%	35
	Granada	0	0%	6	100%	1	11%	8	89%	15
	Guyana	6	50%	6	50%	9	32%	19	68%	40
	Haití	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	6
	Jamaica	4	22%	14	78%	9	20%	35	80%	62
	Puerto Rico	5	19%	22	81%	12	26%	34	74%	73
	Santa Lucía	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	3
	San Vicente y las Granadinas	1	20%	4	80%	3	33%	6	67%	14
	Surinam	1	33%	2	67%	1	25%	3	75%	7
Trinidad y Tobago	2	25%	6	75%	1	8%	12	92%	21	
Europa	Austria	9	27%	24	73%	21	18%	95	82%	149
	Belarús	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1
	Bélgica	18	24%	57	76%	36	24%	113	76%	224
	Bosnia-Herzegovina	5	26%	14	74%	11	28%	29	73%	59
	Bulgaria	10	63%	6	38%	23	70%	10	30%	49
	Croacia	3	15%	17	85%	3	27%	8	73%	31
Chipre	6	43%	8	57%	3	20%	12	80%	29	

9. Sujetos noticiosos que figuran en las fotos periodísticas		FOTO				NO HAY FOTO				TOTAL
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		N
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Europa	República Checa	4	18%	18	82%	30	17%	145	83%	197
	Dinamarca	15	31%	34	69%	4	31%	9	69%	62
	Estonia	8	28%	21	72%	7	17%	34	83%	70
	Finlandia	7	21%	27	79%	10	31%	22	69%	66
	Francia	3	10%	27	90%	17	24%	54	76%	101
	Georgia	1	8%	12	92%	0	0%	2	100%	15
	Alemania	9	28%	23	72%	27	22%	97	78%	156
	Grecia	18	40%	27	60%	20	24%	63	76%	128
	Hungría	22	43%	29	57%	21	15%	116	85%	188
	Islandia	2	22%	7	78%	2	17%	10	83%	21
	Irlanda	3	100%	0	0%	2	67%	1	33%	6
	Italia	17	20%	68	80%	38	18%	175	82%	298
	Kosovo	9	16%	48	84%	3	17%	15	83%	75
	Malta	0	0%	2	100%	4	36%	7	64%	13
	Montenegro	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Países Bajos	14	44%	18	56%	8	18%	36	82%	76
	Noruega	15	31%	34	69%	15	43%	20	57%	84
	Polonia	22	40%	33	60%	30	23%	99	77%	184
	Portugal	6	21%	22	79%	11	24%	35	76%	74
	Romania	15	37%	26	63%	29	28%	75	72%	145
España	8	31%	18	69%	12	24%	39	76%	77	
Suecia	25	43%	33	57%	18	30%	43	70%	119	
Suiza	9	53%	8	47%	6	12%	44	88%	67	
Turquía	23	42%	32	58%	26	17%	130	83%	211	
América Latina	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	34	40%	51	60%	24	26%	70	74%	179
	Argentina	8	42%	11	58%	4	22%	14	78%	37
	Bolivia	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	8
	Brasil	41	45%	50	55%	83	24%	257	76%	431
	Chile	16	37%	27	63%	10	24%	31	76%	84
	Costa Rica	0	0%	2	100%	7	27%	19	73%	28
	Ecuador	3	23%	10	77%	15	30%	35	70%	63
	El Salvador	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	4
	Guatemala	1	17%	5	83%	3	60%	2	40%	11
	México	14	58%	10	42%	7	23%	24	77%	55
Nicaragua	1	33%	2	67%	6	27%	16	73%	25	
Paraguay	1	7%	14	93%	11	15%	62	85%	88	
Perú	25	56%	20	44%	1	8%	12	92%	58	
Uruguay	1	5%	20	95%	0	0%	7	100%	28	
Medio Oriente	Egipto	2	67%	1	33%	1	17%	5	83%	9
	Israel	6	23%	20	77%	10	21%	37	79%	73
	Jordania	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	4
	Líbano	4	7%	51	93%	10	5%	199	95%	264
Norteamérica	Túnez	0	0%	5	100%	0	0%	1	100%	6
	Emiratos Árabes Unidos	0	0%	16	100%	4	12%	29	88%	49
	Canadá	9	27%	24	73%	34	28%	87	72%	154
Pacífico	Estados Unidos	12	36%	21	64%	18	18%	80	82%	131
	Australia	11	28%	29	73%	21	20%	84	80%	145
	Fiji	2	100%	0	0%	1	14%	6	86%	9
	Nueva Zelanda	9	31%	20	69%	35	29%	87	71%	151
	Papúa Nueva Guinea	2	29%	5	71%	1	7%	14	93%	22
	Tonga	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	6

Anexo 3. Resultados nacionales

10. Presentadores y reporteros de televisión, de radio y en los diarios

REGIÓN		PAÍS		TELEVISIÓN								RADIO							
				Presentadora/or				Reportera/o				Presentadora/or				Reportera/o			
				FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%				
África	Benín	0	100%	0	0%	6	50%	6	50%	0	0%	8	100%	0	0%	3	100%		
	Botswana	0	67%	1	33%	2	33%	4	67%	11	61%	7	39%	0	0%	0	0%		
	Burkina	1	100%	0	0%	5	45%	6	55%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%		
	Burundi	1	0%	14	100%	4	27%	11	73%	1	6%	17	94%	2	15%	11	85%		
	Camerún	0	91%	1	9%	7	54%	6	46%	14	50%	14	50%	0	0%	0	0%		
	Congo	0	0%	2	100%	1	10%	9	90%	7	88%	1	13%	3	50%	3	50%		
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	6	100%	2	40%	3	60%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%		
	Etiopía	0	87%	2	13%	4	36%	7	64%	0	0%	17	100%	1	13%	7	88%		
	Ghana	0	0%	0	0%	4	67%	2	33%	12	100%	0	0%	1	25%	3	75%		
	Guinea	0	86%	3	14%	3	18%	14	82%	17	100%	0	0%	1	13%	7	88%		
	Kenia	1	43%	16	57%	13	45%	16	55%	3	75%	1	25%	3	75%	1	25%		
	Lesoto	1	80%	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%		
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%		
	Madagascar	2	69%	4	31%	6	86%	1	14%	6	43%	8	57%	0	0%	0	0%		
	Mauritania	0	100%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%		
	Maurice	0	0%	4	100%	2	50%	2	50%	3	30%	7	70%	1	50%	1	50%		
	Namibia	0	92%	2	8%	5	38%	8	62%	7	47%	8	53%	0	0%	0	0%		
	Níger	0	9%	10	91%	3	30%	7	70%	0	0%	1	100%	2	40%	3	60%		
	Nigeria	0	47%	8	53%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	7	44%	9	56%		
	Senegal	0	0%	0	0%	3	20%	12	80%	4	14%	25	86%	11	39%	17	61%		
Sudáfrica	4	53%	8	47%	3	30%	7	70%	5	100%	0	0%	1	100%	0	0%			
Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	13	100%	0	0%	18	100%	0	0%	0	0%			
Tanzania	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%			
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	75%	2	25%			
Uganda	5	0%	5	100%	1	25%	3	75%	4	33%	8	67%	0	0%	0	0%			
Zambia	0	0%	12	100%	4	57%	3	43%	0	0%	38	100%	2	67%	1	33%			
Zimbabue	2	0%	0	0%	9	43%	12	57%	9	100%	0	0%	3	38%	5	63%			
Asia	Bangladesh	4	36%	64	64%	5	16%	26	84%	24	33%	49	67%	4	50%	4	50%		
	China	27	67%	33	33%	125	48%	135	52%	105	45%	129	55%	29	58%	21	42%		
	India	9	45%	28	55%	27	43%	36	57%	15	44%	19	56%	0	0%	42	100%		
	Japón	2	73%	11	28%	10	31%	22	69%	20	54%	17	46%	0	0%	2	100%		
	Kirguizistán	2	47%	31	53%	13	76%	4	24%	14	54%	12	46%	6	100%	0	0%		
	Malasia	15	50%	76	50%	39	57%	30	43%	29	56%	23	44%	0	0%	0	0%		
	Nepal	0	33%	20	67%	0	0%	2	100%	12	21%	45	79%	0	0%	10	100%		
	Pakistan	1	50%	2	50%	1	10%	9	90%	21	100%	0	0%	0	0%	0	0%		
	Pilipinas	0	58%	76	42%	57	51%	54	49%	42	34%	81	66%	26	34%	51	66%		
	Corea del Sur	1	45%	11	55%	4	18%	18	82%	12	34%	23	66%	5	25%	15	75%		
	Taiwán	2	90%	12	10%	82	57%	63	43%	84	77%	25	23%	28	61%	18	39%		
	Tailandia	10	61%	53	39%	30	71%	12	29%	9	75%	3	25%	3	60%	2	40%		
Viet Nam	0	48%	17	52%	17	61%	11	39%	15	35%	28	65%	2	25%	6	75%			
Caribe	Belice	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	36%	9	64%	0	0%	2	100%		
	República Dominicana	3	56%	4	44%	3	75%	1	25%	0	0%	165	100%	0	0%	0	0%		
	Granada	0	100%	0	0%	6	86%	1	14%	0	0%	14	100%	3	75%	1	25%		
	Guyana	1	33%	4	67%	8	89%	1	11%	7	100%	0	0%	0	0%	1	100%		
	Haití	3	36%	9	64%	7	70%	3	30%	23	47%	26	53%	5	17%	25	83%		
	Jamaica	2	89%	7	11%	14	40%	21	60%	18	47%	20	53%	7	70%	3	30%		
	Puerto Rico	2	61%	11	39%	12	41%	17	59%	0	0%	7	100%	4	31%	9	69%		
	Santa Lucía	1	0%	1	100%	1	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%		
	San Vicente y las Granadinas	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%		
	Surinam	0	60%	4	40%	1	33%	2	67%	1	8%	12	92%	1	10%	9	90%		
Trinidad y Tobago	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	14%	37	86%	1	100%	0	0%			
Europa	Austria	9	19%	25	81%	12	41%	17	59%	10	67%	5	33%	2	67%	1	33%		
	Belarús	0	43%	21	57%	6	43%	8	57%	12	31%	27	69%	4	50%	4	50%		
	Bélgica	12	28%	86	72%	26	29%	64	71%	25	31%	55	69%	8	44%	10	56%		
	Bosnia-Herzegovina	0	100%	0	0%	17	63%	10	37%	24	69%	11	31%	15	56%	12	44%		
	Bulgaria	12	75%	2	25%	5	71%	2	29%	6	60%	4	40%	5	83%	1	17%		
	Croacia	26	52%	24	48%	13	52%	12	48%	1	17%	5	83%	1	20%	4	80%		

