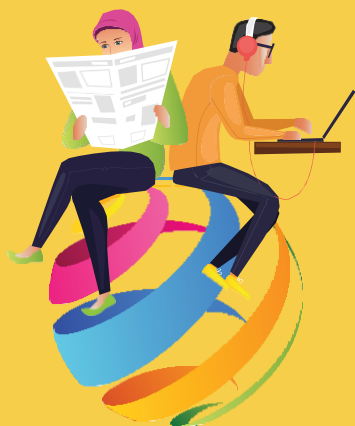


**¿QUIÉN
FIGURA EN LAS
NOTICIAS?**

BOLIVIA



GMMP

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2020

INFORME NACIONAL



GMMP

Proyecto de
Monitoreo Mundial
de Medios

2020



GMMP 2020 aparece bajo licencia de creative commons utilizando una Attribution-NonCommercial-NoDerivs. El GMMP 2020 lo coordinó la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una ONG internacional que promueve la comunicación para el cambio social.



La información para el GMMP 2020 se recolectó mediante un esfuerzo colectivo de voluntarios y voluntarias de cientos de organizaciones, entre ellas activistas en el ámbito de las cuestiones de género y medios, grupos de base en el ámbito de las comunicaciones, académicos/académicas y estudiantes de comunicación, profesionales de los medios, asociaciones de periodistas, redes de medios alternativos y distintos grupos eclesiales.

Noncommercial. No utilice con propósitos comerciales este material.

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

Si cita o distribuye este trabajo, cite los términos de la licencia que ampara este trabajo. Sus derechos de acceso a este trabajo y la información que contiene no se ven afectados de ninguna manera.



SECRAD

Servicio de Capacitación
en Radio y Televisión
para el Desarrollo

Con el apoyo de



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



Australian
Broadcasting
Corporation

Reconocimientos

El GMMP 2020 lo coordinó la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), en colaboración con el Media Monitoring África (MMA). La coordinación para el GMMP 2020 en Bolivia estuvo a cargo del Servicio de Capacitación en Radio y Televisión (Secrad) de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, (U.C.B.) Unidad Académica Regional La Paz. Para la recolección de datos se contó con la colaboración voluntaria de estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la U.C.B.

Tabla de contenido

PREFACIO _____	2
Contexto global _____	2
Contexto regional _____	3
Contexto nacional _____	5
RESUMEN EJECUTIVO _____	7
UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN BOLIVIA _____	7
EL CONTEXTO MEDIÁTICO PARA EL ANÁLISIS _____	8
TEMAS EN LAS NOTICIAS _____	11
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS _____	12
PERIODISTAS _____	20
PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS _____	24
ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19 _____	28
ESTUDIOS DE CASO _____	30
CONCLUSIONES _____	41
RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025 _____	43
Anexo 1. Metodología _____	44
Anexo 2. EQUIPO DEL GMMP _____	47

El mundo un simple vistazo
Disparidad entre géneros: Personas en las noticias.

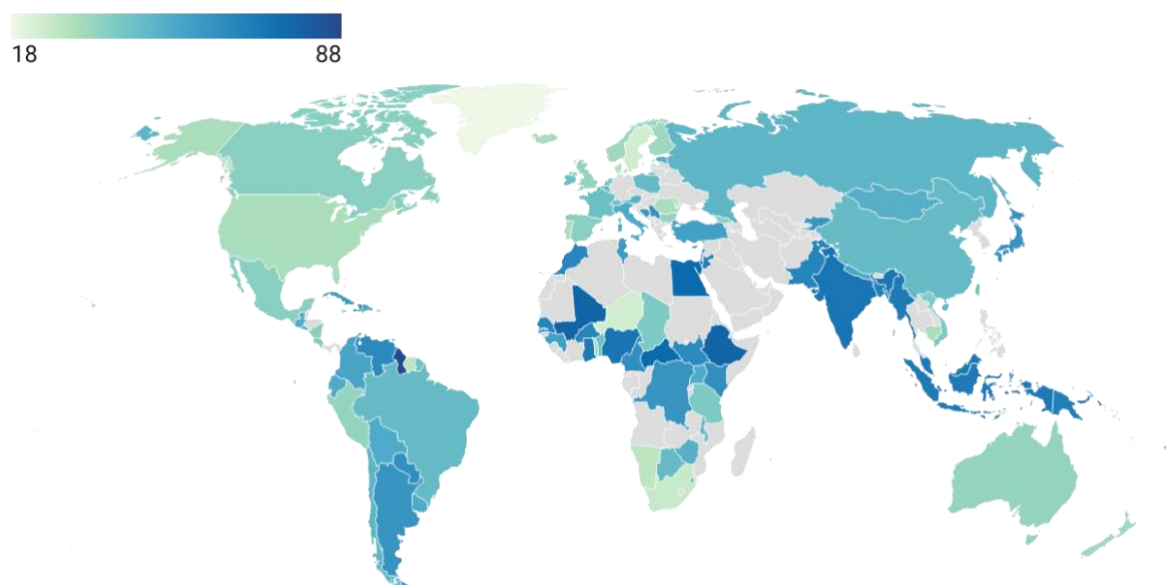


Figura 1. Disparidad entre géneros: Sujetos y fuentes. Periódicos, radio y televisión.

Datos del GMMP 2020

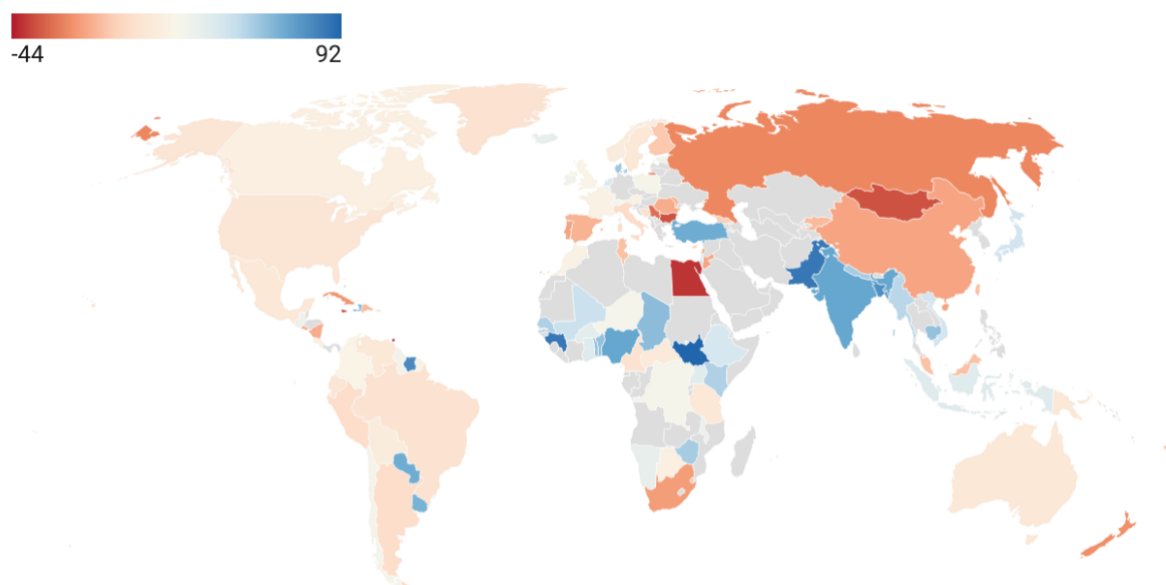


Figura 2. Disparidad entre géneros: Reporteras y reporteros. Periódicos, radio y televisión.

Datos del GMMP 2020

PREFACIO

Contexto global

- El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación más extensa y de mayor duración del mundo sobre género en los medios de comunicación. La investigación se diseñó para capturar una instantánea del género en un día noticioso "ordinario" en los medios de comunicación mundiales. Un día de noticias ordinario se define como aquel en el que la agenda de noticias contiene la mezcla corriente de reportajes, artículos cotidianos sobre política, economía, problemas sociales, delincuencia y otros temas.
- Comenzó en 1995 cuando voluntarios y voluntarias en 71 países de todo el mundo monitorearon la presencia de mujeres en sus noticias nacionales de radio, televisión y prensa. El monitoreo de los medios de comunicación se ha repetido cada cinco años desde entonces, haciendo un balance de los cambios en las dimensiones de género del contenido de los medios de comunicación y recopilando datos estadísticos sobre nuevos indicadores.
- La investigación de 1995 reveló que sólo el 17% de los sujetos de las noticias; las personas que son entrevistadas o sobre las que se tratan las noticias; eran mujeres. Encontró que la paridad de género era "una perspectiva lejana en cualquier región del mundo". Las noticias [eran] presentadas con mayor frecuencia por mujeres, pero [eran] todavía raras veces sobre mujeres.¹
- El primer cambio notable en la presencia general de las mujeres en las noticias se registró en 2005 en la tercera iteración de la investigación.² Las mujeres representaron el 21% de los temas de noticias, un aumento de tres puntos porcentuales durante el período de 2000 a 2005. Sin embargo, su casi invisibilidad continuó, con solo el 10% de los reportajes centrados principalmente en las mujeres, la representación insuficiente en los principales temas de noticias y como voces en las noticias.
- Para el quinto GMMP en 2015, quedó claro que los días noticiosos "ordinarios" no se podían predecir ni planificar con anticipación: ocurren eventos inesperados que dominan las noticias, desde el terremoto de Kobe en 1995, hasta el accidente aéreo de Germanwings en los Alpes. en 2015.
- La investigación de 2015 en 114 países reveló continuas y severas disparidades de género en el contenido de los medios de comunicación. Los hallazgos sobre indicadores clave sugirieron que el progreso hacia la igualdad de género había perdido impulso; las mujeres seguían siendo solo el 24% de las personas escuchadas, leídas o vistas en noticias de periódicos, televisión y radio, exactamente el mismo nivel encontrado en la cuarta ola de la investigación en 2010. Tres ediciones de la investigación - en 2005, 2010 y 2015 - no encontró cambios en el indicador que mide la participación de las mujeres en las noticias como reporteras; solo el 37% de los reportajes en los medios tradicionales fueron reportados por mujeres.

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

² Gallagher, Margaret. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2005. World Association for Christian Communication.

- La relativa invisibilidad de las mujeres en los medios de comunicación tradicionales también se había trasladado a las plataformas de transmisión de noticias digitales incluidas en el monitoreo del GMMP por primera vez. Solo el 26% de las personas en los reportajes de los principales sitios web de noticias y los tweets de noticias de los medios combinados eran mujeres. Los desafíos del sexismo de los medios de comunicación, los estereotipos de género y los prejuicios de género fueron aparentemente intratables en el tiempo, el espacio y las plataformas de entrega de contenido.
- La Secretaria General Adjunta de la ONU y Directora Ejecutiva de ONU Mujeres, Phumzile Mlambo-Ngcuka, subrayó que las formas en que se representa a las mujeres en los medios de comunicación “tienen un efecto profundo en las actitudes sociales y refuerzan los roles tradicionales de género. Las mujeres y las niñas son la mitad de la humanidad. Dar el mismo tiempo y peso a sus historias, presentándolos como modelos positivos y no como víctimas, juega un papel poco apreciado en la creación de un mundo mejor y más libre para todos y todas ”³.
- Los eventos durante el año del GMMP 2020 fueron aún más extraordinarios. A partir de fines de 2019 y se intensificó durante el año, el mundo fue devastado por el nuevo coronavirus Covid-19. Esta sexta ola de la investigación ofreció una oportunidad para analizar el género en la cobertura de los medios durante una catástrofe global, un momento marcado por una crisis de salud mundial y las desigualdades intensificadas que acompañan a la crisis.
- Los equipos del GMMP en 116 países monitorearon 30.172 reportajes publicados en periódicos, transmitidos por radio y televisión, y difundidos en sitios web de noticias y a través de tweets en 2.251 medios. Los reportajes contenían 58.499 temas y fuentes noticiosas, y fueron reportados y presentados por 28.595 periodistas. El número de países participantes aumentó en un 63% desde 1995, ya que se recopilaron datos de referencia para ocho países que se unieron al estudio por primera vez. La cantidad de noticias monitoreadas se ha duplicado en los últimos 25 años y ha aumentado en más de 8.000 desde la edición de 2015.

Los resultados del sexto GMMP revelan un panorama mixto de progreso, estancamiento y regresión. Si bien algunos techos de cristal se están elevando claramente, otros se están estableciendo en ciertos indicadores importantes de igualdad de género en los medios de comunicación. Los últimos cinco años han visto pequeños cambios incrementales hacia la paridad, al mismo tiempo, el ritmo general del cambio sigue siendo glacial.

Contexto regional

El GMMP ha generado un interés creciente en varios países de Latinoamérica desde sus inicios en el 1995. En esa primera edición participaron: Guatemala, México, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay.

Después de 5 años, en el año 2000, al llevarse a cabo la segunda edición de este estudio participaron: Bolivia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú y Uruguay

En el 2005, en la tercera edición del estudio, es interesante observar cómo se han ido sumando más países latinoamericanos para la generación de información y su respectivo análisis, en este participaron: Guatemala, El Salvador, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Paraguay, Chile, Argentina y Uruguay.

En el estudio del 2010 el flujo de información y análisis sobre la participación de las mujeres

³ In *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report, 2015*

en las noticias, incorporó el trabajo voluntario de equipos en los siguientes países: Guatemala, México, Paraguay, El Salvador, Ecuador, Uruguay, Bolivia, Chile, Perú, Costa Rica, Argentina, Nicaragua, Brasil.

En la quinta edición del estudio, realizada en el 2015, la lista de países latinoamericanos participantes es la siguiente: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.

En esta última edición, del GMMP 2020, tenemos la participación de 16 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela; el paso final de análisis y construcción de informes nacionales se realizó solamente en 15 países.

El esfuerzo, trabajo y compromiso de los equipos voluntarios, han sido un elemento trascendental para alcanzar el resultado que ahora presentamos. A pesar de los contextos difíciles, dolorosos en medio de la pandemia por COVID 19 y su impacto en la vida de las mujeres en toda su diversidad, y de todas las personas en diferentes ámbitos de la vida, los equipos voluntarios, siempre pendientes de la información global y las actualizaciones en los plazos, continuaron su trabajo de manera incansable.

Porcentaje Histórico de Representación de las Mujeres.

La situación de la representatividad de las mujeres desde el inicio del GMMP en 1995 denota porcentajes bajos, por ejemplo en la región latinoamericana las mujeres reporteras, presentadoras, entrevistadoras tuvieron una representación del 31% en el total de noticias analizadas, mientras que las mujeres entrevistadas para las noticias tuvieron un porcentaje del 15%.

En la segunda edición realizada en el año 2000, por ejemplo, el porcentaje de las mujeres reporteras/os según los distintos medios (radio, televisión y prensa escrita) bajó al 27%.

En la edición del 2005 (la tercera del GMMP) los datos nuevamente denotan la poca presencia de las mujeres como protagonistas con un bajo 23%. El tema en el que se incrementó la representación de mujeres fue el de crímenes y violencia, en donde el porcentaje subió a 30%.

En el GMMP del año 2010 se pone de manifiesto la presencia de mujeres como sujetos de la noticia y esta presencia difiere según el medio de que se trate; en televisión las mujeres tienen un 32% de presencia, seguido de prensa con un 29% (y finalmente en radio con un 22%).

En el 2015 la presencia de mujeres, tanto como como sujeto de noticia, como en roles de reportera tuvo un porcentaje del 29%. Se daba pasos hacia la igualdad.

Como hemos podido observar, y según los informes del GMMP en ediciones anteriores, la mención a la participación equitativa de mujeres dentro de los medios de comunicación tradicionales y de plataformas digitales no es un tema prioritario, y lamentablemente no estamos observando cambios amplios, sostenidos y determinantes.

Un hecho que resalta en el proceso histórico del GMMP en la región, es la constante incorporación de nuevos países a este proyecto colectivo de comunicación feminista, por una parte, así como la permanencia de otros, desde su inicio. Pese a que la participación y mención porcentual de las mujeres en los medios de comunicación ha crecido de manera lenta y paulatina (según los estudios del GMMP desde 1995) esta realidad tiene el potencial de convertirse en un importante impulsor para el cambio; los resultados del GMMP pueden ser utilizados, por parte de los medios de comunicación para la generación de contenidos con miras a aportar para la igualdad, la generación de políticas de igualdad como el principio de

la paridad; y también para los movimientos de mujeres, los colectivos sociales e incluso, y con mucho énfasis, por parte de las instancias de definición de políticas públicas en los diferentes niveles, para construir e incorporar en sus prácticas, estrategias y programas enfoque de género con el objetivo de garantizar la igualdad.

En este proceso, se ven también situaciones preocupantes dado que el tema en el que ha crecido más sistemáticamente la representación de las mujeres en las noticias, es el de violencia/criminalidad/feminicidio; esta tendencia es evidente en la región, desde el GMMP 2010. Esto, por un lado, nos dice que los medios de comunicación comienzan a considerar como tema la violencia de género dentro de su contenido informativo, pero por otro, también evidencia una situación muy preocupante: que la violencia hacia las mujeres se ha incrementado considerablemente, hasta llegar al punto extremo del feminicidio en nuestra región. La situación de crisis ocasionada por la pandemia tiende a exacerbar este escenario de manera alarmante. Por ello, los datos presentados por el GMMP 2020, son una herramienta que debe y necesita ser utilizada de manera urgente para que los medios de comunicación se conviertan en un mecanismo importante de cambio, un aporte, un elemento impulsor para avanzar hacia la igualdad, erradicando todas las situaciones de discriminación, invisibilización y vulnerabilidad en la que viven las mujeres alrededor del mundo.

Contexto nacional

Información contextual sobre Bolivia

El Estado Plurinacional de Bolivia, reconocido por su diversidad cultural, presenta una considerable influencia indígena y diversidad étnica, siendo 36 etnias reconocidas en la Constitución Política del Estado. Tiene una población aproximada de 11.216.000 habitantes, de los cuales el 50,7% son mujeres; y el 49,3%, hombres (Instituto Nacional de Estadística, 2017).

