



MONITOREO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS MUJERES INDÍGENAS AYMARAS EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN BOLIVIA

La Fundación Colectivo Cabildeo (FCC) trabaja por el desmontaje de las relaciones de subordinación de las mujeres en la sociedad, en la gestión pública y en el sistema mediático, generando procesos políticos y pedagógicos de deliberación intercultural, descolonizadora y despatriarcalizadora que promuevan la participación y la autonomía de las organizaciones de mujeres.

La dimensión político comunicacional de FCC lleva adelante en 2014 el *“Monitoreo sobre la presencia de las mujeres indígenas aymaras en los medios masivos de comunicación en Bolivia”* con el apoyo de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) para mostrar a partir de datos concretos la presencia y representación mediática de las mujeres aymaras.

EXPERIENCIAS PRELIMINARES DESTACABLES

Cabe destacar experiencias de monitoreos previos como ser “La Mirada invisible” (Patricia Flores 1999) o estudios como el de UNIFEM (2009) sobre Discriminación y Racismo: Mujeres indígenas y derechos.

El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR realiza de manera sistemática estudios y monitoreos de diferentes temáticas ligadas al análisis de coberturas informativas, a la conflictividad social y al ejercicio del derecho de la comunicación como un derecho fortaleciendo la cultura de paz. El Monitoreo Global de Medios

(GMMP, por sus siglas en inglés) ¿Quién figura en las noticias?, es uno de los mayores referentes a escala mundial de monitoreo sobre género y medios noticiosos. Los resultados del GMNP 2010 muestran que en una década del 2000 a 2010, se ha incrementado solo en 6 puntos porcentuales la presencia de las mujeres como sujetos de noticia¹. Estos resultados junto a varios otros estudios realizados, han sido la base referencial y el punto de partida del presente monitoreo.

FASES Y DURACIÓN DEL MONITOREO

El monitoreo sobre la presencia de las mujeres indígenas aymaras en los medios masivos de comunicación en Bolivia, se llevó adelante en dos fases: la primera del 9 al 23 junio de 2014 y la segunda del 15 de julio al 5 de agosto de 2014.



¹ A la velocidad actual, indica el informe: “tomará más 40 años alcanzar la paridad (...) sólo el 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias de la prensa escrita, o se escucha en la radio y la televisión, son mujeres. En contraste 76% de las personas en las noticias son hombres”. *Monitoreo Global de Medios (GMMP) 2010.*

OBJETIVO

Mostrar formas y mecanismos comunicacionales de visibilizar o invisibilizar a las mujeres indígenas aymaras en las informaciones políticas, económicas y de desarrollo rural que cotidianamente presentan los diferentes medios de comunicación.

PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

- La invisibilización mediática de los roles político y económico de las mujeres aymaras en el Departamento de La Paz, a pesar de representar el 20% de las mujeres indígenas en nuestro país y de la capacidad demostrada en cargos de decisión.
- Discriminación genérica y étnica hacia las mujeres indígenas como fuentes de información. Generalmente se las presenta como acompañantes sin destacar sus liderazgos.
- No se refleja la cotidianidad de las mujeres y menos las de las indígenas aymaras. Los programas bilingües son escasos y focalizados en horarios matinales, escuchados, sobretudo por oyentes rurales.
- Los estereotipos de la “*mujer occidental y urbana*” son reproducidos por los medios de comunicación que focalizan sus audiencias en poblaciones indígenas como un modelo para las mujeres indígenas y aymaras fortaleciendo una visión monocultural y homogenizante contraria a la visión Pluricultural y Plurinacional establecida en la CPE.

EJES TEMÁTICOS DEL MONITOREO

Se establecieron cuatro ejes temáticos:

- Desarrollo Rural: nos referimos a la presencia mediática de las mujeres indígenas aymaras como productoras rurales y su relación con la tierra, con la tierra, la con-

servación de los recursos naturales y el acceso equitativo a los mismos, teniendo en cuenta su capacidad organizativa y productiva, así como el acceso equitativo a estos recursos.

