

## Las mujeres y su presencia mediática en las campañas electorales

### La inequidad también se mide en noticias

**Vania Sandoval Arenas<sup>1</sup>**

¿Hay avances en cuanto a la participación política y discursiva de las mujeres en Bolivia?. Sí, pero falta mucho por andar para lograr la presencia paritaria en los espacios que visibilizan propuestas y mensajes distintos a los hegemónicos. Un ejemplo relevante: en la cobertura informativa de las campañas electorales, las mujeres candidatas fueron relegadas y la problemática ligada a la inequidad de género, prácticamente invisibilizada. El estudio “Campañas Vs Propuestas” realizado por el Observatorio Nacional de Medios de la Fundación UNIR Bolivia así lo comprueba.

La temática de género, es decir, el abordaje de los temas relacionados a las desigualdades y equidad de género no estuvo presente en la agenda de cobertura periodística de las elecciones generales del 6 de diciembre de 2009.

En noticieros de televisión<sup>2</sup>, los temas de género fueron marginales, con el 0,2% en 652 noticias.

En prensa, durante las nueve semanas<sup>3</sup> que duró la campaña electoral, la cobertura informativa sobre la temática de género en las notas referidas a las elecciones 2009 fue mínima, con un 1% de 4731 notas.

---

<sup>1</sup> Investigadora del Observatorio Nacional de Medios de la Fundación UNIR Bolivia

<sup>2</sup> Del 5 al 9 de octubre, del 2 al 6 de noviembre y del 30 de noviembre al 7 de diciembre en las redes de Televisión Unitel, PAT, Red UNO, ATB, Bolivisión, Bolivia TV (Canal 7).

<sup>3</sup> Del 5 de octubre al 7 de diciembre, fueron analizadas las noticias sobre elecciones publicadas en 13 diarios nacionales. Ver ficha técnica al final del texto.

En radio, durante siete días<sup>4</sup> previos a las elecciones, no hubo ninguna nota referida al tema género.