Bolivia limita al norte y al oriente con Brasil, al sur con Paraguay y Argentina, y al occidente con Chile y Perú. Es uno de los países con mayor diversidad en el mundo, comprende distintos espacios geográficos como la cordillera de los Andes, el Altiplano, Oriental y Amazónica, los Llanos y el Chaco.

El Estado Plurinacional de Bolivia se divide en nueve departamentos: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija, Chuquisaca, Potosí, Beni, Pando y Oruro. Siendo La Paz, Cochabamba y Santa Cruz los departamentos con mayor densidad poblacional.

Normas vinculadas a medios de comunicación y/o mujer

Es importante mencionar que existen documentos y/o códigos que hablan sobre la no discriminación a la mujer en los espacios informativos, tanto a nivel mundial como nacional. Algunos de estos son:

A nivel mundial:

- ✧ La **Convención sobre la eliminación de todas las formas de la discriminación contra la mujer (CEDAW)** menciona la preocupación por los estereotipos de género y el sexismo en los medios de comunicación e insta al Estado a tomar acciones al respecto.
- ✧ La **Plataforma para la acción de Pekín (BPFA) Sección J** menciona su preocupación por la imagen negativa y denigrante de la mujer por parte de los medios de comunicación y resalta la importancia de tratar temas de género y dar visibilidad a las mujeres en las noticias; además propone unas acciones tanto para la sociedad como para los medios.

A nivel nacional es importante mencionar las siguientes normativas

- ✧ La **Constitución Política del Estado** menciona en su artículo 106:
 - ✧ I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.
 - ✧ II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.
 - ✧ III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.
 - ✧ IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.
- ✧ El **Código Nacional de Ética Periodística** menciona en su artículo 11 que debe existir equilibrio por parte de los medios de comunicación al momento de informar; deben proteger los derechos de las personas sin discriminación alguna y respetar la dignidad e intimidad de todas las personas.
- ✧ El **Código de Ética de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia** menciona en su artículo 7 que “los periodistas no deberán mostrar en sus noticias, programas radiales o televisivos, discriminación alguna contra personas, sean éstas por raza, color sexo, religión, opinión política, origen nacional o social”.

Buenas prácticas en género y comunicación

- ✧ **FUNDACIÓN UNIR BOLIVIA**

La Fundación UNIR Bolivia es una organización privada que trabaja en los ámbitos de investigación, análisis y transformación constructiva de conflictos, el Derecho a la Información y la Comunicación, y el desarrollo en capacidades en educación para la paz. Busca la incorporación de toda la ciudadanía boliviana, lo que representa un avance, ejercicio y vigencia al Derecho a la Información y la Comunicación en el país.
- ✧ **OBSERVATORIO DE GÉNERO**

El Observatorio de Género es una organización privada que hace seguimiento a casos de violencia, a la participación política, la transformación cultural, los datos y cifras, las encuestas nacionales sobre discriminación y exclusión social desde la percepción de las mujeres en Bolivia. El observatorio de género también cuenta con una sección de participación y publicaciones en apoyo a las mujeres que sufrieron violencia en el país.
- ✧ **RADIO DESEO**

Radio Deseo es un medio radiofónico privado, creado por un movimiento feminista denominado Mujeres Creando. Es la única radio feminista de Bolivia que presenta entrevistas y programas sin el objetivo de convencer o catequizar al público. Esta radio va en contra del machismo, la misoginia, la homofobia, el racismo y el clasismo.
- ✧ **RADIO ALTERNATIVA**

Radio Alternativa es un medio de comunicación privado, creado por La Casa de la Mujer Santa Cruz en octubre de 1998 como opción radiofónica alternativa y alter-activa para las mujeres, los pueblos indígenas y las poblaciones de las periferias urbanas y como un medio para la liberación de situaciones de dominación. Difunde contenidos sociales y comprometidos con los derechos humanos, sobre todo, de las mujeres. Su objetivo es promover la democratización de la palabra, contribuyendo en los diferentes procesos de participación y comunicación ciudadana, para plantear la igualdad, el respeto a las diferencias y el rechazo a la violencia

✧ RADIO PACHAMAMA

Radio Pachamama es un medio de comunicación privado, fue creado en junio de 1992 por el Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza con el objetivo de buscar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres. Promueve la comprensión de la realidad de mujeres, hombres y jóvenes y busca la participación de todas y todos.

El GMMP en Bolivia

El Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (SECRAD) de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional La Paz, tiene como objetivo generar acciones, proyectos y estrategias de comunicación dirigidas a democratizar la comunicación y la información dentro de la sociedad. Para fortalecer y ampliar sus alcances el SECRAD se asocia o hace alianzas con entidades y organizaciones nacionales e internacionales. Una de ellas es la WACC (World Association for Christian Communication).

La WACC (sede en Canadá) ejecuta su proyecto GMMP (Global Media Monitoring Project) el que cada cinco años levanta un día de observación y análisis de la presencia de la mujer en los medios de difusión masiva de todo el mundo. De modo consecutivo la U.C.B. a través del SECRAD, como asociada a la WACC, activa dentro de sus alcances académicos el desarrollo de este estudio mundial contribuyendo con los datos desde Bolivia, aportando así a este estudio que es único por sus características y alcances internacionales.

El GMMP tienen presencia en Bolivia desde el año 2005. En 2015, la presencia de las mujeres como sujetas y fuentes de información se ha incrementado aproximadamente un 10% en relación al GMMP 2010. En 2010 se evidenció algunas diferencias considerables como la incursión de las mujeres a algunos ámbitos periodísticos antes restringidos y de ocupación tradicionalmente masculina en comparación con el GMMP 2005. En el presente informe se mostrará los resultados obtenidos en el GMMP 2020 y se los comparará con los anteriores monitoreos más a detalle.

RESUMEN EJECUTIVO

El GMMP 2020 realizado en Bolivia muestra:

1. Se mantiene la invisibilización y discriminación de la mujer en los medios de difusión (periódicos, radios, televisión, plataformas digitales y Twitter). La información de estos mantiene, en relación a monitoreos previos, el carácter de objeto de la mujer en la información.
2. La presencia de la mujer en las noticias disminuyó en temas políticos e incrementó visiblemente en cuanto a información social, económica, sobre ciencia, salud, deporte y farándula.
3. Se mantiene el carácter estereotipado y doméstico de la mujer como ama de casa, madre de familia y bajo un modelo occidental de belleza femenina (mujer alta y esbelta).

UN DÍA EN LAS NOTICIAS EN BOLIVIA

Siendo que el monitoreo se realizó el 29 de septiembre de 2020, el contexto político y social en Bolivia era el siguiente:

- A finales de marzo de 2020, Bolivia había ingresado en su primera etapa de cuarentena ante la presencia del Covid 19. A lo largo de los seis meses entre el primer caso registrado y el día de monitoreo, la cuarentena fue flexibilizándose y el Gobierno fue promulgando algunas políticas públicas para sobrellevar la pandemia y las

consecuencias (sobre todo económicas) de la cuarentena. El día de monitoreo se difundieron las nuevas medidas de seguridad que empezarían en octubre como parte del desconfinamiento, hubo protestas de gremios de trabajadores que exigían permiso para realizar sus actividades o ampliación del horario de circulación ya que se vieron afectados económicamente. Se presentaron sanciones a poblaciones o rubros que desacataron las normas establecidas.

- En el contexto político del país, en 2019 se denunció la presencia de un fraude en las elecciones nacionales para la presidencia, a raíz de esto se realizaron movilizaciones de la sociedad civil en casi la totalidad de los departamentos y que desencadenaron en la renuncia del entonces presidente Evo Morales. Ante el vacío político originado con la renuncia y abandono del país por el mandatario, Jeaninne Añez por sucesión constitucional se autoproclamó presidenta del país con el objetivo y función de convocar a elecciones en el menor plazo. Debido a la pandemia, las elecciones nacionales fueron postergadas reiteradamente hasta finalmente realizarse el 18 de octubre de 2020. Por estas razones, el día del monitoreo sobresalieron noticias de carácter electoral, donde se expresaban posturas de apoyo de algunos gremios y sectores a algún partido político, se daban ataques a diversos partidos por personas en contra de su ideología y se planteaban cuestionamientos por grupos afines al Movimiento al Socialismo (MAS) al gobierno de entonces.

EL CONTEXTO MEDIÁTICO PARA EL ANÁLISIS

A razón del contexto de pandemia que atravesaba Bolivia en el momento del monitoreo, la elección de los medios se adecuó a las características de su funcionamiento (no todos los periódicos tenían ediciones impresas, sino digitales). Sin embargo, acorde a las limitaciones que se presentaban en el funcionamiento de los medios, se eligieron los medios radiofónicos, televisivos, periódicos, plataformas digitales y Twitter considerados más representativos y capaces de reflejar la realidad nacional.

En el caso de medios impresos (periódicos) se eligieron tres medios de tiraje nacional (Página Siete, Extra, El Deber) y uno local por su circulación sólo en la ciudad de Sucre (Correo del Sur). Entre los tres de tiraje nacional, dos se elaboran en La Paz (Página Siete y Extra) y uno en Santa Cruz (El Deber). Se eligieron estos periódicos por su relevancia en el país.

En el caso de medios radiofónicos, se eligieron cinco radios; dos de La Paz (Panamericana y Fides), dos de Cochabamba (Radio Centro y Kanchaparlaspa) y una de Santa Cruz (Radio Santa Cruz). De esas cinco emisoras, dos fueron de carácter comunitario y tres privadas comerciales. Se eligieron estas radios para tener referencia de toda Bolivia y no solamente de la sede de gobierno (La Paz); por otro lado, al tener visiones de las noticias de medios de comunicación tanto privado comerciales como comunitarios, se tuvo una percepción más amplia y variada de puntos de vista. Por otro lado, se eligieron los noticieros de radio en su emisión de medio día, esto debido a que estos informativos son de mayor audiencia y de mayor información actual.

En el caso de los medios televisivos, se eligieron seis medios de alcance local, pero representando a las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Otro criterio junto al de representatividad geográfica fue el de rating o ubicación de estos medios en la preferencia de las audiencias. Así, de la ciudad de La Paz se eligió Unitel: (34% de rating) y a Bolivia TV (6% de rating). De Cochabamba se escogió a Unitel (34% de rating) y a Red Uno (13% de rating). En cuanto a la ciudad de Santa Cruz se monitoreó Red Uno (13% de rating) y Bolivisión (7% de rating). En todos los casos de los informativos de TV, se eligieron los noticieros nocturnos, debido a que estos espacios son los de mayor televidencia, además de proporcionar mayor volumen de información actual.

En el caso de las plataformas digitales (sitios web de medios informativos) se eligieron cinco medios, todos ellos con sede en la ciudad de La Paz. Estos son Agencia Boliviana de Información (ABI), Agencia de Noticia Fides (ANF), Hoy Bolivia, Página Siete y Erbol. Los primeros tres medios digitales fueron elegidos debido a su volumen noticioso diario y su mayor visibilidad frente a otros medios similares y los otros dos medios combinan lo digital con la difusión abierta (periódico y radio) y se monitorearon para hacer contraste con los otros medios de comunicación en las otras categorías.

En el caso de Twitter, se eligieron cuatro cuentas de medios de comunicación por la cantidad de sus seguidores: ATB Digital (458k de seguidores); El Deber (658k de seguidores); Unitel Bolivia (525K de seguidores) y La Razón Digital (574K de seguidores).

A continuación, se desglosa a detalle información contextual sobre cada medio analizado:

- **Correo del Sur:** Nació el 29 de noviembre de 1987 con un costo de Bs 1, y durante sus primeros días ofrecía a los lectores un promedio de 69 notas al día. El primer ejemplar del diario contó con 40 páginas en formato estándar. Su primer titular en portada fue “Sucre esperó medio siglo para tener un periódico”. Fue fundado por Gonzalo Canelas y Fernando Ortiz Sanz. Este medio fue monitoreado como medio impreso.
- **Extra:** Nació el 18 de enero de 1999, época en la que la crónica roja estaba de moda, aunque era cruel, irresponsable, y se hacía un uso indiscriminado de la imagen de la mujer. Actualmente es un diario popular por excelencia, líder en ventas a nivel nacional. Este medio fue monitoreado como medio impreso.
- **Página Siete:** Fue fundado el 24 de abril de 2010 por Raúl Garafulic y Raúl Peñaranda. A lo largo de su historia Página Siete ha sido objeto de varias acusaciones por parte del Movimiento al Socialismo. Sin embargo, no perdió su número de seguidores y lectores. Este medio fue monitoreado como medio impreso y digital.
- **ANF:** La Agencia de Noticias Fides (ANF) fue creada el 5 de agosto de 1963 por el sacerdote jesuita José Gramunt de Moragas. Es una institución sin fines de lucro perteneciente a la Compañía de Jesús. Este medio fue monitoreado como medio digital.
- **ABI:** La Agencia Boliviana de Información (ABI) es un medio de información únicamente digital. Este medio fue monitoreado como medio digital.
- **Hoy Bolivia:** Es el primer periódico digital de Bolivia, fundado el año 2000. Este medio fue monitoreado como medio digital.
- **Erbol:** Nació el 18 de julio de 1967 como una coordinadora cuyo propósito era apoyar procesos educativos y de alfabetización que contribuyan “al desarrollo integral de la población, en especial de los sectores económicamente pobres de las áreas rurales y urbanas. Este medio fue monitoreado como medio digital.
- **Radio Santa Cruz:** Nació en 1950 bajo el nombre de “Radio Rural”. En 1953, por el compromiso con la ciudad de Santa Cruz y su población cambiaron el nombre a “Radio Santa Cruz”. Nació para ser un instrumento de participación comunitaria y alfabetizar, educar, concientizar y promover organización popular a todos sus oyentes. Desde 1983 es administrada por el Instituto Radiofónico Fe y Alegría. Este medio fue monitoreado como medio radiofónico.
- **Radio Fides:** Es una radioemisora que pertenece a la Compañía de Jesús. Nació el 2 de febrero de 1993. Este medio fue monitoreado como medio radiofónico.
- **Radio Panamericana:** Fue fundada el 17 de julio de 1972 por su propietario Miguel Dueri. Este medio fue monitoreado como medio radiofónico.
- **Radio Centro:** Fue fundada por Hugo Maldonado el 5 de febrero de 1964. Este medio fue monitoreado como medio radiofónico.
- **Radio Kanchaparaspa:** Fue fundada por Fernando Andrade Ruíz el 27 de mayo de 1995. Su nombre significa «La Cancha» (el mercado) «está hablando». Este medio fue monitoreado como medio radiofónico.

- **Bolivia TV:** Es un medio del Gobierno, fundado el 30 de agosto de 1969. Este medio fue monitoreado como medio televisivo.
- **Bolivisión:** Nació el 1 de septiembre de 1985. Fue fundado por Ernesto Asbún y actualmente es propiedad de Albavisión. Este medio fue monitoreado como medio televisivo.
- **Red Uno:** Fue fundada el 1 de abril de 1984. Actualmente uno de los primeros medios en Bolivia en formar un equipo digital para atender las necesidades de las comunidades de los programas en las redes sociales y atender su propia web. Este medio fue monitoreado como medio televisivo.
- **Unitel:** Nace en septiembre en 1997. Actualmente es considerada como una de las cadenas de televisión de propiedad privada más grandes de Bolivia. Este medio fue monitoreado como medio televisivo y twitter.
- **ATB:** La Asociación de Teledifusoras Bolivianas (ATB) fue fundada el 20 de octubre de 1984. Este medio fue monitoreado como cuenta en twitter.
- **La Razón:** Fue fundado el 1 de marzo de 1990. Este medio fue monitoreado como cuenta en twitter.
- **El Deber:** Fue fundado el 10 de junio de 1953 por el Dr. Lucas Saucedo Sevilla Este medio fue monitoreado como medio impreso y twitter.

Organización del equipo

El equipo de monitoreo que trabajó en la parte de codificación fue compuesto por Lorna Arauz (Coordinadora Nacional del GMMP 2020 en Bolivia), Lucero Domínguez (Asistente del GMMP en Bolivia) y el apoyo de 29 voluntarios (entre estudiantes y egresados de la carrera de Comunicación Social). La metodología de trabajo consistió en dividir al equipo en doce grupos, cada grupo estuvo encargado del monitoreo de dos medios.