REGIÓN	PAÍS	DIARIOS Reportera/o				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
		N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	2	15%	11	85%	20	42%	28	58%
	Botswana	7	41%	10	59%	22	50%	22	50%
	Burkina	8	20%	32	80%	22	32%	46	68%
	Burundi	7	35%	13	65%	14	18%	66	83%
	Camerún	0	0%	0	0%	31	60%	21	40%
	Congo	2	11%	17	89%	13	29%	32	71%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	2	100%	0	0%	5	29%	12	71%
	Etiopia	1	100%	0	0%	19	37%	33	63%
	Ghana	4	44%	5	56%	21	68%	10	32%
	Guinea	6	17%	29	83%	46	46%	53	54%
	Kenia	9	15%	51	85%	40	32%	85	68%
	Lesoto	5	50%	5	50%	9	45%	11	55%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	11	33%	22	67%	32	48%	35	52%
	Mauritania	2	11%	16	89%	7	19%	30	81%
	Maurice	11	44%	14	56%	17	38%	28	62%
	Namibia	2	20%	8	80%	37	59%	26	41%
	Níger	3	12%	23	88%	9	17%	44	83%
	Nigeria	11	19%	48	81%	26	28%	67	72%
	Senegal	3	7%	38	93%	21	19%	92	81%
Sudáfrica	37	29%	91	71%	55	34%	106	66%	
Sudán del Sur	0	0%	3	100%	0	0%	34	100%	
Tanzania	14	25%	42	75%	14	25%	42	75%	
Togo	1	33%	2	67%	7	64%	4	36%	
Uganda	12	26%	34	74%	17	25%	50	75%	
Zambia	6	22%	21	78%	12	14%	75	86%	
Zimbabue	1	20%	4	80%	22	51%	21	49%	
Asia	Bangladesh	3	8%	35	92%	72	29%	178	71%
	China	61	43%	81	57%	387	49%	399	51%
	India	29	34%	57	66%	94	34%	182	66%
	Japón	1	5%	20	95%	60	45%	72	55%
	Kirguizistán	12	55%	10	45%	73	56%	57	44%
	Malasia	16	37%	27	63%	160	51%	156	49%
	Nepal	0	0%	30	100%	22	17%	107	83%
	Pakistan	1	11%	8	89%	25	57%	19	43%
	Pilipinas	33	45%	41	55%	263	46%	303	54%
	Corea del Sur	13	17%	65	83%	43	25%	132	75%
	Taiwán	42	33%	84	67%	339	63%	202	37%
	Tailandia	1	50%	1	50%	125	64%	71	36%
	Viet Nam	17	43%	23	58%	67	44%	85	56%
	Caribe	Belice	5	38%	8	62%	10	34%	19
República Dominicana		17	25%	50	75%	25	10%	220	90%
Granada		0	0%	0	0%	21	57%	16	43%
Guyana		4	80%	1	20%	21	75%	7	25%
Haití		0	0%	5	100%	40	37%	68	63%
Jamaica		5	28%	13	72%	102	61%	64	39%
Puerto Rico		36	67%	18	33%	69	53%	62	47%
Santa Lucía		0	0%	0	0%	5	83%	1	17%
San Vicente y las Granadinas		0	0%	0	0%	6	46%	7	54%
Surinam		1	11%	8	89%	10	22%	35	78%
Trinidad y Tobago	22	55%	18	45%	29	35%	55	65%	
Europa	Austria	19	34%	37	66%	49	37%	85	63%
	Belarús	12	46%	14	54%	50	40%	74	60%
	Bélgica	17	24%	53	76%	110	29%	268	71%
	Bosnia-Herzegovina	9	53%	8	47%	101	71%	41	29%
	Bulgaria	13	72%	5	28%	35	71%	14	29%
	Croacia	21	58%	15	42%	62	51%	60	49%



Anexo 3. Resultados nacionales

10. Presentadores y reporteros de televisión, de radio y en los diarios

REGIÓN	PAÍS	TELEVISIÓN								RADIO							
		Presentadora/or				Reportera/o				Presentadora/or				Reportera/o			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Chipre	29	36%	51	64%	29	35%	55	65%	24	73%	9	27%	2	67%	1	33%
	República Checa	24	60%	16	40%	22	41%	32	59%	22	54%	19	46%	8	44%	10	56%
	Dinamarca	0	0%	37	100%	6	40%	9	60%	0	0%	24	100%	4	57%	3	43%
	Estonia	29	57%	22	43%	18	35%	33	65%	34	31%	76	69%	4	50%	4	50%
	Finlandia	23	43%	31	57%	13	50%	13	50%	8	31%	18	69%	5	31%	11	69%
	Francia	25	37%	43	63%	26	37%	45	63%	104	55%	84	45%	58	53%	51	47%
	Georgia	33	47%	37	53%	20	56%	16	44%	1	2%	42	98%	5	18%	23	82%
	Alemania	30	31%	66	69%	18	29%	44	71%	19	38%	31	62%	2	14%	12	86%
	Grecia	59	49%	62	51%	43	41%	63	59%	29	76%	9	24%	3	18%	14	82%
	Hungría	25	42%	35	58%	18	49%	19	51%	10	31%	22	69%	3	60%	2	40%
	Islandia	10	24%	31	76%	10	26%	28	74%	11	22%	38	78%	12	52%	11	48%
	Irlanda	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Italia	88	57%	66	43%	62	52%	58	48%	57	100%	0	0%	13	34%	25	66%
	Kosovo	11	100%	0	0%	0	0%	0	0%	24	77%	7	23%	0	0%	5	100%
	Malta	54	83%	11	17%	19	37%	32	63%	25	61%	16	39%	13	62%	8	38%
	Montenegro	14	88%	2	13%	7	58%	5	42%	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Países Bajos	0	0%	1	100%	5	83%	1	17%	4	29%	10	71%	1	100%	0	0%
	Noruega	22	55%	18	45%	8	32%	17	68%	18	100%	0	0%	7	58%	5	42%
	Polonia	0	0%	2	100%	16	25%	48	75%	15	34%	29	66%	22	38%	36	62%
	Portugal	0	0%	6	100%	30	52%	28	48%	22	100%	0	0%	2	25%	6	75%
Romania	16	100%	0	0%	8	38%	13	62%	6	38%	10	63%	3	60%	2	40%	
España	34	46%	40	54%	51	62%	31	38%	95	75%	31	25%	23	32%	48	68%	
Suecia	12	24%	37	76%	28	74%	10	26%	21	100%	0	0%	12	67%	6	33%	
Suiza	17	55%	14	45%	13	38%	21	62%	11	42%	15	58%	4	40%	6	60%	
Turquía	0	0%	5	100%	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	47	48%	51	52%	24	30%	55	70%	67	53%	60	47%	42	36%	74	64%	
América Latina	Argentina	16	42%	22	58%	2	17%	10	83%	20	27%	54	73%	9	43%	12	57%
	Bolivia	17	45%	21	55%	4	57%	3	43%	8	44%	10	56%	6	55%	5	45%
	Brasil	20	48%	22	52%	9	38%	15	63%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%
	Chile	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Costa Rica	1	10%	9	90%	12	32%	25	68%	28	27%	77	73%	0	0%	0	0%
	Ecuador	93	74%	33	26%	33	33%	67	67%	19	34%	37	66%	14	45%	17	55%
	El Salvador	8	73%	3	27%	6	21%	23	79%	0	0%	17	100%	5	45%	6	55%
	Guatemala	0	0%	58	100%	13	31%	29	69%	19	73%	7	27%	14	29%	35	71%
	México	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	8%	49	92%	4	57%	3	43%
	Nicaragua	26	68%	12	32%	17	61%	11	39%	0	0%	50	100%	6	75%	2	25%
	Paraguay	12	24%	37	76%	27	43%	36	57%	40	69%	18	31%	6	22%	21	78%
	Perú	16	34%	31	66%	14	40%	21	60%	15	25%	46	75%	3	20%	12	80%
Uruguay	54	47%	62	53%	20	31%	44	69%	10	21%	37	79%	3	25%	9	75%	
Medio Oriente	Egipto	7	54%	6	46%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Israel	24	86%	4	14%	15	21%	55	79%	39	34%	75	66%	26	25%	76	75%
	Jordania	0	0%	1	100%	5	56%	4	44%	14	100%	0	0%	7	100%	0	0%
	Líbano	13	30%	30	70%	19	46%	22	54%	42	86%	7	14%	4	67%	2	33%
	Túnez	47	61%	30	39%	5	16%	26	84%	115	63%	69	38%	1	10%	9	90%
Emiratos Árabes Unidos	0	0%	7	100%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Norteamérica	Canadá	13	30%	30	70%	28	45%	34	55%	32	46%	38	54%	6	29%	15	71%
	Estados Unidos	3	33%	6	67%	2	14%	12	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Pacífico	Australia	24	22%	85	78%	14	25%	43	75%	23	34%	45	66%	5	42%	7	58%
	Fiji	10	26%	28	74%	7	64%	4	36%	6	40%	9	60%	0	0%	0	0%
	Nueva Zelandia	18	25%	55	75%	17	40%	25	60%	21	60%	14	40%	3	50%	3	50%
	Papúa Nueva Guinea	3	100%	0	0%	5	71%	2	29%	15	100%	0	0%	2	33%	4	67%
	Tonga	0	0%	10	100%	5	100%	0	0%	22	81%	5	19%	0	0%	0	0%

REGIÓN	PAÍS	DIARIOS Reportera/o				TOTAL			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Chipre	13	50%	13	50%	97	43%	129	57%
	República Checa	35	58%	25	42%	111	52%	102	48%
	Dinamarca	27	27%	73	73%	37	20%	146	80%
	Estonia	32	53%	28	47%	117	42%	163	58%
	Finlandia	31	39%	49	61%	80	40%	122	60%
	Francia	29	48%	31	52%	242	49%	254	51%
	Georgia	17	47%	19	53%	76	36%	137	64%
	Alemania	30	32%	64	68%	99	31%	217	69%
	Grecia	27	30%	62	70%	161	43%	210	57%
	Hungría	9	24%	28	76%	65	38%	106	62%
	Islandia	3	20%	12	80%	46	28%	120	72%
	Irlanda	6	60%	4	40%	6	60%	4	40%
	Italia	26	33%	53	67%	246	55%	202	45%
	Kosovo	16	19%	70	81%	51	38%	82	62%
	Malta	1	6%	16	94%	112	57%	83	43%
	Montenegro	0	0%	0	0%	27	79%	7	21%
	Países Bajos	13	16%	67	84%	23	23%	79	77%
	Noruega	13	23%	43	77%	68	45%	83	55%
	Polonia	24	24%	77	76%	77	29%	192	71%
	Portugal	34	64%	19	36%	88	60%	59	40%
Romania	59	63%	34	37%	92	61%	59	39%	
España	11	28%	29	73%	214	54%	179	46%	
Suecia	46	42%	64	58%	119	50%	117	50%	
Suiza	24	35%	44	65%	69	41%	100	59%	
Turquía	42	18%	187	82%	45	19%	193	81%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	46	30%	107	70%	226	39%	347	61%	
América Latina	Argentina	19	49%	20	51%	66	36%	118	64%
	Bolivia	6	50%	6	50%	41	48%	45	52%
	Brasil	75	46%	87	54%	105	45%	126	55%
	Chile	6	26%	17	74%	6	26%	17	74%
	Costa Rica	4	31%	9	69%	45	27%	120	73%
	Ecuador	6	43%	8	57%	165	50%	162	50%
	El Salvador	19	58%	14	42%	38	38%	63	62%
	Guatemala	10	34%	19	66%	56	27%	148	73%
	México	35	39%	54	61%	43	29%	106	71%
	Nicaragua	15	65%	8	35%	64	44%	83	56%
	Paraguay	1	17%	5	83%	86	42%	117	58%
	Perú	13	46%	15	54%	61	33%	125	67%
	Uruguay	4	27%	11	73%	91	36%	163	64%
Medio Oriente	Egipto	1	50%	1	50%	9	56%	7	44%
	Israel	22	36%	39	64%	126	34%	249	66%
	Jordania	7	47%	8	53%	33	72%	13	28%
	Líbano	3	23%	10	77%	81	53%	71	47%
	Túnez	10	67%	5	33%	178	56%	139	44%
	Emiratos Árabes Unidos	13	37%	22	63%	14	30%	33	70%
Norteamérica	Canadá	42	43%	56	57%	121	41%	173	59%
	Estados Unidos	27	31%	59	69%	32	29%	77	71%
Pacífico	Australia	32	40%	48	60%	98	30%	228	70%
	Fiji	14	82%	3	18%	37	46%	44	54%
	Nueva Zelandia	27	50%	27	50%	86	41%	124	59%
	Papúa Nueva Guinea	11	31%	24	69%	36	55%	30	45%
	Tonga	6	46%	7	54%	33	60%	22	40%