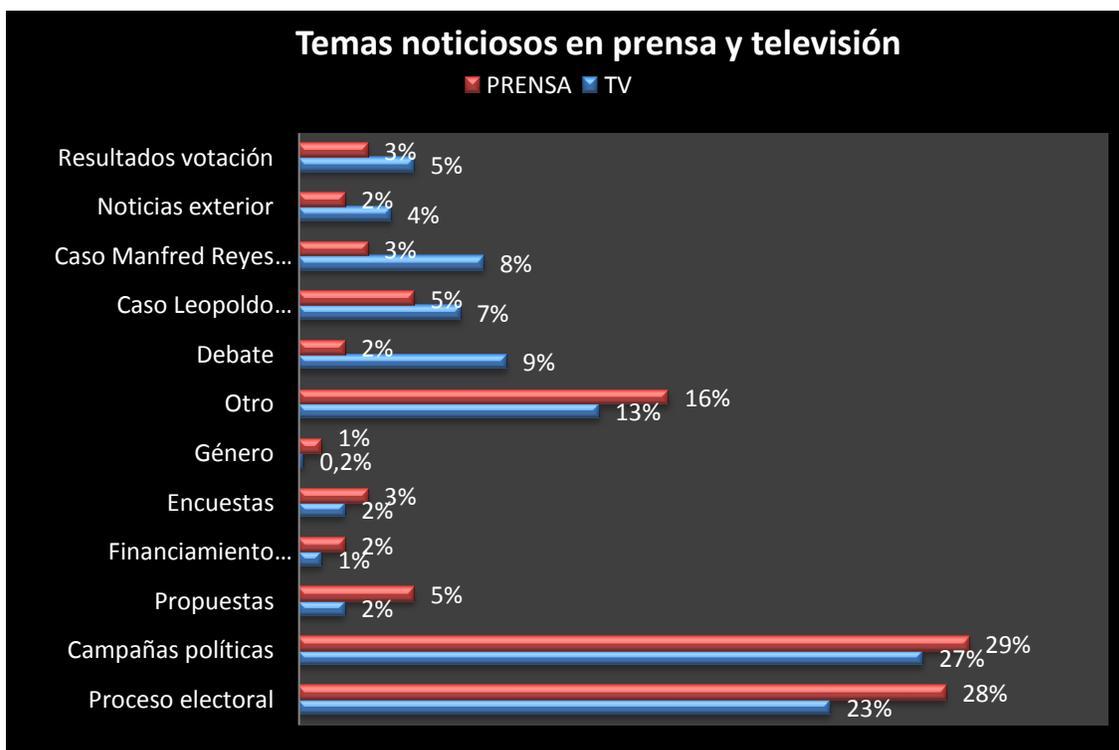


Gráfico 1. Fuente: ONADEM

Además de que la temática de género fue marginal en la cobertura informativa, hubo muy pocas noticias en las que un medio de comunicación aborde el tema por su cuenta, como parte de una agenda propia. Las pocas noticias publicadas sobre la temática de género tuvieron que ver con declaraciones sobre el tema de candidatos o candidatas, o con declaraciones de organizaciones que hicieron movilizaciones para exigir la paridad de género en las listas de candidatas.

Entre las excepciones, es decir, notas informativas propiciadas por el medio y no por alguna declaración de candidato o institución, estuvieron las siguientes:

### La Razón 13/11

#### **Siete de ocho fuerzas políticas olvidaron los derechos de las mujeres maltratadas**

La violencia por razones de género acosa a miles de mujeres bolivianas. A pesar de ello, sólo el MAS propuso redactar leyes más duras para los agresores y el resto de los partidos ni siquiera hizo referencia a estas personas.

<sup>4</sup> Del 30 de noviembre al 7 de diciembre 2009 en cuatro redes radiales nacionales: Erbol, Panamericana, Fides, Patria Nueva.

### El Deber 30/12

Las mujeres no existen en la oferta electoral de los frentes

### El Día 28/10/09

#### **La mayoría de las candidatas a la Asamblea es profesional.**

Las mujeres postulantes por diferentes agrupaciones aseguraron tener la capacidad de ser parte de la vida política tomar decisiones. Cuentan que tienen el apoyo de sus familiares para seguir.

La temática de género en las elecciones es atribuida, casi exclusivamente, tanto por la agenda política como por la agenda mediática, a las candidatas mujeres; los temas considerados de preocupación de las candidatas y sobre los que ellas hablan y son consultadas periódicamente tienen que ver con la violencia hacia mujeres y niños, la paridad en las listas y la presencia de candidatas y/o invitación a las mismas a los debates en la TV.

Por ejemplo, en El Deber, el 1ro de noviembre se publicó la siguiente información:

#### ***“Cuatro Mujeres Debaten hoy en Usted Elige”***

*Es el turno de las mujeres en usted Elige, cuatro aspirantes a la Asamblea Legislativa debatirán las reformas a la Nueva Constitución sobre el tema de género. Las aspirantes al nuevo congreso expondrán sus planes.*

La Razón hizo una nota crítica respecto a este tipo de abordaje político y también periodístico, cuando se deja fuera a los hombres de la discusión de los temas de género.

### La Razón 18/11

#### **La promoción de derechos sexuales queda en manos de las mujeres**

Los partidos políticos centran sus propuestas en la construcción de normas que garanticen el ejercicio de estos derechos y obligaciones entre las mujeres y los jóvenes, los hombres no forman parte de la discusión.

Según las noticias analizadas, la presencia de candidatas se considera ya un avance a favor de la equidad de género, ya sea por su participación en movilizaciones de campaña o en reuniones específicas con mujeres organizadas por dirigentes o candidatas.

#### **Cambio 14. 5/10**

##### **MAS inicia campaña con mujeres en Santa Cruz**

Una concentración de mujeres campesinas, indígenas, clases medias e intelectuales postulantes al órgano electoral plurinacional por el MAS marcó el inicio de la campaña electoral de ese partido.

Algunos candidatos hicieron ofertas concretas a las mujeres, sobre todo en cuanto a su independencia económica. Al respecto, hubo cobertura mediática.