Grupo	Integrantes	Medios
1	Mariana Casana Natalia Gómez Nicole Peñaloza	Extra (Impreso) Página Siete(Digital)
2	Roger Apaza	Erbol (Digital) Kanchaparlaspa Cochabamba (Radio)
3	Silvana Ramírez Noelia Rojo Luciana Barriga	Red Uno Cochabamba (TV) ATB DIGITAL (Twitter)
4	Catarina Mendoza Amparo Choquehuanca Samuel Torrez	Bolivia TV La Paz (TV) ANF (Digital)
5	Falitt Ruilowa Micaela Vildoso Fabiana Pantoja	Centro Cochabamba (Radio) Panamericana La Paz (Radio)
6	Nirvana Artieda Fernanda Querejazu Marcelo Sanjinez	Unitel Cochabamba (TV) Fides La Paz (Radio)
7	John Arandia Hansel Eguilos Natalia Casana	Red Uno Santa Cruz (TV) ABI (Digital)
8	Jonathan Burgos Marystela De Gumucio Rodrigo Quenta	Bolivisión Santa Cruz (TV) El Deber (Impreso)
9	Andrea Condori Diego Lucano Rossy Banda	Unitel La Paz (TV) El Deber (Twitter)

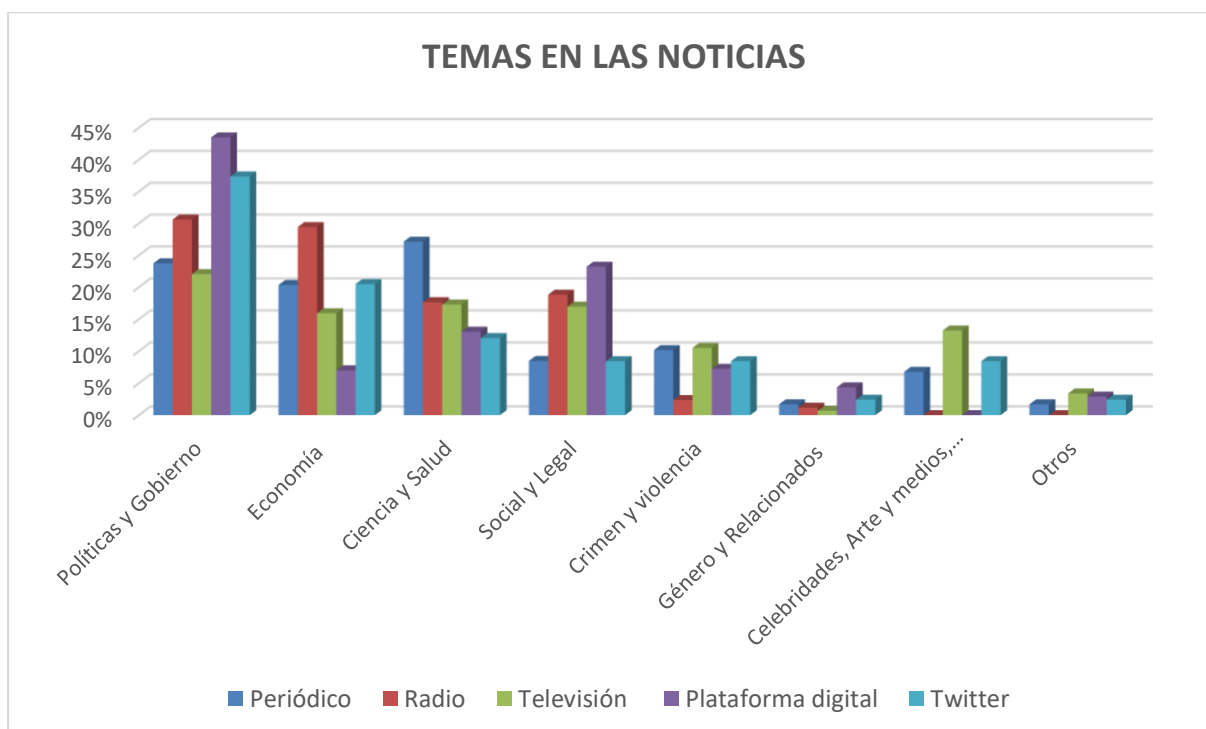
Grupo	Integrantes	Medios
10	Flavia Durán Micaela Bastián Laura Ríos	Santa Cruz (Radio) Correo del Sur (Impreso)
11	Daniela Céspedes Aaron Morando Laura Ponce	Página Siete (Impreso) Hoy Bolivia (digital)
12	Lorna Arauz Lucero Domínguez	Unitel (Twitter) La Razón (Twitter)

TEMAS EN LAS NOTICIAS

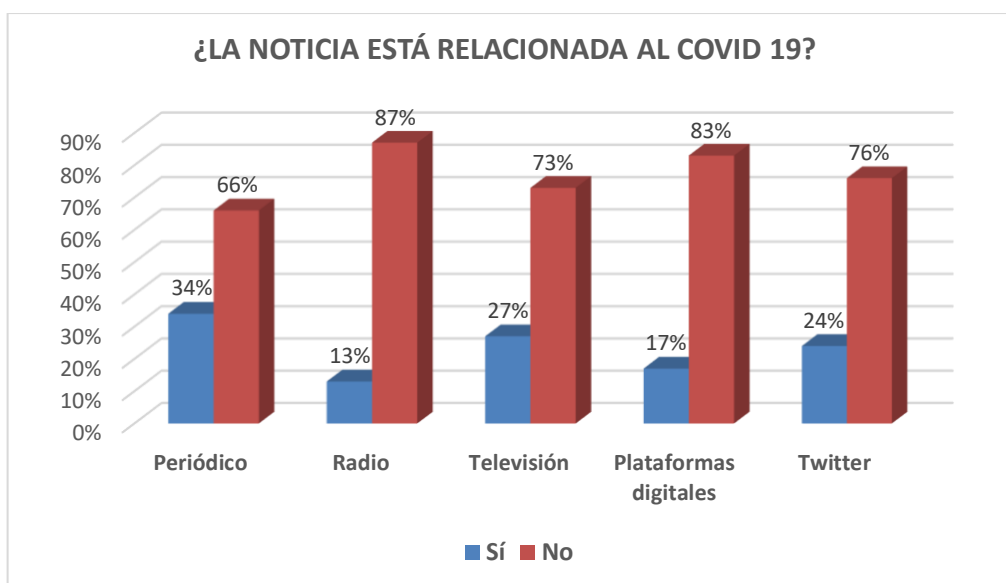
Las noticias monitoreadas se dividieron en ocho áreas temáticas:

- Políticas y Gobiernos
- Economía
- Ciencia y Salud
- Social y Legal
- Crimen y Violencia
- Género
- Celebridades, arte, medios, deporte
- Otros

Como se mencionó anteriormente, la agenda noticiosa en el día del monitoreo se vio influenciada por las elecciones presidenciales, puesto que este estudio se realizó en épocas preelectorales. Es en ese sentido que resaltó el tema político en medios radiofónicos (31%), medios televisivos (22%), plataformas de internet (43%) y cuentas de Twitter de medios de información (37%). Mientras que en periódicos el tema más abordado fue Ciencia y Salud (27%).

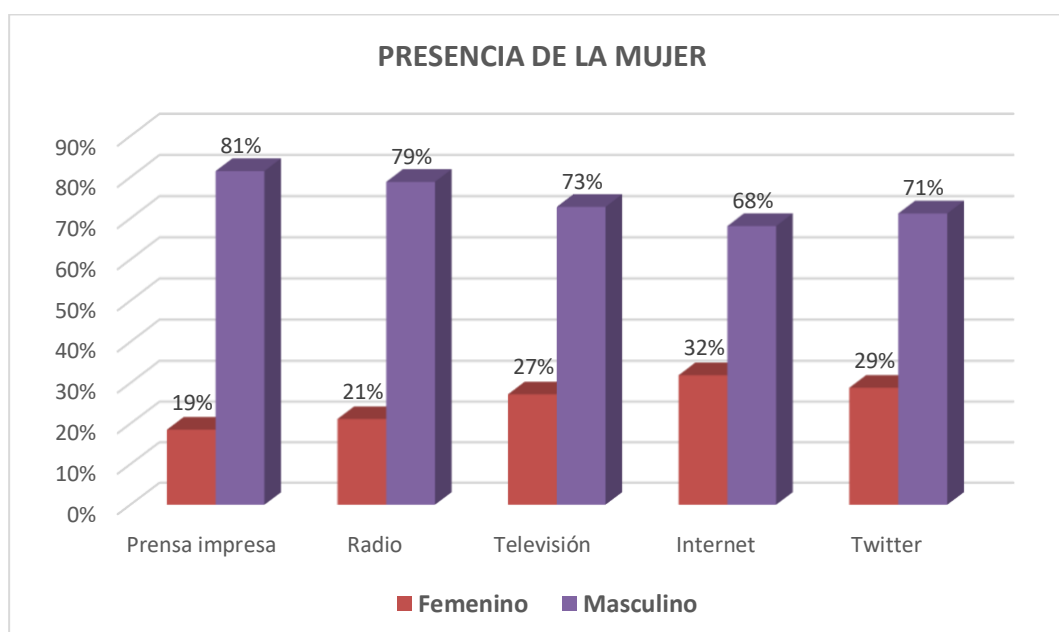


Otro tema que resaltó y marcó la agenda noticiosa de ese día son las noticias relacionadas al Covid 19. En periódicos el 34% de las noticias estuvieron relacionadas al Covid 19; en radio, 13%; en televisión, 27%; en internet, 17%; y en twitter, 24%.



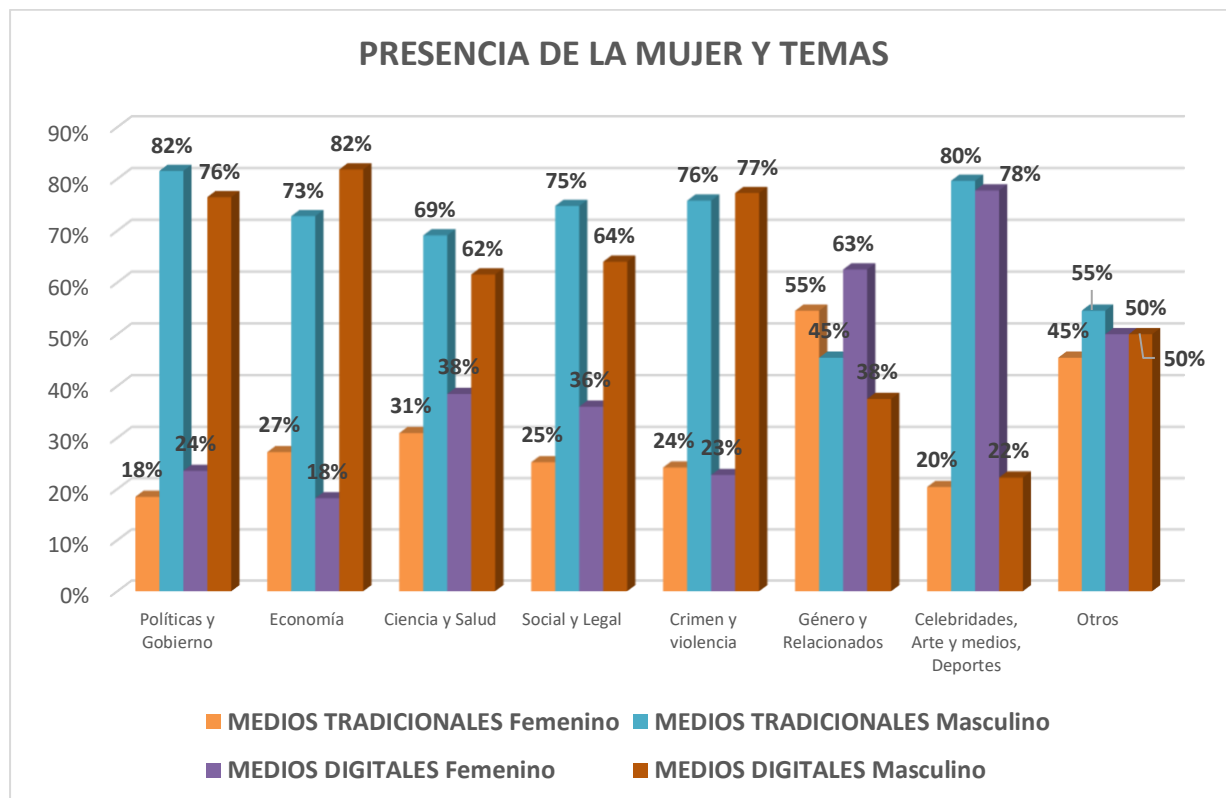
SUJETOS Y FUENTES DE NOTICIAS

En los periódicos monitoreados se representó a la mujer en un 19% de las noticias y a los hombres en un 81%. En los noticieros de radio monitoreados la mujer es representada en un 21% de las noticias y el hombre en un 79%; en el caso de noticieros de televisión la mujer es representada en un 27% de las noticias y el hombre en 73%. En plataformas digitales, la mujer es representada en 32% de las noticias y el hombre en 68% y en twitter la mujer es representada en 29% y el hombre en 71%.

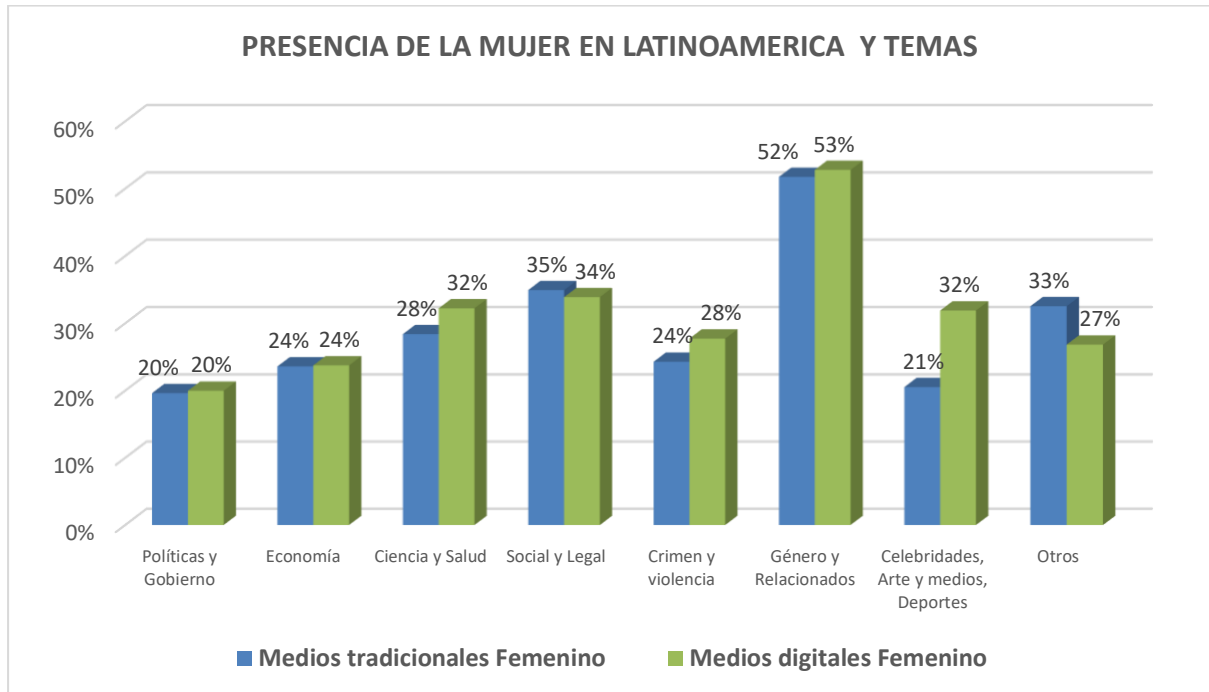


En temas políticos las mujeres están presentes en 18% y los hombres en 82% de las noticias monitoreadas; pero cuando se trata de temas relacionados a género, las mujeres están presentes en 55%; y los hombres, 45%.

En el caso de medios digitales, la mujer tiene menor presencia en temas económicos (18%) y los hombres en 82%. Mientras que la presencia de la mujer crece en temas sobre celebridades, artes o deportes a 78%, frente a la presencia de los hombres en estos temas que es del 22%.



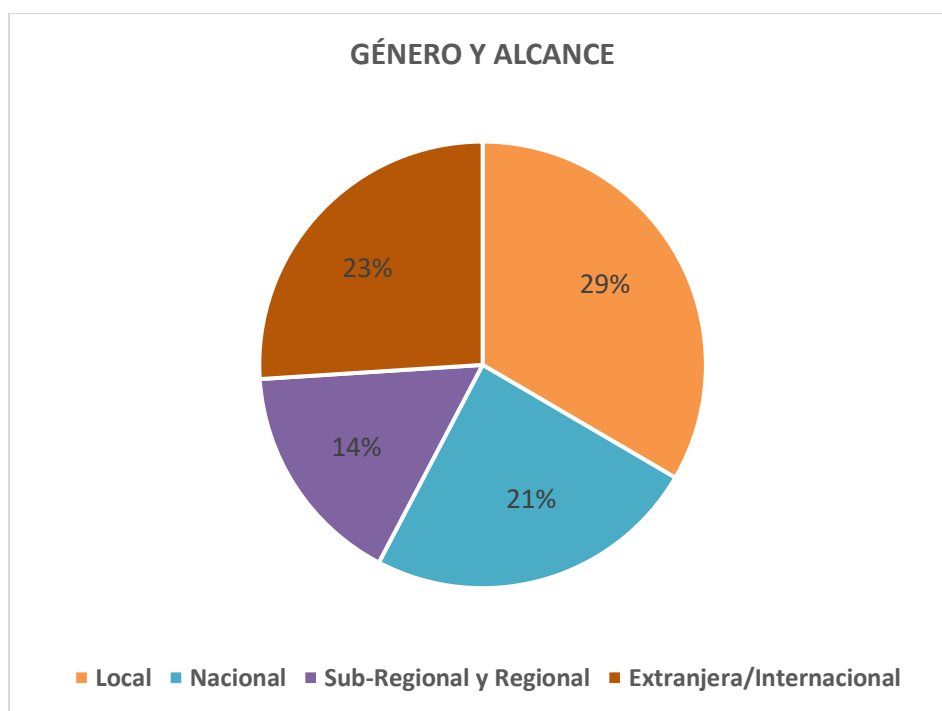
Estos datos no están alejados de la realidad de la presencia de la mujer en Latinoamérica, donde tanto en medios tradicionales como en medios digitales su presencia en temas políticos es solamente del 20%. De igual manera que en Bolivia, en América Latina la mujer tiene más presencia en temas relacionados a género tanto en medios tradicionales (52%), como medios digitales (53%).



Por otro lado, en comparación con los monitoreos realizados en 2015 y 2010 la presencia de la mujer en las noticias disminuyó en temas políticos 15% respecto al 2015 y 2% respecto al 2010. En el caso de noticias económicas monitoreadas la presencia de la mujer sube 8% respecto al GMMP 2015 y disminuye 3% respecto al GMMP 2010. En las noticias monitoreadas sobre ciencia y salud la presencia de la mujer aumenta un 12% respecto al 2015 y un 2% respecto al 2010. En las noticias sociales y legales monitoreadas la presencia de la mujer aumento un 5% respecto al GMMP 2015 y disminuyo 1% respecto al GMMP 2010. Las noticias monitoreadas sobre crimen y violencia disminuyeron 10% respecto al 2015 y 3% respecto al 2010. En las noticias monitoreadas sobre celebridades, arte, medios y deportes la presencia de la mujer aumentó 7% respecto al GMMP 2015 y 3% respecto al GMMP 2010.

