

¿Quién figura en las noticias?: voces ausentes en los medios de comunicación

Who's in the news?: Missing voices in the media

De qui parle-t-on aux informations ? À propos des voix absentes des médias

Solange de la Cruz Matos*

Resumen

Este informe presenta los resultados del Monitoreo Global de Medios 2020 (GMMP-2020) organizado de manera colaborativa por WACC y ONU Mujeres, con la participación de 116 países. Se monitorearon 30,172

* Periodista con más de tres décadas de experiencia en radio, periódico, relaciones públicas y consultorías. Egresada de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) en Comunicación Social, con especialización y maestría en Políticas y Planificación de la Comunicación, con cursos de actualización en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí de La Habana, Cuba, y en el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), de Costa Rica, y diplomados en Comunicación, Gestión de Riesgo de Desastres, Cambio Climático y en Formulación, Análisis, Evaluación y Gestión de Proyectos, entre otras capacitaciones y cursos. Coordinadora Nacional del Monitoreo Global de Medios (GMMP) en las investigaciones de 2015 y 2020 realizadas en el país por el Espacio de Comunicación Insular, consultora para la Cátedra UNESCO de Comunicación, Democracia y Gobernabilidad con sede en la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra en 2012-2013 y 2013-2014, y facilitadora en diversos talleres para periodistas. Algunas investigaciones y publicaciones realizadas son «Nacionalismo, xenofobia, racismo y discriminación en los medios de comunicación y redes sociales», «Guía para un Periodismo Inclusivo», «Lecciones de buen periodismo en la isla» (libro y serie radiofónica basada en entrevistas a periodistas a periodistas, de República Dominicana y de Haití); «El periodismo ciudadano y su ejercicio en la defensa de los derechos ciudadanos de personas afectadas por la Sentencia 168-13», «Comunicación y Hábitat. Del Hoyo de Chulín a Puerto Isabela: cambios en el Proceso de Comunicación» y «El periodismo profesional: la lengua como un factor determinante».

historias publicadas en periódicos, difundidas por radio y televisión, y en sitios web de noticias y a través de tuits de medios informativos.

En República Dominicana fue coordinado por ESPACINSULAR. Los resultados nacionales, en coherencia con las conclusiones globales, revelan que la presencia de las mujeres en las noticias continúa en significativa minoría con respecto a la masculina. Las mujeres fueron sujetos o fuentes de las noticias en un 26 % de los reportes, lo que representa un ligero descenso con el resultado nacional del GMMP-2015, cuando ese porcentaje fue de 27 %, reiterándose la parcial invisibilidad de las mujeres en las noticias.

Palabras clave: Género, comunicación, investigación, estereotipos, GMMP-2020.

Abstract

This report presents the results of the Global Media Monitoring 2020 (GMMP-2020) organized collaboratively by WACC and UN Women, with the participation of 116 countries. 30,172 stories published in newspapers, broadcast on radio and television, and on news websites and through news media tweets were monitored.

In the Dominican Republic it was coordinated by ESPACINSULAR. The national results, consistent with the global conclusions, reveal that the presence of women in the news continues to be in a significant minority compared to men. Women were subjects or sources of the news in 26% of the reports, which represents a slight decrease with the national result of the GMMP-2015, when that percentage was 27%, reiterating the partial invisibility of women in the news.

Keywords: Gender, communication, research, stereotypes, GMMP-2020.

Résumé

Ce rapport présente les résultats du Global Media Monitoring 2020 (GMMP-2020) organisé en collaboration par la WACC et ONU Femmes, avec la participation de 116

pays. 30 172 artículos publicados en los periódicos, difundidos a la radio y a la televisión, en los sitios Web de información y a través de los tweets de los medios de información han sido monitoreados. En República Dominicana, se ha coordinado con ESPACINSULAR. Los resultados nacionales, coherentes con las conclusiones globales, revelan que la presencia de las mujeres en la actualidad sigue siendo minoritaria en comparación con los hombres. Las mujeres eran sujetos o fuentes de la actualidad en el 26% de los reportajes, lo que representa una ligera disminución con respecto al resultado nacional del GMMP-2015, cuando ese porcentaje era del 27%, reiterando la invisibilidad parcial de las mujeres en la actualidad.

