

Asociación Mundial Para la Comunicación Cristiana

Proyecto de Monitoreo Global de los Medios

El PMGM 2000 se realizó el primero de febrero. Este día cientos de voluntarios de 70 países moderaron el papel y la representación de las mujeres en las noticias de televisión, de radio, y en la prensa escrita. En total, 50,853 bases de datos fueron producidas. Los resultados han sido analizados por Erin Research en Canadá.

Mientras, la WACC desea compartir con ustedes algunos de

LOS RESULTADOS MAS NOTABLES

Setenta países participantes				
PMGM 2000				
País	Televisión	Radio	Prensa	Total
Australia *	400	134	312	846
Barbados *	18	–	–	18
Bélgica *	567	140	234	941
Benin	72	35	258	365
Bolivia *	317	579	219	1,115
Botswana *	–	24	28	52
Camboya	223	53	166	442
Camerún *	85	420	102	607
Canadá *	878	240	532	1,650
Chad	24	36	49	109
Chile *	165	113	135	413
China *	446	389	335	1,170
Croacia *	242	154	198	594
Cuba	128	107	97	332
República Checa *	48	–	–	48
Ecuador *	22	20	93	135
Egipto	13	11	21	45
El Salvador	13	37	51	101
Estonia	71	69	186	326
Fiji *	152	198	271	621
Finland *	148	74	291	513
Francia *	234	153	692	1,079
Alemania *	986	736	1,424	3,146
Ghana *	66	105	137	308
Guatemala *	110	130	378	618
Hungría *	144	125	124	393
Islandia *	96	161	106	363
India *	383	82	790	1,255
Indonesia *	124	403	503	1,030
Israel *	187	241	296	724
Italia *	55	204	268	527

Jamaica *	216	586	220	1,022
Japon *	1,923	34	132	2,089
Kenya	51	147	40	238
Corea *	463	332	168	963
Líbano *	82	26	156	264
Malasia *	67	38	148	253
Macedonia	–	–	125	125
Malta	113	111	144	368
México *	286	104	515	905
Namibia	25	24	29	78
Nepal *	86	70	150	306
Holanda *	38	24	315	377
Nueva Zelanda *	140	109	222	471
Nigeria *	84	200	375	659
Noruega	109	91	625	825
Pakistan *	121	54	886	1,061
Papua New Guinea	–	–	55	55
Peru *	352	45	596	993
Philippines *	156	192	184	532
Puerto Rico	563	62	532	1,157
Rumania *	129	195	99	423
Rusia *	204	–	–	204
Eslovenia *	363	417	182	962
South Africa *	147	95	231	473
España *	59	114	192	365
Sri Lanka *	273	44	192	509
Sudan	72	54	74	200
Surinam	76	29	77	182
Suecia	258	59	250	567
Suiza *	105	18	262	385
Taiwan *	1,600	385	118	2,103
Tailandia *	624	406	467	1,497
Trinidad & Tobago *	326	134	260	720
Turkía *	1,793	921	297	3,011
Reino Unido *	731	624	1,423	2,778
U.S.A. *	461	29	2,296	2,786
Uruguay *	148	121	103	372
Vietnam	75	29	20	124
Zimbabwe *	–	–	80	80
Noticias satélite internacional	485	–	–	485
Total	19,221	11,096	20,536	50,853

* País participante en proyectos de 1995 y 2000.

Las mujeres son el 41% de las personas que presentan y reportan las noticias del mundo, pero ellas representan solamente el 18% de las personas entrevistadas (sujetos de noticias)

En 1995 las mujeres sumaron el 43% de las personas presentando y reportando las noticias y el 17% de las personas entrevistadas

Anunciadores y reporteros en los diferentes medios de comunicación:

	Televisión		Radio		Prensa
	Anunciadoras/es	Reporteras/os	Anunciadoras/es	Reporteras/os	Reporteros
Mujeres	56%	36%	41%	28%	26%
Hombres	44%	64%	59%	72%	74%

El género de reporteras/os anunciadoras/es y género de las personas entrevistadas en temas específicos:

Temas	Género de reporteras/os		Género de las personas entrevistadas	
	Mujeres %	Hombres %	Mujeres %	Hombres %
Medio ambiente	47	53	17	83
Salud	46	54	29	71
Educación, cuidado de la niñez	42	58	29	71
Artes, entretenimiento	40	60	35	65
Economía, negocios	35	65	17	83
Pobreza	29	71	27	73
Política, gobierno	26	74	12	88
Manifestaciones	26	74	20	80
Guerra, guerras civiles	25	75	11	89
Crisis internacional	19	81	11	89
Deportes	15	85	12	88

Nota: 20 temas fueron definidos en el sistema código.