	2010	2015	2020
Política y Gobierno	22%	35%	20%
Economía	27%	16%	24%
Ciencia y Salud	30%	20%	32%
Social y Legal	33%	29%	34%
Crimen y Violencia	31%	38%	28%
Celebridades, Arte, Medios y Deportes	29%	25%	32%

De todas las noticias monitoreadas donde la mujer es representada, el 29% de noticias son de alcance local (ciudad o comunidad), el 21% de alcance nacional, el 14% de alcance regional (América Latina) y el 23% de alcance internacional (otro país o continente).



Es importante mencionar que la mayoría de veces que se mencionó o citó a una mujer en las noticias analizadas fue bajo la ocupación de política (243 veces), sin embargo, eso equivale solamente al 19% en comparación de las veces que se citó o mencionó a un político varón. En el caso de mujeres policías o militares solamente se mencionaron en un 6% a comparación de las veces que se hablaron de policías varones (94%). Las ocupaciones que menos se vieron representadas por mujeres en comparación a hombres fueron periodistas, cineastas, mineros, agricultores, religiosos y deportistas.

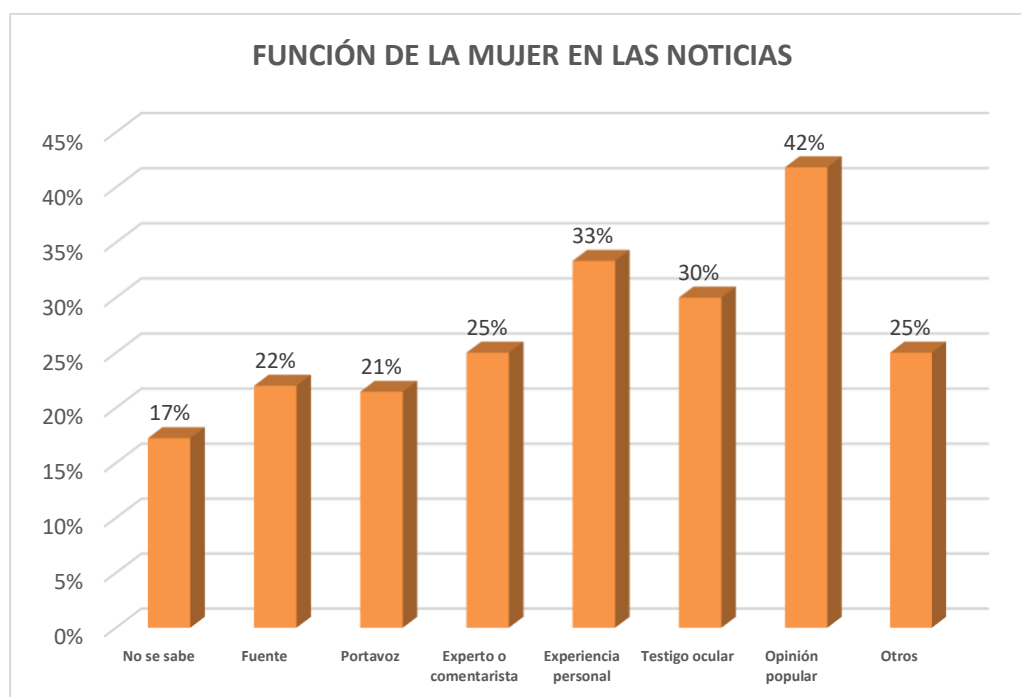
La mujer mencionada bajo el rol de ama de casa representa un 88% del total de personas mencionadas con esta labor; mientras el 8% corresponde a hombres con esta ocupación.

Se mantuvo una equidad en ocupación de personas en las noticias en los casos de trabajadores de salud, trabajadores sociales y desempleados/as (50% en todos los casos mencionados).

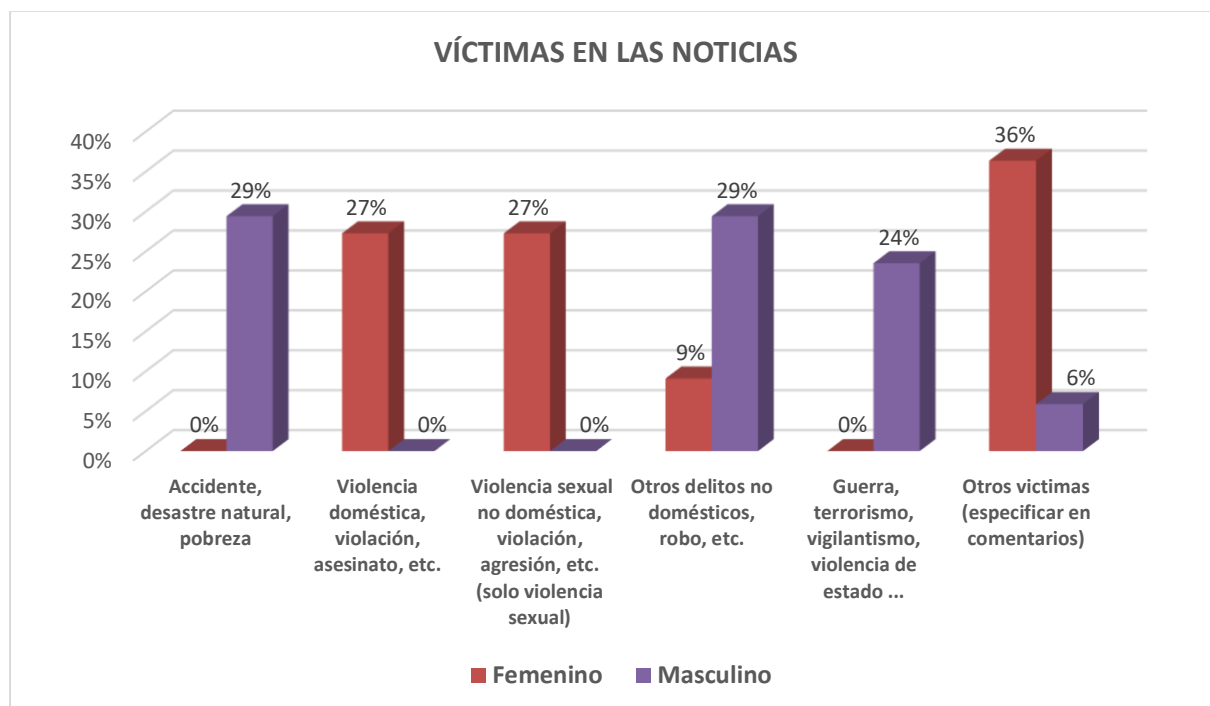
OCUPACIÓN	%	Nro
No se indica	45%	76
Realeza, monarca, monarca depuesto, etc.	0%	2
Político/miembro del parlamento	19%	243
Empleado del gobierno, servidor público, vocero, etc.	31%	133
Policía, militar, paramilitar, milicia, oficial de bomberos	6%	48
Experto académico, conferencista, docente	25%	16
Médico, dentista, especialista en salud.	10%	10
Trabajador de salud, trabajador social, trabajador de cuidado infantil	50%	8
Profesional de ciencia / tecnología, ingeniero, etc.	25%	4

Profesional de los medios, periodista, cineasta, etc.	0%	5
Abogado, juez, magistrado, abogado defensor, etc.	24%	17
Empresario, ejecutivo, gerente, corredor de bolsa ...	27%	15
Trabajador de oficina o de servicios, trabajador no administrativo	43%	7
Comerciante, artesano, peón, camionero, etc.	19%	16
Agricultura, minería, pesca, silvicultura	0%	8
Figura religiosa, sacerdote, monje, rabino, mullah, monja	0%	5
Activista o trabajador en organización de la sociedad civil, ONG, sindicato	16%	31
Trabajadora sexual	100%	1
Celebridad, artista, actor, escritor, cantante, personalidad de televisión	33%	6
Deportista, atleta, jugador, entrenador, árbitro	0%	31
Estudiante, alumno, escolar	0%	0
Ama de casa, padre (Masculino o Femenino) solo si no se da otra ocupación /Otros	88%	8
Niño, joven sin otra ocupación	43%	7
Aldeana o residente sin otra ocupación dada	75%	4
Jubilado, pensionado sin otra ocupación dada	0%	1
Criminal, sospechoso sin ocupación de otros dada	21%	14
Desempleado sin otra ocupación dada	50%	2
Otros solo como último recurso y explicar	37%	19

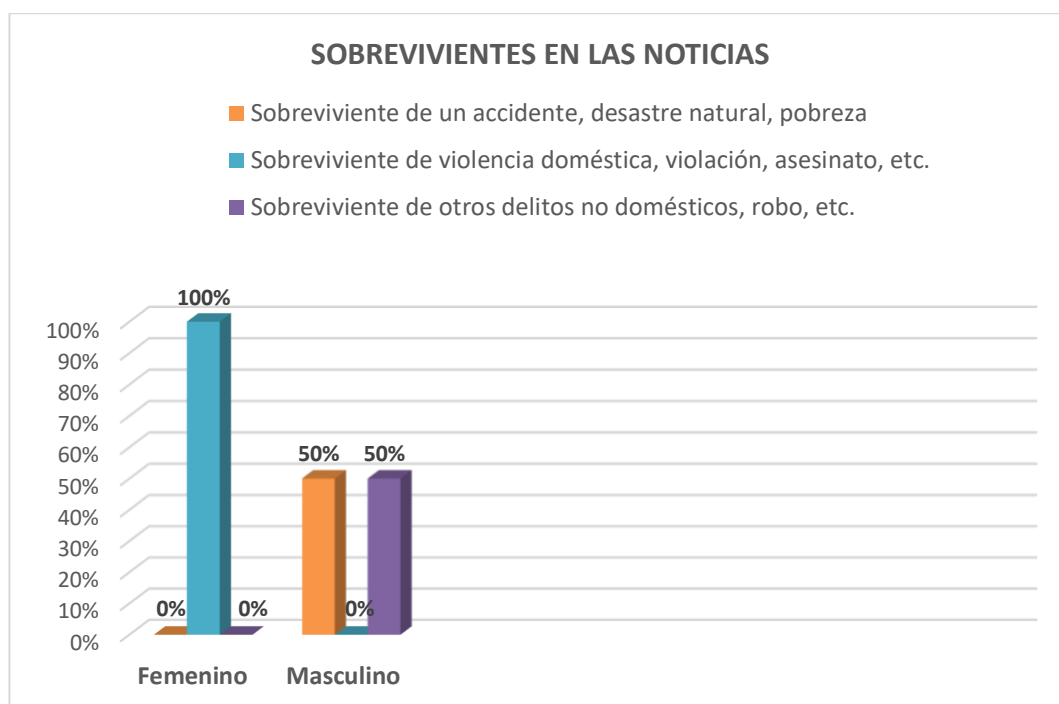
En el 25% de las noticias de todos los medios monitoreados la mujer es tomada en cuenta como experta o comentarista de un tema, frente al 75% restante de voces varoniles. Los medios acuden a mujeres sobre todo para opiniones populares (42%), e incluso en estos casos el porcentaje es menor que al de opiniones populares de varones (58%).



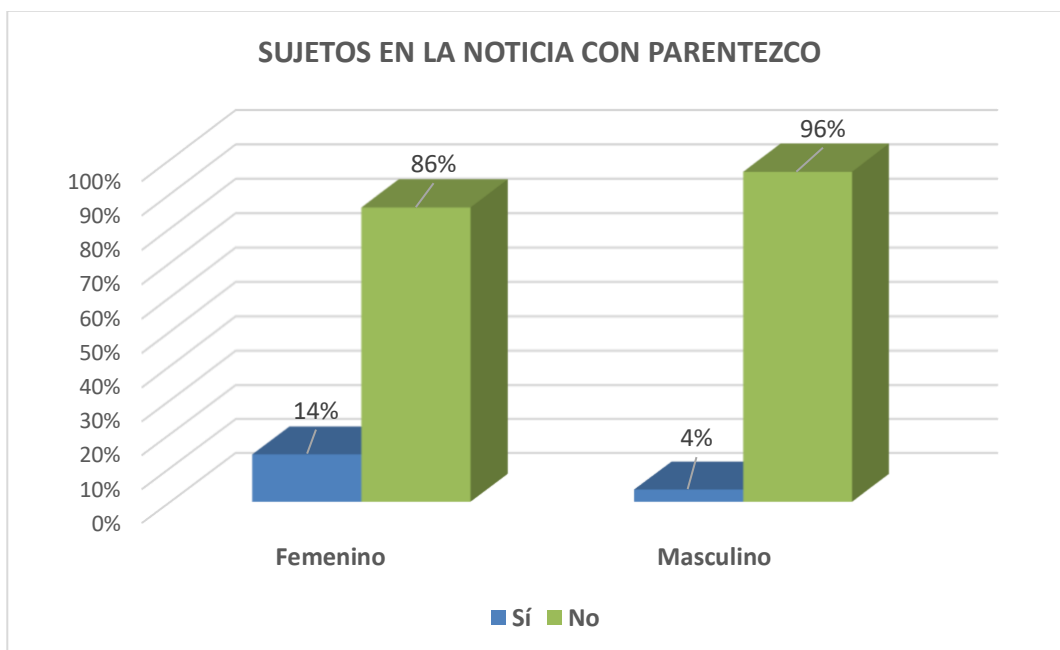
Se mencionó a 26 personas como víctimas en las noticias monitoreadas, de las cuales 15 son hombres y 11 mujeres. Sin embargo, se evidenció que la mujer es mayormente víctima de violencia doméstica (27%) y violencia sexual (27%); mientras que el hombre mayormente es víctima de accidentes (29%) y delitos no domésticos (29%).



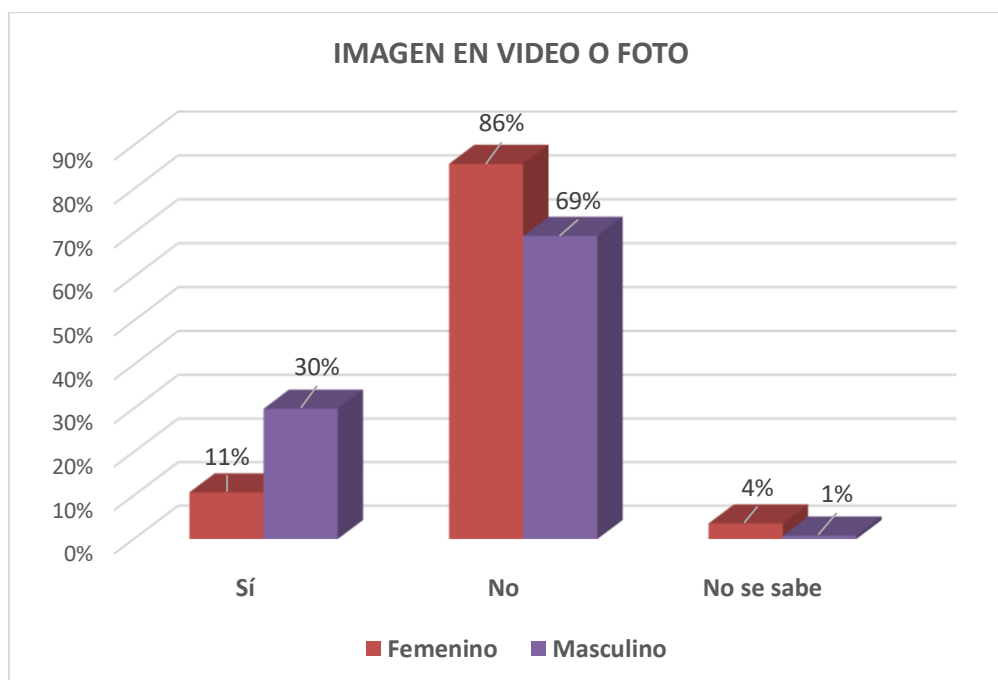
Se muestran a 8 personas como sobrevivientes en las noticias monitoreadas, de las cuales 2 son mujeres y 6 hombres. En el caso de las mujeres en ambos casos son sobrevivientes de violencia doméstica; mientras que los hombres son sobrevivientes de accidentes o delitos no domésticos.



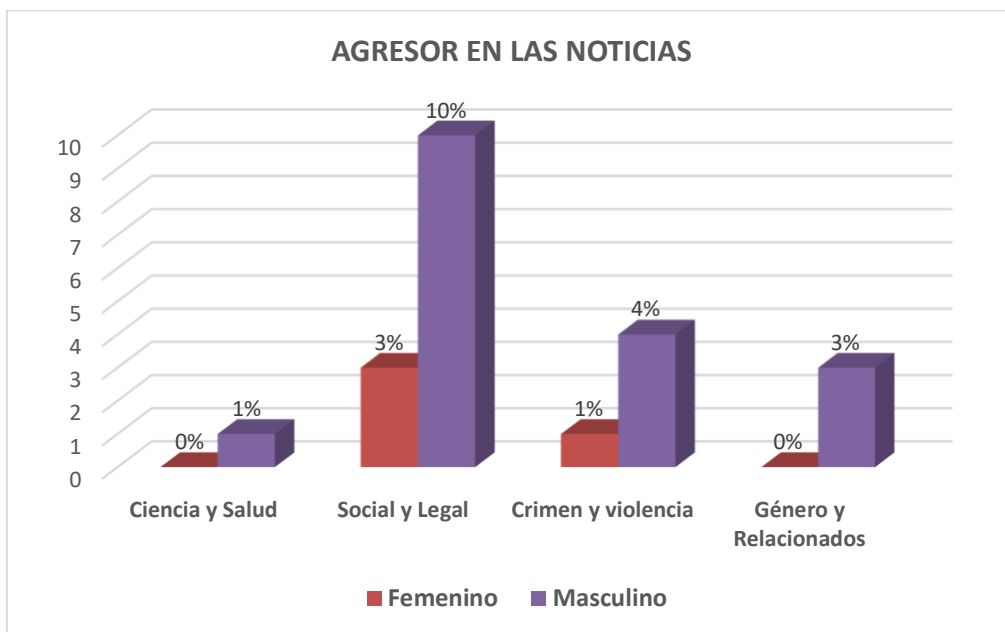
El 14% de las fuentes femeninas de los medios de comunicación monitoreados son presentadas bajo algún parentesco o una relación familiar (hija, esposa, madre, abuela, tía, etc.). En el caso de fuentes masculinas se menciona este parentesco solamente en 4% del total de varones en la noticia.