Mots clés: Género, comunicación, investigación, estereotipos, GMMP-2020.

Introducción

Desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 hasta la actualidad, se evidencian avances en el progreso social y en la tarea de elevar el nivel de vida en un marco amplio de libertades. Sin embargo, falta mucho por recorrer para alcanzar el grado de convivencia al que aspira este magno documento. Falta mucho por recorrer. Citamos tan solo un ámbito: el reconocimiento de la participación equitativa de mujeres y hombres.

En 1995, luego de casi medio siglo de esta Declaración, se reunió la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, que adoptó la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, incluyendo a los medios de comunicación en las 12 áreas prioritarias para avanzar hacia la igualdad. «... *las redes mundiales de comunicación se han utilizado para difundir imágenes estereotipadas y degradantes de la mujer con estrechos fines comerciales y de consumismo. Mientras la mujer no participe equitativamente en las esferas técnica y de adopción de decisiones dentro del contexto de las comunicaciones y los medios de difusión, incluidas las artes, seguirá siendo objeto de representaciones*

falsas y se seguirá desconociendo cómo es en realidad su vida. Los medios de difusión tienen muchas posibilidades de promover el adelanto de la mujer y la igualdad entre mujeres y hombres mostrando a las mujeres y los hombres sin estereotipos, de modo diverso y equilibrado, y respetando la dignidad y el valor de la persona humana»¹. Como un objetivo estratégico se propuso: «Alentar a los medios de información a que examinen las consecuencias de los estereotipos basados en el género, incluidos los que se perpetúan en los avisos comerciales que promueven la violencia y las desigualdades basadas en el género, así como también la manera en que se transmiten durante el ciclo vital, y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad sin violencia»².

En cuanto al ejercicio del poder y la adopción de decisiones, la Declaración sostiene que las mujeres han demostrado con creces su capacidad de liderazgo. *«Sin embargo, los estereotipos sociales negativos en cuanto a las funciones de la mujer y el hombre, incluidos los estereotipos fomentados por los medios de difusión, refuerzan la tendencia a que las decisiones políticas sigan siendo predominantemente una función de los hombres. Asimismo, la escasa representación de la mujer en puestos directivos en el campo de las artes, la cultura, los deportes, los medios de comunicación, la educación, la religión y el derecho, ha impedido que la mujer pueda ejercer suficiente influencia en muchas instituciones clave»³.*

Hoy, luego de haber transcurrido más de un cuarto de siglo de ese momento histórico en el que se instó a los medios de comunicación a constituirse en instrumentos para actuar de

1 Naciones Unidas, Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995): 14. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

2 Naciones Unidas, Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995): 58. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

3 Organización de las Naciones Unidas (ONU), Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995): 83, 86. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

manera decidida en hacer avanzar la equidad de género, ¿qué tanto se ha cerrado esa brecha histórica?

«Desde 1995 y en intervalos de cinco años, el GMMP ha demostrado que las noticias pintan la imagen de un mundo en el que las mujeres, en proporción a los hombres, están drásticamente subrepresentadas y se vuelven invisibles»⁴. Esa es una de las conclusiones del Global Media Monitoring Project (GMMP) 2020, la investigación más amplia y de mayor trascendencia que aborda el tema de género en los medios de comunicación informativos.

El proyecto es coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés), una organización sin fines de lucro que promueve los derechos a la comunicación y la justicia social, en asociación con ONU Mujeres, entidad de las Naciones Unidas que trabaja temas de igualdad de género; la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Alianza Mundial sobre Género y Medios de Comunicación (Global Alliance on Media and Gender - GAMAG).