Las mujeres suman el 31% de todas las reporteras, entonces deben ser el 31% de las reporteras en cada tema descrito arriba. Categorías como economía/negocios y manifestaciones tienen un balance mas o menos proporcionado entre reporteros y reporteras. Sin embargo, deportes, sin duda, es dominado por reporteros y guerra y crisis internacional son temas donde los hombres también dominan. Mas mujeres están reportando sobre lo que llaman “noticias suaves” como el medio ambiente, salud y educación.

En política, la proporción de mujeres entrevistadas (o que fueron sujeto de las noticias) aumentó de un 7% en 1995 a 12% en 2000 y en economía/negocios la proporción de mujeres aumentó de 9% en 1995 a 17% en 2000. Pensando en que las mujeres suman el 18% de las personas entrevistadas, sin embargo, hay menos mujeres que entrevistadas sobre temas de guerra, política y deportes de lo que esperamos.

Edades de las/los anunciadores y reporteras/os de televisión:

Anunciadores:

Hay más mujeres que hombres en el grupo de edades entre 20-34 años.
Aproximadamente el mismo número de mujeres y hombres en el grupo de edades entre 35-49 años.
Más hombres mayores de 50.

Reporteros:

Números similares de mujeres y hombres en el grupo de edades entre 20-34 años.
Menos mujeres que hombres en el grupo de edades entre 35-49 años y el grupo mayor que 50 años.

Trabajo u ocupación de las personas entrevistadas:

Trabajo/ocupación	Mujeres %	Hombres %
Ama de casa, padre, madre	81	19
Estudiante	46	54
Celebridad	45	55
Otro	37	63
Servicio de oficinas	35	65
Jubilada/o	35	65
Desempleado/sin hogar	33	67
Educadora/or	27	73
ONG, UN	24	76
Salud/servicios sociales	20	80
Labor	15	85
Agricultura	15	85
Anunciador gubernativo	12	88
Tecnología científica	12	88
Leyes de Negocios	11	89
Política	10	90
Religión	9	91
Atleta	9	91
Criminal	7	93
Policía/militar	4	96

Los resultados muestran un balance cercano en dos temas – estudiantes y celebridad. Las mujeres son la mayoría en una categoría – ama de casa, madre, padre. El 25% de las mujeres entrevistadas en comparación al 9% de hombres entrevistados no dijeron realizar un trabajo/ocupación.

Victimización:

Los resultados muestran que las mujeres víctimas suman el 18.7% de todas las personas entrevistadas o sujetos de las noticias y los hombres víctimas suman 7.4%.

En historias sobre mujeres víctimas:

- 25.2% son víctimas de accidentes
- 38.5% son víctimas de crimen
- 2% son víctimas de guerra
- 13% son víctimas de violencia sexual

En historias sobre hombres víctimas:

- 33.4% son víctimas de accidentes
- 31.4% son víctimas de crímenes
- 5.7% son víctimas de guerra
- 1% son víctimas de violencia sexual

Situación familiar:

21% de mujeres y 4% de hombres son identificados en términos de situación marital o familiar

- En noticias de celebridad, el 34% de las mujeres y el 11% de los hombres son identificados por su situación familiar
 - En desastres/accidentes, 25% de mujeres y 7% de hombres son identificados por su situación familiar
 - En deportes, 18% de mujeres y 3% de hombres son identificados por su situación familiar
 - En el tema de política y gobierno, 17% de mujeres y 1% de hombres son identificados por su situación familiar
- De los hombres víctimas, 19% son identificados por su situación familiar
- De las mujeres víctimas, 45% son identificadas por su situación familiar

Historias específicas con mujeres como foco central

El 10% de todas las noticias tiene a mujeres como el enfoque central, con la proporción más alta - 14% - en la prensa escrita.

Tema	Mujeres como el enfoque central	Mujeres no son el enfoque central
Artes, entretenimiento	26	74
Salud	19	81
Educación, cuidado de los niños	11	89
Crisis internacional	10	90
Pobreza	10	90
Manifestaciones	9	91
Política, gobierno	7	93
Deportes	7	93
Guerra, guerra civil	4	96
Medio ambiente	1	99

Nota: 20 temas fueron definidos en el sistema de código

El sistema código definió 17 asuntos que pueden salir en artículos con mujeres como el enfoque central incluyendo violencia, poder, el cambio de papeles tradicionales, control de nacimiento, orientación sexual, cuidado de la niñez, trabajo y salud. Los dos asuntos que aparecieron más frecuentemente fueron la violencia y el poder. Los temas que aparecieron menos fueron orientación sexual, discapacidad y mujeres del campo.

En artículos donde las mujeres son el enfoque central, las personas que fueron entrevistadas son divididas casi igualmente entre mujeres y hombres. En otros artículos, el 13% de las personas que fueron entrevistadas son mujeres. El 37% de los artículos con enfoque en las mujeres fue hecho por reporteras, mientras el 30% de los otros artículos son hechos por reporteras.