- Participación Política de mujeres y espacios de decisión: La presencia mediática de las mujeres aymaras en el ejercicio de la representación política (paridad y alternancia como un derecho constitucionalizado), la visibilización de sus derechos políticos y de las diversas y diferentes formas de democracia ejercidas comunalmente por el pueblo aymara.
- Gestión Pública: Mujeres aymaras como gestoras e impulsoras de la Implementación en las políticas públicas y de los programas y planes de gobierno en los ámbitos nacionales, departamentales y municipales.
- Economía y procesos económicos: la presencia de las mujeres aymaras en acciones estratégicas dirigidas a construir y fortalecer políticas públicas con justicia económica dirigidas a la redistribución de la riqueza con visiones descolonizadora y despatriarcalizadora.

METODOLOGÍA

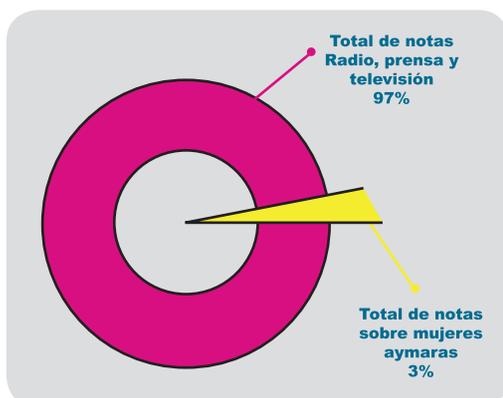
Se utilizaron categorías de análisis relacionadas con los ejes temáticos y el tratamiento morfológico y visual de la noticia/información (tratamiento técnico, color, planos, etc) como estructural (espacios, horarios y/o tiempo de duración asignados sobre el porcentaje total de la noticia). A ello se incorporó un análisis de: i) estereotipos de género y étnicos; ii) uso del lenguaje (no sexista, bilingüismo) y iii) la representación y/o invisibilización mediática de las indígenas como sujetas de información.

Se monitorearon 20 programas noticiosos e informativos en once medios de comunicación de cobertura nacional y del departamento de La Paz.

Medio	Programa	Horario	Formato	Alcance		
PRENSA ESCRITA La Razón El cambio	Todo el contenido pero enfocándose en las secciones que recojan los ejes temáticos anunciados (Política, Economía, Ciudad, etc.)			Nacional		
PRENSA DIGITAL Erbol digital Agencia Plurinacional de Comunicación	Ejes temáticos y ver la secciones de género y movimientos sociales.			Global		
RADIO Panamericana	Panamericano Matinal Ronda de Corresponsales Dialogo en Panamericana	Matinal	Noticiero Noticiero Noticiero	Nacional		
Patria Nueva	Bolivia Informa Palabra de Bartolina Sisa El Pueblo es Noticia	Mediodía Sábado Domingo	Noticiero Especializado Debate			
San Gabriel	Revista Informativa Matinal Levantemos nuestro pueblo. Noticiero Central	Matinal Matinal Nocturno	Información Información Noticiero	Regional área andina- aymara		
	Radio Deseo	Trabajadoras del hogar	Por la tarde		Especializado	Local
	TELEVISIÓN Red Uno	El Mañanero	Matinal		Revista informativa	Nacional
RTP Comunidad de la vida	El Taypi Nuestra mañana Noticiero central RTP	Matinal Matinal Nocturno	Especializado Revista informativa Noticiero			
Bolivia TV	Tiempos de cambio Noticiero central	Nocturno	Informativo Noticiero			