#### **El País 13/10**

##### **Aseguran que en UN hay equidad de género**

La militante de Unidad Nacional Lourdes Centellas, dijo que las mujeres de su partido apoyan a Doria Medina porque tiene proyectos para las mujeres. Uno de los proyectos de UN es proporcionar un incentivo económico a las mujeres para que éstas puedan emprender algún negocio y así ya no depender del esposo.

La única mujer candidata a la presidencia, Ana María Flores, del Movimiento de Unidad Social Patriótica (MUSPA), puso el tema de género sobre la mesa de discusión. “Lo que no hicieron los hombres haremos las mujeres”, señaló la candidata en sus discursos, basando su estrategia de campaña en presentar atributos femeninos - como la capacidad de administración de los ingresos familiares- como los necesarios para reconducir la política y la economía boliviana.

#### **Los Tiempos 01/12 Usted Elige Día V**

Promesa. La única candidata mujer a la presidencia de Bolivia dice que los gobernantes varones de los últimos años sólo llevaron al país a la pobreza, a la inseguridad y a la división. Ofrece cambiar todo si es elegida.

##### **Ana Flores quiere hacer lo que “ningún hombre” pudo**

Por su parte, el Presidente y candidato Evo Morales se declaró no feminista, pero sí dijo que haría un gabinete paritario, además destacó el valor moral y ético de las mujeres.

Un discurso de Evo Morales, efectuado el 14 de noviembre, cuando señaló que las mujeres le cantaban un estribillo “de doble sentido”<sup>5</sup>, desató protestas de organizaciones ligadas a la defensa de los derechos de la mujer. Este tema tuvo cabida en dos periódicos.

### **Opinión 19/11**

#### **Organizaciones piden respeto para mujeres en campañas electorales**

Organizaciones femeninas exigieron hoy a los candidatos respeto para las mujeres en campaña y la eliminación de estereotipos sexistas y denigrantes refiriéndose a los comentarios que ha hecho el actual Presidente sobre los lemas de las mujeres en Cochabamba

### **Los Tiempos , 18/11 de Usted Elige Día V**

Contra el machismo en las campañas

#### **Mujeres exigen respeto a los candidatos**

### **La Prensa 7/11**

#### **Evo rechaza a las “mujeres feministas”**

El jefe de Estado desayunó ayer con organizaciones de mujeres en Cochabamba

Evo confiesa que no le gusta el feminismo y critica a varones

En los diarios, el principal tema relacionado con género tuvo que ver con el cumplimiento o no de la alternancia varón - mujer en las candidaturas a la Asamblea Plurinacional.

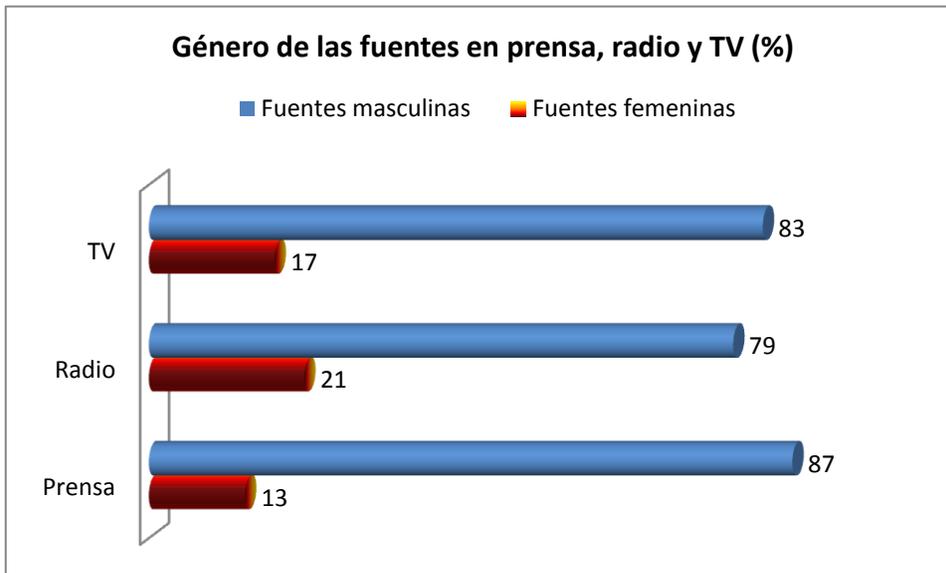
En general, la cobertura informativa sobre la temática de género dentro de las noticias referidas al proceso electoral, reprodujo lo que destacaron los políticos en su campaña y algunas instituciones que trabajan por la equidad de género.