Anexo 3. Resultados nacionales

11. Reporteros por temas principales		Política y Gobierno				Economía				Ciencia y Salud				Social y Legal			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
África	Benín	0	0%	6	100%	2	33%	4	67%	4	80%	1	20%	2	40%	3	60%
	Botswana	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	3	33%	6	67%
	Burkina	2	22%	7	78%	0	0%	10	100%	0	0%	9	100%	5	36%	9	64%
	Burundi	4	29%	10	71%	0	0%	7	100%	2	29%	5	71%	5	33%	10	67%
	Camerún	6	67%	3	33%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Congo	2	14%	12	86%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	3	38%	5	63%
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Etiopia	3	33%	6	67%	2	29%	5	71%	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%
	Ghana	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	1	50%	1	50%	3	43%	4	57%
	Guinea	5	19%	22	81%	3	33%	6	67%	0	0%	2	100%	2	11%	16	89%
	Kenia	8	36%	14	64%	1	13%	7	88%	2	29%	5	71%	9	23%	31	78%
	Lesoto	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	5	29%	12	71%	3	75%	1	25%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%
	Mauritania	1	8%	12	92%	0	0%	2	100%	2	50%	2	50%	1	33%	2	67%
	Maurice	3	38%	5	63%	0	0%	3	100%	1	50%	1	50%	4	57%	3	43%
	Namibia	1	25%	3	75%	4	50%	4	50%	0	0%	1	100%	2	20%	8	80%
	Niger	0	0%	8	100%	5	26%	14	74%	0	0%	2	100%	3	60%	2	40%
	Nigeria	3	25%	9	75%	2	14%	12	86%	6	55%	5	45%	5	19%	22	81%
	Senegal	3	13%	20	87%	9	38%	15	63%	4	57%	3	43%	1	7%	14	93%
Sudáfrica	5	33%	10	67%	10	26%	28	74%	2	33%	4	67%	3	17%	15	83%	
Sudán del Sur	0	0%	11	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	
Tanzania	6	27%	16	73%	0	0%	11	100%	0	0%	5	100%	3	30%	7	70%	
Togo	3	43%	4	57%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
Uganda	3	38%	5	63%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	2	14%	12	86%	
Zambia	1	9%	10	91%	5	71%	2	29%	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%	
Zimbabue	6	46%	7	54%	3	30%	7	70%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	
Asia	Bangladesh	1	8%	12	92%	4	25%	12	75%	2	29%	5	71%	2	12%	15	88%
	China	77	49%	80	51%	55	49%	58	51%	26	50%	26	50%	33	56%	26	44%
	India	21	30%	49	70%	2	11%	16	89%	2	15%	11	85%	7	32%	15	68%
	Japón	3	14%	18	86%	0	0%	2	100%	2	33%	4	67%	0	0%	2	100%
	Kirguistán	5	38%	8	62%	6	60%	4	40%	7	88%	1	13%	6	100%	0	0%
	Malasia	10	36%	18	64%	7	35%	13	65%	4	44%	5	56%	18	72%	7	28%
	Nepal	0	0%	15	100%	0	0%	12	100%	0	0%	6	100%	0	0%	4	100%
	Pakistan	1	13%	7	88%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%
	Pilipinas	25	46%	29	54%	21	38%	35	63%	9	50%	9	50%	6	40%	9	60%
	Corea del Sur	7	17%	34	83%	4	20%	16	80%	3	27%	8	73%	4	18%	18	82%
	Taiwán	24	36%	42	64%	47	53%	41	47%	12	55%	10	45%	29	55%	24	45%
	Tailandia	11	58%	8	42%	8	80%	2	20%	2	50%	2	50%	3	60%	2	40%
	Viet Nam	7	54%	6	46%	11	55%	9	45%	3	25%	9	75%	4	50%	4	50%
Caribe	Belice	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%
	República Dominicana	2	29%	5	71%	8	40%	12	60%	4	40%	6	60%	2	50%	2	50%
	Granada	2	100%	0	0%	2	50%	2	50%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%
	Guyana	2	67%	1	33%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%
	Haití	3	27%	8	73%	0	0%	3	100%	1	20%	4	80%	2	18%	9	82%
	Jamaica	3	43%	4	57%	4	27%	11	73%	4	44%	5	56%	0	0%	8	100%
	Puerto Rico	10	53%	9	47%	11	73%	4	27%	9	90%	1	10%	11	69%	5	31%
	Santa Lucía	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
San Vicente y las Granadinas	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	
Surinam	0	0%	5	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	
Trinidad y Tobago	3	50%	3	50%	4	80%	1	20%	2	50%	2	50%	1	17%	5	83%	
Europa	Austria	8	28%	21	72%	1	17%	5	83%	6	55%	5	45%	6	55%	5	45%
	Belarús	3	60%	2	40%	9	50%	9	50%	6	60%	4	40%	3	38%	5	63%
	Bélgica	10	19%	44	81%	3	20%	12	80%	9	50%	9	50%	9	43%	12	57%
	Bosnia-Herzegovina	10	53%	9	47%	9	75%	3	25%	5	71%	2	29%	12	71%	5	29%
	Bulgaria	6	50%	6	50%	6	100%	0	0%	1	50%	1	50%	3	75%	1	25%

Crimen y Violencia				Celebridades, Arte y Medios, Deportes				La niña				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		1		8	30%	19	70%
0	0%	2	100%	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0	0		9	39%	14	61%
4	100%	0	0%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0	0		13	25%	38	75%
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	1		13	28%	34	72%	
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		7	54%	6	46%	
1	17%	5	83%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0		6	17%	29	83%	
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0	0		5	56%	4	44%	
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0		6	30%	14	70%	
1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%	0	0		9	47%	10	53%	
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	2		10	17%	48	83%	
5	31%	11	69%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		25	27%	68	73%	
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		5	50%	5	50%	
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		0	0%	0	0%	
3	38%	5	63%	3	60%	2	40%	1	100%	0	0%	0	0		17	43%	23	58%	
0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	3		4	15%	23	85%	
5	63%	3	38%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	1		13	45%	16	55%	
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		7	30%	16	70%	
0	0%	1	100%	0	0%	6	100%	0	0%	0	0%	0	0		8	20%	33	80%	
1	20%	4	80%	0	0%	5	100%	1	100%	0	0%	0	0		18	24%	57	76%	
0	0%	9	100%	0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	0	1		17	20%	66	80%	
19	42%	26	58%	2	13%	14	88%	0	0%	0	0%	0	1		41	30%	97	70%	
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		0	0%	16	100%	
5	63%	3	38%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		14	25%	42	75%	
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	3		4	50%	4	50%	
4	25%	12	75%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	1	0		12	24%	37	76%	
2	25%	6	75%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2		11	32%	23	68%	
3	60%	2	40%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0		13	38%	21	62%	
3	20%	12	80%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	0	0		12	16%	65	84%	
11	31%	24	69%	12	36%	21	64%	0	0%	0	0%	1	2		214	48%	235	52%	
19	36%	34	64%	5	33%	10	67%	0	0%	0	0%	0	0		56	29%	135	71%	
6	38%	10	63%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%	0	0		11	20%	44	80%	
2	100%	0	0%	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0		31	69%	14	31%	
14	52%	13	48%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	1		55	50%	56	50%	
0	0%	1	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0		0	0%	42	100%	
0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0		2	11%	17	89%	
30	38%	49	62%	23	68%	11	32%	0	0%	0	0%	2	4		114	45%	142	55%	
3	23%	10	77%	1	10%	9	90%	0	0%	1	100%	0	2		22	19%	96	81%	
21	40%	31	60%	15	52%	14	48%	2	50%	2	50%	2	1		150	48%	164	52%	
8	89%	1	11%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		34	69%	15	31%	
7	41%	10	59%	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0	0		36	47%	40	53%	
1	25%	3	75%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0		5	33%	10	67%	
2	8%	24	92%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0		20	28%	51	72%	
2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		9	82%	2	18%	
2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		12	80%	3	20%	
0	0%	4	100%	6	55%	5	45%	0	0%	0	0%	0	0		12	27%	33	73%	
13	62%	8	38%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	1		26	42%	36	58%	
5	23%	17	77%	3	27%	8	73%	1	100%	0	0%	2	0		50	53%	44	47%	
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		1	100%	0	0%	
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		6	100%	0	0%	
0	0%	1	100%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	1	2		2	11%	17	89%	
12	75%	4	25%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0		23	56%	18	44%	
10	45%	12	55%	2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	0	1		33	38%	54	62%	
0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0		22	46%	26	54%	
10	22%	35	78%	4	24%	13	76%	4	67%	2	33%	2	0		49	28%	127	72%	
4	44%	5	56%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0	0		41	58%	30	42%	
6	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0		23	74%	8	26%	