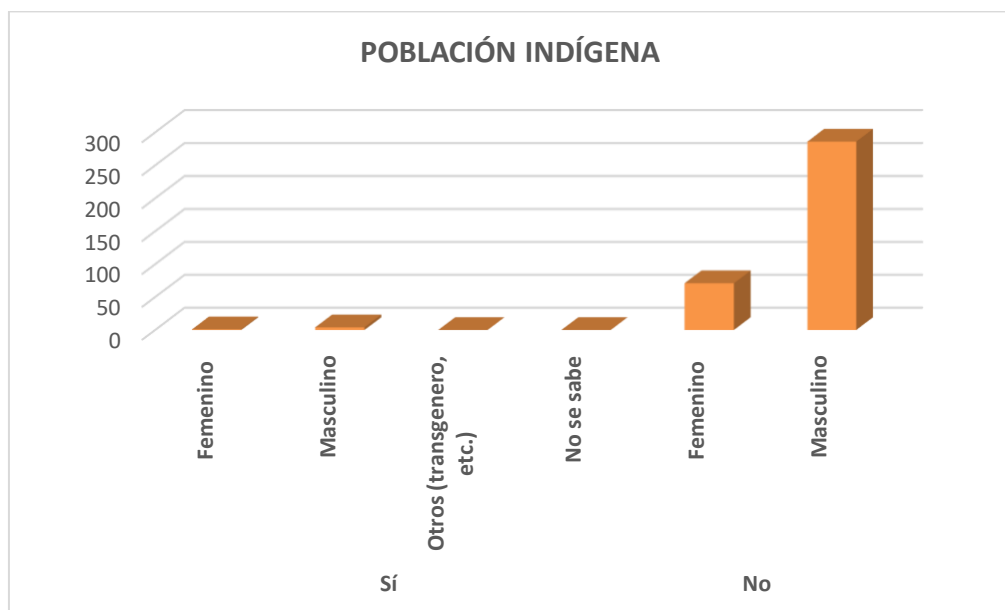
Del total de mujeres que son mencionadas o citadas en las noticias monitoreadas, solamente el 11% es fotografiada o se muestra su imagen en video. Mientras que del total de hombres que se mencionaron o se citaron, el 30% es fotografiado o aparece en un video.



En las noticias de todos los medios monitoreados se mencionaron (con nombre y apellido) o se citaron a 22 agresores, de los cuales 4 son mujeres; y 18, hombres. En el caso de agresoras estas se presentaron tres veces en noticias legales y una vez en noticias sobre crimen y violencia. En el caso de agresores, la mayoría estuvo en noticias sociales y legales (10 casos); en cuatro casos en noticias de crimen y violencia, tres casos de noticias sobre género y un caso en noticias sobre ciencia y salud.

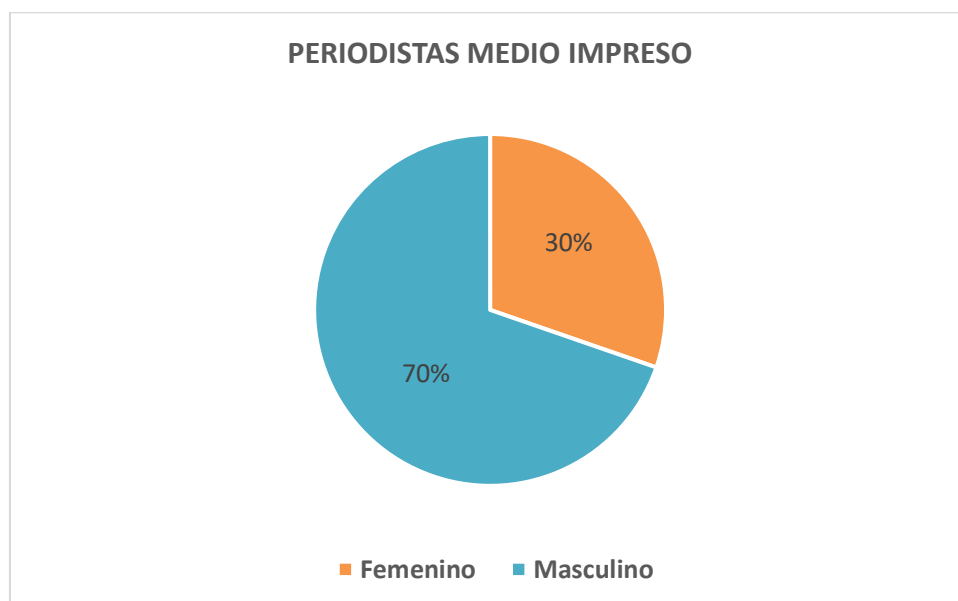


De todas las personas citadas o mencionadas en las noticias de todos los medios monitoreados solo en cinco casos se menciona que la persona pertenece a una población indígena. De estos casos, 4 corresponden a hombres y uno a mujer.

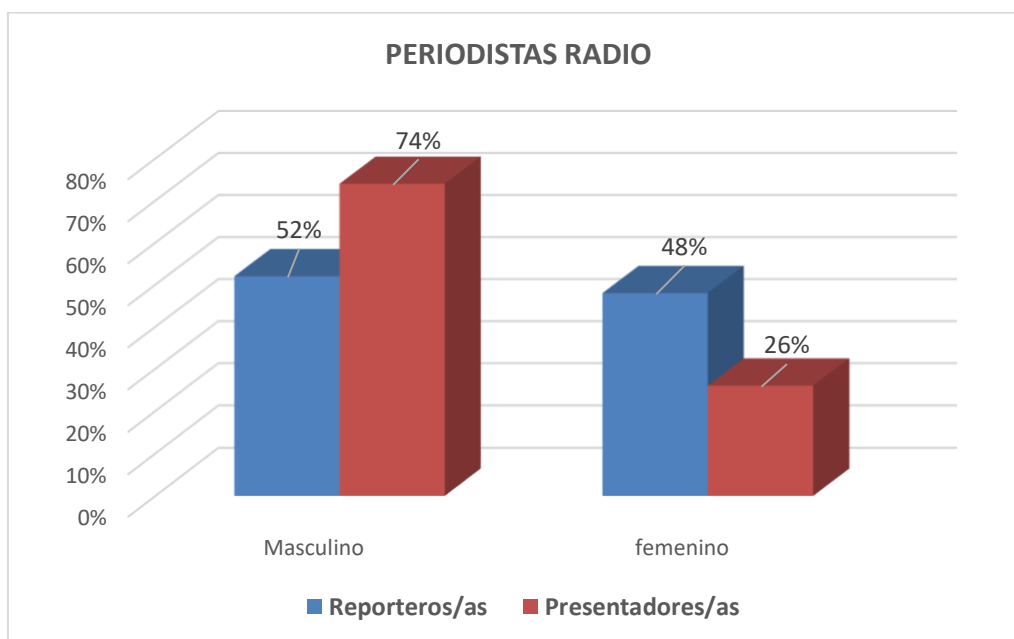


PERIODISTAS

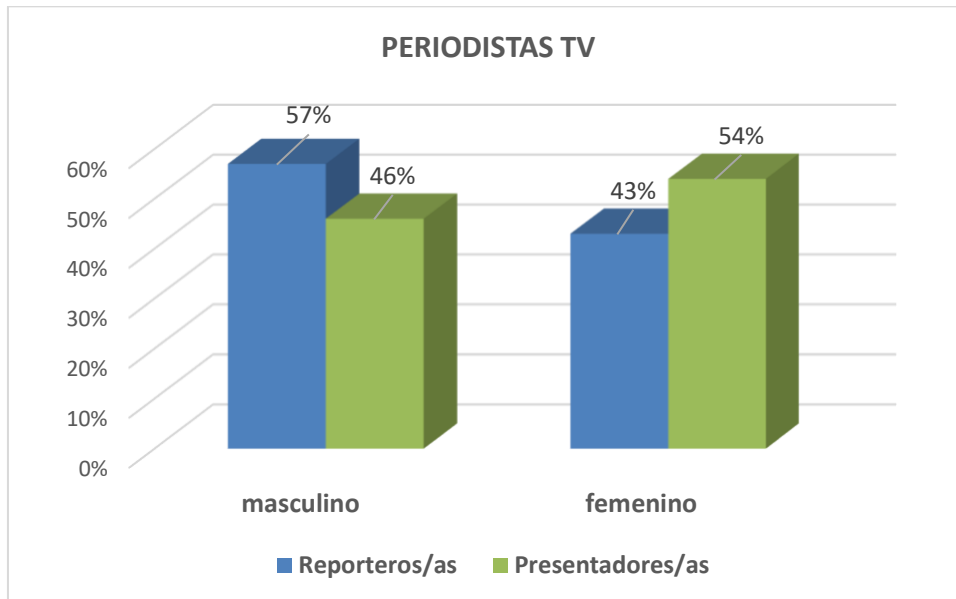
En el caso de los periódicos monitoreados, la gran mayoría de periodistas de los cuales se presentan sus nombres en la noticia son hombres (70%). Solamente el 30% de periodistas son mujeres.



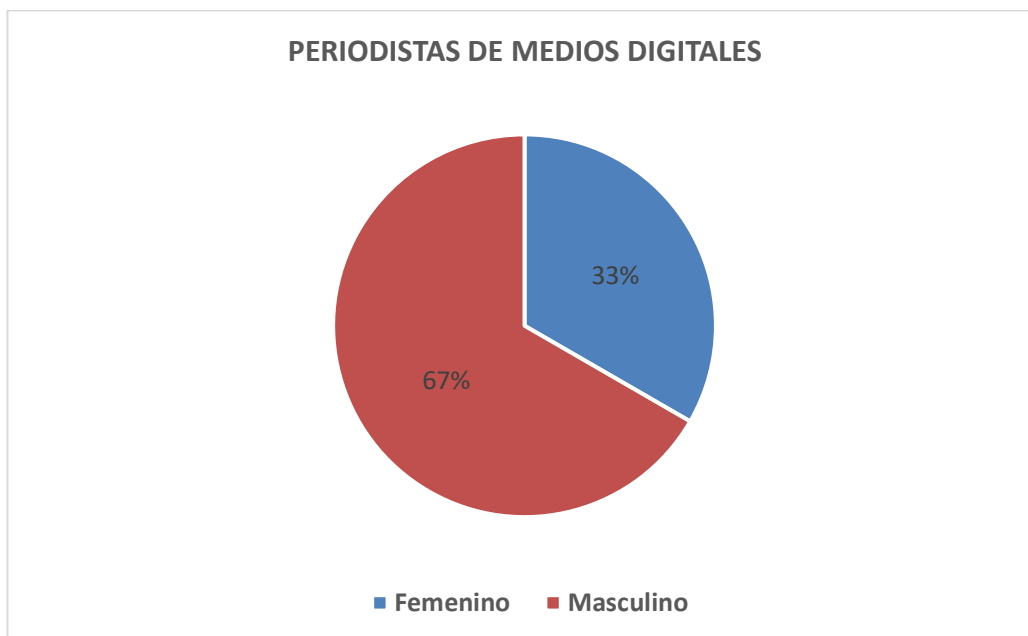
En el caso de los noticieros de radio monitoreados, los periodistas se dividieron en reporteros/as y presentadores/as; donde el primero es la persona que está fuera cubriendo la noticia y el segundo está dentro del estudio presentando (como su nombre lo indica) las notas informativas. Se puede observar que en el caso de reporteros el 52% son varones y el 48% mujeres. En el caso de presentadores existen mayores presentadores varones (74%) que mujeres (26%).



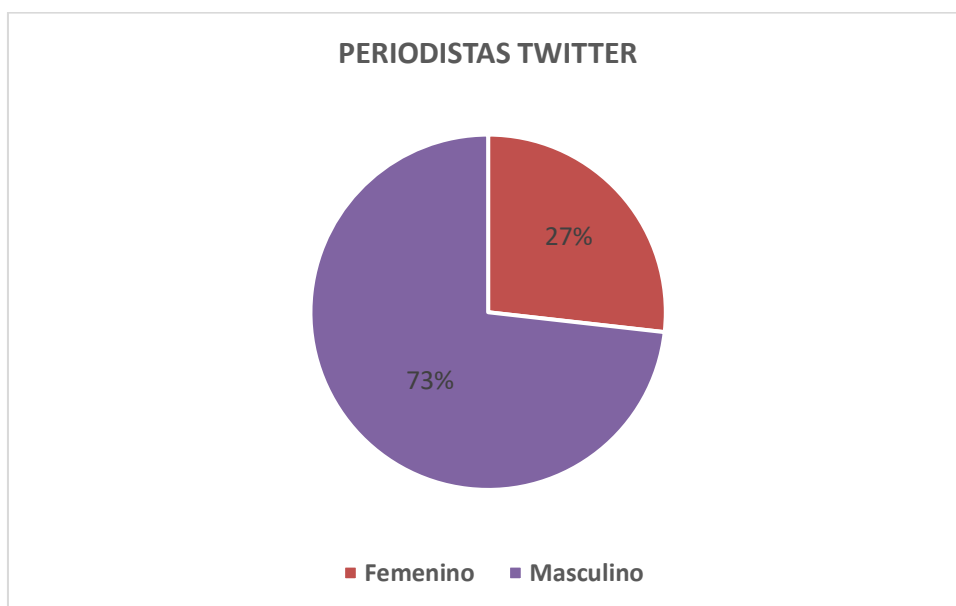
Los periodistas de los noticieros de televisión monitoreados se dividieron de igual manera que en medios radiofónicos en presentadores/as y reporteros/as. En el caso de reporteros/as el 57% corresponde a varones y el 43% a mujeres. Y de los presentadores y presentadoras monitoreadas el 54% son mujeres y el 46% hombres.



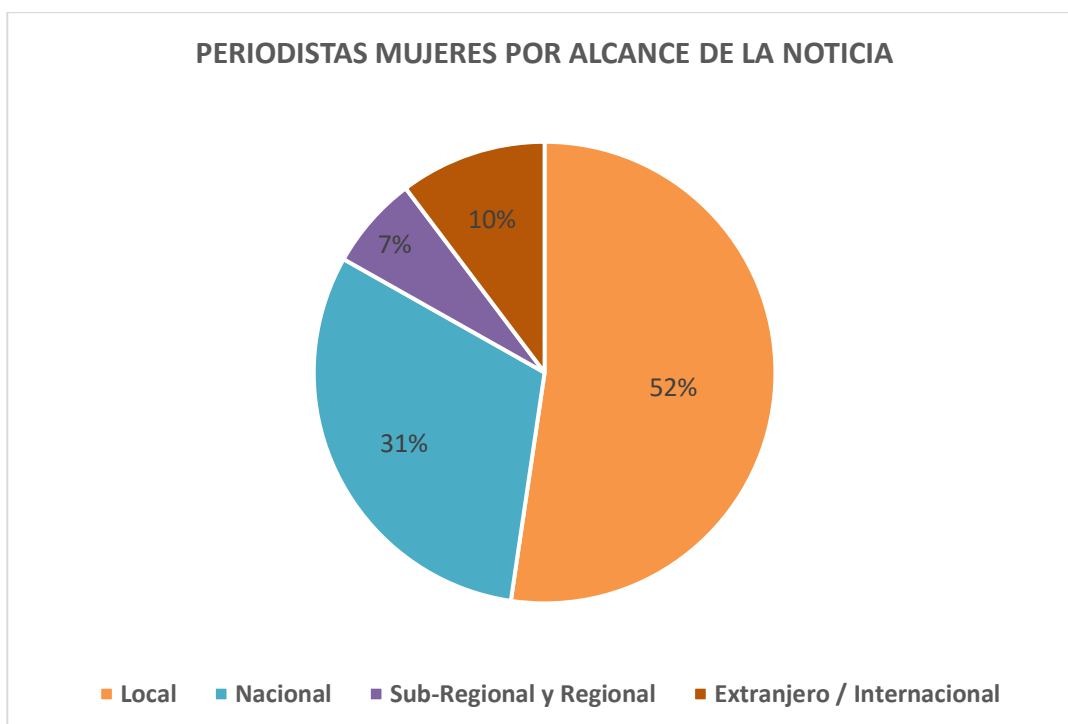
En el caso de los medios digitales monitoreados los periodistas varones son el 67% frente al 33% que corresponde a periodistas mujeres.



En el caso de las cuentas de Twitter de medios de comunicación monitoreadas solamente el 27% de periodistas son mujeres y el 73% restante corresponde a periodistas varones.



Se puede evidenciar que la mayoría de periodistas mujeres se presentan en noticias de alcance local (52%) y menos en notas informativas de alcance regional Latinoamérica (7%). En el caso de la presencia de periodistas mujeres en noticias nacionales se tiene un 31% y en noticias internacionales 10%.