---

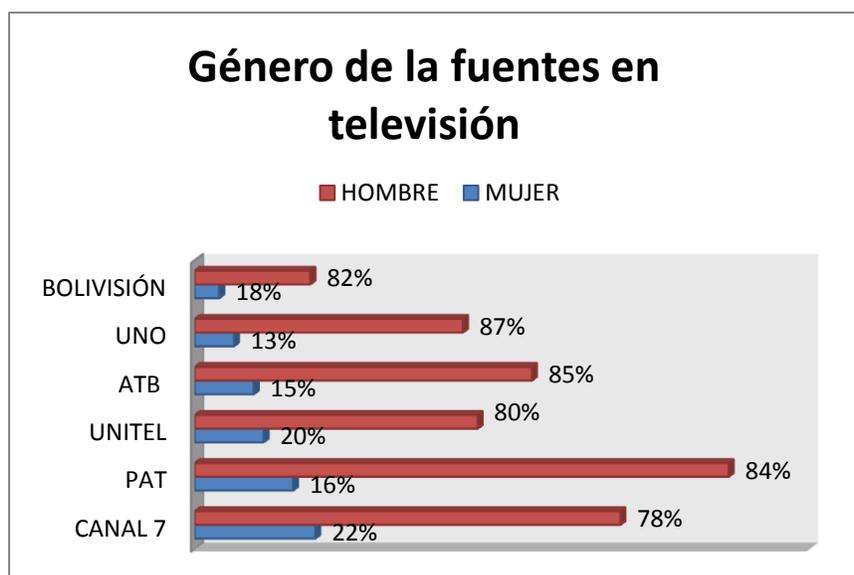
<sup>5</sup> El Presidente de la República y candidato a su reelección, Evo Morales, está en campaña y en una proclamación se expresó de esta manera de las mujeres: “¿Saben que dicen las mujeres en Cochabamba? su consigna dice, mujeres ardientes Evo Presidente. Otra compañera dice, mujeres calientes, Evo valiente. No estoy mintiendo está grabado en la televisión. Otras mujeres más agresivas o atrevidas dicen, mujeres aguantan, Evo no se cansa.” (noticiero PAT 13 de noviembre)

## Las mujeres no fueron protagonistas de las noticias

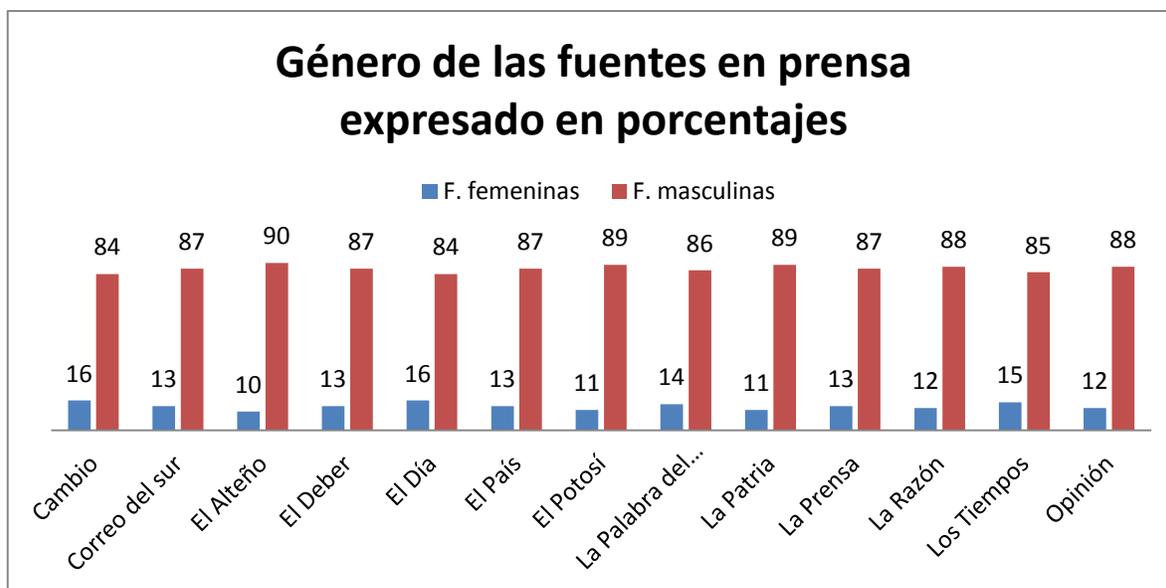
La desigualdad en la cobertura a hombres y mujeres en las noticias sobre elecciones fue evidente, puesto que las fuentes femeninas fueron el 17% (en promedio) y las masculinas el 83% de 965 fuentes consultadas en medios televisivos. En los periódicos las fuentes femeninas sólo fueron el 13% (en promedio) mientras que las masculinas constituyeron el 87% de un total de 7278.