Anexo 3. Resultados nacionales

11. Reporteros por temas principales		Política y Gobierno				Economía				Ciencia y Salud				Social y Legal			
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europa	Croacia	8	53%	7	47%	7	44%	9	56%	11	92%	1	8%	2	40%	3	60%
	Chipre	14	40%	21	60%	4	25%	12	75%	7	58%	5	42%	4	50%	4	50%
	República Checa	34	56%	27	44%	9	47%	10	53%	4	67%	2	33%	4	57%	3	43%
	Dinamarca	13	33%	26	67%	5	56%	4	44%	3	21%	11	79%	3	21%	11	79%
	Estonia	7	44%	9	56%	18	42%	25	58%	5	36%	9	64%	7	70%	3	30%
	Finlandia	7	37%	12	63%	11	39%	17	61%	17	49%	18	51%	1	14%	6	86%
	Francia	23	38%	38	62%	25	54%	21	46%	24	69%	11	31%	13	59%	9	41%
	Georgia	13	39%	20	61%	5	36%	9	64%	3	43%	4	57%	9	50%	9	50%
	Alemania	30	35%	55	65%	10	25%	30	75%	5	50%	5	50%	3	60%	2	40%
	Grecia	19	29%	47	71%	13	28%	34	72%	10	38%	16	62%	10	43%	13	57%
	Hungría	10	42%	14	58%	4	24%	13	76%	7	39%	11	61%	3	60%	2	40%
	Islandia	1	14%	6	86%	13	42%	18	58%	3	50%	3	50%	2	33%	4	67%
	Irlanda	2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%
	Italia	17	27%	46	73%	8	50%	8	50%	15	68%	7	32%	12	32%	26	68%
	Kosovo	9	13%	63	88%	3	43%	4	57%	1	20%	4	80%	0	0%	2	100%
	Malta	5	24%	16	76%	11	41%	16	59%	2	50%	2	50%	2	33%	4	67%
	Montenegro	1	25%	3	75%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%
	Países Bajos	0	0%	33	100%	1	20%	4	80%	7	37%	12	63%	2	33%	4	67%
	Noruega	4	22%	14	78%	7	35%	13	65%	6	40%	9	60%	2	25%	6	75%
	Polonia	11	18%	50	82%	9	50%	9	50%	13	42%	18	58%	6	18%	27	82%
Portugal	9	47%	10	53%	11	58%	8	42%	7	64%	4	36%	21	78%	6	22%	
Romania	8	32%	17	68%	16	67%	8	33%	9	69%	4	31%	11	79%	3	21%	
España	9	25%	27	75%	18	58%	13	42%	12	60%	8	40%	8	47%	9	53%	
Suecia	9	38%	15	63%	17	53%	15	47%	15	54%	13	46%	10	45%	12	55%	
Suiza	17	40%	26	60%	3	20%	12	80%	5	31%	11	69%	2	33%	4	67%	
Turquía	20	21%	75	79%	2	33%	4	67%	1	9%	10	91%	5	26%	14	74%	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	15	15%	85	85%	12	27%	32	73%	12	48%	13	52%	21	46%	25	54%	
América Latina	Argentina	13	50%	13	50%	9	36%	16	64%	2	40%	3	60%	3	43%	4	57%
	Bolivia	4	67%	2	33%	0	0%	4	100%	2	40%	3	60%	5	83%	1	17%
	Brasil	19	36%	34	64%	12	43%	16	57%	20	54%	17	46%	23	51%	22	49%
	Chile	1	20%	4	80%	2	50%	2	50%	0	0%	3	100%	2	50%	2	50%
	Costa Rica	3	60%	2	40%	5	63%	3	38%	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%
	Ecuador	10	38%	16	62%	7	24%	22	76%	8	50%	8	50%	17	59%	12	41%
	El Salvador	3	38%	5	63%	13	52%	12	48%	1	33%	2	67%	5	83%	1	17%
	Guatemala	10	38%	16	62%	11	50%	11	50%	4	40%	6	60%	3	23%	10	77%
	México	13	68%	6	32%	9	27%	24	73%	2	25%	6	75%	10	67%	5	33%
	Nicaragua	11	85%	2	15%	3	43%	4	57%	4	44%	5	56%	7	88%	1	13%
	Paraguay	5	31%	11	69%	10	45%	12	55%	3	60%	2	40%	4	50%	4	50%
Perú	3	60%	2	40%	3	27%	8	73%	3	33%	6	67%	4	50%	4	50%	
Uruguay	10	29%	25	71%	1	13%	7	88%	0	0%	1	100%	3	43%	4	57%	
Medio Oriente	Egipto	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Israel	27	28%	70	72%	7	39%	11	61%	11	34%	21	66%	6	18%	28	82%
	Jordania	11	61%	7	39%	1	100%	0	0%	2	50%	2	50%	2	40%	3	60%
	Libano	24	48%	26	52%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	1	25%	3	75%
	Túnez	1	7%	13	93%	2	22%	7	78%	5	100%	0	0%	4	33%	8	67%
	Emiratos Árabes Unidos	1	17%	5	83%	1	14%	6	86%	7	50%	7	50%	1	20%	4	80%
Norteamérica	Canadá	14	33%	28	67%	12	46%	14	54%	15	58%	11	42%	7	39%	11	61%
	Estados Unidos	6	24%	19	76%	3	23%	10	77%	4	22%	14	78%	2	22%	7	78%
Pacífico	Australia	6	23%	20	77%	7	29%	17	71%	6	67%	3	33%	11	37%	19	63%
	Fiji	1	100%	0	0%	6	75%	2	25%	2	100%	0	0%	8	80%	2	20%
	Nueva Zelanda	14	47%	16	53%	11	65%	6	35%	5	45%	6	55%	7	47%	8	53%
	Papúa Nueva Guinea	4	36%	7	64%	0	0%	7	100%	1	17%	5	83%	6	50%	6	50%
	Tonga	0	0%	2	100%	3	75%	1	25%	1	50%	1	50%	5	83%	1	17%

Crimen y Violencia				Celebridades, Arte y Medios, Deportes				La niña				Otro				TOTAL			
FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
7	58%	5	42%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0		1		35	54%	30	46%
7	33%	14	67%	8	38%	13	62%	0	0%	0	0%	0		0		44	39%	69	61%
9	33%	18	67%	3	38%	5	63%	0	0%	0	0%	2		2		63	49%	65	51%
8	44%	10	56%	5	19%	22	81%	0	0%	0	0%	0		1		37	31%	84	69%
6	38%	10	63%	10	53%	9	47%	0	0%	0	0%	1		0		53	45%	65	55%
6	38%	10	63%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	1		0		48	40%	73	60%
14	35%	26	65%	12	40%	18	60%	0	0%	0	0%	2		4		111	47%	123	53%
6	32%	13	68%	6	75%	2	25%	0	0%	0	0%	0		1		42	42%	57	58%
1	10%	9	90%	1	6%	16	94%	0	0%	0	0%	0		3		50	30%	117	70%
6	46%	7	54%	11	37%	19	63%	0	0%	0	0%	4		3		69	34%	136	66%
3	33%	6	67%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	0		0		30	38%	49	62%
4	27%	11	73%	2	18%	9	82%	0	0%	0	0%	0		0		25	33%	51	67%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0		0		6	60%	4	40%
33	43%	44	57%	12	75%	4	25%	0	0%	0	0%	4		1		97	42%	135	58%
1	50%	1	50%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0		0		16	18%	75	82%
7	50%	7	50%	6	35%	11	65%	0	0%	0	0%	0		0		33	37%	56	63%
0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		7	58%	5	42%
3	38%	5	63%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	0		0		19	22%	68	78%
9	39%	14	61%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	0		0		28	30%	65	70%
17	31%	38	69%	6	35%	11	65%	0	0%	2	100%	0		6		62	29%	155	71%
16	57%	12	43%	2	13%	13	87%	0	0%	0	0%	0		0		66	55%	53	45%
8	53%	7	47%	18	67%	9	33%	0	0%	0	0%	0		1		70	59%	48	41%
22	40%	33	60%	14	44%	18	56%	2	100%	0	0%	0		0		85	44%	108	56%
20	59%	14	41%	15	58%	11	42%	0	0%	0	0%	0		0		86	52%	80	48%
4	25%	12	75%	10	63%	6	38%	0	0%	0	0%	0		0		41	37%	71	63%
3	6%	48	94%	6	33%	12	67%	0	0%	0	0%	8		25		37	19%	163	82%
21	30%	48	70%	24	48%	26	52%	0	0%	0	0%	7		7		105	31%	229	69%
1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0	0%	1	100%	1		0		29	41%	42	59%
5	71%	2	29%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		16	53%	14	47%
9	41%	13	59%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		84	45%	102	55%
1	20%	4	80%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	26%	17	74%
3	14%	18	86%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	1		1		15	31%	33	69%
11	30%	26	70%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0		1		53	37%	91	63%
8	26%	23	74%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		30	41%	43	59%
6	19%	26	81%	3	19%	13	81%	0	0%	0	0%	0		1		37	31%	82	69%
2	14%	12	86%	3	43%	4	57%	0	0%	0	0%	0		0		39	41%	57	59%
13	59%	9	41%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		38	64%	21	36%
12	33%	24	67%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%	0		1		34	36%	61	64%
9	35%	17	65%	7	41%	10	59%	0	0%	0	0%	1		1		29	38%	47	62%
6	29%	15	71%	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	2		3		25	29%	61	71%
0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		2	67%	1	33%
6	18%	27	82%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	3		6		60	27%	164	73%
0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		19	61%	12	39%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		26	43%	34	57%
2	33%	4	67%	2	20%	8	80%	0	0%	0	0%	0		0		16	29%	40	71%
3	50%	3	50%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		1		14	36%	25	64%
17	37%	29	63%	10	45%	12	55%	0	0%	0	0%	1		0		75	42%	105	58%
9	41%	13	59%	4	44%	5	56%	1	33%	2	67%	0		1		29	29%	70	71%
17	55%	14	45%	3	12%	23	88%	0	0%	1	100%	1		1		50	34%	97	66%
3	75%	1	25%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0		0		21	75%	7	25%
5	56%	4	44%	5	25%	15	75%	0	0%	0	0%	0		0		47	46%	55	54%
4	67%	2	33%	3	60%	2	40%	0	0%	0	0%	0		1		18	38%	29	62%
1	33%	2	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		11	61%	7	39%

Anexo 3. Resultados nacionales

12. Temas en las notas donde las mujeres son centrales

REGIÓN	PAÍS	Política y Gobierno	Economía	Ciencia y Salud	Social y Legal	Crimen y Violencia	Celebridades, Arte y Medios, Deportes	La niña	Otro	TOTAL
África	Benín	2	0	0	0	4	0	0	0	6
	Botswana	0	0	2	0	2	1	0	0	5
	Burkina	0	0	0	4	2	0	0	0	6
	Burundi	1	0	1	2	1	0	0	0	5
	Camerún	1	0	0	1	0	0	0	0	2
	Congo	3	0	1	2	2	0	0	0	8
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	1	3	2	0	3	0	0	9
	Etiopía	3	0	0	1	0	0	0	0	4
	Ghana	0	0	2	0	0	0	0	0	2
	Guinea	5	0	0	1	0	0	0	0	6
	Kenia	1	0	1	2	1	0	0	0	5
	Lesoto	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Liberia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Madagascar	1	1	2	2	5	2	1	0	14
	Mauritania	4	0	0	0	2	0	0	0	6
	Maurice	2	0	0	1	7	1	0	1	12
	Namibia	1	2	2	4	1	0	0	0	10
	Níger	1	6	0	2	0	0	0	0	9
	Nigeria	3	3	1	3	0	0	1	0	11
	Senegal	4	1	0	8	5	2	1	0	21
Sudáfrica	1	2	3	1	4	4	0	0	15	
Sudán del Sur	1	0	0	0	0	0	0	0	1	
Tanzania	0	0	0	2	0	0	0	0	2	
Togo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Uganda	0	0	2	3	5	1	0	1	12	
Zambia	0	1	0	0	1	0	0	0	2	
Zimbabue	1	0	0	0	2	0	0	0	3	
Asia	Bangladesh	0	0	0	4	2	1	0	0	7
	China	7	1	0	6	2	6	1	0	23
	India	28	4	3	10	23	3	1	0	72
	Japón	6	0	0	1	7	7	0	1	22
	Kirguizistán	2	0	2	1	0	2	0	0	7
	Malasia	5	1	1	8	9	4	0	0	28
	Nepal	2	2	4	0	6	0	0	0	14
	Pakistán	3	0	0	1	3	2	0	0	9
	Pilipinas	24	4	3	5	12	25	0	0	73
	Corea del Sur	3	3	1	4	0	3	1	0	15
	Taiwán	7	0	1	5	2	3	1	0	19
	Tailandia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Viet Nam	0	0	0	2	1	0	0	0	3
Caribe	Belize	0	1	2	1	5	1	1	0	11
	República Dominicana	5	2	4	5	9	1	0	0	26
	Granada	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Guyana	1	2	1	2	3	2	0	0	11
	Haití	1	0	0	3	0	0	0	0	4
	Jamaica	0	0	0	3	3	0	1	0	7
	Puerto Rico	1	0	4	2	4	4	1	0	16
	Santa Lucía	0	1	0	1	1	0	0	0	3
	San Vicente y las Granadinas	2	1	0	4	2	0	0	0	9
	Surinam	0	0	0	1	1	4	0	1	7
Trinidad y Tobago	0	0	0	0	0	1	0	0	1	
Europa	Austria	0	0	0	3	3	2	0	0	8
	Belarús	2	0	0	1	1	3	0	0	7
	Bélgica	6	2	2	9	14	6	1	0	40
	Bosnia-Herzegovina	12	5	3	9	8	5	0	0	42
	Bulgaria	0	3	3	0	4	1	0	0	11
	Croacia	3	0	1	0	8	1	0	1	14