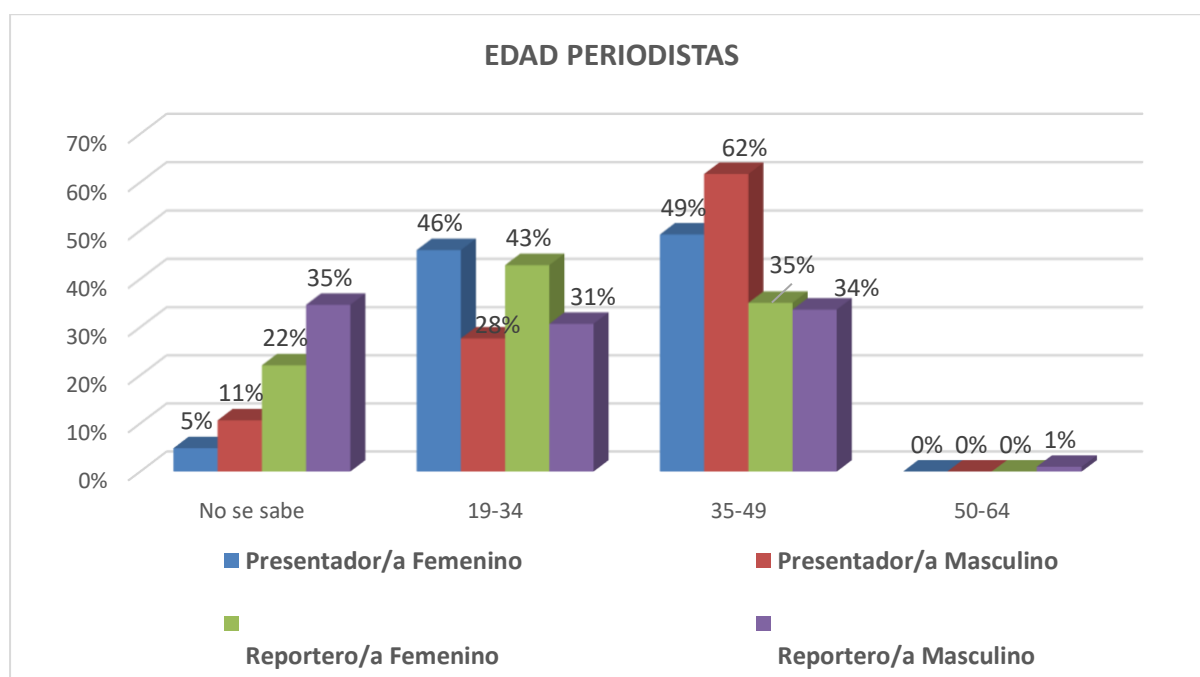


Las periodistas mujeres reportan mayormente noticias en el área de sociales y legales (21%) y ciencia y salud (19%); mientras que periodistas hombres reportan más noticias del área de economía (20%) e igualmente social y legal (21%). Las noticias que son menos reportadas por mujeres son crimen y violencia (7%).

Es importante mencionar que las noticias relacionadas a género no presentan autor y en el único caso que sí se presenta, el autor es un periodista hombre.



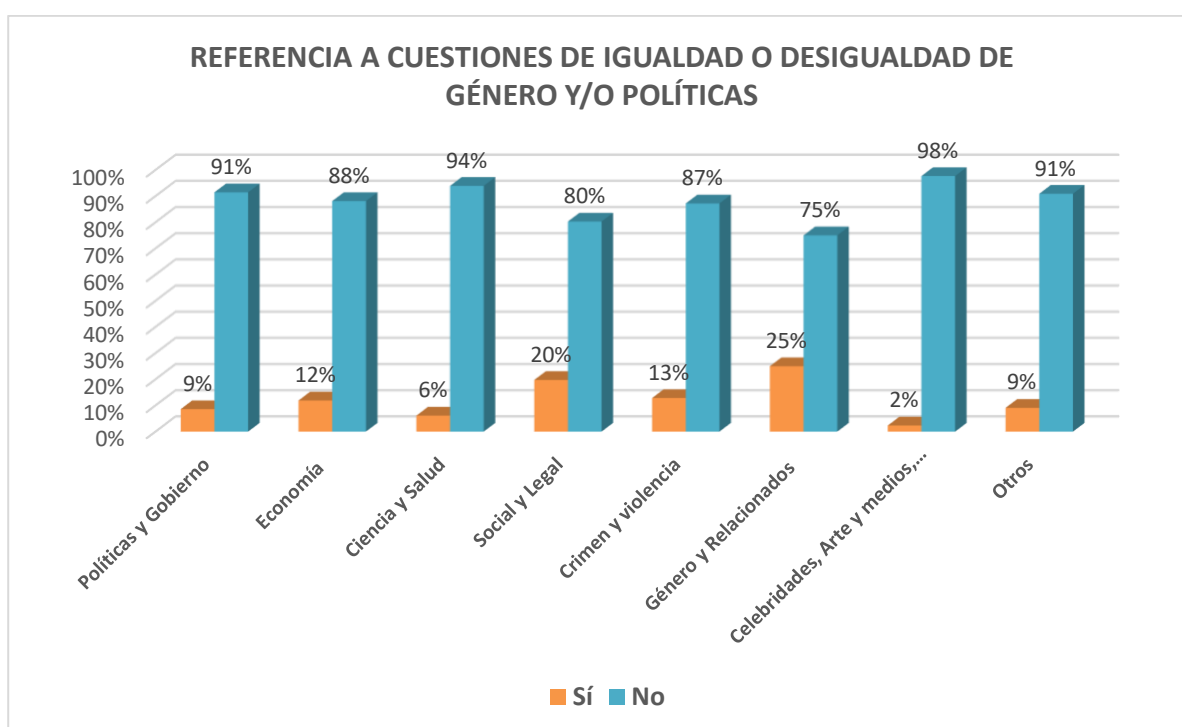
En el siguiente gráfico se puede observar que la mayoría de mujeres periodistas presentadoras está entre los 19 a 49 años. Sin embargo, en el caso de presentadores hombres la mayoría tienen entre 35 y 49 años. En el caso de reporteras la mayoría tiene entre 19 y 34 años; y los reporteros entre 35 y 49 años.



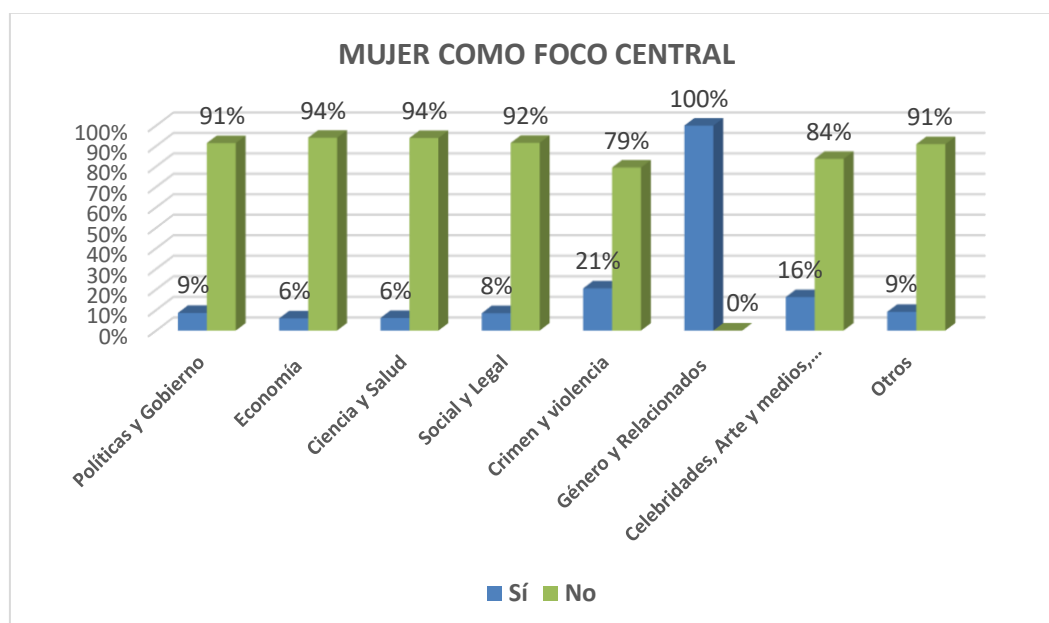
PRÁCTICA PERIODÍSTICA: SOBRE LA CENTRALIDAD DE LAS MUJERES, LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y LA INFORMACIÓN BASADA EN LOS DERECHOS

Solamente el 10% de las noticias de todos los medios monitoreados hacen referencia a políticas sobre igualdad o desigualdad de género. Se evidenció que estas referencias se presentan mayormente en noticias sociales o legales (20%) y menos en noticias sobre celebridades, arte o deporte (2%).

También es importante mencionar que de todas las noticias elaboradas por periodistas hombres, solamente el 10% hace referencia a políticas sobre igualdad o desigualdad de género. No es muy distinto cuando la noticia lo reporta una periodista mujer, ya que solamente el 13% de las noticias reportadas por mujeres hacen esta referencia.



El 10% de las noticias de todos los medios monitoreados tienen a una mujer o a mujeres como tema central. Se puede observar que las noticias que más tienen a la mujer como foco central son las relacionadas a género (100%) y las que se encuentran en el área de crimen y violencia (21%). Mientras que hay menos posibilidades de que una mujer este como tema central en noticias de las áreas de economía (6%) y ciencia y salud (6%); aunque en otras áreas igual su porcentaje es bajo.



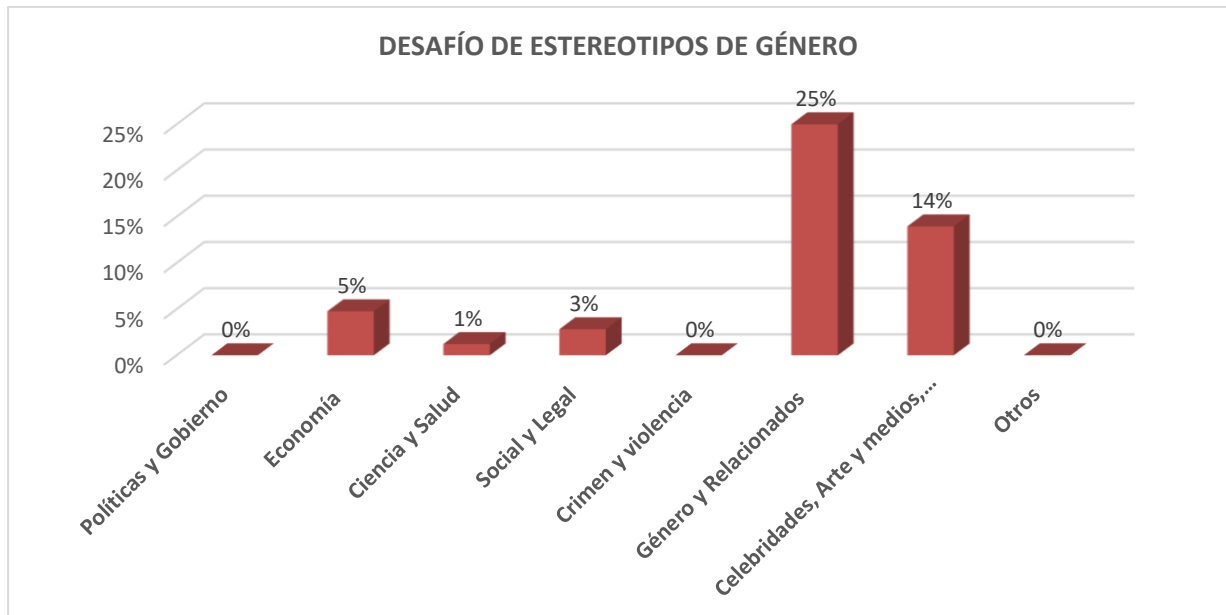
La mayoría de noticias monitoreadas no plantean problemas de igualdad o desigualdad de género. Como se puede observar en la siguiente tabla los porcentajes de noticias que hablan o mencionan la desigualdad de género divididos por temas no pasa del 10%.

TEMAS	Sí
Mujeres políticas, mujeres ciudadanas electorales ...	9%
Paz, negociaciones, tratados ... (local, regional, nacional),	2%
Otros política interna / gobierno (local, regional, Nacional), elecciones, discursos, el proceso político ...	7%
Asociaciones globales (comercio internacional y sistemas financieros, por ejemplo, OMC, FMI, Banco Mundial, deuda) ...	0%
Política extranjero / internacional, relaciones con otros países, negociaciones, tratados, mantenimiento de la paz de la ONU ...	0%
Defensa nacional, gasto militar, entrenamiento militar, desfiles militares, seguridad interior ...	0%
Otras historias sobre Políticas y Gobierno (especifique el tema en la sección 'Comentarios' de la hoja de codificación)	2%
Políticas económicas, estrategias, módulos, indicadores, bolsas de valores, impuestos, ...	7%
Crisis económica, rescates estatales de empresas, adquisiciones de empresas y fusiones ...	2%
Pobreza, vivienda, bienestar social, ayudas a los necesitados ...	7%
Participación de la mujer en los procesos económicos (trabajo informal, empleo remunerado, desempleo, trabajo no remunerado)	0%
Empleo	0%
Trabajo informal, venta ambulante, ..	0%

Otros temas laborales, huelgas, sindicatos, negociaciones, otros empleo y un empleo	0%
Economía rural, agricultura, prácticas agrícolas, política agraria, derechos legales ...	4%
Problemas del consumidor, protección al consumidor, regulación, precios, fraude al consumidor	0%
Transporte, tráfico, carreteras ...	2%
Otras historias sobre economía (especifique el tema en la sección 'comentarios' de la hoja de codificación)	0%
Ciencia, tecnología, investigación, financiación, descubrimientos, desarrollos ...	0%
Medicina, salud, higiene, seguridad, discapacidad, investigación médica, financiación (no EBOLA o VIH-SIDA) ...	7%
EBOLA, tratamiento, respuesta...	0%
VIH y SIDA, incidencia, política, tratamiento, personas afectadas ...	2%
Otras epidemias, virus, contagios, Influenza, BSE, SARS. NO COVID-19 (Para historias relacionadas con Covid-19, elija el subtema relevante más cercano)	0%
Control de natalidad, fertilidad, esterilización, amniocentesis, interrupción del embarazo ...	2%
Cambio climático, calentamiento global	0%
Medio ambiente, contaminación, turismo ...	0%
Otras historias sobre ciencia o salud (especifique el tema en la sección 'comentarios' de la hoja de codificación)	0%
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Agenda post 2015, Agenda 2030	0%
Relaciones familiares, conflictos intergeneracionales, monoparentales...	0%
Derechos humanos, derechos de la mujer, derechos del niño, derechos de gays y lesbianas, derechos de las minorías ...	0%
Religión, cultura, tradición, controversias culturales, enseñanzas, celebraciones, prácticas ...	0%
Migraciones, refugiados, solicitantes de asilo, conflictos étnicos, integración, racismo, xenofobia ...	0%
Otros temas de desarrollo, sostenibilidad,	2%
Educación, cuidado infantil, guardería, universidad, alfabetización	2%
Movimiento de mujeres, activismo feminista, eventos, manifestaciones, incidencia por la igualdad de género .	2%
Cambio las relaciones de género, roles y relaciones de mujeres y hombres dentro y fuera del hogar ...	0%
Derecho de familia, códigos de familia, derecho de propiedad, derecho de sucesiones y derechos...	0%
Sistema legal, sistema judicial, legislación (aparte de la ley de familia, propiedad y sucesiones)...	0%
Desastre, accidente, hambruna, inundación, accidente aéreo, etc.	0%
Disturbios, manifestaciones, desórdenes públicos, etc.	17 %
Otras historias sobre cuestiones sociales o legales (especifique el tema en la sección 'Comentarios' de la hoja de codificación)	0%
Delitos no violentos, sobornos, robos, narcotráfico...	4%
Corrupción (incluida la corrupción / negligencia política)	0%
Delitos violentos, asesinatos, secuestros, secuestros, asaltos, violencia relacionada con las drogas ...	4%
Abuso infantil, violencia sexual contra niños, negligencia	2%
Guerra, guerra civil, terrorismo, violencia estatal	0%
Otras historias sobre Crimen y violencia (especifique el tema en la sección	0%

'Comentarios' de la hoja de codificación)	
Acoso sexual contra mujeres, violación, agresión sexual, #MeToo #TimesUp	7%
Otras violencias de género como feminicidio, trata de niñas y mujeres, MGF ...	2%
Desigualdad entre mujeres y hombres, como desigualdad de ingresos / brecha salarial de género,	0%
Noticias de famosos, nacimientos, matrimonios, defunciones, obituarios, personajes famosos, realeza ...	0%
Arte, entretenimiento, ocio, cine, teatro, libros, danza ...	0%
Medios, incluidos los nuevos medios (computadoras, Internet), representación de mujeres y / o hombres	0%
Noticias falsas, mala información, desinformación, mala información ...	0%
Concursos de belleza, modelos, moda, ayudas de belleza, cirugía estética ...	2%
Deportes, eventos, jugadores, instalaciones, entrenamientos, políticas, financiación ...	0%
Otras historias sobre celebridades, artes, medios de comunicación (especifique el tema en la sección 'Comentarios' de la hoja de codificación)	0%
Otros	2%

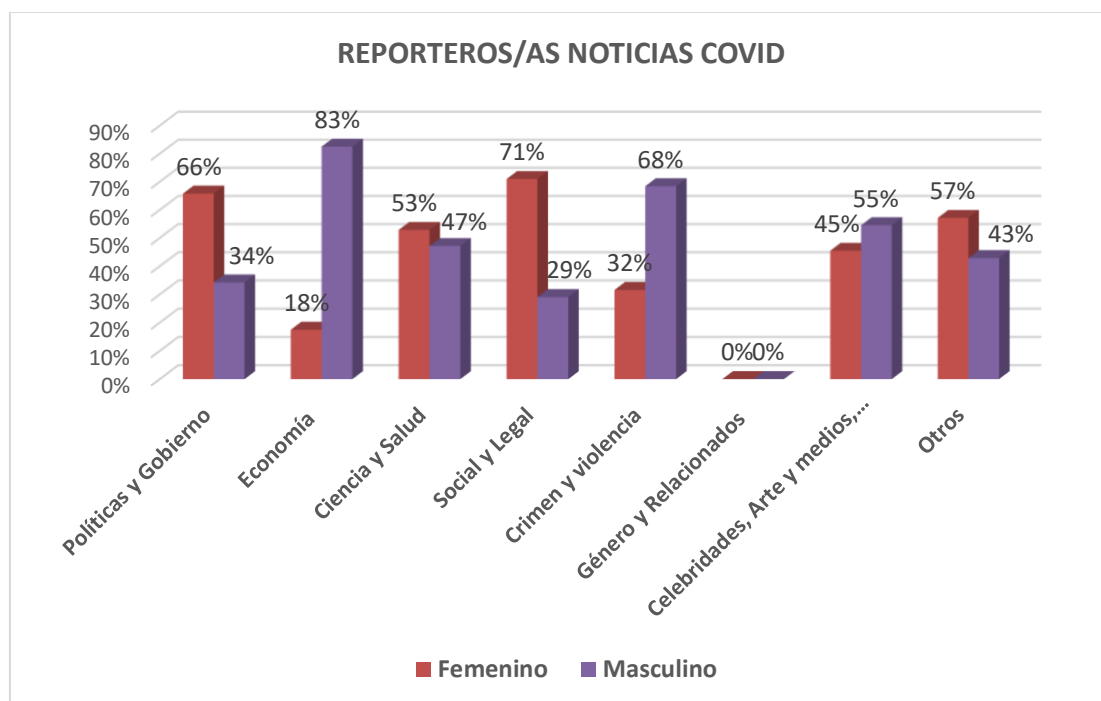
Solamente el 3% de las noticias de todos los medios monitoreados desafían estereotipos de género. Las noticias que más desafían estereotipos se encuentran en el área de género, con un porcentaje de 25%; y en celebridades, 14%. En temas de política y gobierno y crimen y violencia no existe ninguna noticia que desafíe estereotipos. En las demás temáticas el porcentaje es extremadamente bajo, como se puede ver a continuación.