El desglose de las fuentes femeninas en noticieros, según canales de TV, se detalla en el siguiente gráfico:

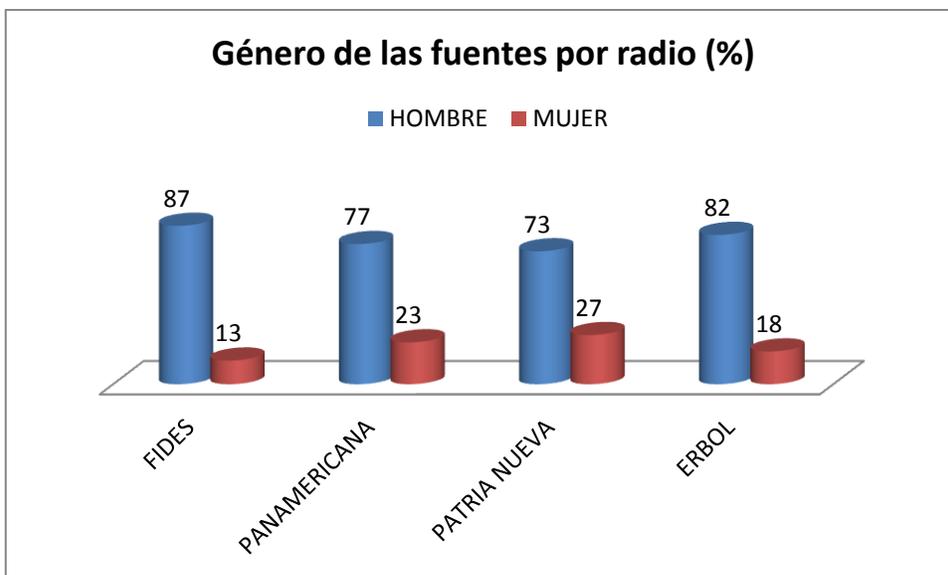


En cuanto al uso de fuentes, el máximo uso de fuentes femeninas en un canal respecto a la cobertura de las elecciones 2009 llegó al 20% (Canal 7), mientras que el que menos usó fuentes femeninas en sus noticieros fue Red UNO (con el 13%).



De los medios escritos, Cambio de La Paz y El Día de Santa Cruz fueron los que más fuentes femeninas consultaron con el 16%, mientras que El Altoño de la ciudad de El Alto fue el que menos cobertura otorgó a las mujeres.

En las redes de radio, las mujeres fueron fuentes en el 21% de los casos en promedio.



La temática de inequidad de género en la cobertura periodística electoral de las elecciones 2009 estuvo minimizada y fue insuficiente para otorgar insumos informativos de calidad que permitan visibilizar adecuadamente esta problemática. La desigualdad en el ejercicio de derechos entre hombres y mujeres no fue un tema tratado por la mayoría de los actores y partidos políticos protagonistas de las elecciones, y tampoco fue un tema incluido en la agenda mediática, salvo excepciones.