12. Temas en las notas donde las mujeres son centrales		Política y Gobierno	Economía	Ciencia y Salud	Social y Legal	Crimen y Violencia	Celebridades, Arte y Medios, Deportes	La niña	Otro	TOTAL
REGIÓN	PAÍS									
Europa	Chipre	0	0	1	1	3	3	0	0	8
	República Checa	1	0	2	3	5	1	0	1	13
	Dinamarca	2	0	0	2	0	6	0	0	10
	Estonia	3	1	0	1	0	0	0	0	5
	Finlandia	5	0	2	3	6	1	0	1	18
	Francia	3	6	10	10	5	5	0	1	40
	Georgia	3	0	0	0	2	0	0	0	5
	Alemania	26	2	4	1	10	2	0	0	45
	Grecia	25	2	8	4	4	12	0	3	58
	Hungría	2	1	0	0	8	3	0	2	16
	Islandia	1	6	0	1	3	5	0	0	16
	Irlanda	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Italia	6	1	1	7	25	5	0	3	48
	Kosovo	2	0	0	0	0	2	0	0	4
	Malta	3	1	0	1	4	0	0	0	9
	Montenegro	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Países Bajos	7	0	7	3	0	0	0	0	17
	Noruega	0	2	2	1	0	0	0	0	5
	Polonia	4	1	3	4	11	4	0	0	27
	Portugal	2	0	1	1	6	0	0	0	10
	Romania	1	1	2	1	2	10	0	0	17
	España	2	0	4	8	14	3	0	0	31
	Suecia	0	4	4	2	6	4	0	0	20
	Suiza	3	2	3	3	1	3	0	0	15
	Turquía	1	0	3	1	18	2	0	0	25
	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	12	4	2	16	23	6	0	0	63
América Latina	Argentina	7	1	2	5	5	4	1	1	26
	Bolivia	5	1	0	3	1	0	0	0	10
	Brasil	75	25	24	41	26	1	0	0	192
	Chile	4	1	2	1	4	0	1	1	14
	Costa Rica	1	1	3	1	7	1	0	2	16
	Ecuador	1	0	3	6	10	0	0	0	20
	El Salvador	0	1	1	0	3	0	0	0	5
	Guatemala	2	1	1	4	5	3	0	0	16
	México	2	3	1	2	7	12	0	0	27
	Nicaragua	3	3	4	3	16	0	0	0	29
	Paraguay	3	2	0	1	5	0	0	1	12
Perú	1	2	4	9	13	19	0	2	50	
Uruguay	2	1	0	4	3	2	0	2	14	
Medio Oriente	Egipto	3	1	1	2	1	3	0	0	11
	Israel	3	2	2	4	3	3	0	0	17
	Jordania	6	0	1	2	0	0	1	0	10
	Líbano	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Túnez	10	1	1	5	0	3	1	0	21
	Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	2	2	0	1	0	5
Norteamérica	Canadá	3	2	2	0	11	2	0	0	20
	Estados Unidos	12	2	6	3	11	5	4	0	43
Pacífico	Australia	9	2	2	8	21	3	1	0	46
	Fiji	0	2	0	4	1	3	0	0	10
	Nueva Zelandia	1	0	3	2	6	1	0	0	13
	Papúa Nueva Guinea	1	1	1	0	1	4	0	0	8
	Tonga	0	0	0	0	1	0	0	0	1



Anexo 3. Resultados nacionales

**13. Sexo del Periodista en notas donde hay sujetos femeninos y masculinos**

REGIÓN	PAÍS	PERIODISTA FEMENINO SUJETO NOTICIOSO				PERIODISTA MASCULINO SUJETO NOTICIOSO				
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
<b>África</b>	Benín	2	67%	1	33%	3	17%	15	83%	<b>21</b>
	Botswana	2	33%	4	67%	0	0%	6	100%	<b>12</b>
	Burkina	19	40%	28	60%	23	26%	67	74%	<b>137</b>
	Burundi	1	20%	4	80%	10	26%	29	74%	<b>44</b>
	Camerún	1	10%	9	90%	1	14%	6	86%	<b>17</b>
	Congo	2	22%	7	78%	2	13%	14	88%	<b>25</b>
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	<b>3</b>
	Etiopia	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	<b>1</b>
	Ghana	3	23%	10	77%	1	20%	4	80%	<b>18</b>
	Guinea	3	23%	10	77%	5	24%	16	76%	<b>34</b>
	Kenia	3	14%	18	86%	5	19%	22	81%	<b>48</b>
	Lesoto	1	14%	6	86%	2	18%	9	82%	<b>18</b>
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	<b>0</b>
	Madagascar	6	55%	5	45%	2	13%	14	88%	<b>27</b>
	Mauritania	2	33%	4	67%	3	13%	21	88%	<b>30</b>
	Maurice	2	100%	0	0%	4	44%	5	56%	<b>11</b>
	Namibia	2	33%	4	67%	1	17%	5	83%	<b>12</b>
	Níger	1	100%	0	0%	1	9%	10	91%	<b>12</b>
	Nigeria	2	20%	8	80%	4	9%	39	91%	<b>53</b>
	Senegal	1	25%	3	75%	7	25%	21	75%	<b>32</b>
	Sudáfrica	18	28%	47	72%	23	16%	118	84%	<b>206</b>
	Sudán del Sur	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%	<b>7</b>
	Tanzania	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	<b>3</b>
	Togo	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%	<b>8</b>
	Uganda	4	33%	8	67%	3	12%	22	88%	<b>37</b>
	Zambia	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	<b>8</b>
	Zimbabue	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	<b>3</b>
<b>Asia</b>	Bangladesh	1	11%	8	89%	6	22%	21	78%	<b>36</b>
	China	81	18%	375	82%	99	16%	527	84%	<b>1 082</b>
	India	22	19%	93	81%	45	20%	181	80%	<b>341</b>
	Japón	6	19%	25	81%	22	30%	52	70%	<b>105</b>
	Kirguizistán	11	30%	26	70%	6	18%	27	82%	<b>70</b>
	Malasia	47	16%	249	84%	29	11%	232	89%	<b>557</b>
	Nepal	4	14%	24	86%	22	18%	97	82%	<b>147</b>
	Pakistan	3	21%	11	79%	1	5%	19	95%	<b>34</b>
	Pilipinas	33	35%	62	65%	25	24%	81	76%	<b>201</b>
	Corea del Sur	0	0%	4	100%	4	24%	13	76%	<b>21</b>
	Taiwán	84	23%	282	77%	48	18%	216	82%	<b>630</b>
	Tailandia	46	23%	157	77%	8	7%	106	93%	<b>317</b>
	Viet Nam	18	27%	48	73%	23	28%	60	72%	<b>149</b>
	<b>Caribe</b>	Belice	5	42%	7	58%	9	56%	7	44%
República Dominicana		0	0%	5	100%	48	24%	156	76%	<b>209</b>
Granada		0	0%	7	100%	0	0%	2	100%	<b>9</b>
Guyana		6	38%	10	63%	0	0%	4	100%	<b>20</b>
Haití		19	26%	54	74%	26	23%	87	77%	<b>186</b>
Jamaica		20	17%	101	83%	9	15%	53	85%	<b>183</b>
Puerto Rico		23	35%	43	65%	7	15%	39	85%	<b>112</b>
Santa Lucía		0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	<b>4</b>
San Vicente y las Granadinas		1	100%	0	0%	0	0%	4	100%	<b>5</b>
Surinam		0	0%	2	100%	4	33%	8	67%	<b>14</b>
Trinidad y Tobago	1	6%	15	94%	2	7%	26	93%	<b>44</b>	
<b>Europa</b>	Austria	6	12%	45	88%	17	18%	77	82%	<b>145</b>
	Belarús	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	<b>1</b>
	Bélgica	35	32%	74	68%	82	27%	223	73%	<b>414</b>
	Bosnia-Herzegovina	12	23%	40	77%	5	15%	28	85%	<b>85</b>
	Bulgaria	23	53%	20	47%	3	30%	7	70%	<b>53</b>
	Croacia	17	35%	31	65%	13	36%	23	64%	<b>84</b>
	Chipre	6	12%	44	88%	17	21%	65	79%	<b>132</b>

13. Sexo del Periodista en notas donde hay sujetos femeninos y masculinos		PERIODISTA FEMENINO SUJETO NOTICIOSO				PERIODISTA MASCULINO SUJETO NOTICIOSO				
		FEMENINO		MASCULINO		FEMENINO		MASCULINO		
REGIÓN	PAÍS	N	%	N	%	N	%	N	%	
Europa	República Checa	36	16%	190	84%	35	18%	165	83%	426
	Dinamarca	12	50%	12	50%	15	20%	59	80%	98
	Estonia	12	19%	52	81%	6	11%	51	89%	121
	Finlandia	9	28%	23	72%	15	28%	39	72%	86
	Francia	58	37%	100	63%	43	28%	112	72%	313
	Georgia	1	7%	14	93%	2	6%	31	94%	48
	Alemania	29	28%	75	72%	58	25%	177	75%	339
	Grecia	49	34%	97	66%	77	33%	154	67%	377
	Hungría	15	19%	63	81%	30	20%	121	80%	229
	Islandia	5	23%	17	77%	15	22%	52	78%	89
	Irlanda	1	50%	1	50%	4	100%	0	0%	6
	Italia	73	19%	305	81%	64	17%	323	83%	765
	Kosovo	1	6%	15	94%	9	17%	44	83%	69
	Malta	5	13%	35	88%	4	10%	38	90%	82
	Montenegro	1	5%	18	95%	1	17%	5	83%	25
	Países Bajos	1	17%	5	83%	21	36%	37	64%	64
	Noruega	16	27%	43	73%	46	33%	92	67%	197
	Polonia	13	25%	38	75%	29	24%	90	76%	170
	Portugal	17	20%	69	80%	12	15%	67	85%	165
	Romania	31	29%	75	71%	18	25%	53	75%	177
América Latina	España	51	32%	108	68%	45	29%	110	71%	314
	Suecia	21	31%	46	69%	31	30%	74	70%	172
	Suiza	13	21%	50	79%	14	16%	76	84%	153
	Turquía	11	31%	24	69%	34	17%	161	83%	230
	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	101	32%	217	68%	142	28%	373	72%	833
	Argentina	15	36%	27	64%	28	24%	87	76%	157
	Bolivia	15	33%	30	67%	13	32%	28	68%	86
	Brasil	48	33%	97	67%	37	20%	152	80%	334
	Chile	2	29%	5	71%	4	24%	13	76%	24
	Costa Rica	2	20%	8	80%	9	23%	30	77%	49
Medio Oriente	Ecuador	10	17%	48	83%	11	23%	37	77%	106
	El Salvador	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2
	Guatemala	3	6%	46	94%	12	19%	50	81%	111
	México	3	9%	32	91%	14	31%	31	69%	80
	Nicaragua	19	31%	43	69%	42	35%	77	65%	181
	Paraguay	8	22%	28	78%	3	12%	22	88%	61
	Perú	21	32%	45	68%	31	30%	72	70%	169
	Uruguay	26	20%	103	80%	34	16%	181	84%	344
	Egipto	4	67%	2	33%	2	20%	8	80%	16
	Israel	18	15%	100	85%	41	16%	223	84%	382
Norteamérica	Jordania	2	18%	9	82%	0	0%	1	100%	12
	Líbano	12	4%	258	96%	18	7%	238	93%	526
	Túnez	56	25%	164	75%	22	21%	81	79%	323
	Emiratos Árabes Unidos	0	0%	10	100%	3	15%	17	85%	30
	Canadá	28	30%	64	70%	41	30%	96	70%	229
Pacífico	Estados Unidos	11	26%	31	74%	13	25%	40	75%	95
	Australia	27	27%	72	73%	60	23%	197	77%	356
	Fiji	4	33%	8	67%	3	19%	13	81%	28
	Nueva Zelandia	34	24%	106	76%	36	15%	209	85%	385
	Papúa Nueva Guinea	4	22%	14	78%	3	25%	9	75%	30
Tonga	0	0%	3	100%	1	25%	3	75%	7	