La decisión de realizar un estudio periódico de esa naturaleza se tomó en 1994 en Bangkok, durante la realización del Encuentro Mundial «La Comunicación como Fuente de Poder para las Mujeres» (Women Empowering Communication), organizado por la WACC, el International Women's Tribune Centre, de Nueva York, e Isis - Manila, entidad internacional de defensa feminista. Se lleva a cabo con el trabajo voluntario de decenas de organizaciones de derechos de la mujer, grupos de base, asociaciones de medios, organizaciones religiosas e interreligiosas, estudiantes de nivel universitario, periodistas e investigadores de todo el mundo.

La investigación capta una fotografía instantánea de género en un día habitual de noticias en los medios de comunicación

4 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), ¿Quién Figura en las Noticias? Sexta Investigación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) (2020): 1. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

y se constituye en un instrumento con utilidad para incidir en una mayor representación de las mujeres en los medios de comunicación a nivel global.

WACC concibe que una representación justa y equilibrada de las mujeres en los medios de comunicación desempeña un papel fundamental en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres; mientras que ONU Mujeres argumenta que *«al escuchar en las noticias las voces de más mujeres como expertas y líderes, y al ver sus historias centralizadas de manera tal que ejerzan presión sobre los roles de género estereotipados y simplistas, los medios de comunicación pueden crear una representación más precisa, inclusiva y empoderadora...»*⁵.

Desde su primera edición, en 1995, utilizando indicadores de género como la presencia de las mujeres en relación con los hombres, los prejuicios de género, los estereotipos en las noticias y otros, esta investigación viene generando informes sustentados en datos y cifras concretas que se constituyen en insumos de gran utilidad para múltiples sectores. Sus gestores procuran sensibilizar e impactar, de manera particular, el ejercicio periodístico, con el convencimiento de que la plena igualdad de género en términos numéricos es insuficiente sin una mejora en la calidad del periodismo desde una perspectiva de género.

La cantidad de países que participan en cada edición acredita su representatividad. En el primer monitoreo (1995) estuvieron representados 71 países; en el segundo (2000), 70 países; en el tercero (2005), 76 países; en el cuarto (2010), 109 países, entre ellos República Dominicana, que participó por primera vez y lo ha continuado haciendo; en el quinto (2015), 114 países, y en el sexto (2020) concurrieron 116 países. La participación desde sus orígenes hasta el más reciente monitoreo se ha incrementado en un 63 %.

5 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), ¿Quién figura en las noticias? Sexta Investigación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) (2020): 3. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

La presencia dominicana ha sido posible debido al involucramiento del Espacio de Comunicación Insular (ESPACINSULAR), una institución que promueve una comunicación representativa, participativa, democrática y de servicio, y que forma parte de la membresía de WACC. En las tres ediciones en las que ha participado, ESPACINSULAR ha contado con el trabajo colaborativo de investigadoras, periodistas, activistas sociales y estudiantes de comunicación.

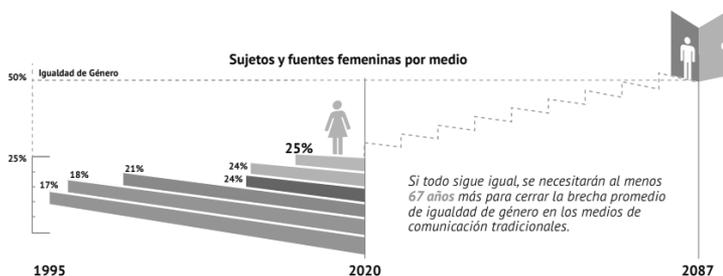
La más reciente edición del GMMP

El 29 de septiembre de 2020, con varios meses de retraso debido a la crisis sanitaria global originada por el coronavirus COVID-19, se levantó la muestra de la sexta y más reciente edición del GMMP, luego de que hicieran una serie de ajustes en los instrumentos utilizados para recabar la información, a fin de evitar distorsiones en los resultados finales debido al peso de las noticias referidas a una pandemia que todavía está presente, permitiendo así que sean comparables con las cinco investigaciones anteriores. En principio, la fecha convenida fue el mes de marzo del referido año, fecha que coincidió con un momento de gran expansión del COVID-19, por lo que fue reprogramada. La muestra abarcó 30,172 historias publicadas y/o difundidas en periódico, radio, televisión, sitios web de noticias y en Twitter.