En la cobertura informativa, las mujeres no fueron fuentes relevantes cuantitativamente en las noticias de prensa, radio y TV sobre las elecciones. Los programas de gobierno sobre economía, política, etc., no fueron explicados por las candidatas de sexo femenino, quienes sí fueron protagonistas de noticias cuando hablaron sobre violencia, maltrato infantil e inseguridad ciudadana, replicando un discurso discriminator –muchas veces sobreentendido- que considera que “esos son los temas femeninos”.

En vista de estos resultados, se ratifica la idea del ONADEM en sentido de que es necesario trabajar por un periodismo plural, inclusivo y no discriminator, buscando acortar las brechas de inequidad que actualmente hacen que importantes sectores poblacionales estén marginados del espacio informativo público.

*“El uso reiterado de bien conocidos estereotipos de género (como presentar a las mujeres sólo como cuidadoras de la familia u objetos sexuales) afecta a la percepción pública de la realidad. Los estereotipos están por todas partes.*

*Existen en la utilización de mujeres sofisticadas para promocionar cosméticos y productos de belleza, o en las historias de mujeres como cuidadoras y amas de casa, también a menudo para vender alimentos y servicios para el hogar. Este fenómeno fue denunciado en la Declaración adoptada por Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas, en Pekín, en 1995, que hizo un llamamiento a los propietarios de los medios de comunicación y a los profesionales para que desarrollen y adopten códigos o pautas para promover una mejor y más correcta presentación de las mujeres en los medios.*

*El informe del GMMP (Proyecto Global de Observación de los Medios) de 2005 señalaba la marginación de las mujeres que son sólo el 21% de las personas que aparecen en las noticias.*

*El GMMP dice que es más fácil encontrar a las mujeres en noticias “ligeras”, que tienen que ver con asuntos como los famosos y las artes, donde aparecen en el 28% de las noticias, y es más difícil encontrarlas en las noticias “serias” sobre política, gobierno (14%) y economía”.*

**(Instalar el equilibrio. Igualdad de Género en el Periodismo. Federación Internacional de Periodistas FIP. UNESCO- Bélgica -2008. [www. ifj.org](http://www.ifj.org))**

### Ficha Técnica del Trabajo

<b>Objetivo</b>	Determinar la presencia cuantitativa y cualitativa de la temática de género en la cobertura informativa de las elecciones 2009, expresada en el tratamiento periodístico otorgado y en las fuentes femeninas consultadas.
<b>Muestra</b>	<b>Televisión.</b> 6 redes nacionales: <b>UNITEL, PAT, Canal 7, ATB, Red UNO y Bolivisión</b> en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz <b>Prensa.</b> 13 diarios nacionales: <b>La Prensa, La Razón, El Alteño y Cambio</b> (La Paz), <b>El Deber y El Día</b> (Santa Cruz), <b>Los Tiempos y Opinión</b> (Cochabamba), <b>Correo del Sur</b> (Sucre), <b>La Patria</b> (Oruro), <b>El País</b> (Tarija), <b>La Palabra del Beni</b> (Trinidad), <b>El Potosí</b> (Potosí) <b>Radio.</b> 4 redes nacionales: <b>ERBOL, FIDES, Patria Nueva y Panamericana.</b>

	<p><b>Nº de notas analizadas. Televisión:</b> 652 noticias (de 96 noticieros nocturnos y 36 ediciones especiales el día de votación). <b>Prensa:</b> 4.731 noticias (de 819 ediciones). <b>Radio:</b> 310 noticias (24 noticieros y 4 emisiones especiales el día de votación).</p> <p><b>Periodo de observación. Televisión:</b> 5, 6, 7, 8 y 9 de octubre; 2, 3, 4, 5 y 30 de noviembre; 1, 2, 3, 4, 6 y 7 de diciembre (17 días). <b>Prensa:</b> del 5 de octubre al 7 de diciembre (63 días). <b>Radio:</b> 30 de noviembre, 1, 2, 3, 4, 6 y 7 de diciembre (7 días).</p>
<b>Equipo de trabajo</b>	Vania Sandoval, Sandra Villegas, Bernardo Poma bajo la dirección de Erick Torrico.