PROMEDIO TOTAL DE NOTAS MONITOREADAS

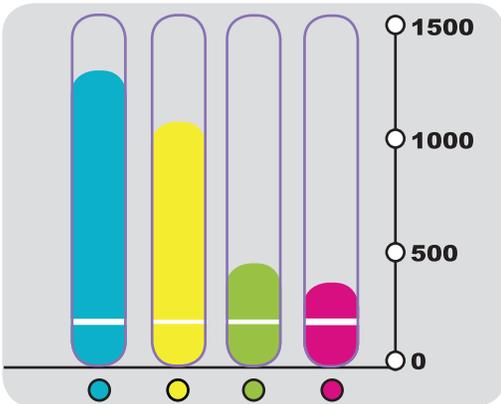
Medio de comunicación	Promedio del total de noticias durante las fechas de monitoreo	Noticias sobre mujeres aymaras
Televisión	1924	99
Radio	1765	88
Prensa	3050	23
TOTAL	6739	210



Este cuadro general muestra que en los medios monitoreados entre el 9 al 23 de junio y 15 de julio al 5 de agosto de 2014 (radio, televisión, prensa impresa y digital), de un total de 6739 noticias emitidas, sólo 210 que representa un 3% de las mismas, dan cobertura a información sobre mujeres indígenas aymaras. El 97% de esta cantidad está concentrada principalmente en las coberturas de sucesos urbanos.

PROMEDIO DE NOTAS EN MEDIOS ESCRITOS

Medio de comunicación	Promedio del total de noticias durante las fechas de monitoreo	Noticias sobre mujeres aymaras
La Razón	1250	7
El Cambio	1025	4
Erbol	425	4
APC	350	8
TOTAL	3050	23

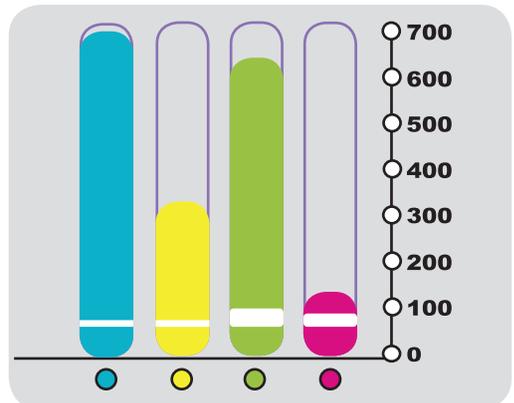


● La Razón ● Erbol ○ Notas mujeres aymaras
● El Cambio ● APC

Entre el 9 al 23 de junio y del 15 de julio al 5 de agosto de 2014, 3050 noticias fueron captadas en las dos fases del monitoreo. De este total sólo 23 hacen referencia a mujeres aymaras, lo cual significa un 0,76%.

PROMEDIO DE NOTAS EN RADIO

Medio de comunicación	Promedio del total de noticias durante las fechas de monitoreo	Noticias sobre mujeres aymaras
Panamericana	683	13
Patria nueva	323	13
San Gabriel	624	36
Deseo	135	26
TOTAL	1765	88

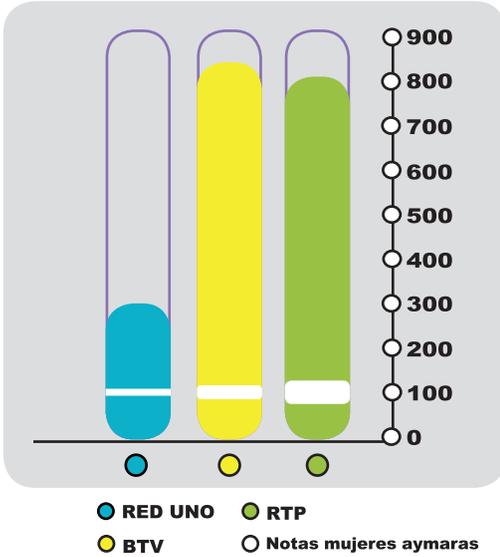


● Panamericana ● San Gabriel ● Deseo
● Patria nueva ○ Notas mujeres aymaras

En el caso de los medios radiofónicos, 1765 noticias fueron captadas en las dos fases del monitoreo. De este total 88 notas hacen referencia a mujeres aymaras.