Anexo 3. Resultados nacionales

14. Notas que desafían o refuerzan claramente los estereotipos		Refuerzan los estereotipos		Desafían los estereotipos		Ni refuerzan ni desafían		TOTAL
		N	%	N	%	N	%	N
<b>África</b>	Benín	34	94%	2	6%	0	0%	<b>36</b>
	Botswana	64	90%	4	6%	3	4%	<b>71</b>
	Burkina	1	2%	1	2%	54	96%	<b>56</b>
	Burundi	48	71%	5	7%	15	22%	<b>68</b>
	Camerún	40	98%	1	2%	0	0%	<b>41</b>
	Congo	31	46%	12	18%	24	36%	<b>67</b>
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	0	0%	21	88%	3	13%	<b>24</b>
	Etiopia	4	5%	1	1%	68	93%	<b>73</b>
	Ghana	35	97%	0	0%	1	3%	<b>36</b>
	Guinea	93	100%	0	0%	0	0%	<b>93</b>
	Kenia	65	76%	5	6%	15	18%	<b>85</b>
	Lesoto	20	100%	0	0%	0	0%	<b>20</b>
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	<b>0</b>
	Madagascar	18	27%	3	5%	45	68%	<b>66</b>
	Mauritania	16	53%	4	13%	10	33%	<b>30</b>
	Maurice	35	73%	11	23%	2	4%	<b>48</b>
	Namibia	37	97%	1	3%	0	0%	<b>38</b>
	Niger	20	43%	3	6%	24	51%	<b>47</b>
	Nigeria	101	96%	4	4%	0	0%	<b>105</b>
	Senegal	91	91%	3	3%	6	6%	<b>100</b>
	Sudáfrica	99	59%	7	4%	63	37%	<b>169</b>
	Sudán del Sur	29	97%	1	3%	0	0%	<b>30</b>
	Tanzania	76	96%	1	1%	2	3%	<b>79</b>
	Togo	5	38%	0	0%	8	62%	<b>13</b>
	Uganda	31	78%	6	15%	3	8%	<b>40</b>
	Zambia	36	60%	0	0%	24	40%	<b>60</b>
	Zimbabue	97	97%	1	1%	2	2%	<b>100</b>
<b>Asia</b>	Bangladesh	49	16%	3	1%	247	83%	<b>299</b>
	China	13	3%	6	1%	434	96%	<b>453</b>
	India	261	63%	37	9%	117	28%	<b>415</b>
	Japón	108	96%	1	1%	4	4%	<b>113</b>
	Kirguizistán	125	97%	1	1%	3	2%	<b>129</b>
	Malasia	164	60%	8	3%	103	37%	<b>275</b>
	Nepal	3	2%	1	1%	183	98%	<b>187</b>
	Pakistan	73	90%	4	5%	4	5%	<b>81</b>
	Pilipinas	415	76%	101	18%	33	6%	<b>549</b>
	Corea del Sur	72	46%	28	18%	58	37%	<b>158</b>
	Taiwán	6	2%	4	1%	340	97%	<b>350</b>
	Tailandia	434	100%	0	0%	0	0%	<b>434</b>
	Viet Nam	0	0%	0	0%	131	100%	<b>131</b>
<b>Caribe</b>	Belice	30	71%	2	5%	10	24%	<b>42</b>
	República Dominicana	80	56%	9	6%	55	38%	<b>144</b>
	Granada	2	5%	0	0%	37	95%	<b>39</b>
	Guyana	38	79%	0	0%	10	21%	<b>48</b>
	Haití	6	9%	3	4%	60	87%	<b>69</b>
	Jamaica	39	24%	14	9%	107	67%	<b>160</b>
	Puerto Rico	83	59%	5	4%	53	38%	<b>141</b>
	Santa Lucía	3	38%	0	0%	5	63%	<b>8</b>
	San Vicente y las Granadinas	21	84%	4	16%	0	0%	<b>25</b>
	Surinam	47	92%	2	4%	2	4%	<b>51</b>
Trinidad y Tobago	84	99%	0	0%	1	1%	<b>85</b>	
<b>Europa</b>	Austria	102	73%	7	5%	31	22%	<b>140</b>
	Belarús	120	96%	1	1%	4	3%	<b>125</b>
	Bélgica	167	53%	16	5%	133	42%	<b>316</b>
	Bosnia-Herzegovina	129	94%	5	4%	3	2%	<b>137</b>
	Bulgaria	45	69%	16	25%	4	6%	<b>65</b>
	Croacia	49	49%	7	7%	45	45%	<b>101</b>
Chipre	73	46%	2	1%	82	52%	<b>157</b>	

14. Notas que desafían o refuerzan claramente los estereotipos		Refuerzan los estereotipos		Desafían los estereotipos		Ni refuerzan ni desafían		TOTAL	
		N	%	N	%	N	%	N	
<b>Europa</b>	República Checa	60	39%	4	3%	90	58%	<b>154</b>	
	Dinamarca	11	7%	4	3%	137	90%	<b>152</b>	
	Estonia	346	100%	0	0%	1	0%	<b>347</b>	
	Finlandia	158	99%	1	1%	0	0%	<b>159</b>	
	Francia	268	70%	17	4%	98	26%	<b>383</b>	
	Georgia	204	86%	4	2%	28	12%	<b>236</b>	
	Alemania	28	9%	4	1%	273	90%	<b>305</b>	
	Grecia	205	69%	17	6%	77	26%	<b>299</b>	
	Hungría	18	11%	5	3%	138	86%	<b>161</b>	
	Islandia	53	39%	17	13%	65	48%	<b>135</b>	
	Irlanda	1	13%	1	13%	6	75%	<b>8</b>	
	Italia	45	14%	18	6%	248	80%	<b>311</b>	
	Kosovo	162	100%	0	0%	0	0%	<b>162</b>	
	Malta	156	78%	4	2%	40	20%	<b>200</b>	
	Montenegro	18	82%	0	0%	4	18%	<b>22</b>	
	Países Bajos	106	82%	2	2%	21	16%	<b>129</b>	
	Noruega	26	28%	4	4%	62	67%	<b>92</b>	
	Polonia	156	49%	16	5%	146	46%	<b>318</b>	
	Portugal	2	1%	5	4%	130	95%	<b>137</b>	
	Romania	105	63%	8	5%	53	32%	<b>166</b>	
	España	261	84%	27	9%	22	7%	<b>310</b>	
	Suecia	113	63%	13	7%	53	30%	<b>179</b>	
	Suiza	103	69%	9	6%	38	25%	<b>150</b>	
	Turquía	114	58%	10	5%	72	37%	<b>196</b>	
	Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	124	29%	9	2%	299	69%	<b>432</b>	
	<b>América Latina</b>	Argentina	107	64%	10	6%	49	30%	<b>166</b>
		Bolivia	59	74%	10	13%	11	14%	<b>80</b>
Brasil		24	9%	54	20%	196	72%	<b>274</b>	
Chile		14	23%	11	18%	37	60%	<b>62</b>	
Costa Rica		57	38%	11	7%	84	55%	<b>152</b>	
Ecuador		21	9%	3	1%	204	89%	<b>228</b>	
El Salvador		53	54%	9	9%	36	37%	<b>98</b>	
Guatemala		108	65%	7	4%	51	31%	<b>166</b>	
México		139	66%	23	11%	50	24%	<b>212</b>	
Nicaragua		94	86%	9	8%	6	6%	<b>109</b>	
Paraguay		84	66%	7	6%	36	28%	<b>127</b>	
Perú		69	49%	23	16%	49	35%	<b>141</b>	
Uruguay		214	97%	6	3%	0	0%	<b>220</b>	
<b>Medio Oriente</b>	Egipto	12	46%	10	38%	4	15%	<b>26</b>	
	Israel	264	89%	9	3%	25	8%	<b>298</b>	
	Jordania	23	44%	27	52%	2	4%	<b>52</b>	
	Líbano	184	100%	0	0%	0	0%	<b>184</b>	
	Túnez	157	62%	8	3%	89	35%	<b>254</b>	
	Emiratos Árabes Unidos	80	98%	0	0%	2	2%	<b>82</b>	
<b>Norteamérica</b>	Canadá	209	75%	12	4%	56	20%	<b>277</b>	
	Estados Unidos	86	52%	21	13%	58	35%	<b>165</b>	
<b>Pacífico</b>	Australia	6	2%	3	1%	254	97%	<b>263</b>	
	Fiji	60	75%	8	10%	12	15%	<b>80</b>	
	Nueva Zelanda	14	8%	5	3%	161	89%	<b>180</b>	
	Papúa Nueva Guinea	19	24%	8	10%	52	66%	<b>79</b>	
	Tonga	64	100%	0	0%	0	0%	<b>64</b>	



Anexo 3. Resultados nacionales

15. Notas que enfatizan claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres		No enfatizan los temas concernientes a la desigualdad		Enfatizan claramente los temas concernientes a la desigualdad		No se sabe, no se puede decidir		TOTAL	
		N	%	N	%	N	%	N	
África	Benín	34	94%	2	6%	0	0%	36	
	Botswana	61	85%	8	11%	3	4%	72	
	Burkina	54	95%	0	0%	3	5%	57	
	Burundi	65	90%	6	8%	1	1%	72	
	Camerún	40	98%	1	2%	0	0%	41	
	Congo	50	69%	7	10%	15	21%	72	
	Congo (Rep.) (Brazzaville)	3	10%	17	55%	11	35%	31	
	Etiopia	71	97%	1	1%	1	1%	73	
	Ghana	35	95%	0	0%	2	5%	37	
	Guinea	91	98%	0	0%	2	2%	93	
	Kenia	80	93%	5	6%	1	1%	86	
	Lesoto	20	100%	0	0%	0	0%	20	
	Liberia	0	0%	0	0%	0	0%	0	
	Madagascar	63	94%	1	1%	3	4%	67	
	Mauritania	27	84%	5	16%	0	0%	32	
	Maurice	33	67%	15	31%	1	2%	49	
	Namibia	34	83%	4	10%	3	7%	41	
	Níger	52	93%	2	4%	2	4%	56	
	Nigeria	100	95%	3	3%	2	2%	105	
	Senegal	97	94%	5	5%	1	1%	103	
	Sudáfrica	162	91%	7	4%	9	5%	178	
	Sudán del Sur	29	94%	1	3%	1	3%	31	
	Tanzania	76	96%	1	1%	2	3%	79	
	Togo	10	77%	2	15%	1	8%	13	
	Uganda	49	89%	5	9%	1	2%	55	
	Zambia	58	71%	2	2%	22	27%	82	
	Zimbabue	99	99%	1	1%	0	0%	100	
	Asia	Bangladesh	295	97%	3	1%	6	2%	304
		China	454	100%	0	0%	1	0%	455
		India	374	87%	25	6%	29	7%	428
		Japón	112	99%	1	1%	0	0%	113
		Kirguizistán	128	98%	2	2%	0	0%	130
Malasia		258	92%	12	4%	10	4%	280	
Nepal		185	98%	4	2%	0	0%	189	
Pakistan		78	95%	3	4%	1	1%	82	
Pilipinas		491	86%	46	8%	33	6%	570	
Corea del Sur		125	77%	6	4%	32	20%	163	
Taiwán		348	99%	1	0%	3	1%	352	
Tailandia		434	98%	0	0%	8	2%	442	
Viet Nam	130	98%	1	1%	1	1%	132		
Caribe	Belice	41	93%	1	2%	2	5%	44	
	República Dominicana	109	73%	31	21%	10	7%	150	
	Granada	39	100%	0	0%	0	0%	39	
	Guyana	39	81%	9	19%	0	0%	48	
	Haití	69	86%	5	6%	6	8%	80	
	Jamaica	157	95%	2	1%	6	4%	165	
	Puerto Rico	115	81%	10	7%	17	12%	142	
	Santa Lucía	5	50%	1	10%	4	40%	10	
	San Vicente y las Granadinas	24	96%	1	4%	0	0%	25	
	Surinam	48	94%	1	2%	2	4%	51	
Trinidad y Tobago	83	97%	3	3%	0	0%	86		
Europa	Austria	138	97%	3	2%	2	1%	143	
	Belarús	125	100%	0	0%	0	0%	125	
	Bélgica	303	94%	15	5%	5	2%	323	
	Bosnia-Herzegovina	134	96%	4	3%	1	1%	139	
	Bulgaria	49	75%	15	23%	1	2%	65	
Croacia	96	94%	3	3%	3	3%	102		