La presentación mundial de los resultados se realizó el 14 de julio de 2021. A continuación, una panorámica del GMMP-2020.

Los resultados del Proyecto de Monitoreo Global de Medios revelan que en un período de cinco años (2015 -2020) la presencia de las mujeres en los medios de comunicación se incrementó en apenas un punto, colocándose de un 24 % en un 25 %. En la primera investigación (1995), sólo el 17 % de las personas entrevistadas o sobre las que trataban las noticias eran mujeres. El primer cambio significativo se registró en su tercera edición (2005), cuando las mujeres representaron el 21 % de los temas de las noticias, continuando esa tendencia

de aumento en la cuarta edición (2010), cuando la representación de mujeres ascendió al 24 % de las personas escuchadas, leídas o vistas en las noticias de periódico, televisión y radio, porcentaje que quedó estancado en la quinta edición (2015), cuando se reeditó el 24 %. En esa quinta edición fueron incluidas, por primera vez, las plataformas digitales de difusión de noticias, obteniéndose que sólo el 26 % de las personas que aparecían en las historias de los sitios web de noticias tradicionales y en los tuits de noticias de los medios de comunicación eran mujeres⁶. En los noticieros televisivos monitoreados, las mujeres fueron el 13 % de los sujetos y fuentes; en las noticias digitales y tuits codificados de los medios transnacionales, el 21 %. Si bien los resultados han mejorado, la invisibilidad de las mujeres es más marcada en los medios internacionales influyentes que sirven a las grandes audiencias.



Debido a la pandemia, la proporción de noticias de ciencia / salud fue significativamente mayor en 2020 en comparación con períodos anteriores, incrementándose del 10 % en 2005 al 17 % en la actualidad; en cambio, la presencia de mujeres en este tema se redujo en cinco puntos después de un aumento constante entre 2000 y 2015.

Las voces de las mujeres como portavoces se han incrementado en ocho puntos desde el 2005, y como expertas en siete puntos en el mismo período. En los últimos años, han surgido

6 Espacio de Comunicación Insular (ESPACINSULAR), Resultados del Sexto Monitoreo Global de Medios revelan un panorama mixto de progreso, estancamiento y retroceso (2021). <http://www.espacinsular.org/index.php/noticias/8482-resultados-del-sexto-monitoreo-global-de-medios-revelan-un-panorama-mixto-de-progreso-estancamiento-y-retroceso>

numerosas iniciativas de recurrir a mujeres como fuentes de opinión expertas en todo el mundo y las organizaciones mediáticas están realizando esfuerzos visibles para diversificar a sus grupos de especialistas, respondiendo a presión externa, así como a esfuerzos internos. Actualmente, el 24 % de las voces expertas en las noticias son mujeres, un aumento dramático desde el 19 % de hace cinco años. De acuerdo con los patrones históricos, es más probable que las mujeres aparezcan en roles no excepcionales como proveedoras de experiencias personales (42 % en medios tradicionales, 41 % en sitios web de noticias) y como formadoras de opinión popular (38 % en medios tradicionales, 39 % en sitios web de noticias)⁷.

En cuanto a historias relacionadas con acoso sexual, violación u otras formas de violencia de género y cuestiones específicas de desigualdad de género, entre siete y nueve de cada diez historias refuerzan o no hacen nada para desafiar los estereotipos de género, con las consecuentes implicaciones de normalización y continuidad de las injusticias que constituyen el foco de las historias⁸.

¿Quiénes reportan las noticias?

Las noticias reportadas por mujeres en medios tradicionales se incrementaron del 37 % en 2005 al 40 %. También aumentaron los créditos de mujeres en los periódicos, en 11 %, en los noticieros de TV, en un 9 % y, en línea, el 42 % de las personas

7 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), Sexto Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Principales Hallazgos (2020): 2. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_FINAL_.pdf Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), Sexto Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Principales Hallazgos (2020): 2. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_FINAL_.pdf

8 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), ¿Quién figura en las noticias? Sexta Investigación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) (2020): 7. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

periodistas nombradas en artículos noticiosos - vistos o escuchados en clips multimedia - son mujeres.