PROMEDIO DE NOTAS EN TELEVISIÓN

Medio de comunicación	Promedio del total de noticias durante las fechas de monitoreo	Noticias sobre mujeres aymaras
RED UNO	299	16
BTV	828	31
RTP	797	52
TOTAL	1924	99



En el caso de los canales de televisión, 1924 noticias fueron captadas en la dos fases del monitoreo. De este total 99 notas hacen referencia a mujeres aymaras.



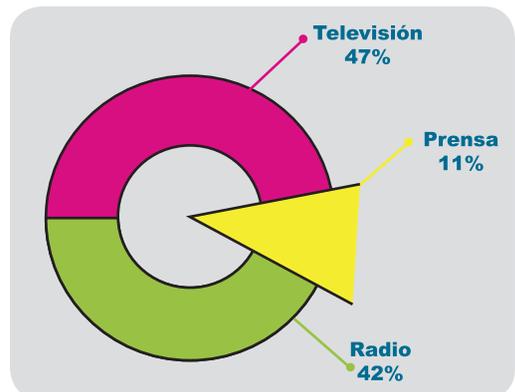
CONSTATAIONES DEL MONITOREO:

Debilidades en relación a la visibilización de mujeres aymaras:

1. Escasa presencia de las mujeres aymaras, en los ejes temáticos seleccionados: 3% del total de programas monitoreados en medios radiales, televisivos, impresos y digitales. Esto nos muestra una visión patriarcal y occidental en cuanto a la inclusión de sujetos indígenas en los espacios informativos.
2. Visión urbana en el tratamiento de la información inclusive en medios radiales focalizados en poblaciones indígenas .
3. Lenguaje no inclusivo (sexista) que no visibiliza a las mujeres y menos a las indígenas como sujetas comunicacionales.

Este gráfico nos indica que la prensa (digital o impresa) es el medio que menos importancia da a la información de mujeres aymaras. Aunque debemos hacer notar que también es el medio con mayor cantidad de flujo informativo.

IMPORTANCIA/COBERTURA POR MEDIO A LAS NOTICIAS DE MUJERES AYMARAS

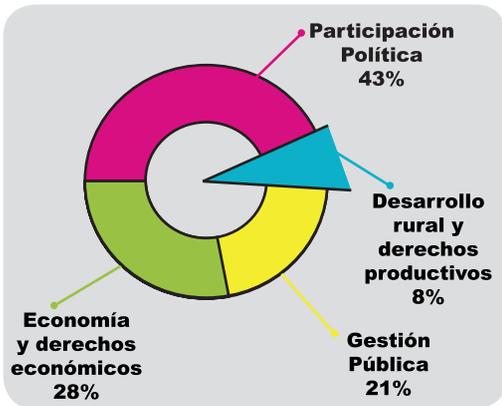


EJES TEMÁTICOS MONITOREADOS

PROMEDIO DE NOTAS/EJE TEMÁTICO

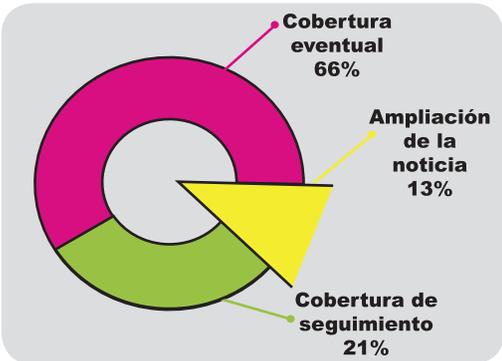
Eje temático	Radio	Televisión	Prensa	TOTAL
Desarrollo rural y derechos productivos	8	4	5	17
Participación Política	33	44	14	91
Gestión Pública	17	25	2	44
Economía y derechos económicos	30	26	2	58
TOTAL	88	99	23	210