15. Notas que enfatizan claramente los temas concernientes a la igualdad o desigualdad entre mujeres y hombres		No enfatizan los temas concernientes a la desigualdad		Enfatizan claramente los temas concernientes a la desigualdad		No se sabe, no se puede decidir		TOTAL
		N	%	N	%	N	%	N
<b>Europa</b>	Chipre	157	99%	1	1%	0	0%	<b>158</b>
	República Checa	151	93%	1	1%	10	6%	<b>162</b>
	Dinamarca	154	100%	0	0%	0	0%	<b>154</b>
	Estonia	347	100%	0	0%	1	0%	<b>348</b>
	Finlandia	153	96%	6	4%	0	0%	<b>159</b>
	Francia	349	87%	27	7%	25	6%	<b>401</b>
	Georgia	231	96%	3	1%	7	3%	<b>241</b>
	Alemania	302	90%	1	0%	33	10%	<b>336</b>
	Grecia	288	94%	11	4%	9	3%	<b>308</b>
	Hungría	156	96%	5	3%	2	1%	<b>163</b>
	Islandia	131	96%	4	3%	1	1%	<b>136</b>
	Irlanda	7	64%	0	0%	4	36%	<b>11</b>
	Italia	300	96%	11	4%	1	0%	<b>312</b>
	Kosovo	162	100%	0	0%	0	0%	<b>162</b>
	Malta	198	99%	1	1%	1	1%	<b>200</b>
	Montenegro	24	96%	0	0%	1	4%	<b>25</b>
	Países Bajos	130	95%	0	0%	7	5%	<b>137</b>
	Noruega	89	88%	5	5%	7	7%	<b>101</b>
	Polonia	279	82%	7	2%	55	16%	<b>341</b>
	Portugal	131	95%	6	4%	1	1%	<b>138</b>
Romania	160	96%	6	4%	0	0%	<b>166</b>	
España	258	82%	40	13%	17	5%	<b>315</b>	
Suecia	175	95%	5	3%	5	3%	<b>185</b>	
Suiza	141	94%	6	4%	3	2%	<b>150</b>	
Turquía	199	91%	10	5%	9	4%	<b>218</b>	
Reino Unido (Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, País de Gales)	417	94%	18	4%	8	2%	<b>443</b>	
<b>América Latina</b>	Argentina	125	74%	15	9%	28	17%	<b>168</b>
	Bolivia	24	22%	42	39%	42	39%	<b>108</b>
	Brasil	230	76%	29	10%	43	14%	<b>302</b>
	Chile	43	68%	2	3%	18	29%	<b>63</b>
	Costa Rica	122	79%	27	18%	5	3%	<b>154</b>
	Ecuador	223	98%	2	1%	3	1%	<b>228</b>
	El Salvador	96	98%	2	2%	0	0%	<b>98</b>
	Guatemala	141	82%	6	4%	24	14%	<b>171</b>
	México	132	62%	46	22%	34	16%	<b>212</b>
	Nicaragua	101	87%	7	6%	8	7%	<b>116</b>
	Paraguay	115	76%	4	3%	33	22%	<b>152</b>
	Perú	119	77%	12	8%	23	15%	<b>154</b>
Uruguay	216	97%	5	2%	2	1%	<b>223</b>	
<b>Medio Oriente</b>	Egipto	19	73%	7	27%	0	0%	<b>26</b>
	Israel	298	98%	2	1%	5	2%	<b>305</b>
	Jordania	44	77%	10	18%	3	5%	<b>57</b>
	Líbano	183	99%	1	1%	1	1%	<b>185</b>
	Túnez	218	82%	10	4%	39	15%	<b>267</b>
	Emiratos Árabes Unidos	82	100%	0	0%	0	0%	<b>82</b>
<b>Norteamérica</b>	Canadá	262	94%	10	4%	7	3%	<b>279</b>
	Estados Unidos	135	78%	20	12%	18	10%	<b>173</b>
<b>Pacífico</b>	Australia	260	97%	3	1%	6	2%	<b>269</b>
	Fiji	75	93%	3	4%	3	4%	<b>81</b>
	Nueva Zelanda	173	93%	3	2%	11	6%	<b>187</b>
	Papúa Nueva Guinea	62	77%	4	5%	15	19%	<b>81</b>
	Tonga	63	97%	1	2%	1	2%	<b>65</b>

## Anexo 4. Países participantes coordinadores regionales y nacionales

### ÁFRICA

#### Coordinadoras regionales

African Woman and Child Feature Service (AWC), Rosemary Okello-Orlale, Kenia

Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias Genre et Développement (FAMEDEV), Amie Joof Cole, Senegal

Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Glenda Muzenda y Lowani Mtonga, Sudáfrica

#### Coordinadoras/coordinadores nacionales

**Benín:** Tchibozo K. Makeba

**Botswana:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Pelonomi Letshwiti-Macheng

**Burkina Faso:** Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV) Habi Ouattara

**Burundi:** Association des Femmes Journalistes du Burundi (AFJO), Dorothee Bigirimana

**Camerún:** Nkong Hill Top Common Initiative Group (NCIG), Gospel Nti Mabotiji / Cameroon Radio Television (CRTV) / Etoa Epse Nkono y Barbara Béatrice

**Congo, República del (Brazzaville):** Brigitte Makombo / Edouard Adzotsa

**Congo, República Democrática del:** Si Jeunesse Savait / Gender y Media Southern Africa (GEMSA), Françoise Mukuku / Anna Mayimona Ngemba

**Etiopía:** Women's Media Association, Abebech Wolde

**Ghana:** Ghana Broadcasting Corporation, Charity Binka

**Guinea Conakry:** Kadiatou Thiernor Diallo

**Kenia:** African Woman and Child Feature Service (AWC), Rosemary Okello-Orlale

**Lesoto:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Sophia Tlali

**Madagascar:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Flavienne Ramarosaona / Lalfine Papisy Tracoulat

**Mauritania:** Amadou Guisset

**Mauricio:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Saskia Naidoo-Virahsawmy

**Namibia:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Sarry Xoagus-Eises

**Níger:** Point focal genre du Réseau Inter-Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), Hamadou Yvette Dovi

**Nigeria:** Society and Media Initiative, Nkem Fab-Ukozor

**Senegal:** Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), Amie Joof-Cole

**Sudáfrica:** Gender and Media Southern African (GEMSA) Network, Glenda Muzenda y Lowani Mtonga

**Sudán:** Association of Media Women in Southern Sudan, Apollonia Mathia

**Tanzania:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Wilbert Kitima / Gladness Munuo Hamedi

**Togo:** Francis Pedro Amuzun

**Uganda:** Uganda Media Women's Association (UMWA), Margaret Sentamu

**Zambia:** Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Pepertual Sichikwenkwe

**Zimbabwe:** Media Monitoring Project, Nhlanhla Ngwenya

### AMÉRICA LATINA

#### Coordinadora regional

Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Nidya Pesantez-Calle y Sandra López Astudillo, Ecuador

#### Coordinadoras y coordinador nacionales

**Argentina:** Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Claudia Florentín/ Marcela Gabioud

**Bolivia:** Centro de la Mujer Gregoria Apaza, Cecilia Enríquez

**Brasil:** Universidade Metodista de São Paulo, Sandra Duarte Souza / Rede Mulher de Educação y Associação Mulheres pela Paz, Vera Vieira

**Chile:** ISIS Internacional, Ana María Portugal

**Costa Rica:** Universidad Bíblica Latinoamericana, Nidia Fonseca / Vilma Peña

**Ecuador:** Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Nidya Pesantez-Calle y Sandra López Astudillo

**El Salvador:** Instituto de Derechos Humanos de la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas", Carlos León Ramos

**Guatemala:** Centro Evangélico de Estudios Pastorales en América Central (CEDEPCA) Ana Silvia Monzón / Elisabeth Carrera Paz / Maya Cu

**México:** Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC), Miriam González

**Nicaragua:** Centro Inter-Eclesial de Estudio Teológicos y Sociales (CIEETS), Blanca Cortés Robles

**Paraguay:** Coordinación de Mujeres del Paraguay, Alicia Stumpfs / Radio Viva, Miriam Candia

**Perú:** Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lizett Graham

**Uruguay:** Cotidiano Mujer, Francesca Casariego

### ASIA

#### Coordinadoras regionales

University of Dhaka, Bangladesh, Dra. Gitiara Nasreen

Communication Foundation for Asia, Las Filipinas, Teresita Hermano

#### Coordinadoras nacionales

**Bangladesh:** University of Dhaka, Bangladesh, Dra. Gitiara Nasreen

**Corea del Sur:** Olive Tree Production, Rev. Soonnim Lee

**China:** Monitoreo de Medios para la Red de Mujeres, Zhang Qi

**India:** Network of Women in Media, India (NWMII), Ammu Joseph

**Japón:** Foro para la Televisión y los Medios Infantiles (FCT, por sus siglas en inglés), Toshiko Miyazaki

**Kirguistán:** Asociación Pública de Mujeres Rurales (Alga), Olga Djanaeva

**Las Filipinas:** Communication Foundation for Asia, Teresita Hermano / Miriam College, Lynda García

**Malasia:** Universiti Sains Malaysia, Dr. Wang Lay Kim

**Nepal:** Asmita Women's Publishing House, Media and Resource Organisation, Manju Thapa

**Pakistán:** Uks Research Centre, Tasneem Ahmar

**Taiwán:** National Chengchi University, Nien-hsuan Leticia Fang

**Tailandia:** Burapha University, Ratchanee Vongsumit

**Vietnam:** Research Centre for Gender, Family and Environment in Development, Pham Kim Ngoc

## EL CARIBE

### Coordinadoras y coordinador regionales

Women's Media Watch, Jamaica, Hilary Nicholson

Caribbean Institute of Media and Communication (CARIMAC), Jamaica, Dr. Corinne Barnes

Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico, Dr. Maximiliano Dueñas-Guzmán