De los datos arrojados por esta investigación se infiere que, según el Índice de Igualdad de Género en los Medios (GEM), para cerrar la brecha promedio de igualdad de género en los medios de comunicación tradicionales se requerirán 67 años. Este índice mide el nivel de igualdad de género en el contenido de los medios informativos y está construido para ser teóricamente informado, fácil de aplicar y calificar. Incluye seis indicadores del GMMP y considera la presencia general de mujeres y hombres en las noticias, así como su visibilidad y voz en roles y temas específicos sensibles al género⁹.

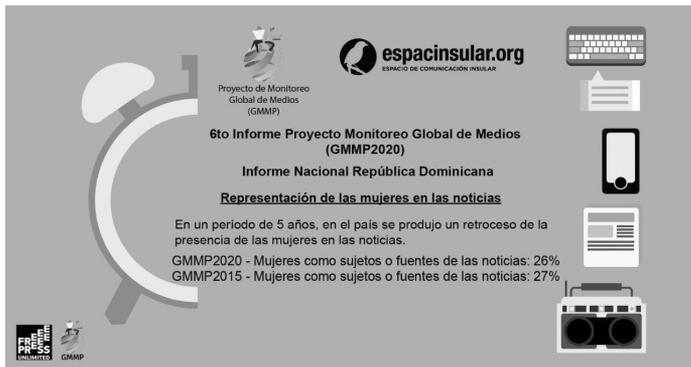
En el enlace a continuación, se puede acceder al informe completo: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

Resultados nacionales

Los resultados nacionales del GMMP-2020, en coherencia con los resultados globales, revelan que la presencia de las mujeres en las noticias continúa en significativa minoría respecto a la presencia masculina. Las mujeres fueron sujetos o fuentes de las noticias en un 26 % de los reportes, lo que representa un ligero descenso con el resultado nacional del GMMP-2015, cuando ese porcentaje fue de 27 %, reiterándose la parcial invisibilidad de las mujeres en las noticias¹⁰.

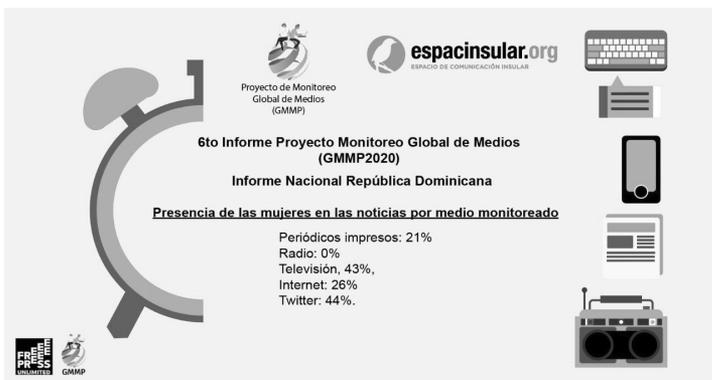
9 Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), ¿Quién figura en las noticias? Sexta Investigación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) (2020): 79. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

10 Espacio de Comunicación Insular (ESPACINSULAR), Proyecto de Monitoreo Global de Medios. República Dominicana - Informe Nacional (2020). <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Republica-Dominicana-Informe-GMMP.pdf>



Fueron monitoreados 4 diarios impresos, 1 informativo de radio, 2 noticiarios de televisión, 4 periódicos de Internet y 2 páginas de Twitter, para un total de 157 noticias, incluyendo los tuis, siguiendo la metodología del GMMP.

En cuanto al tipo de medio monitoreado, en los periódicos impresos la presencia de las mujeres en la muestra fue de un 21 %, en la televisión, de un 43 %, en Internet, de un 26 % y en Twitter, de un 44 %. En la radio, en la muestra seleccionada la presencia de las mujeres fue de 0 %, Es oportuno destacar que en 2015 solo se monitorearon medios impresos (periódicos), por lo que si compara ese resultado de 2015 (27 %) con la presencia de mujeres en los periódicos impresos correspondiente a la investigación de 2020 (21 %), se experimentó un descenso de seis puntos.