DISTRIBUCIÓN POR EJE MONITOREADO



Se evidencia que en radio y TV se toma en cuenta además del eje de participación política, el eje económico. En el caso del eje de gestión pública la presencia es mínima al punto que no sobrepasa el 9% en prensa escrita y digital

TIPO DE NOTAS POR SEGUIMIENTO A LAS NOTICIAS DE MUJERES AYMARAS



4. Las formas de representación mediática consolidan roles tradicionales y estereotipos de género, “naturalizando” la subordinación de las indígenas aymaras a la presencia “unívoca” masculina ya sea en el rol de autoridades, dirigencias y/o líderes.

5. La inmediatez y eventualidad en las noticias, falta de seguimiento y profundización a las

6. La comunicación como un derecho democrático y ciudadano no es parte del accionar de los medios, al parecer su ejercicio es más bien un aporte de los y las comunicadores y trabajadores/as de forma independiente.

7. La ausencia intencionada o no del protagonismo de mujeres aymaras en los medios, consolida y naturaliza las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres.

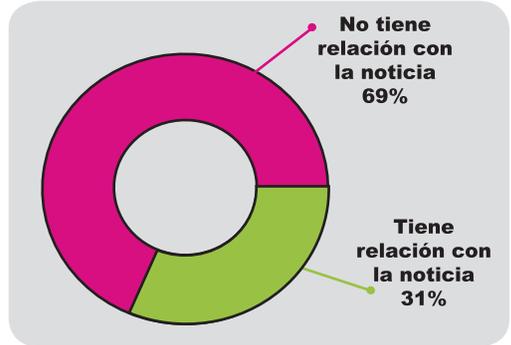
LO DESTACABLE EN LOS MEDIOS:

Impresos y digitales: Secciones en las que se visibiliza el rol de las mujeres: “Animal Político” de La Razón, “Movimientos Sociales” de El Cambio y Erbol Digital. **Radiales:** los Noticieros bilingües aymara-castellano como el de Radio San Gabriel, aunque la valo-

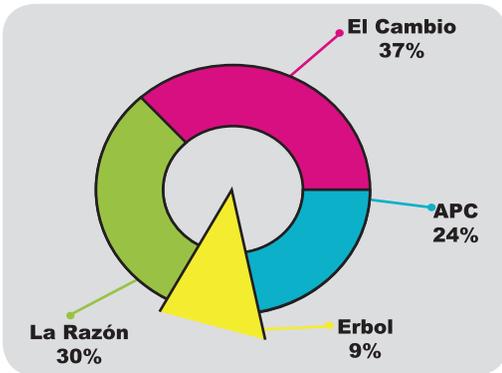
rización de las mujeres indígenas como sujetas comunicacionales es poco notoria. Resaltamos el Programa “Trabajadoras del Hogar” de Radio Deseo, también bilingüe, dirigido y estructurado por mujeres aymaras que privilegia información económica y laboral de las trabajadoras del hogar, históricamente oprimidas y discriminadas. **Televisivos:** El Programa El Taypi de Canal 4 y Tiempos de Cambio de Bolivia TV reflejan a las mujeres aymaras como sujetas comunicacionales con demandas y propuestas propias, el tratamiento de la noticia está orientado a generar reflexión, análisis y ampliación de la misma.