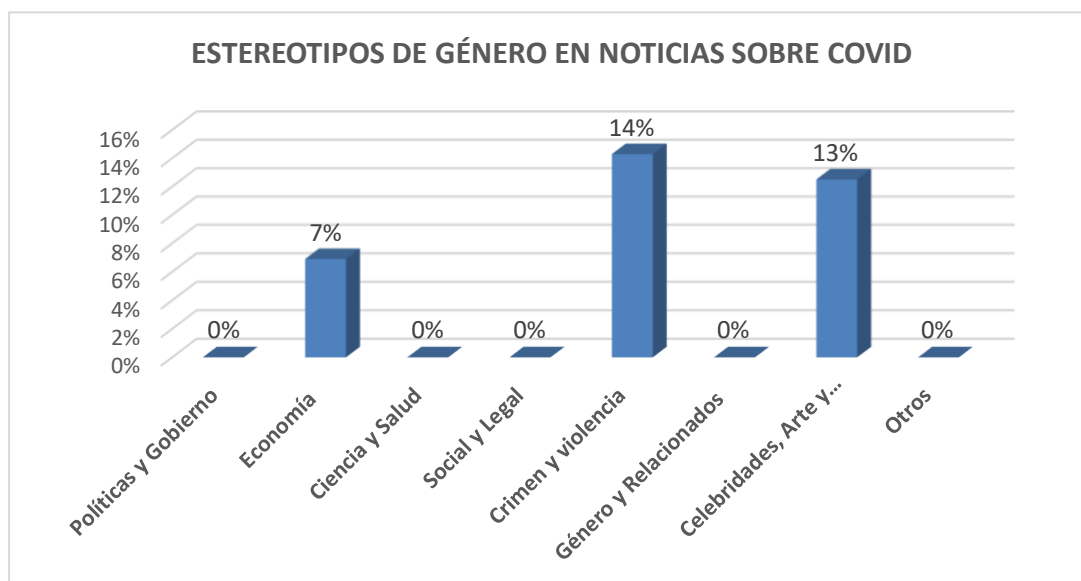
ENFOQUE EN LAS NOTICIAS DE COVID-19

Debido a que la pandemia Covid 19 fue un tema que influyó en la agenda de noticias del día del monitoreo, se dedicó una variable para diferenciar las noticias relacionadas a la pandemia, de las otras.

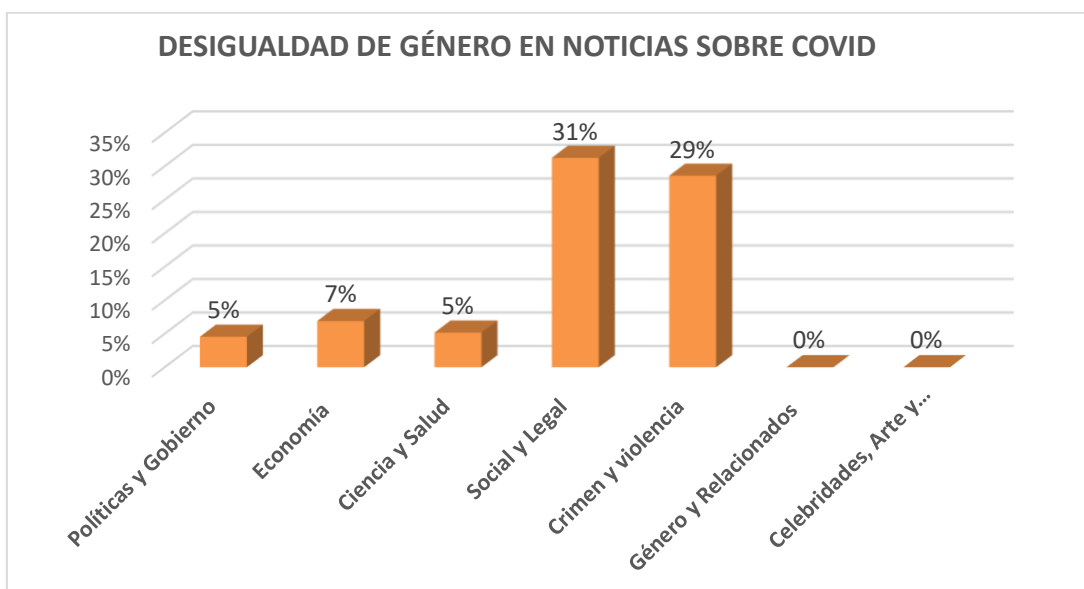
Es en este sentido que, de todos los medios monitoreados, la mayoría de noticias relacionadas al Covid 19 reportadas por mujeres se encuentra en el área de social y legal con un porcentaje de 71% frente a un 29% reportado por hombres y la menos reportada por mujeres en el área de economía con 18%, frente a un 83% reportado por hombres. En el caso de noticias políticas relacionadas al Covid 19, el 63% son reportadas por mujeres y el 34% por hombres. En el caso de noticias sobre Covid 19 en el área de ciencia y salud el 53% es reportado por mujeres y el 47% reportado por hombres. En el caso de noticias sobre Covid 19 relacionadas a crimen y violencia, el 32% es reportado por mujeres y el 68% por hombres. Por último, en el caso de noticias sobre celebridades, artes y deportes relacionadas al Covid 19 el 45% es reportado por mujeres y el 55% por hombres.



El 3% de noticias sobre Covid 19 presentan estereotipos de género. De todas las noticias sobre crimen y violencia relacionadas a la actual pandemia el 14% presenta estereotipos; en el caso de celebridades, arte y deportes el porcentaje es muy similar (13%). En los casos de noticias relacionadas al Covid en el área de Política, Ciencia Salud, Social, Legal y Género no se presentó estereotipos en ninguna noticia.



Solamente el 9% de noticias relacionadas al Covid-19 de todos los medios monitoreado hablan o mencionan alguna desigualdad de género. En las temáticas donde más se habla están social y legal (31%) y género y violencia (29%). En el caso de noticias de Covid-19 sobre política, el 5% menciona alguna desigualdad de género; en noticias sobre economía, el 7%; y en noticias sobre ciencia y salud el 5%. En ninguna noticia sobre género, celebridades, artes y deportes se menciona alguna desigualdad de género.



ESTUDIOS DE CASO

Para realizar los estudios de caso, se eligieron las noticias que merecían un análisis posterior y se las dividió en noticias abiertamente estereotipadas, noticias sutilmente estereotipadas, noticias con oportunidades perdidas y noticias con conciencia de género. Adicionalmente se elaboró una tarjeta de puntuación sobre la responsabilidad del medio al elaborar la noticia; donde el mayor puntaje es “A” que corresponde a excelente; “B”: bueno; “C”: regular; “D”: malo y “E”: muy malo. A continuación, se presentará más a detalle cada una de las categorías en las que se dividieron las noticias para realizar el estudio de caso y las noticias con sus tarjetas de puntuación correspondientes a cada categoría.

Noticias abiertamente estereotipadas


Las noticias abiertamente estereotipadas son la mayoría de veces fácilmente reconocidas. Están en esta categoría noticias que muestran a mujeres u hombres con roles estereotipados; que utilizan lenguaje o imágenes que denigran a la mujer; que justifican la violencia; que ridiculizan a hombres que ocupan cargos no tradicionales; o que trivializan los logros de mujeres. A continuación, se presentan algunos casos de noticias monitoreadas que pertenecen a esta categoría.

1. Ciudadanos convocan a movilización en repudio a la sentencia de William Kushner. (Radio Panamericana)

El titular muestra un dato que generaliza a toda la población, al decir “ciudadanos convocan” da la impresión que toda la población o una gran parte de esta está en contra de la sentencia de William Kushner. Por otro lado, la palabra “repudio” según su etimología “repudium” significa rechazo hacia algo que produce vergüenza. Analizando el titular bajo la etimología del término “repudio”, el titular mencionaría que los ciudadanos convocan a una movilización en rechazo con vergüenza ante la sentencia de un feminicida, porque se considera que el acto no fue un feminicidio, sino un accidente. Quizás el término más apropiado hubiera sido simplemente “rechazo”. Se sugiere el siguiente titular. “Activistas en contra de la sentencia de Kushner convocan a una movilización”.

Respecto a las fuentes, solamente se entrevista a una mujer que es familiar de Kushner, bajo la función de “vocera” y defensora del agresor. Debería haberse entrevistado a las personas que organizaron la marcha. También era necesario el punto de vista de la contraparte y sobre todo por las acusaciones que realiza la familiar de Kushner: “Da la impresión que la sentencia estaba escrita muchísimo antes (...) la auditoría es clave, tiene que haber una instancia superior que controle lo que han hecho estos jueces y estos abogados”.

Se considera que la noticia es necesaria, puesto que es algo que estaba pasando. Sin embargo, presenta muchos errores en relación con la perspectiva de la noticia, la única fuente que habla, la falta de contraparte, la utilización de algunos términos y la generalización en el titular.


TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMP
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	
Puntos totales: 4		GRADE: E	

2. Enfermeras exigen reclasificación de ítems al Ministerio (Periódico Correo del Sur)

La noticia presenta a las personas que ejercen la enfermería como mujeres, dejando de lado a los hombres que también ejercen esta profesión, lo que muestra una fuerte vinculación del género femenino con dicha ocupación.

La imagen de la noticia no es muy clara, sin embargo, al parecer se muestra a un enfermero entre las enfermeras. El error del medio en esta noticia es solamente entrevistar a una enfermera y generalizar tanto en el titular “enfermeras”, en lugar de colocar “enfermeros y enfermeras” o “personal de enfermería”.


Esta noticia presenta una invisibilización del hombre en la enfermería, reafirma el estereotipo de médico hombre y enfermera mujer y estereotipa de forma sutil la enfermería como profesión únicamente de mujeres.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	
Puntos totales: 4		GRADE: E	

3. La Paz: Mujer de 37 años es encontrada sin vida y con signos de violencia. (Plataforma digital Erbol)

En el contenido de la noticia se menciona "ella no tiene descendencia ni pareja formal", lo cual denota una cierta subordinación de la mujer al rol de madre, esposa o novia. También refuerza de manera indirecta algunos estereotipos o causas comunes de feminicidios como "peleas de pareja" o "problemas pasionales".

También hay una descripción demasiado gráfica del cuerpo de la víctima, lo cual se puede catalogar como una noticia sensacionalista.


TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
 GMMP		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2
Puntos totales: 4		GRADE: E

4. Nuevas denuncias de pedofilia (Medio televisivo Bolivisión)

La única fuente que se usa para la noticia es una publicación de un periódico, ya que las personas entrevistadas (dos hombres y una mujer) solo dan su opinión sobre el hecho, desde el punto de vista del partido Movimiento Al Socialismo (MAS).

Sobre las imágenes utilizadas en la noticia, se muestra al hombre (Evo Morales) con una imagen de poder, una persona que ocupa un cargo importante. Esto refuerza el estereotipo de plasmar al hombre siempre en una posición de poder o autoridad, incluso en este caso que está ligado a un delito.

La forma en que se ha presentado la noticia, y las intervenciones de las personas entrevistadas, solamente cumplieron la función de alimentar el morbo sobre la coyuntura política. Además, que es evidente la politización de la noticia, pues incluso los representantes del MAS hablan de cómo este hecho afecta o no a su partido en las elecciones, poniendo en segundo lugar el delito. La noticia carece de un enfoque de derechos humanos.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	
Puntos totales: 3		GRADE: E	

Noticias Sutilmente estereotipadas

Las noticias sutilmente estereotipadas no presentan estereotipos de manera muy obvia, cómo su nombre lo indica lo hacen de forma sutil. En esta categoría están noticias que presentan a mujeres en roles domésticos y a hombres en roles públicos; que presentan a la mujer con sus vínculos a un hombre que no son relevantes según el contexto de la noticia (la esposa de...); o que transmiten creencias estereotipadas. A continuación, presentamos algunas noticias monitoreadas que pertenecen a esta categoría.

1. Largas filas para cobrar el Juancito Pinto (Periódico El Extra)

En cuestión de fuentes esta noticia presenta tanto fuentes femeninas como masculinas, pero con distintas funciones. El entrevistado hombre tiene la función de vocero, en este caso el exviceministro Oscar Navarro. La mujer entrevistada es una ama de casa que su función está entre sujeto y opinión popular. Además, que con la declaración de la persona que escogieron como fuente de la noticia, mantiene los estereotipos de género de la mujer como ama de casa (ámbito privado) y el hombre como generador de ingresos (ámbito público).

Respecto al lenguaje utilizado, se menciona a “padres de familia” y se entrevista solamente a una madre de familia. El término correcto hubiera sido padres y madres de familia.


Se necesitaría incluir más fuentes en la noticia para evitar transmitir estereotipos, ya que, si bien la entrevistada es la que los mencionó, el hecho de que el medio de comunicación no haya entrevistado a ningún hombre, parecería que está reforzando los estereotipos transmitidos por la fuente, ya que solo al tener a esa entrevistada, la noticia transmite que son las mujeres en su rol de madre, las que están a cargo de asuntos de los hijos, como el colegio, el cobro de bonos, etc.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1
Puntos totales: 6		GRADE: D




2. Jueza otorga detención domiciliaria para el excomandante Williams Kalimán (Plataforma digital ANF)

En esta noticia solamente se entrevista a hombres, pese a que la jueza es nombrada en el titular y sería enriquecedor que hubiera sido entrevistada. No se menciona el nombre de la jueza. Generalmente, en la mayoría de las noticias donde aparece un juez, este es nombrado por su nombre y cargo. Llama la atención que en esta ocasión no se mencione ni el nombre ni el apellido de la jueza.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
 GMMP		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1
Puntos totales: 5		GRADE: D


3. Mientras el anuncio del gobierno central sobre las nuevas medidas para el 1 de octubre, madres de familia afirman que aún continúan con el miedo de posibles secuestros en vía pública. (Medio televisivo Unitel)

En el titular de la noticia se transmite estereotipos al no mencionar a los padres de familia y al reafirmar a la madre o a la mujer como la única que se preocupa y vela por sus hijos. En el contenido de la noticia se entrevistan a cuatro personas, todas mujeres. Hubiera sido necesario que el medio también hubiera entrevistado a un padre preocupado por la seguridad de sus hijos. Incluso al final de la noticia se menciona “padres de familia”, aunque hayan sido solo madres de familia las entrevistadas. Una de las fuentes reafirma el estereotipo de la mujer como única responsable de los hijos al mencionar que a veces ve en los parques mujeres besándose con su pareja y despreocupándose por sus hijos, mostrando que la responsabilidad es única de la madre y no del padre que también está ahí y también debería estar atento a sus hijos. Esta noticia presenta a la mujer desde un ámbito interno como madre, única responsable de la crianza de los hijos y bajo el estereotipo de indefensa, con miedo, preocupada, etc.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
 GMMP		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Mala, 1
Puntos totales: 5		GRADE: D

4. Barbijos de cuero es la novedad de la familia Bravo, que elabora calzados hace más de 25 años (Cuenta Twitter de Unitel)

El titular habla de una familia, pero la fotografía solo muestra a un hombre, lo que refuerza el estereotipo de que el hombre es el jefe de familia; además que, al poner solo a un varón, ya se realiza una forma de distinción. Hubiera sido más apropiada una fotografía de toda la familia o de los productos.


TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2
Puntos totales: 6		GRADE: D

Noticias con oportunidades perdidas

Las noticias con oportunidades perdidas no son noticias que están mal, pero pudieran haber sido enriquecidas con nuevos enfoques. En esta categoría están noticias que no tienen equilibrio de género en las fuentes; que desaprovecharon la oportunidad de tratar temas de igualdad o desigualdad de género; o donde la perspectiva de género está ausente. A continuación, presentamos algunas noticias monitoreadas que pertenecen a esta categoría.


1. Incrementan delitos sexuales contra menores (Bolivia TV)

En esta noticia hubiera sido pertinente aprovechar el tema del incremento de casos de violencia sexual hacia niños en Sucre para hablar de lo que pasa en otros departamentos, puesto que también el año pasado hubo varios casos en todo el país. También la noticia hubiera sido enriquecida si se hubiera investigado más sobre estadísticas de casos que permanecen impunes, los que cuentan con sentencia, etc.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	
Puntos totales: 8		GRADE: C	


2. En Cobija reportan que cinco municipios de Pando presentan índices de embarazo precoz en adolescentes (Radio Santa Cruz)

La noticia ha perdido una oportunidad para hablar de conciencia de género al respecto de la educación sexual y la responsabilidad compartida en el embarazo, ya que solamente se presenta una serie de datos, que podría haber sido profundizada un poco más e incluso se habría podido hablar de estos temas con algún experto. También se pierde la oportunidad de abordar o mencionar cómo este tema afecta a las mujeres y a los hombres de distinta manera en todas las áreas (educación, economía, etc).

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	
Puntos totales: 8		GRADE: C	


3. De los 86 feminicidios ocurridos este año en Bolivia, solo el 14% cuenta con sentencia (Plataforma Digital Página Siete)

La noticia está bien elaborada; sin embargo, pudo haberse explorado mejor el tema. En primer lugar, pudo haberse consultado a profesionales en justicia y autoridades para que hablen sobre la temática. También hubiera sido útil mencionar los alcances de la Ley N°348, instrumento con el que por primera vez se tipifica el feminicidio en Bolivia.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u>	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u>	<u>Respeto de la libertad de expresión</u>	
<input type="checkbox"/> Regular, 3	<input type="checkbox"/> Regular, 3	<input type="checkbox"/> Regular, 3	
Puntos totales: 9		GRADE: B	

4. Mineros de la empresa Andacava bloquean la carretera a la altura de San Antonio a raíz de que no les pagan (Radio Santa Cruz)

En cuestión de la elección de las fuentes se percibe exclusión de las mujeres que pudieran ejercer la minería o se vieran afectadas por el conflicto también. Hubiera enriquecido la nota escuchar a ambos géneros respecto al tema de los salarios retrasados en la mina de la empresa Andacava. Por otro lado, al utilizar el genérico masculino para referirse a los mineros resulta excluyente para las mujeres que trabajan en esta profesión.


TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			 GMMP
<u>Profesionalismo</u>	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u>	<u>Respeto de la libertad de expresión</u>	
<input type="checkbox"/> Deficiente, 2	<input type="checkbox"/> Regular, 3	<input type="checkbox"/> Deficiente, 2	
Puntos totales: 7		GRADE: C	

Noticias con conciencia de género

Las noticias con conciencia de género son las que están elaboradas bajo una perspectiva de género. En esta categoría están noticias que cuestionan estereotipos; que demuestran un equilibrio en sus fuentes; o que son específicamente de género. A continuación, presentamos algunas noticias monitoreadas que pertenecen a esta categoría.


1. Prófugo de la justicia (Medio televisivo Bolivisión)

La noticia no tiene ninguna observación. Se destaca el hecho de que se haya denominado a la persona que está prófuga como agresor, sin caer en justificarlo o defenderlo; que es algo muy común en las noticias. Además que se hace como una advertencia a que sus amigos o familiares no lo encubran. El uso de imágenes es adecuado, porque evita caer en el sensacionalismo o periodismo amarillista.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Bueno, 4	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Bueno, 4	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	
Puntos totales: 11		GRADE: A	


2. Guías de turismo en Sucre reportan desempleo total (Periódico Correo del Sur)

No refuerza estereotipos. Al mencionar la estadística de mujeres como guías de turismo, realza el tema de conciencia de género dado que no es un "rol estereotipado" de la mujer, de hecho, menciona que el rubro de turismo genera empleo en especial para mujeres lo cual saca el rol de la mujer de los roles que muchas veces se le asignan. Incluso de esta manera muestra quiénes son las más afectados con la crisis económica en Sucre.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS			
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Bueno, 4	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	
Puntos totales: 10		GRADE: B	

3. En octubre la editorial boliviana presentará el exitoso libro 'Mamá desobediente', de la autora española Esther Vivas (Cuenta de Twitter de La Razón)

La noticia ayuda a romper con la costumbre de presentar a las mujeres como esposa o familiar de un varón, y en este caso se la presenta con su profesión y un producto de su propia elaboración. A demás que el contenido del libro rompe estereotipos del ideal de madre sumisa y toma en cuenta otras maneras de ser madres y que no hay una forma correcta y una incorrecta de serlo. Se rescata que el medio haya dado cobertura a la futura presentación del libro.

TARJETA DE PUNTAJE: RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS		
 GMMMP		
<u>Profesionalismo</u> <input type="checkbox"/> Bueno, 4	<u>Enfoque basado en los derechos humanos</u> <input type="checkbox"/> Regular, 3	<u>Respeto de la libertad de expresión</u> <input type="checkbox"/> Bueno, 4
Puntos totales: 11		GRADE: A

CONCLUSIONES

- ✧ El 10% de las noticias de los medios monitoreados (periódico, radio, televisión, plataforma digital y twitter) tienen a una mujer o a mujeres como tema central frente a información en general y otros referidos a la presencia masculina. Por tanto, la presencia de la mujer en las noticias en la jornada del monitoreo y en todos los medios en estudio mantiene su carácter de sujeción al interés periodístico de otras temáticas o al rol predominante masculino.
- ✧ Los resultados del GMMP 2020 muestran que no existe equidad de género en la selección de sujetos y fuentes en las noticias de todos los medios monitoreados, puesto que la presencia de la mujer no llega ni al 30%.
- ✧ Se muestra una invisibilización de la palabra de las mujeres como fuentes de las noticias de todos los medios de comunicación monitoreados y especialmente se nota esta ausencia en hechos que se dan en el ámbito público, donde no se recoge su testimonio como voceras o expertas. Dado que los medios acuden a mujeres sobre todo para sondeos de opinión en temas mundanos o cotidianos e incluso en estos casos el porcentaje es menor que al de los varones. Lo que indica que desde la información noticiosa aún existe una mirada que desvaloriza la capacidad de opinión y aporte de la mujer.
- ✧ En cuanto a la presencia de la mujer como actora en temas políticos de las noticias en todos los medios observados se encuentra que las mujeres están subrepresentadas en 18% frente al volumen de noticias de hombres en el espacio político. Los hombres ocupan en los acontecimientos de la política nacional representada por los medios de difusión un volumen que se cuadruplica en favor del actor masculino (82%). Vale la pena hacer notar que en el caso de Bolivia la previsión de que la mujer ocupe un mayor espacio en las noticias políticas del país tampoco se cumplió, dado que en el periodo de estudio se contaba con una mujer como mandataria del Estado.
- ✧ La mujer en las noticias de todos los medios monitoreados tiene menor presencia en temas económicos, frente a otros relacionados a la farándula (vida de celebridades), las artes y el deporte, donde su presencia crece. Lo que muestra que las mujeres en los medios bolivianos y a partir del monitoreo mantiene papeles vinculados al entretenimiento y no como actora contribuyente al desarrollo productivo del país.
- ✧ En cuanto a la pertenencia de carácter étnico o de origen cultural de las mujeres en las noticias, se encuentra que de todas las personas citadas o mencionadas en el monitoreo y a partir de todos los medios, solo una mujer tiene este carácter originario (aymara). Lo que permite concluir que los medios desde la información noticiosa mantienen en una doble forma de invisibilización, la primera por ser mujer y la segunda por ser de origen indígena.
- ✧ En las noticias de los medios monitoreados, la mujer cuando apareció como víctima de hechos violentos correspondió a formas de violencia doméstica y/o violencia sexual, mientras que la presencia del hombre en este mismo tipo de hechos lo considera como víctima de accidentes o delitos comunes (robos, asaltos, estafas). Esto permite decir que la mujer víctima en las noticias es vulnerada por su condición de género y su presunta debilidad.
- ✧ Solamente el 10% de las 519 noticias monitoreadas en todos los medios observados toman como eje de atención las políticas de género o las cuestiones de igualdad entre hombres y mujeres. Esto permite concluir que el debate de la desigualdad de género ocupa un lugar muy reducido en la información noticiosa.

- ✧ De todo el volumen de noticias analizadas, apenas el 3% de ellas se puede calificar como desafiante a los estereotipos de género. Este es el caso de notas que aluden, por ejemplo, a distintos tipos de maternidad no atados a la presencia doméstica del hogar o la presencia de la mujer como líder o emprendedora empresaria en el rubro del turismo. Por consiguiente, parece ser que se mantiene desde la información noticiosa una escasa presencia de hechos que rompen los esquemas patriarcales como en este caso del desempeño de la mujer como madre o en determinadas ocupaciones.
- ✧ A partir de la observación de evidencia sobre el género y la edad de los periodistas y en relación a su desempeño laboral, de manera indistinta en los medios observados, se encuentra que existen más periodistas mujeres entre los 19 y 34 años. Y en el caso de periodistas hombres la mayoría tiene entre 35 a 49 años. Esto permite concluir que parece que los medios sobre todo audiovisuales prefieren mujeres periodistas jóvenes; mientras que en el caso de periodistas hombres, tienen preferencia de ellos por su mayor edad, presuntamente por su experiencia. Esto también se sustenta en que la mayor parte de presentadoras de televisión tienen rasgos característicos del modelo occidental de belleza femenina (mujer alta y esbelta), mientras que en el caso masculino no existe un patrón en el físico de los presentadores.
- ✧ En comparación con anteriores GMMPs se encuentra que la presencia de la mujer en las noticias de los medios monitoreados, en cuanto a temas políticos y su protagonismo en la esfera pública ha disminuido en comparación a los estudios realizados en 2015 y 2010. Y en cuanto a temas sociales, económicos, sobre salud, deporte y farándula, la presencia de la mujer ha incrementado en comparación al GMMP 2015 y al GMMP 2010. Se concluye, por tanto, que hubo un avance de la presencia de la mujer en la economía, en lo social y en la salud, pero menos en la política o la actividad pública relacionada a la mujer.

RECOMENDACIONES Y PLAN DE ACCIÓN 2021-2025

- ✧ Es importante impulsar estrategias dirigidas a fortalecer la presencia activa y participativa de reporteras y presentadoras en la construcción de las políticas comunicacionales de los medios.
- ✧ Es necesario que las carreras de comunicación y periodismo de los centros de formación universitaria tomen en cuenta la perspectiva de género y derechos humanos en sus planes de estudio.
- ✧ Es fundamental impulsar procesos de formación y capacitación a periodistas sobre género y derechos humanos.
- ✧ Los medios de comunicación deben crear o adoptar manuales de estilo que incluyan el uso del lenguaje inclusivo y el enfoque de interseccionalidad en el tratamiento de sus contenidos.
- ✧ Es fundamental que la población en general presente un rol crítico al contenido de los medios y exija contenidos libres de sexismo, estereotipos e invisibilización de la mujer.

Anexo 1. Metodología⁴

Una característica clave de la investigación longitudinal es que posibilita realizar una evaluación del cambio a lo largo del tiempo en las variables observadas. En el caso del GMMP (Proyecto Monitoreo Mundial de Medios), que estudia las dimensiones de igualdad de género del contenido de los medios de comunicación, los métodos de recopilación y análisis de datos se han mantenido consistentes a lo largo del tiempo para capturar el cambio con precisión. Al igual que en años anteriores, la metodología y los indicadores estudiados se han mantenido relativamente estables para permitir las comparaciones históricas.

Proceso

El día de monitoreo global programado inicialmente para el primer trimestre de 2020 se pospuso para más adelante en el año debido a la situación y a las medidas ocasionadas por la primera ola de coronavirus (Covid-19) en todo el mundo. A medida que se acercaba el día de monitoreo en abril, rápidamente quedó claro que proceder según lo planeado daría como resultado una muestra de noticias que se centraría casi por completo en las historias de coronavirus. Surgió una nueva necesidad de abordar los aspectos prácticos del monitoreo durante los confinamientos y los toques de queda impuestos para contener la propagación del virus, ya que las sesiones regulares de codificación comunitaria ahora estaban fuera de discusión para la mayoría de los equipos. Los riesgos para la salud y los medios de vida, la necesidad de encontrar formas de hacer frente a la vida cotidiana, desplazarían al GMMP hacia abajo en la escala de prioridades de los equipos voluntarios, aumentando potencialmente la tasa de deserción. Estos nuevos desafíos exigieron una pausa en los planes de manera que se busquen colectivamente soluciones para lograr poner en marcha las herramientas y los recursos necesarios antes de que pudiera continuar el trabajo de preparación del monitoreo.

El grupo asesor técnico del GMMP y el equipo de desarrollo de la base de datos Code for Africa trabajaron para abordar sistemáticamente los problemas. Se estableció una nueva fecha de monitoreo para septiembre, las herramientas de codificación se ajustaron para capturar historias de Covid-19 sin comprometer la posibilidad de comparar resultados a lo largo del tiempo, de acuerdo a los temas centrales de la noticia; se pusieron a disposición exhaustivos recursos de capacitación audiovisual sobre cómo codificar noticias sobre la pandemia, se desarrollaron instrumentos de codificación electrónica y los equipos se capacitaron nuevamente en numerosos seminarios web que fueron desarrollados de manera virtual.

Al igual que con las ediciones anteriores del GMMP, la captura de datos inicial se llevó a cabo fuera de línea por parte de los equipos de voluntarios en los 116 países participantes. Para el GMMP 2020, se proporcionó una versión en hoja de cálculo de las hojas de codificación, para permitir el registro electrónico del análisis inicial de las noticias.

En el período previo al día de monitoreo, se organizaron sesiones de capacitación regionales y nacionales para lograr una comprensión uniforme de los equipos acerca de la metodología y el enfoque nuevo de la codificación en el marco de la pandemia por COVID 19. Los equipos recibieron capacitación sobre selección de medios, selección de noticias y artículos, la cantidad de medios a codificar y cómo seleccionar la información contextual de cada país.

⁴ See the global report for the extended discussion on the GMMP 2020 methodology

Para el GMMP 2020, los equipos podrían elegir entre dos posibles opciones para el monitoreo:

- **Monitoreo completo**, cuyos resultados brindan una imagen integral del estado de situación de la igualdad de género en los medios de comunicación.
- **Monitoreo corto**, una versión más breve que se centra en los indicadores clave del GMMP; pensado para equipos que deseen participar pero que puedan verse limitados a la hora de implementar el monitoreo completo.

Para asegurar la precisión en el proceso de codificación, se grabaron noticieros de radio y televisión, y se recolectaron copias de piezas de medios digitales e impresos. A través de los diferentes tipos de medios, tanto para seguimiento completo como corto, los monitores capturaron información sobre la historia, sus temas principales y las personas en la noticia, como periodistas, como sujetos y fuentes de la historia. Además, se realizaron tres preguntas especiales opcionales, únicas para cada país, que permitieron a cada país analizar temas de interés nacional. Para propósitos de estandarización, así como por la naturaleza multilingüe de este estudio, todas las respuestas fueron codificadas numéricamente a partir de listas fijas.

Para permitir la comparabilidad de los datos recopilados de una agenda de noticias, con gran cantidad de notas sobre COVID 19, con los resultados históricos del GMMP, se incluyó una pregunta adicional que preguntaba si la historia (noticia) estaba relacionada con Covid-19. Para esos casos, se solicitó a los equipos de monitoreo que codificaran el tema secundario más relevante. Si bien las noticias mundiales se habían diversificado a niveles prepandémicos para el día de monitoreo global, el análisis regional demostró la importancia de esta pregunta, particularmente para América del Norte y Medio Oriente, que registraron el 37% y el 36% de las historias relacionadas con Covid-19, respectivamente.

Bandas de medios

El sistema de bandas de medios se introdujo en 2005 para garantizar un cuerpo más uniforme de las noticias analizadas para la cantidad de datos global, también ha servido como punto de referencia para que cada país tenga un número mínimo de medios a monitorear. Este sistema se ha mantenido para el GMMP de 2020 y se desarrolló con el aporte de los equipos coordinadores de país.

Ponderación

Si bien el GMMP busca comprender cómo se representa el género (igualdad de género) en los medios de todo el mundo, las diferencias en el acceso y el impacto de los medios en los países participantes pueden implicar que una simple adición de datos, en más, conduciría a resultados sesgados. Por ejemplo, si un país como Francia envió datos de 100 medios, las entradas de un país más pequeño como Fiji tendrían poco o ningún impacto en los resultados. Además, aunque dos países pueden tener un número similar de periódicos, su impacto, en términos del número de personas que los leen, puede ser significativamente diferente. Para abordar estos desafíos, GMMP 2020 actualizó, volvió a probar y aplicó el sistema de ponderación desarrollado por primera vez para la edición de 2005.

Precisión

El GMMP involucró a varios miles de personas en 116 países de diversos grupos que trabajan en temas de medios y género, pero también en la academia, organizaciones sociales y personas con diferentes habilidades de investigación y trabajando en una amplia gama de idiomas. Para un estudio de esta escala, era crucial que se considerara la precisión en cada etapa, para mantener los altos niveles alcanzados en años anteriores. Los errores de entrada y procesamiento de datos pueden tener graves efectos de sesgo en el análisis de datos, lo

que da como resultado una tergiversación de las variables observadas. Para minimizar este riesgo, aprovechamos una variedad de procesos automatizados, así como la amplia experiencia de monitoreo de medios de los coordinadores y coordinadoras de país.

Limitaciones

Como ocurre con cualquier estudio, se hizo un gran esfuerzo para garantizar la precisión de los datos. Como se observó en GMMP anteriores, no se puede determinar un error de medición exacto debido a la magnitud del estudio. La medición de error convencional involucraría a diferentes investigadoras codificando la misma historia y luego calculando un nivel de error a partir de las diferencias entre los resultados. Aunque esto no fue posible para GMMP, se han seguido los mecanismos de las mejores prácticas para asegurarnos de que hubiera errores mínimos en el proceso de generación de análisis y captura de datos.

Acerca de Code for Africa

[Code for Africa](#) (CfA) es la red más grande del continente, de laboratorios indígenas africanos de tecnología cívica y periodismo de datos de investigación, con más de 70 empleados en 19 países, que construyen soluciones de democracia digital destinadas a brindar a la ciudadanía acceso sin restricciones a información procesable que les permita tomar decisiones informadas y fortalecer el compromiso cívico para mejorar la gobernanza pública y la rendición de cuentas.

Anexo 2. EQUIPO DEL GMMP

Equipo general del GMMP – BOLIVIA (UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA “SAN PABLO”)



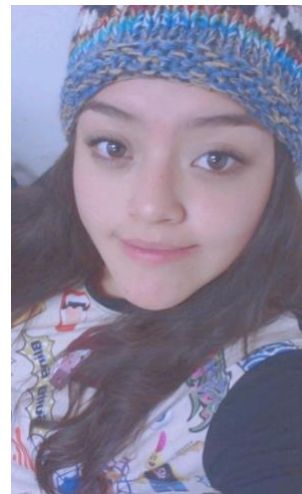
Mgr. José Luis Aguirre Alvis
Director SECRAD



Lic. Karla Lijerón del Carpio
Oficial Administrativa SECRAD



Lic. Lorna Arauz Rodríguez
Coordinadora Nacional del GMMP



Lucero Domínguez Villafán
Asistente del GMMP