La menor presencia de las mujeres en los medios convencionales estuvo en los temas del renglón de política y gobierno, con apenas un 3 %, resultando ésta en un 14 % en Internet y Twitter. En la investigación de 2015 ese porcentaje fue de un 10 %, siendo, entonces, también el porcentaje más bajo.

Respecto a la clasificación de las fuentes informativas por ocupación y por sexo, de las personas que fueron consultadas en las noticias y que ostentan cargos políticos, incluyendo el de congresistas, solo el 5 % correspondió al sexo femenino, mientras que esta presencia femenina se incrementó a un 85 % cuando se consultó a vecinas/os. Ninguna mujer fue consultada en las ocupaciones de experta/o, académica/o, conferenciante o docente, médica/o, dentista, especialista en salud, policía, militar, oficial de bomberos y figura religiosa.

Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMMP)

espacinsular.org
ESPACIO DE COMUNICACIÓN INSULAR

6to Informe Proyecto Monitoreo Global de Medios (GMMMP2020)
Informe Nacional República Dominicana

Ocupación de las mujeres representadas en las noticias

Mujeres políticas o congresistas: 5%
Mujeres expertas, académicas, conferenciantes...: 0%
Vecinas: 85%

En 2015, de las personas con altos cargos en la política o en los partidos políticos tan solo un 13 % eran mujeres, mientras que ellas fueron mayoría (60 %) entre empleados/as del gobierno o servidores públicos. El mayor porcentaje en términos de ocupación de las mujeres es el relacionado con su función en el hogar y la familia (un 44 % era ama de casa o madre).

Respecto al sexo de reporteras/os, locutores y presentadores por medios, en los periódicos impresos el sexo femenino representó el 65 %; en la radio, el sexo masculino representó el 100 %, y en la televisión, el femenino representó el 70 %. En

2015, las noticias monitoreadas fueron redactadas por periodistas mujeres en un 43 %.

En el GMMP-2020 se formularon tres preguntas especiales, que cada país pudo seleccionar en función de sus realidades. La primera de estas preguntas, ¿Esta persona es identificada como el agresor por género?, sólo alcanzó una mención positiva, siendo ésta en Internet, en la que se hace referencia a igualdad de género o a derechos humanos y en la que se desafía estereotipos de género.

La segunda pregunta, ¿La historia se refiere al aborto (interrupción del embarazo) en las tres causales?, sólo alcanzó una mención, siendo esta en Internet, en la que se hace referencia a igualdad de género o a derechos humanos sin que se desafíe estereotipos de género.

La tercera pregunta, ¿La historia se refiere a mujeres migrantes?, alcanzó dos menciones en televisión y dos menciones en Internet. En dos de esas menciones se hace referencia a igualdad de género o a derechos humanos y se desafía estereotipos de género.

Análisis cualitativo

El GMMP también tiene un componente cualitativo. Compartimos un estudio de caso que formó parte del informe nacional¹¹, realizado por una de las investigadoras. La noticia se tituló: «Una promotora de la hermandad entre mujeres», publicada el día del monitoreo en la pág. 5B de la sección Ros-tros del periódico Hoy. «*Se trata de una entrevista a una publicista que aboga por la sororidad y los derechos de las mujeres. Hay dos imágenes: la principal consiste en la imagen de la entrevistada posando como modelo, una segunda imagen,*

11 Espacio de Comunicación Insular (ESPACINSULAR), «Proyecto de Monitoreo Global de Medios. República Dominicana - Informe Nacional», (2020): 32. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Republica-Dominicana-Informe-GMMP.pdf>

más pequeña, muestra el rostro de la protagonista de la historia.

Este análisis es complejo. Por un lado, constituye un tema que remite a la conciencia de género. Una mujer protagonista habla sobre sus ideas sobre derechos y sororidad. En ese sentido, da la palabra y el protagonismo a una mujer.

Por otro lado, se publica en la sección de “Rostros” que es “Sociales” o el equivalente de “Gente” en algunos países. Esta sección se destina por lo general a temas triviales. Puede interpretarse como una trivialización del tema o bien como una oportunidad de aprovechar una sección muy leída para abordar un tema importante, serio y cambiar estereotipos.

En cuanto a la imagen, según la perspectiva feminista liberal que se plantee puede entenderse como un acto de libertad, ya que una mujer se presenta como desea, exhibe su imagen de belleza, juventud y estilismo, mientras también habla de lo que desea, un tema muy relevante.

Desde otra perspectiva, se puede ver la imagen como estereotipada, ya que no es común que los hombres al hablar de temas de derechos o de construcción de solidaridad sean presentados como modelos o se destaque su belleza, sino que posan o son fotografiados en posiciones sobrias que mandan el mensaje de que son líderes, activistas o personas comprometidas».

Para acceder a la noticia citada, puede hacerlo a través del siguiente enlace: <https://hoy.com.do/edicion-impresahoy-martes-29-de-septiembre-del-2020/>

Recomendaciones y Plan de Acción 2021-2025

Concibiéndose el GMMP como un instrumento de transformación, ESPACINSULAR propone la implementación del Plan Quinquenal 2021 - 2025¹² para incidir en una ma-

12 Espacio de Comunicación Insular (ESPACINSULAR), «Proyecto de Moni-

yor y mejor visibilidad de mujeres y niñas en las fuentes informativas y la inclusión de más expertas en temas de la agenda mediática, incluyendo los derechos reproductivos de las mujeres, salud y violencia machista, entre otros temas.

Los componentes propuestos son los siguientes:

- Amplia difusión de los resultados nacionales del GMMP-2020 compartiendo el informe con organizaciones de mujeres y medios de comunicación.
- Formulación e implementación de un Proyecto de Capacitación sobre Comunicación y Género, con una duración de 3 años, que tenga como objetivo contribuir a cambiar los resultados locales del GMMP-2020 sobre la representación de las mujeres en las noticias, a través de un observatorio de medios, talleres, incidencia en las escuelas de Comunicación Social de las universidades y la organización de concursos periodísticos.
- Creación de una Mesa de Trabajo sobre Comunicación y Género, que dé seguimiento a los resultados del GMMP-2020, en la que se procure la participación del Colegio Dominicano de Periodistas, periodistas en medios de Comunicación, directoras, directores y docentes de Escuelas de Comunicación y otros. Entre los trabajos de esta Mesa se propone realizar, previo al GMMP-2025, monitoreos semestrales o anuales para registrar estadísticas del comportamiento de los medios en estos temas.

Puede acceder al informe nacional completo en el enlace siguiente: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Republica-Dominicana-Informe-GMMP.pdf>

toreo Global de Medios. República Dominicana - Informe Nacional», (2020): 35. <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Republica-Dominicana-Informe-GMMP.pdf>

Bibliografía

1. Organización de las Naciones Unidas (ONU), «Declaración Universal de Derechos Humanos» (1948). <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
2. Organización de las Naciones Unidas (ONU), *Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing* (1995). <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>
3. Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), *Sexto Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Principales Hallazgos* (2020). https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights.spa_FINAL_.pdf
4. Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), *¿Quién figura en las noticias? Sexta Investigación del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)* (2020). <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>
5. Espacio de Comunicación Insular (ESPAICINSULAR), «Proyecto de Monitoreo Global de Medios. República Dominicana - Informe Nacional», (2020). <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Republica-Dominicana-Informe-GMMP.pdf>
6. Espacio de Comunicación Insular (ESPAICINSULAR), *Resultados del Sexto Monitoreo Global de Medios revelan un panorama mixto de progreso, estancamiento y retroceso* (2021). <http://www.espacinsular.org/index.php/noticias/8482-resultados-del-sexto-monitoreo-global-de-medios-revelan-un-panorama-mixto-de-progreso-estancamiento-y-retroceso>
7. *Periódico Hoy*, «Una promotora de la hermandad entre mujeres», 2020: 5B. <https://hoy.com.do/edicion-impresa-hoy-martes-29-de-septiembre-del-2020/>