### Coordinadoras nacionales

**Belize:** Women's Issues Network of Belize, Florence Goldson

**Granada:** Grenada National Organisation of Women (GNOW), Elaine Henry-McQueen

**Guyana:** Artists in Direct Support, Desiree Edgehill

**Haití:** Rezo Fanm Radyo Kominote Ayisyen (REFRAKA), Marie Guyrleine Justin

**Jamaica:** Women's Media Watch - Jamaica / Caribbean Institute of Media and Communication (CARIMAC), Hilary Nicholson / Dr. Corinne Barnes

**Puerto Rico:** Universidad de Puerto Rico Lourdes, Lourdes Lugo-Ortiz

**República Dominicana:** Espacio Insular, Seferina de la Cruz

**Sta. Lucía:** Caribbean Association for Feminist Research and Action (CAFRA), Flavia Cherry

**San Vicente y Las Granadinas:** SVG Human Rights & Women in Support of Equity, Sheron Garraway

**Surinam:** Caribbean Association for Feminist Research and Action (CAFRA), Sandra Clenem

**Trinidad y Tobago:** Network of NGOs of Trinidad and Tobago for the Advancement of Women, Hazel Brown/ Stephanie Leitch

## EUROPA

### Coordinadoras regionales

Be Aware, Be Emancipated (B.a.B.e.), Croacia, Sanja Sarnavka

University of Liverpool, Reino Unido, Dra. Karen Ross

### Coordinadoras y coordinador nacionales

**Alemania:** Liga de Mujeres Periodistas, Birgitta Schulte

**Austria:** Departamento de Estudios sobre la Comunicación de la Universidad de Salzburgo, Dra. Susanne Kassel

**Bielorrusia:** Center for Gender Studies of the European Humanities University, Irina Solomatina

**Bélgica:** Universidad de Ghent, Sofie Van Bauwel / Universidad de Louvain, Laurence Mundschau

**Bosnia y Herzegovina:** Mujeres Unidas (Udružene žene) Banja Luka Ms Natalija Petric / Aleksandra Petric

**Bulgaria:** People & Borders Foundation, Iliana Stoicheva

**Croacia:** Open Society - ProEquality Centre, Tereza Wennerholm Caslavská

**Chipre:** Mediterranean Institute of Gender Studies (MIGS), Susana Pavlou

**Dinamarca:** Kontrabande, Birgitte Raben

**España:** Asociación de Periodistas Catalanas, Elvira Altes

**Estonia:** Ruta Pels

**Finlandia:** Escuela Sueca de Ciencias Sociales, Jaana Hagelberg

**Francia:** Université de Toulouse II, Marlène Coulomb-Gully

**Georgia:** Journalists Association Gender Media Caucasus, Galina Petriashvili

**Grecia:** Departamento de Periodismo y Comunicación Masiva, Universidad Aristóteles de Thessaloniki, Dra. Dimitra Dimitrakopoulou

**Hungría:** Hungarian Women's Lobby, Reka Safrany

**Islandia:** Universidad de Islandia, Valgerður Jóhannsdóttir

**Irlanda, República de:** Women's News, Annette Carter

**Italia:** Osservatorio di Pavia, Monia Azzalini / Universidad de Padova, Dra. Claudia Padovani

**Kosovo:** Vjollca Krasniqi

**Malta:** Universidad de Malta, Brenda Murphy

**Montenegro:** ONG Anima Kotor, Aleksandra Kovacevic

**Noruega:** Universidad de Oslo, Elisabeth Eide

**Países Bajos:** Radio Netherlands Training Centre Europa, Bernadette van Dijck

**Polonia:** Universidad de Lodz, Dra. Elzbieta Oleksy

**Portugal:** Instituto de Estudos Jornalísticos, Maria Joao Silveirinha

**Reino Unido:** Dra. Karen Ross (Inglaterra), Dra. Cynthia Carter (País de Gales), Dra. Jen Birks (Escocia), Kellie Turtle (Irlanda del Norte)

**República Checa:** Open Society - ProEquality Centre Tereza, Wennerholm Caslavská

**Rumania:** Universidad de Bucarest, Dra. Daniela Frumusani

**Suecia:** Grupo de Observación de Medios Allt är Möjligt, Maria Jacobson

**Suiza:** Bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes, Sylvie Durrer

**Turquía:** Universidad Anadolu, Dr. Nezhil Orhon

## NORTEAMÉRICA

**Canada:** Simon Fraser University. Dr. Kathleen Cross

**United States of America:** United Methodist Church - General Board of Global Ministries. Dr. Glory Dharmaraj

## ORIENTE MEDIO

### Coordinadoras regionales

Appropriate Communication Techniques for Development (ACT), Egipto, Dra. Azza Kamel

Coptic Evangelical Organisation for Social Services (CEOSS), Egipto, Amany Latif Ebied

### Coordinadoras nacionales

**Emiratos Árabes Unidos:** Universidad Zayed, Dra. Catherine Strong / Dra. Badran Badran

**Egipto:** Appropriate Communication Techniques for Development (ACT), Dra. Azza Kamel / Coptic Evangelical Organisation for Social Services (CEOSS), Amany Latif Ebied

**Israel:** Sapir College, Dra. Einat Lachover

**Jordania:** Organización de Mujeres Árabes, Layla Hamarneh

**Líbano:** Fundación Maharat, Roula Mikhael

**Túnez:** CAWTAR, Atidel Mejbri

## REGIÓN PACÍFICO

### Coordinadora regional

FemLink Pacific: Media Initiatives for Women, Islas Fiji, Sharon Bhagwan-Rolls

### Coordinadoras nacionales

**Australia:** Queensland University of Technology Dra. Ángela Romano

**Fiji, Islas:** FemLink Pacific: Media Initiatives for Women / Fiji Media Watch Group, Sharon Bhagwan-Rolls / Violet Savu

**Nueva Zelandia:** School of Political Science and International Relations Victoria University of Wellington / Massey University, Dra. Kate McMillan / Dra. Margie Comrie

**Papúa Nueva Guinea:** Communication Arts Department at Divine Word University, Joys Eggins

**Tonga:** Ma'afafine mo e Famili, Betty Blake / Kalolaine Fifita



## Anexo 5. Miembros del grupo de trabajo virtual



**Tasneem Ahmar**, Uks – A Research Centre, Resource and Publication Centre on Women and Media, Pakistán

**Dra. Corrine Barnes**, Caribbean Institute of Media and Communication, Jamaica

**Sharon Bhagwan-Rolls**, FemLINKPACIFIC Media Initiatives for Women, Islas Fiji

**Dra. Glory Dharmaraj**, General Board of Global Ministries, United Methodist Church, Estados Unidos

**Dra. Shari Graydon**, Media Action, Canadá

**Dr. Maximiliano Dueñas Guzmán**, Universidad de Puerto Rico

**Amie Joof-Cole**, Inter-African Network for Women, Media, Gender and Development (*FAMEDEV*), Senegal

**Dra. Azza Kamel**, *Appropriate Communication Technologies for Development (ACT)*, Egipto

**Colleen Lowe Morna**, Gender Links, Sudáfrica

**Dra. Sarah Macharia**, *World Association for Christian Communication*, Canadá

**Dra. Kate McMillan**, School of Political Science and International Relations Victoria, University of Wellington, Nueva Zelanda

**Francoise Mukuku**, Radio OKAPI, República Democrática del Congo

**Dra. Gitiara Nasreen**, Department of Mass Communication and Journalism, University of Dhaka, Bangladesh

**Hilary Nicholson**, Women's Media Watch (WMW), Jamaica

**Rosemary Okello-Orlale**, African Woman and Child Feature Service (AWC), Kenia

**Nidya Pesantez-Calle**, Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Ecuador

**Nebojsa Radics**, Líbano

**Violet Savu**, Fiji Media Watch, Islas Fiji

**Judith Smith-Vialva**, *Southern African Media and Gender Institute (SAMGI)*, Sudáfrica

## Anexo 6. Comentarios especiales: biografías de las colaboradoras

### Amie Joof

es una periodista, activista y Directora Ejecutiva de The Inter-African Network for Women, Media, Gender and Development (FAMEDEV). Encabezó el establecimiento de programas educativos en la radio, dirigidos a mujeres y educación de adultos, también contribuyó a establecer grupos de radioescuchas, estaciones de radio comunitarias de mujeres, así como la capacitación y uso de medios tradicionales como grupos de teatro y música para el desarrollo de programas en Radio Gambia, que ahora forma parte de Gambia Radio and Television Services (GRTS). Forma parte de un grupo de expertas(os) en Communication for Education and Development (COMED) de la Association for the Development of Education in Africa (ADEA), que desarrolló un juego de herramientas prácticas sobre educación para periodistas y comunicadores en África. Amie forma parte del Gambia Press Union (GPU) y ha sido consultada como fuente en temas de género y medios, para la Federación Internacional de Periodistas (FIP), la Oficina de FIP en África, la Eastern Africa Journalists Association (EAJA) y la Southern Africa Journalists Association (SAJA). A la fecha es coordinadora de "An Alternative Voice for Gambians", una radio en línea que apoya el desarrollo socioeconómico, la libertad de expresión y los derechos humanos en Gambia.

### Nidya Pesántez

se recibió con una licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Cuenca en el Ecuador. También realizó estudios sobre Presupuesto con Sensibilidad de Género para la Erradicación de la Pobreza en América Latina, en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Además, hizo estudios de posgrado en Antropología y Conflicto Social en la Universidad Bolivariana de Santiago y la Fundación Unida en la Argentina. A la fecha labora como coordinadora del Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), en Cuenca, Ecuador. Previo a ello fue Directora Técnica del Consejo Nacional de las Mujeres del Ecuador. Pesántez es una experta en género y comunicación para el desarrollo.

### Mindy Ran

es una periodista radicada en Ámsterdam, también realiza documentales en audio y vídeo, así como reportajes. Periódicamente contribuye con reportajes y documentales sobre una diversidad de temas para la Radio Netherlands Worldwide donde a la fecha produce y presenta un programa semanal. También es una editora en jefe de *Intervention*, una publicación periódica sobre intervención psicología con supervivientes de guerra, trauma, tortura y desastres naturales. Otros créditos como periodista *freelance* incluyen, entre otros: corresponsal y asistente de producción para Rapido TV (Reino Unido - canal 4), CHX Productions and Prospect Pictures (Reino Unido); la British Broadcasting Corporation (BBC - Radio 1, 4, 5, (Reino Unido) Scotland and World Service), Canadian Broadcasting Corporation y la Radio Nacional Pública de Estados Unidos. Ran está afiliada a la Asociación de Periodistas Holandeses (la NVJ, por sus siglas en holandés) y la Unión de Periodistas Británicos (la NUJ, por sus siglas en inglés). Por 9 años formó parte del Consejo Nacional Ejecutivo de la NUJ, representado la Europa Continental y a la fecha preside el Consejo de Igualdad (3er. periodo). También representa a la NUJ en el ámbito internacional, a través de la Federación Internacional de Periodistas (Consejo de Género, preside en su 2º. periodo) y como afiliada de la red Amnesty Trade Union Network, que se especializa en temas de igualdad, derechos humanos, anti globalización y libertad de prensa.







## **World Association for Christian Communication**

308 Main Street  
Toronto, ON M4C 4X7  
Canadá

Teléfono: +1 416-691-1999  
Fax +1 416-691-1997  
INFO@waccglobal.org

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

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

La Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana es una Organización Benéfica registrada en el Reino Unido (número 296073) y una Compañía registrada en Inglaterra y en Gales (número 2082273) con su Sede Registrada en 36 Causton Street, Londres SW1P 4ST. Es una organización sin fines de lucro registrada en Canadá con su Sede Registrada en 308 Main Street, Toronto ON, M4C 4X7