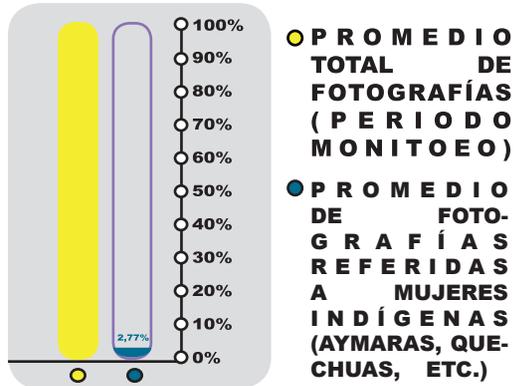
RELACIÓN FOTOGRAFÍAS CON LAS NOTICIAS



IMÁGENES DE MUJERES INDÍGENAS Y AYMARAS PUBLICADAS POR LOS MEDIOS MONITOREADOS



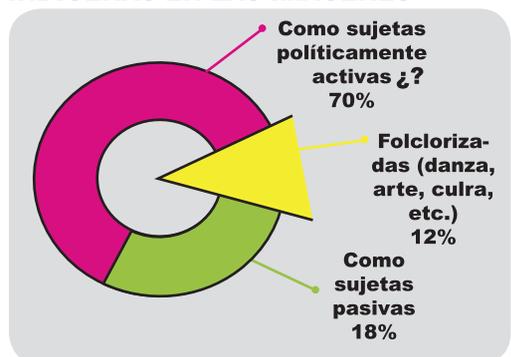
FOTOGRAFÍAS ENCONTRADAS POR MEDIO IMPRESO DE COMUNICACIÓN



En los medios monitoreados, se observa un mayor porcentaje de imágenes frente a noticias presentadas y el 70% de las mismas muestran a las mujeres aymaras como sujetas políticamente activas, (en espacios de decisión, encabezando emprendimientos económicos, lideresas de movilizaciones sociales) lo cual es un cambio simbólico-mediático en cuanto al rol asignado a las mujeres indígenas aymaras en nuestra sociedad.



CÓMO APARECEN LAS MUJERES INDÍGENAS EN LAS IMÁGENES



LOGROS

1. Reconocimiento de la paridad y alternancia como avance en la construcción de la igualdad de género y en el proceso de despatriarcalización del sistema político boliviano.
2. Campañas mediáticas contra el racismo y toda forma de discriminación. Campañas contra la violencia.
3. Reconocimiento de las mujeres aymaras como sujetas políticas con capacidad de decisión, remarcada sobre todo en el uso de las imágenes en medios impresos y digitales.
4. Construcción de lenguajes simbólicos que están instalando a las mujeres indígenas como sujetas comunicacionales con voz y propuesta.
5. Experiencias de comunicación dialogante que buscan despatriarcalizar y descolonizar la relación medios-comunicadores/as y audiencias.
6. La presencia de mujeres comunicadoras empieza a cambiar el sistema mediático sensibilizándolo paulatinamente a diversas miradas.

DESAFÍOS:

1. Construir una comunicación dialogante descolonizada y despatriarcalizada, mostrando a las mujeres indígenas, visibilizando los contextos históricos y políticos, visiones y propuestas de las mujeres indígenas y de las aymaras en particular.
2. Establecer espacios comunicacionales amplios y abarcadores que se desmarquen de la tiranía del mercado y la publicidad.

3. Convivir y fomentar la Comunicación como un derecho ejercido sostenidamente, lo cual significa acceder a la tecnología y al manejo de la información.
4. Re-valorizar el sentido del hecho noticioso e informativo desmarcándolo de la centralidad gubernamental y de las fuentes estatales y de la eventualidad del hecho noticioso.

“...Los medios noticiosos siguen siendo una de las principales fuentes de información y una de las más importantes en lo que se refiere a la difusión de ideas e información (...) Una nación o sociedad que no se conoce plenamente no puede responder a las aspiraciones de sus ciudadanos y ciudadanas. Importa quién y qué aparece en las noticias, además de la forma como se presenta a las personas y los eventos. De igual importancia es quién queda fuera o qué deja de cubrirse. (...) la desigualdad de género que se encuentra en la base cultural, así como la discriminación contra las mujeres se refuerzan en los medios...”
(Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010. Informe Nacional. Bolivia.)

COORDINACIÓN:

Raquel RomeroZ. - César Siles S.

MONITOREO

*Elizabeth Velasquez - Ariel Tito
Soraya Aguilar*

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Icla de Fátima

UN PRODUCTO DE:

2014



Con el apoyo de:

