

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**DESIGUALDAD DE GÉNERO EN NOTICIEROS DE BOLIVIA TV
PANDO, SISTEMA PANDINO DE COMUNICACIÓN Y LA RED
UNITEL COBIJA, EMITIDOS EN LA GESTIÓN 2023**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autora: Univ. Nelly Hortencia Malala Kennedy

Tutora: M.Sc. Ingard Miahuchi Nataly

COBIJA – PANDO - BOLIVIA

2023

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

DESIGUALDAD DE GÉNERO EN NOTICIEROS DE BOLIVIA TV PANDO,
SISTEMA PANDINO DE COMUNICACIÓN Y LA RED
UNITEL COBIJA, EMITIDOS EN LA GESTIÓN 2023

Tesis de Grado sometido a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área
Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Nelly Hortencia Malala Kennedy

Cobija - Pando - Bolivia

Esta Tesis de Grado ha sido aceptada en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobado por el Tribunal.

FIRMANTES:

M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera

DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Lic. Jesús Guillermo Tiñini Zelada

TRIBUNAL

Lic. Carlos Lahor García

TRIBUNAL

Lic. Gabriela Montero Medrano

TRIBUNAL

M.Sc. Ingard Miahuchi Nataly

TUTORA

Univ. Nelly Hortencia Malala Kennedy

POSTULANTE

DEDICATORIA

A mis hijas Dara y Dana, por ser la fortaleza viva que me permite lograr esta meta, inspirándome a dejarles el legado fundamental de “Vivir para servir y comunicar para transformar”. Mi deseo que esta tesis les recuerde que todos y todas tenemos la capacidad de alcanzar nuestros sueños sin importar las circunstancias.

A mi abuela Leonor, quien sin tener el privilegio de leer y escribir marcó mi vida con su gran ejemplo, siendo ella “la mejor en su oficio y recordándome mediante mi madre esa filosofía”.

A todas las mujeres campesinas, indígenas originarias, autoridades electas y designadas, profesionales, amas de casa y emprendedoras para que recuerden que sus voces son válidas en cualquier escenario y contexto.

AGRADECIMIENTOS

Mi principal y eterno agradecimiento a Dios por su gran aliento recordándome permanentemente sus planes y propósitos para con mi vida, puesto que su gracia y sabiduría me guiaron en cada etapa de mi formación. Señor sin tu presencia nada de esto habría sido posible.

A mis padres, Francisco y Hortencia, por inculcarme el principio de la perseverancia como también el apoyo incondicional junto a mi hermana Alixón y su esposo, paños de lágrimas en mis flaquezas e instrumentos de Dios para cuidar de mis pequeñas hijas durante el proceso de mi formación lo necesite.

A mi Universidad Amazónica de Pando por contar con la carrera de mis sueños y darme la oportunidad de nutrirme del conocimiento científico en las aulas de Ciencias de la Comunicación Social.

A mis amigos y docentes, en especial, a la M.Sc. Ingard Miahuchi por su carácter determinante en desafiarme a realizar esta tesis de grado. Asimismo, a la Lic. Yusara Melena, por instarme constantemente a no rendirme. Igualmente, a los licenciados Alfredo Aparicio y Jesús Tiñini.

A los tres medios de comunicación televisivos último que me permitieron realizar la recolección de datos Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija.

ÍNDICE

	Pág
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	viii
Lista de anexos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	x

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS.....	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Justificación.....	6
1.3. Descripción del problema.....	7
1.3.1. Formulación del problema.....	8
1.4. Objetivos de la investigación.....	8
1.4.1. Objetivo general.....	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	8

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO.....	9
2.1. Tipo de investigación.....	9
2.2. Enfoque de la investigación.....	10
2.3. Población y muestra.....	10
2.4. Fuentes y técnicas de investigación.....	12
2.4.1. Observación.....	12
2.4.2. Entrevista.....	13
2.4.3. Encuesta.....	13

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL	16
3.1. Estado del Arte.....	16
3.2. Marco legal.....	18
3.2.1. La idea de igualdad en la Constitución Política del Estado.....	19
3.2.2. Ley 045 contra cualquier tipo de discriminación.....	20
3.2.3. Enfoque de género en el Derecho Internacional.....	20
3.3. Marco teórico.....	21
3.3.1. La corriente teórica de género desde la mirada comunicacional.....	22
3.3.2. Comunicación de masas y su influencia mediática.....	25
3.3.3. La televisión y su influencia social.....	28
3.3.4. Comportamiento de los medios de comunicación ante la equidad e igualdad de género	31
3.3.5. Principios éticos del periodismo.....	33
3.3.6. Cobertura informativa y preferencias de género en las fuentes.....	34
3.3.7. Discriminación por cuestiones de género en los contenidos y cobertura informativa.....	36
3.3.8. El lenguaje discriminatorio en la información mediática.....	37
3.3.9. La televisión como generadora de poder.....	38
3.4. Marco conceptual.....	39
3.4.1. Derechos humanos.....	39
3.4.2. Equidad.....	39
3.4.3. Igualdad.....	40
3.4.4. Igualdad de género.....	40
3.4.5. Femenino.....	41
3.4.6. Masculino.....	41
3.4.7. Género.....	42
3.4.8. Sexo.....	42

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	43
4.1. Género de las fuentes utilizadas en los noticieros locales de los diferentes medios de comunicación televisivos.....	43
4.2. Paridad de género en los organismos de poder que se ve reflejada en los	

noticieros televisivos.....	49
4.3. Condiciones y criterios mediante los que se realizan las coberturas periodísticas en los diferentes medios televisivos.....	54
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	La influencia social de la televisión.....	29
Tabla 2	Diferencias de género en los medios de comunicación.....	31
Tabla 3	Cantidad de noticias emitidas en el mes de marzo.....	43
Tabla 4	Cantidad de programas noticiosos que emiten los medios televisivos.....	45
Tabla 5	Personas que generan mayor cantidad de noticias.....	45
Tabla 6	Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.....	46
Tabla 7	Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.....	47
Tabla 8	Criterios del periodista sobre el género de fuentes consultadas.....	48
Tabla 9	Autoridades solicitadas como fuentes según su género.....	49
Tabla 10	Autoridades que reciben mayor cobertura periodística	51
Tabla 11	Actores sociales consultados en la cobertura periodística.....	52
Tabla 12	Actores políticos y sociales que reciben mayor cobertura periodística.....	53
Tabla 13	Tratamiento informativo.....	54
Tabla 14	Criterios institucionales para la elección de fuentes de información.....	55
Tabla 15	Criterios del periodista para la elección de fuentes de información.....	56
Tabla 16	La mujer como fuente de información periodística.....	57
Tabla 17	Percepción del periodista sobre las fuentes más recurrentes.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Cantidad de noticias emitidas en el mes de marzo.....	44
Figura 2	Personas que generan mayor cantidad de noticias.....	46
Figura 3	Cantidad de fuentes consultadas.....	47
Figura 4	Género de las fuentes consultadas.....	48
Figura 5	Autoridades solicitadas como fuente según su género.....	50
Figura 6	Autoridades que reciben mayor cobertura periodística.....	51
Figura 7	Actores sociales consultados en la cobertura periodística.....	52
Figura 8	Actores políticos y sociales que reciben cobertura periodística.....	53

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1	Plantilla de observación.....
Anexo 2	Guía de entrevistas.....
Anexo 3	Cuestionario.....
Anexo 4	Información de la observación.....
Anexo 5	Resultados de las entrevistas.....
Anexo 6	Imágenes de entrevistas a periodistas.....
Anexo 7	Resultados de la encuesta.....

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación trata sobre la desigualdad de género en noticieros de la televisión cobijeña, especialmente en los criterios para elegir fuentes de información, tomando en cuenta lo femenino o masculino para este propósito como parámetros de preferencia mediática, por lo que centra su atención en los canales de Bolivia Tv Regional Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija, medios que emitieron contenidos en la gestión 2023.

En este entendido, por criterios de delimitación temporal sólo se tomó en cuenta el mes de marzo, de la citada gestión, para el levantamiento de datos.

Es así que mediante la recolección, organización y reflexión de la información se consolidó el logro de los objetivos. De manera general, se analizó la desigualdad de género entre varones y mujeres, en noticieros publicados por medios masivos de comunicación televisivos. Por ello, se identificó el género de las fuentes utilizadas, de manera preferente, en los noticieros televisivos locales. Además, se evidenció la realidad de paridad en los organismos de poder, reflejados en los medios informativos; elementos que permitieron la descripción de las condiciones y criterios bajo los que se realizan las coberturas periodísticas y se eligen las fuentes que emitirán criterio sobre un tema u hecho noticioso determinado.

En consecuencia, los resultados muestran un panorama aún negativo para las mujeres con relación al acceso a los medios comunicativos como protagonistas de la cobertura periodística, puesto que aún no son la fuente principal del acontecer noticioso, como resultado de que los medios televisivos prefieren consultar a fuentes que pertenezcan al género masculino, asociando, de manera intencional o no, a criterios de credibilidad, fiabilidad, legitimidad, responsabilidad, resaltando que sea una voz oficial o autorizada de una institución pública, una organización privada, una agrupación social o partido político, Puesto que si no cumple con esos requerimientos no es probable que sea tomado como fuente informativa, y que según los resultados de la investigación, las mujeres no se adecuan, aún, a esos criterios mediáticos.

Palabras claves: Desigualdad, género, fuente.

INTRODUCCIÓN

El estudio sobre las desigualdades de género, en los noticieros que se emiten en los medios de comunicación televisivos de la ciudad de Cobija, identificando diferentes criterios con los que se elaboran las coberturas periodísticas con relación a la igualdad y/o paridad de género dentro de las fuentes informativas consultadas.

En este sentido, esta tesis centra su atención en las desigualdades de género en noticieros de la televisión pandina, que están representadas por Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija, emitidos en la gestión 2023.

Es así que, metodológicamente, analiza esta realidad desde un punto de vista fenomenológico, basado en un enfoque cualitativo, que permitieron observar el objeto de estudio de manera plena, a partir de la aplicación de tres técnicas de recolección de información: observación, entrevista y encuesta; todas ellas, de manera complementaria, lograron triangular la información, permitiendo resultados concretos.

Por su parte, la corriente teórica, relacionada con la comunicación, que guía el trabajo de grado, es el enfoque de género, que permite visualizar las diferencias que existen entre varones y mujeres referente al acceso a la comunicación y la información, en el presente caso, cuando se trata de ser elegido como fuente de información en la cobertura periodística, explicando porque las mujeres aún siguen en desventaja con los varones.

Asimismo, la estructura de esta tesis presenta cuatro capítulos, desde sus consideraciones generales hasta los resultados obtenidos.

El Capítulo I contiene la presentación del problema, objetivos y justificación, que son parte esencial de la planificación; el Capítulo II comprende el diseño metodológico, que ordena de manera sistemática la forma como se ejecutará la investigación; el Capítulo III corresponde al marco referencial teórico, que a partir de la corriente teórica organiza su constructo, desarrollando las variables; el Capítulo IV ordena el análisis e interpretación de resultados en base a los objetivos planteados.

Finalmente, se presentan las conclusiones que manifiestan los aspectos más sobresalientes de los resultados de la investigación. Al mismo tiempo, se realizan las recomendaciones a propietarios, directores, representantes y periodistas de los medios televisivos, además, a las mujeres para abracar los diferentes espacios comunicativos mediáticos.

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1. Antecedentes

A pesar de los grandes avances en cuanto a normativas a favor de la igualdad de género, en pleno siglo XXI existen limitaciones en la cobertura periodística que se dan a las fuentes basados en criterios de género, abriendo brechas en cuanto a las oportunidades que tienen las personas, dependiendo si son varones o mujeres, en los espacios noticiosos. Con relación a este tema Pereira (2016) sostiene que:

Una conclusión sustantiva sobre la mayoría de los estudios de género en los medios de comunicación es la desigualdad de género en el tratamiento, presencia y representación de hombres y mujeres en los contenidos de los medios de comunicación. En Europa y los EUA, los estudios de género en los medios de comunicación son campo extenso de investigaciones que tratan de analizar la variable de género desde diferentes perspectivas, vinculadas a los estudios sobre la mujer (*Women's Studies*) y a los de género (*Gender Studies*)... (p. 8)

Evidentemente, a partir de este criterio, la desigualdad de género en el tratamiento informativo es un fenómeno naturalizado y generalizado en los medios de comunicación masiva, puesto que existen aún estructuras políticas, culturales, religiosas y sociales, entre otras, que privan de manera sistemática a acceder al derecho humano de expresar sus pensamientos e ideas, tan fundamentales como el acceso a la información y la comunicación.

Con el objetivo de combatir dichas desigualdades y acelerar el progreso de las mujeres la Asamblea General de las Naciones Unidas empezó a trabajar en líneas de empoderamiento de las mujeres en todos los ámbitos y toda la esfera mundial.

En julio de 2010, la Asamblea General de las Naciones Unidas creó ONU Mujeres, la Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujer. Al hacerlo, los Estados Miembros de la ONU dieron un paso histórico en la aceleración de

los objetivos de la Organización en materia de igualdad de género y de empoderamiento de la mujer. (ONU, 2013, párr. 2)

Si bien la igualdad de género se constituye en un derecho humano, en los diferentes continentes hay países en los que se continúa vulnerando los mismos, lo más lamentable es que en muchos casos los medios de comunicación forman parte de la violencia discriminatoria al no visibilizar de manera equitativa las voces femeninas y masculinas. Al respecto, Amnistía Internacional (2021), denunció que en Egipto:

En 2020, al menos nueve influencers de las redes sociales fueron procesadas, acusadas de “violar principios familiares” debido a unos vídeos publicados en TikTok. Además, los medios de comunicación progubernamentales han llevado a cabo una agresiva campaña de desprestigio contra las mujeres sobrevivientes de violencia sexual y quienes las apoyan. (párr. 14)

En Latinoamérica, la realidad no es tan distinta, si de medios de comunicación se habla, ya que el gozar de una vida libre de violencia debe ser entendida bajo la perspectiva más científica, analítica y política en la que se promueve erradicar las desigualdades, la injusticia social y la jerarquización de personas según el género, pero, eso está alejado de la realidad. Uno de los ejemplos más emblemáticos en el que se trata este tema es el caso brasilero, durante la presidencia de Dilma Rousseff, que es reflejado por Pereira (2016) al relatar que:

...Los estudios sobre la cobertura informativa de candidatas políticas proporcionan pruebas concluyentes de las desigualdades de género en las noticias de los medios de comunicación. La investigación es más que interesante teniendo en cuenta que en Brasil tiene una presidenta mujer, ya que analiza la representación de la mujer en la política de las principales publicaciones semanales del país. Además de ser uno de los temas internacionales más debatidos acerca de la igualdad de género, la presencia y representación de las mujeres en la política. (p. 8)

Sin duda, el caso brasilero desnuda una realidad, más que oculta, ignorada de manera arbitraria e intencional. No basta con que haya presentadoras de noticias y periodistas mujeres, en una cantidad considerable, sino que se contraponen una realidad mediática hacia las fuentes, poniendo en evidencia quienes son las fuentes preferentes y quienes son aquellas que no son evitadas.

Para Santoyo (2022) se necesitarán mínimo 67 años para cerrar la brecha de género actual en los medios de comunicación tradicionales. Es decir, que este proceso requiere de muchos años para romper este paradigma en los medios.

El Estado boliviano es uno de los referentes de Latinoamérica, en cuanto a las conquistas sociales con respecto a temas de igualdad de oportunidades, paridad y alternancia, teniendo inclusive varios ejemplos del posicionamiento de las mujeres en distintos espacios de poder.

La conformación del senado gestión 2020 – 2025 evidencia que un 51,9% de asambleístas son mujeres; en Pando durante la gestión 2021, Paola Terrazas Justiniano por motivos de transición asumió el cargo de Gobernadora, denotando claramente que las mujeres van adquiriendo cada vez más cargos que en otros tiempos eran considerados androcéntricos.

Haciendo referencia a los espacios conquistados podemos también mencionar que la Asamblea Legislativa Departamental está presidida por una joven mujer, del mismo modo la Brigada Parlamentaria y el Gobierno Autónomo Municipal de Cobija actualmente está siendo conducido por una alcaldesa cuyo concejo municipal está compuesto por más del 60% de mujeres.

A todo esto, se suma el surgimiento de lideresas en diferentes instituciones, así como también organizaciones sociales dirigidas por ellas, como ser: Central Indígena de Mujeres de la Amazonía Pandina, Federación de Mujeres Campesinas Originarias Bartolina Sisa, Organización Social de Mujeres Juana Azurduy, representantes de OTB`s, Juntas Escolares, Sindicato de Mujeres Trabajadoras del Hogar, Sindicato de Mototaxis 8 de marzo, entre otras.

La lista del protagonismo femenino se convierte extensa si es tomada en cuenta, sin embargo, en el caso explícito de la equidad de género en los espacios informativos esta realidad marca déficit significativo, considerando que la mujer boliviana empoderada está prácticamente en un estado de invisibilización.

Evidentemente, son variados los ámbitos en los que existen contradicciones referentes al tema de igualdad de género y construir una representación adecuada es un rol que debe ser asumido por los medios de comunicación a través de los contenidos en temas precisos de

género y realidad social.

Desde la aparición de las mujeres en los espacios informativos se ha distorsionado su imagen, primero con la sexualización de los temas que emiten las líneas editoriales que en su afán de generar mayor audiencia las muestran en temas de farándulas, espectáculos de moda y certámenes de belleza como si la imagen física tuvieran la relevancia de un trofeo; segundo manifestándolas como víctimas estereotipadas que son marginadas, maltratadas, e incluso asesinadas y tercero con la escasa o nula presencia de ellas en sus máximas representaciones a partir de su propia vida diaria es decir reflejar su logros, opiniones y conocimientos como profesionales, científicas, artistas, autoridades y otros.

1.2. Justificación

El estudio sobre desigualdad de género en la cobertura noticiosa de medios televisivos en Cobija se fundamenta en las siguientes justificaciones: comunicativa, social, académica, e política.

La importancia comunicativa radica en visibilizar el latente tema de la desigualdad de género en la práctica periodística, en los que de un modo u otro se ha ido construyendo un imaginario del varón y la mujer que apunta a la legitimación del estereotipo femenino de sumisión al sexo contrario. Por lo tanto, este trabajo de investigación permitirá abrir procesos de meditación sobre la práctica periodística con relación a la cobertura que se da a las fuentes (sean varones o mujeres), basados en su ética profesional.

Otro aspecto importante, en el ámbito comunicacional, es que se reconoce el género del periodista y su participación en la cobertura noticiosa, identificando los profesionales de la comunicación que limitan o discriminan la participación de varones o mujeres como fuentes informativas.

Socialmente, su importancia, se centra en la apertura de procesos de reflexión sobre el problema de género y la influencia en el ámbito social a través de los medios televisivos. Por lo que se genera información en cuanto a la relevancia que tienen los varones y las mujeres en la construcción de la realidad, indistintamente del rol que tengan asignado.

La trascendencia académica se enfoca en que este estudio se constituya en un aporte en el campo de la comunicación social, principalmente en la familia laboral del periodismo, de modo que los resultados obtenidos contribuyan a que se tome en cuenta la participación de varones y mujeres equitativamente como fuentes de información.

La importancia política se manifiesta en que se devela los niveles de cobertura noticiosa que dan los medios a diferentes actores políticos, dentro de la sociedad cobijeña, tomando como criterio fundamental la cuestión de género. En este entendido, se presenta una radiografía sobre el grado de participación social, dependiendo su calidad de varón o mujer.

1.3. Descripción del problema

La presente investigación aborda la temática de igualdad de género relacionada con los medios de comunicación masiva, específicamente la televisión en Cobija. Tomando en cuenta que el tema de la igualdad de género va progresando en diferentes estratos sociales, no obstante, a pesar de las grandes conquistas sobre equidad e igualdad entre varones y mujeres, esta realidad no es reflejada en los contenidos informativos de los diferentes medios televisivos, puesto que existen fuentes preferentes de información desde el punto de vista de sexo y género, es decir, el tratamiento noticioso está condicionado por la distinción entre mujeres y varones, o aquellos que se identifican con lo masculino o lo femenino.

En este sentido, un aspecto que se debe tomar en cuenta es la existencia de desigualdad de género en los noticieros locales, a partir de los niveles de cobertura que se dan a varones y mujeres, privilegiando a unos y limitando a otros, evidenciado que la práctica periodística se conduce con criterios predeterminados hacia uno y otro sexo, en diferentes contextos.

Cabe destacar, que es necesario considerar que las políticas estatales de paridad, de varones y mujeres, en la participación de la función pública deben reflejarse en todos los ámbitos del Estado Plurinacional, aspecto que no es ajeno a los medios de comunicación, sin embargo, el equilibrio en cobertura informativa está inclinado, por consiguiente, la paridad en la participación noticiosa y la emisión de información tiene determinadas limitaciones entre las fuentes masculinas o femeninas.

Es así que a partir de la información recopilada por el Instituto Nacional de Estadísticas

(INE) sobre el total de la población ocupada, es decir, con una profesión, en el primer trimestre de 2021, alrededor de un millón 780 mil son mujeres, lo que equivale al 45,7% del total de profesionales ocupados, dato que marca el sesgo en la emisión de contenidos noticiosos, porque con estas cifras se debería notar a más mujeres en los medios de comunicación, no sólo como parte de una noticia de crónica roja o en el aspecto social, sino como fuentes de información en los ámbitos en los que ellas se desenvuelven cotidianamente.

Consecuentemente, es necesario identificar el género de las fuentes de información en las noticias que se emiten a diario, es decir, con cuanta frecuencia se consulta a autoridades departamentales, municipales, representantes de organizaciones, dirigentes sociales y sindicales, tomando en cuenta su condición de varón o mujer.

1.3.1. Formulación del problema

¿Cómo se manifiesta la desigualdad de género en noticieros emitidos en Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija en la gestión 2023?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Analizar la desigualdad de género en noticieros emitidos en Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija, en la gestión 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar el género de las fuentes utilizadas en los noticieros locales de los diferentes medios de comunicación televisivos.
- Evidenciar si la realidad de paridad en los organismos de poder se ven reflejados en los noticieros televisivos.
- Describir las condiciones y criterios bajo los que se realizan las coberturas periodísticas en los diferentes medios televisivos.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

Los aspectos metodológicos, del presente trabajo de grado, abordan de manera concreta el tipo de investigación, enfoque de la investigación, población y muestra, técnicas de investigación y sus instrumentos.

2.1. Tipo de investigación

La investigación es de carácter fenomenológico, puesto que identifica como problema la igualdad de género como un fenómeno relacionado con las prácticas periodísticas televisivas en la cobertura noticiosa. Considerando que la fenomenología es considerada como "Estudio de los fenómenos tal como los experimenta el individuo, con el acento en la manera exacta que un fenómeno se revela en sí a la persona que lo está experimentando, en toda su especificidad y concreción". (De los Reyes, Rojano y Araújo, 2019)

Consecuentemente, analiza el comportamiento de los profesionales de la comunicación expertos en la información noticiosa, además, de comprender el nivel de participación de varones y mujeres como fuentes informativas en las noticias que se emiten en los noticieros de medios televisivos locales. Al respecto, Oeiler, citado por De la Cuesta (2006), plantea que:

En la fenomenología se estudia el mundo percibido y no un fenómeno en si mismo de tal suerte que el sujeto y el objeto de estudio se unen por medio de la idea de “estar en el mundo”; el investigador se dirige al mundo percibido, entiende que la percepción permite el acceso a la vivencia (párr. 7)

Por lo que la investigación, también, centra su atención en las vivencias de los periodistas y sus criterios a la hora de realizar el tratamiento informativo, a partir de la cobertura, edición y publicación del contenido noticioso, revelando la participación de fuentes de información de los diferentes géneros.

2.2. Enfoque de la investigación

La presente investigación se adscribe al enfoque mixto puesto que parte de la comprensión del fenómeno informativo a partir de sus actores principales, es decir, las fuentes de información, considerando:

...la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”). (Chen citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534)

En el presente caso se realizó el tratamiento informativo, desde la cobertura hasta la publicación de contenidos noticiosos, desde una perspectiva de género. Es así que las recopilaciones de todos los datos fortalecen los criterios de análisis sobre la desigualdad de género en noticieros de Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija, emitidos en la gestión 2023.

En consecuencia, la revisión de textos informativos noticiosos considera trascendental la participación de mujeres y varones como protagonistas en temas y hechos que trascienden socialmente, resaltando su presencia como fuentes importantes para la consolidación y comprensión informativa.

2.3. Población y muestra

La población o universo es el total de elementos que son observados. Según Ágreda (2012) es el “Conjunto de personas, objetos (cosas), fenómenos o procesos sujetos a investigación, que tiene en común características que son objeto de observación.” (p. 345). Tomando en cuenta este concepto, la presente investigación identifica tres tipos de población, considerando que entre sus fuentes de información existen los siguientes:

- a) Medios de comunicación masiva de carácter televisivo que pertenecen al municipio de Cobija.
- b) Noticias que se emiten en los medios televisivos en horario nocturno.

c) Personas, varones y mujeres, mayores de edad, dato desconocido en la gestión 2023.

Consecuentemente, se cuenta con dos tipos de muestra, uno para la entrevista y la observación y otro para la encuesta, que responden a los siguientes criterios:

a) Primero, el estudio está basado en el muestreo intencional, no probabilístico. Hernández, Fernández y Baptista, (2014) plantean que: “En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador” (p. 176). Tal cual se procedió en la elección de la muestra para la entrevista y la observación, puesto que la elección de elementos muestrales siguió los criterios de preferencia del investigador.

En este sentido, se tomó en cuenta una muestra cualitativa de carácter homogénea, puesto que, a criterio de Hernández, Fernández y Baptista, (2014)

(...) al contrario de las muestras diversas, en las muestras homogéneas las unidades que se van a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social. (p. 388)

En el caso de las entrevistas los consultados son personas que trabajan en el ámbito periodístico televisivo, todos ellos comparten características similares.

En el caso de la observación la muestra es homogénea porque los contenidos revisados pertenecen al género y al formato de noticia, compartiendo elementos semejantes.

Ambos casos se desarrollaron en Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel, que son los medios elegidos como muestra, donde se llevó los procesos de recolección de información.

b) Segundo, el estudio se basa en el muestreo probabilístico, tomando en cuenta que:

En las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 175)

Tal cual se procedió en la elección de la muestra para la encuesta, puesto que la elección de elementos muestrales se realizó mediante la aplicación de una fórmula para poblaciones o universos desconocidos, puesto que no se conoce la cantidad exacta de personas mayores que habitan en el municipio de Cobija.

2.4. Fuentes y técnicas de investigación

La recolección de información, para la presente tesis, utiliza tres técnicas que interactúan entre ellas para corroborar, unas con otras los datos obtenidos, estas son: observación, entrevistas y encuesta. Todas ellas con sus respectivos instrumentos.

2.4.1. Observación

El proceso de observación se centra en las noticias emitidas en horario nocturno en diferentes medios de comunicación televisivos. Ander Egg (2003) explica que:

(...) La observación hace referencia a la acción de advertir, examinar o reparar la existencia de cosas, hechos o acontecimientos mediante el empleo de los sentidos, tal como se dan en un momento determinado. La observación es el modo “natural” de adquirir conocimientos. (p. 29)

Criterios que se adecuan a la presente investigación, puesto que se observó lo siguiente:

- Emisiones de los noticieros de Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija.
- Noticieros nocturnos
- Noticieros emitidos en el mes de marzo de la gestión 2023

La información que se obtuvo es la siguiente:

- Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.
- Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.
- Autoridades solicitadas como fuentes tomando en cuenta su género.
- Actores sociales y políticos preferentemente consultados en la cobertura periodística.

Por otra parte, la técnica de encuesta utiliza como instrumento, para la recolección de información, el registro de observación. **(Ver Anexo 1)**

2.4.2. Entrevista

La entrevista es un procedimiento que implica la participación activa, mediante un dialogo, de un entrevistador y un entrevistado. “(...) es, en lo sustancial, un proceso dinámico de comunicación interpersonal en el cual dos o más personas conversan para tratar un asunto.” (Ander Egg, 2003, p. 87). En el presente caso, el entrevistador con diferentes trabajadores del periodismo televisivo de Cobija. Es así que se entrevistó a las siguientes personas relacionadas con Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel:

- Directores de los medios de comunicación televisiva
- Jefes de prensa
- Periodistas

La información que se obtuvo es la siguiente:

- Tratamiento informativo: cobertura, edición y publicación de la noticia.
- Criterios institucionales para la elección de fuentes de información.
- Criterios personales del periodista para la elección de fuentes de información.
- Criterios de género como elemento fundamental para la cobertura periodística

Asimismo, la técnica de entrevista utilizada como instrumento, para la recolección de información, es la guía de entrevista. **(Ver Anexo 2)**. La misma está conformada por cinco preguntas, basadas en un cuestionario semiestructurado, posibilitando que el entrevistador pueda realizar más preguntas según la necesidad y como vaya desarrollándose la entrevista.

2.4.3. Encuesta

La encuesta permite recolectar información cuantitativa, es decir, datos que permiten medir o cuantificar un fenómeno. Münch y Ángeles (2005) explican que “La encuesta es una técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, mediante el uso del cuestionario (...) La recopilación de la información se realiza mediante

preguntas que midan los diversos indicadores (...)" (p. 55). La presente investigación busca conocer los criterios y percepciones de diferentes personas sobre el tratamiento que realizan los periodistas y los medios de comunicación de las fuentes informativas, considerando el género de las mismas.

Por lo tanto, se encuestó a las siguientes personas:

- Mayores de 18 años.
- Varones y mujeres

La información que se obtuvo es la siguiente:

- A quiénes identifica como fuentes preferentes en las noticias televisivas (varones o mujeres).
- Qué autoridades reciben mayor cobertura en los medios televisivos (varones o mujeres).
- Qué actores políticos y sociales reciben mayor cobertura en los medios televisivos (varones o mujeres).

Consecuentemente, para la recolección de información, se utilizó el cuestionario como instrumento. (**Ver Anexo 3**). El mismo que está conformado por 10 preguntas cerradas. Instrumento aplicado a 246 personas.

En este entendido, la muestra se obtuvo mediante la aplicación de una fórmula para datos desconocidos o infinitos, tomando en cuenta que la población, con mayoría de edad no está definido para la gestión 2023. Tomando en cuenta todos estos aspectos se aplicó la fórmula de Briones (2002, p. 60).

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra = x

Z = Nivel de confianza = 1,96

p = Variabilidad positiva = 0,2

q = Variabilidad negativa = 0.8

E = Es la precisión o el error = 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.2 * 0.8}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0,16}{0,0025}$$

$$n = \frac{0.614656}{0,0025}$$

$$n = 246$$

La fórmula dio como resultado una muestra de 246 unidades, es decir que la ejecución de la encuesta debe ser a esa cantidad de personas, para lo cual se utilizó la selección aleatoria o a azar.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

La construcción sistemática del marco referencial implica diferentes fuentes textuales; bibliográficas, hemerográficas, documentales. Todas ellas relacionadas y enfrentadas con la realidad e interpretadas por el investigador. Dentro de sus contenidos están: los antecedentes históricos del tema, marco legal, marco teórico y marco conceptual.

3.1. Estado del Arte

El análisis sobre la desigualdad de género en noticieros de Bolivia Tv Pando, Sistema Pandino de Comunicación y la Red Unitel Cobija, emitidos en mayo de la gestión 2023, posibilitará la revisión de información documentada en contextos internacionales y nacionales de tal manera que las similitudes nos permite comprender mejor la problemática del tema al cual se pretende estudiar a profundidad.

Ibáñez, (2016) realizó una investigación sobre la igualdad de género en todos los estratos de la vida pública en la que señalo que esta avanza de forma progresiva hacia una realidad donde la representatividad femenina en los órganos de poder va cada vez más las cifras son positivas. Sin embargo, destaca que esta realidad no se refleja en los medios de comunicación, además se enfoca en la escasa relevancia de las profesionales como fuentes de información.

La investigación señala prácticamente la invisibilidad de las mujeres en los periódicos más leídos en España, en la que marca la emergente necesidad de crear nuevos modelos o estrategias internas en la industria periodística a partir de los puestos jerárquicos para que la transformación surja desde dentro hacia fuera.

La autora llama a la reflexión sobre la importancia de la aplicación del principio de igualdad de género en el periodismo, puesto que existen corrientes en la que una gran mayoría de periodistas afirman que si existe discriminación hacia la mujer en las redacciones.

Para este trabajo se planteó como objetivo radiografiar la relevancia de las mujeres en los periódicos de referencia nacional, con el fin de poner de manifiesto que los avances por una igualdad de género en todos los estratos no se ven reflejados en las publicaciones de mayor influencia mediática.

La metodología parte del análisis de contenido para cuantificar resultados y representarlos gráficamente bajo criterios medibles seleccionados para generar conclusiones cualitativas que finalizan el estudio con una interpretación a partir de datos reproducibles.

El período escogido para la investigación fue entre el 1 y 31 de enero de 2014, en el que se tomó en cuenta dos periódicos: “El Mundo” con 952 informaciones; y, “El País” con 1.090 noticias.

Los resultados demostraron la supremacía en la representatividad masculina considerando que son ellos los que ocupan los cargos públicos y que las noticias sobre las mujeres son relativas a temas sensacionalistas, o incluso se han observado algunas notas de corte sexual. Sin embargo, también hay determinados contenidos que hacen referencia a mujeres políticas.

Por otro lado, Barquero (2020) presentó una investigación cualitativa, acerca de las contribuciones de temas sobre mujeres y su abordaje comunicativo, desde la perspectiva de igualdad de género, escritas por mujeres periodistas, de dos de los principales diarios en Costa Rica, y la opinión de expertas nacionales e internacionales en la temática.

El estudio evidenció que en Costa Rica hasta el 2020 no se había avanzado lo suficiente en la perspectiva de género sobre todo en lo que tiene que ver con la información.

Uno de los principales hallazgos es que las profesionales y los profesionales en periodismo no conocen la perspectiva de igualdad de género ni de lenguaje inclusivo. Los protagonismos de las mujeres no están presentes ni visibles, en las noticias de los medios

analizados y no se entrevé la intencionalidad de contribuir con el avance hacia la igualdad entre hombres y mujeres.

En cuanto a la metodología esta investigación se enmarcó en un enfoque cualitativo y diseño fenomenológico, ya que el autor exploró situaciones a profundidad y analizaron realidades subjetivas, relacionadas a los aspectos de comunicación y género.

Para la muestra la investigadora seleccionó 48 periódicos, elegidos al azar, en el periodo comprendido entre el 2018 a abril del 2019, de dos de los diarios más importantes en el país (24 ejemplares de cada diario)

Los resultados manifestaron que en Costa Rica no existe el accionar positivo sobre la perspectiva de género en los medios estudiados, además que no se encontraron temas relativos a las mujeres, en ni uno de los medios salvo algún reportaje elaborado por periodistas mujeres, sin un respectivo seguimiento y que los protagonismos de las mujeres esta invisibilizados en las noticias y concluye en que “No existe enfoque de género en la mayoría de los medios de comunicación en Costa Rica”.

En el contexto boliviano aún no se ha profundizado investigaciones en cuanto a la desigualdad de género en los medios de comunicación. Es por ello que una vez más se ve la necesidad de reflejar a través de datos específicos las realidades que presenta la problemática del objeto de estudio.

Si bien hay un sin fin de investigaciones sobre los marcos normativos y la aplicabilidad de temas en cuanto igualdad de género, de oportunidades y paridad estas no son suficientes si no se enmarcan en soluciones prácticas que fortalezcan el ejercicio de derechos que son fundamentales para la sociedad.

3.2. Marco Legal

El fundamento jurídico toma en cuenta diversas normativas, de acuerdo a su nivel de importancia, en este caso, la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, aprobada mediante referéndum popular; la Ley contra el racismo y todo tipo de discriminación, N° 045; y, normativa del Derecho Internacional relacionada con la igualdad y

equidad de género en la participación en el ámbito comunicacional, como forma de combatir cualquier tipo de violencia contra las mujeres.

3.2.1. La idea de igualdad en la Constitución Política del Estado

Los derechos fundamentales de los bolivianos y las bolivianas están insertos en la Carta Magna, que garantiza que todos son iguales ante la ley. El Estado Plurinacional de Bolivia (2009), en la Constitución Política del Estado, artículo 14, párrafo II, expresa que:

El Estado prohíbe y sanciona toda forma de discriminación fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual, identidad de género, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica, estado civil, condición económica o social, tipo de ocupación, grado de instrucción, discapacidad, embarazo, u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos de toda persona. (p. 15)

Con claridad, encabezando la lista, denota que es inadmisibles que haya distinción, menoscabo, preferencia por razones de sexo en cualquier contexto. Esto implica todos los espacios en los que varones y mujeres desarrollan actividades conjuntas, parecidas o similares, deben estar disponibles en la misma magnitud para ambos. El ámbito comunicacional está inmerso dentro de esta dinámica constitucional, puesto que en su Artículo 21, numeral 5 regula que las personas tienen derecho “A expresar y difundir libremente pensamientos u opiniones por cualquier medio de comunicación, de forma oral, escrita o visual, individual o colectiva.” (EPB, 2009, p. 17). Nótese que incluye a “*todas las personas*” no sólo varones o mujeres, no admite separación o distinción, sino que otorga el mismo derecho a ambos sexos.

En concordancia el artículo 106, párrafo I, expresa que: “El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.” (EPB, 2009, p. 40). Aquí hay que ser muy claros entre estos dos derechos, puesto que no es lo mismo un proceso informativo que un proceso comunicativo, por lo tanto, hay que considerar lo siguiente:

- El proceso informativo es de carácter unidireccional, la información viaja en un solo sentido, por lo que muchas veces no recibe respuesta; esto ocurre porque el medio no permite un proceso interactivo inmediato. En este sentido, el derecho solo estaría restringido a recibir mensajes, pero no a enviarlos.

- El proceso comunicativo es de carácter bidireccional o multidireccional, la información viaja en ambos sentidos, de entrada y salida, por lo que existe un intercambio de mensajes dinámico, garantizando plenamente el derecho de los ciudadanos a verter su opinión, pensamiento, idea, sentimiento por cualquier medio y en cualquier momento.

3.2.2. Ley 045 contra cualquier tipo de discriminación

Los actos de discriminación, como se vio anteriormente, están prohibidos por el texto constitucional, además, de está regulado por una norma específica, como es la Ley contra el racismo y toda forma de discriminación, N° 045, que en su artículo 5 (Definiciones), expone que:

Para efectos de aplicación e interpretación de la presente Ley, se adoptan las siguientes definiciones:

a) Discriminación. Se define como “discriminación” a toda forma de distinción, exclusión, restricción o preferencia fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual e identidad de géneros, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica, estado civil, condición económica, social o de salud, profesión, ocupación u oficio, grado de instrucción, capacidades diferentes y/o discapacidad física, intelectual o sensorial, estado de embarazo, procedencia, apariencia física, vestimenta, apellido u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de derechos humanos y libertades fundamentales reconocidos por la Constitución Política del Estado y el derecho internacional. No se considerará discriminación a las medidas de acción afirmativa. (EPB, 2010, pp. 2-3)

Como se observa, esta normativa, está acorde a lo que manda la ley de leyes. No acepta ningún tipo de separación en la aplicación de la norma jurídica por razones de sexo, es decir, los derechos y garantías son generales, para todos los bolivianos y las bolivianas.

3.2.3. Enfoque de género en el Derecho Internacional

La normativa del Derecho Internacional, relacionada con la equidad e igualdad de género, está protegida por la Constitución Política del Estado, que en su artículo 14, párrafo III, establece que “El Estado garantiza a todas las personas y colectividades, sin discriminación alguna, el libre y eficaz ejercicio de los derechos establecidos en esta Constitución, las leyes y los tratados internacionales de derechos humanos”. (EPB, 2009, p. 15). Entre estos derechos el acceso a la libertad de expresión en los medios de comunicación,

evitando ser censurada por su naturaleza femenina. Con respecto a este tema Hendel (2017) expone que la:

Plataforma de Acción de Beijing toma el reconocimiento de derechos y la transversalización de género o el *gender mainstreaming* y, desde allí, produce un nuevo enfoque para el diseño de políticas públicas con perspectiva de género. Se trata de una estrategia para incorporar las preocupaciones y experiencias de todas las personas en el diseño, la implementación, el monitoreo y la evaluación de las políticas y programas en todas las esferas: “aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación”; “fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión”. (pp. 16-17)

Plataforma que reivindica las exigencias de igualdad y equidad entre varones y mujeres, especialmente en el ámbito comunicativo puesto que considera que los niveles de participación y espacios que tiene las mujeres en la cobertura mediática no es suficiente, implícitamente generando la idea de que los varones son los que tienen preferencia en este ámbito, por lo que el accionar de los medios comunicativos no es equilibrada en cuanto no permiten, en la misma medida, a ambos sexos como fuentes informativas o de opinión. Panorama que va en contra de la:

Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer. Entró en vigencia en 1981 y define “discriminación contra la mujer” como toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera. (Hendel, 2017, p. 17)

Véase por el lado que sea, existen normativas que van en contra de la discriminación entre varones y mujeres, muchas ellas están relacionadas con los ámbitos de la información y la comunicación, reafirmando el derecho igualitario entre varones y mujeres, que está garantizado por el Estado y su cuerpo jurídico.

3.3. Marco Teórico

El marco teórico está conformado por diferentes contenidos que abordan temáticas referidas a: corriente teórica de género, la comunicación, los medios de comunicación

masivos, la televisión y su influencia social, la cobertura periodística, la ética periodística. Todo ello, como parte de un fundamento, sistematizado y bien estructurado, que relaciona la teoría, las fuentes con la realidad social.

3.3.1. La corriente teórica de género desde la mirada comunicacional

Las diferencias entre varones y mujeres son parte de la realidad social, que, a partir de las condiciones naturales, desde el punto de vista biológico, la brecha se ha hecho más ancha; en el contexto social se ha naturalizado ciertas prácticas que son exclusivas para varones y otras para mujeres, convencidos de que estas distinciones son correctas, cuando en realidad son condicionadas por diferentes instituciones sociales, especialmente los medios de comunicación masiva.

Sin embargo, es necesario recordar que la lucha histórica por el derecho al acceso de las mujeres a los medios de comunicación, en todos sus aspectos, viene desde inicios de la segunda mitad del siglo XX. Según el Instituto Nacional de las Mujeres (2005):

El tema sobre la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde los años setenta con una clara intención: promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianeidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres. (p. 1)

Uno de los aspectos que más resalta es la reformulación de los contenidos y mensajes mediáticos, tomando en cuenta que *“reformular”* se entiende como formular de nuevo o volver plantear una idea, que sólo es justificado cuando se advierte o reconoce que la posición, criterios o acciones que se asumen son erradas o no reflejan la realidad.

En este sentido, los medios comunicativos deben replantear sus concepciones sobre la mujer y su nivel de participación en la fundamentación de la información que se difunde, considerándola como una fuente válida y autorizada, democratizando, de esta manera, la intervención de todos los bolivianos y bolivianas en la producción informativa. Sin embargo, contradictoriamente, de los Ríos y Martínez (1997) explican que:

Los medios siguen dibujando los destinos y roles sociales de las mujeres encuadrándolas en un contexto de desigualdad que hoy en día debemos superar de una

vez por todas. Sólo con una adecuada y efectiva intervención educativa que considere la potencialidad de los mensajes audiovisuales podrá lograrse un equilibrio de derechos entre géneros. (p. 97)

Han pasado 26 años desde que estos dos autores describían como los medios influenciaban en la sociedad de manera negativa contra las mujeres; cuarto de siglo después y la desigualdad persiste. En apariencia, los avances tecnológicos han permitido mayor acceso de las personas a la información y comunicación, sin embargo, los medios no han cambiado sus prácticas elitistas, puesto que aún las mujeres son, mayormente, no visibilizadas por los medios comunicativos al igual que los varones.

Otro aspecto importante, es la falsa concepción educativa, que no es la solución a los problemas que tienen las mujeres con los medios televisivos, relacionados con su inclusión como fuentes de información. Por eso, debe existir un verdadero empoderamiento mediático, contexto en el que las mujeres consoliden espacios democráticos, en los que ellas, en igualdad de condiciones con los varones, puedan hacer escuchar su voz y valorar sus criterios sobre diferentes aspectos de la realidad.

De forma similar, tomando como parámetro la última década del siglo pasado y la primera década del siglo XXI, el Instituto Nacional de las Mujeres (2005) explica que:

Ha sido en la última década que organizaciones de mujeres de diversas partes del mundo, así como de agencias internacionales, han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad en la vida de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos. Para lograrlo, se ha planteado la necesidad de contar con la igualdad de los sexos en la gestión y dirección de los medios de comunicación, así como en la construcción de los contenidos (, p. 1)

A la década que se refiere es entre 1995 y 2005; tiempo en el que las mujeres tomaron mayor consciencia sobre su rol social y la verdadera participación que se les da en los medios masivos de comunicación, como parte de las estructuras que las dirigen, aquellas que realizan el tratamiento informativo, las que generan las noticias o las que aportan como fuentes. Ante este arranque de autopercepción, que la ubica en un lugar desfavorable con relación a los varones, es que plantean un trato igualitario y equitativo en el mundo mediático televisivo. Aunque, las diferencias y desigualdades mediáticas siguen vigentes, lo cual se evidencia que

las mujeres son más noticia (como parte de hechos violentos), pero no opinión; son más decoración, pero no palabra; aspectos que reflejan el rol de la mujer para los medios televisivos, pues siempre son consideradas como titular y ornamento.

En este sentido, Hasan y Gil (2016), consideran que:

A grandes rasgos la comunicación con enfoque de género no es simplemente escribir, informar ni hablar sólo sobre mujeres. Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo; es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género. En este marco, puede entenderse la distinción entre el género como categoría descriptiva, donde se visibilizan las desigualdades entre hombres y mujeres; el género como categoría analítica que permite interpretar estas desigualdades y el género como categoría política que posibilita entender las formas de distribución de poder entre los géneros, y en consecuencia, la discriminación y subordinación de las mujeres en la sociedad. (p. 271)

El género como transversalidad se debe entender como algo integral, es decir, tomar en cuenta a la mujer, como al varón, en todo el proceso informativo, desde la cobertura hasta su publicación. En este contexto, son dos aspectos que resaltan: primero, considerar al género como un elemento que presenta diferencias y similitudes, sobre la base determinadas características, entre varones y mujeres, en el ámbito televisivo. Segundo, como elemento de reflexión, basado en la participación de espacios de poder, en el caso mediático, como fuente de información válida, acreditada o reconocida que tiene palabra autorizada sobre determinados temas sociales, económicos, políticos, religiosos, culturales y otros de interés de la ciudadanía.

Es por eso que la perspectiva de género es imprescindible como herramienta para entender y contextualizar la información que producimos y difundimos, pero también porque su incorporación puede colaborar en la modificación de esas estructuras patriarcales.

El ejercicio periodístico no es neutral, ni objetivo, somos personas ejerciendo una profesión, somos parte integrante de una sociedad, tenemos ideas acerca de cada una de las cosas que hacen a nuestra vida cotidiana y supuestos acerca del deber ser. (Hendel, 2017, p. 10)

La comprensión y contextualización de la información va dirigida a romper esquemas discriminatorios, respondiendo a realidades sociales más plurales y más complementarias,

puesto que el trabajo mediático debe tomar en cuenta, en la misma medida y valor, la participación de varones y mujeres en las diferentes etapas del tratamiento noticioso.

Con referencia a la neutralidad y objetividad del periodismo, el criterio de que ambos no se reflejan en el trabajo ni producto informativo es algo evidente, y tal como lo expresan los autores esto sucede porque, más allá de ser periodistas, primero es un ser humano, por lo tanto, falible y perfectible, esto implica que el tratamiento informativo tiene mucho que ver con la subjetividad y mediaciones (sociales, religiosas, ideológicas, culturales, regionales, económicas, políticas, educativas, etc.) que tiene el comunicador.

3.3.2. Comunicación de masas y su influencia mediática

Los medios de comunicación masiva tradicionales, aún en el auge de la digitalización de la comunicación mediática, tienen mucha influencia social. La necesidad informativa, que tiene la sociedad, hace de los medios un componente trascendental en la vida y desarrollo del ser humano. Según Ayala (2001):

Los periódicos, las revistas, la radio, la televisión, las películas, las grabaciones y los libros han sido considerados, tradicionalmente, como los principales medios de comunicación. En el sentido más amplio de la palabra, un medio es el canal por donde viaja un mensaje desde la fuente al receptor. En un sentido más estricto, la definición no sólo se refiere a los instrumentos mecánicos que transmiten y a veces almacenan el mensaje. Es decir, cuando se habla de la televisión, la radio, los diarios, las revistas, etc., se hace referencia a la gente, a las políticas, a las organizaciones y a la tecnología que se requieren en la producción de comunicación masiva. Por definición, la comunicación masiva es la información que está disponible rápidamente para un público numeroso... (p, 822)

Hay que tomar conciencia de que la esencia de la comunicación masiva va más allá de la transmisión de información de manera objetiva, sino que el mismo hecho que para su producción se necesite fundamentalmente un emisor (periodista) y para su decodificación un receptor (radioescucha, lector o televidente). Ambos, son personas, que responden a ciertos aspectos subjetivos. Por lo tanto, la información recibirá el tratamiento periodístico, de acuerdo a ciertos criterios personales del comunicador, en busca de influir, en alguna medida, en el receptor. Por su parte, quien recibe el mensaje, realizará la lectura del mensaje, también, de acuerdo a criterios subjetivos, coincidiendo, o rechazando la postura del emisor; aunque a

decir verdad, de manera no intencional, en cierta manera respondemos de manera positiva a la oferta informativa de los medios.

Un segundo aspecto, que parece no importante, pero que debe ser tomado en cuenta es el hecho de que la naturaleza de los medios masivos es que la información, que emiten, llega simultáneamente a una cantidad no definida de audiencia, una masa multitudinaria que potencialmente puede ser influida por los medios, que en la mayoría de los casos responden a intereses económicos más que sociales. Al respecto, Mattelart, Paccini y Mattelart (1976), explican que:

Las investigaciones relacionadas con los medios de comunicación de masas, es decir, lo que se ha dado en llamar *communication research*, e iniciaron en los Estados Unidos. Adolecieron desde su comienzo de un vicio de génesis. En efecto, dichas investigaciones surgieron principalmente como respuesta a una demanda de firmas comerciales publicitarias. En una sociedad donde todas las relaciones se hallan dominadas por la doble ley de la ganancia y de la competencia, las presiones del mercado exigían a los directores publicitarios un conocimiento acabado de su público, a fin de perfeccionar los métodos de llegar al auditorio por medio de la radio, de la televisión, el cine, los diarios y las revistas. Así pues, la perspectiva original consideró la investigación sobre los medios de comunicación, desde el punto de vista de los estudios de mercado. De ahí su carácter preponderantemente instrumental. (p. 11)

No es novedad que los medios masivos realizaban, y aún lo hacen, investigaciones relacionadas con las audiencias, en busca de conocer sus preferencias en razón de diferentes productos o servicios, en el campo publicitario; y, sus preferencias y aceptación de tal o cual personaje, o institución, esto con tendencia a intereses políticos, especialmente en el campo de la propaganda; obviamente, con la intención de mejorar sus formas de influenciar en las personas, aumentando rating y aumentando su auspiciadores, que generan mayores ganancias económicas.

Para el investigador, el objetivo consistía en determinar los efectos de tal o cual medio de comunicación social sobre un auditorio determinado, es decir, evaluar las reacciones de los consumidores y la interacción que se establece entre éstos y los productores. La óptica empirista de la Escuela Sociológica norteamericana facilitaba ampliamente — como lo veremos luego— este tipo de orientación en las investigaciones. A las exigencias del mercado competitivo, se añadió luego el interés de los militares, ansiosos de medir la eficacia de su propaganda. (Mattelart, Paccini, Mattelart, 1976, p. 11)

Son innegables los efectos que tienen, en la audiencia, los contenidos de la programación mediática que se emite diariamente, no es casualidad que en los tiempos actuales las confrontaciones bélicas, políticas, económicas e ideológicas. También, se las realicen de manera encarnizada mediante los medios de comunicación masiva, que en base a información y desinformación tratan de modelar los criterios de los perceptores. Por lo tanto, aquellas voces que pregonan la imparcialidad y objetividad de los medios masivos de comunicación han perdido toda autoridad y los medios poco a poco pierden su credibilidad. Domínguez (2012) considera que:

Por otro lado, la comunicación en masa suele reducir o eliminar las relaciones interpersonales del proceso de la comunicación, y tiende a separar a los individuos de su entorno sociocultural tradicional, generando una masa integrada por miembros heterogéneos, es decir, personas de distintos estratos sociales, niveles culturales, diversas ocupaciones, intereses y modos de vida muy diferentes. De esta manera se puede inferir que los medios de comunicación masiva proporcionan modelos de conducta económica y de valores sociales, fomentan el consumo, la participación en la vida política y el desarrollo del sentimiento nacionalista, entre otros aspectos a considera. (p. 13)

En otras palabras, los medios trabajan con masas amorfas, que están conformadas por personas similares y diferentes a su vez, por lo que realizan un trabajo de uniformización social, eliminando su heterogeneidad y construyendo audiencias más homogéneas, que respondan a estereotipos y creencias producidas por los medios para satisfacer intereses económicos o de otra índole de poder.

Sin embargo, la necesidad de los medios que tiene la sociedad es, también, algo innegable, tal cual lo presenta el mismo autor al afirmar que “Los medios masivos son parte de la vida diaria de las personas promedio, otorgan sustento económico a un gran número de la población mundial, y permiten la comunicación a grandes distancias.” (p. 13). Sin embargo, estos aspectos positivos no quitan el hecho de que los medios actúan según sus propios intereses, vendiendo su producción informativa al mejor postor, velando por los intereses comerciales, políticos o militares, que se traducen en intereses hegemónicos.

3.3.3. La televisión y su influencia social

La televisión tiene aproximadamente un siglo de vigencia, desde los programas de entretenimiento, en blanco y negro, sin sonido, hasta la televisión digital, este medio es uno de los favoritos de las audiencias. Posiblemente, esto se debe a sus características que la diferencian de los demás medios de comunicación masiva, puesto que es uno de los más completos a nivel de lenguajes, englobando lo oral, escrito, imagen, colores, formas, que prácticamente lo hace accesible a todas las personas, aunque las mismas no compartan el mismo idioma, puesto que las imágenes en movimiento sustituyen cualquier otro lenguaje. Es por eso que:

La televisión es un sistema electrónico de transmisión de imágenes y sonido por cable, o por ondas que viajan en el espacio, técnicamente eso es toda la definición que abarca la palabra televisión; sin embargo, la televisión es mucho más que eso, actualmente es el principal medio de comunicación masiva, todos los hogares, negocios y oficinas tienen al menos un aparato de televisión. (Domínguez, 2012, p. 62)

Con la aparición del internet, y su auge en el presente siglo, la televisión agarró un nuevo impulso, puesto que se acomodó a las exigencias de las nuevas tecnologías, es así que, de señal abierta, incursionó en tv por cable, logrando traspasar fronteras con su señal, rompiendo las barreras del tiempo y el espacio, puesto que, si antes se daba informaciones en vivo, y la señal tardaba un determinado tiempo para viajar del lugar de los hechos hasta el aparato de televisión en cada hogar, con tv cable era mucho más veloz, y mucho más aún con televisión en sistema digital. Sin embargo, los conceptos no cambiaron, el tratamiento de la información, más allá de lo mediato y lo inmediato, es el mismo; lo que se cuida es el rating, hay intereses que van más allá de la ética periodística.

Al igual que otros medios de comunicación masiva, la audiencia es de suma importancia para la televisión, sin importar cual tipo de televisión, pues todas dependen de aumentar la audiencia.

La industria de la televisión ha sido muy lucrativa desde 1950, sus ingresos totales aumentan año tras año y esto es gracias a la audiencia. (Domínguez, 2012, p. 62)

La televisión, apuesta su supervivencia al rating, es decir, a la aceptación que los televidentes tienen por una determinada programación, que implica contenidos que seducen la atención del público. Por lo tanto, el tratamiento informativo es cuidadoso, sutil, hasta se

podría decir, subliminal, influenciando en los espectadores, sin que los mismos se den cuenta de la manipulación; típico del accionar mediático que sigue las directrices de la corriente teórica comunicacional funcionalista. En este sentido:

La televisión abierta depende de la publicidad para la subsistencia, pues al ser gratuita no obtiene ingresos de la gente, pero sin audiencia, los empresarios y comerciantes no contratarían tiempo de publicidad, es por esto que la relación audiencia-publicidad es muy importante. (Domínguez, 2012, p. 62)

Estos niveles de audiencia son esenciales para los canales de televisión, siguiendo la lógica de que a mayor audiencia, mayores patrocinadores que publican en el medio, por lo tanto, mayores ganancias.

Tabla 1
La influencia social de la televisión

N°	Función	Detalle
1	El papel informativo	Su papel informativo constituye uno de sus aportes más valiosos...Por otra parte, las tres funciones que suelen caracterizar al periodismo (informar, formar opinión, elaborar una agenda pública), se han convertido en principales fuentes con que cuenta la población para conocer la realidad y tomar posición ante ella.
2	Asignan status	Los medios avalan hechos, opiniones, personas o instituciones. El público cada vez les otorga mayor credibilidad, por eso lo que sacan a la luz pública queda valorado. El hecho de que ciertos individuos, instituciones o temas reciban atención de los medios significa que tiene algún grado de importancia.
3	Deciden la agenda de lo importante	Los medios no sólo dan a conocer lo que sucede, sino que además fijan la agenda de que o no es noticia, de lo que es debate, de que es o no relevante...es decir, conforman la opinión pública.
4	Representan a los ciudadanos	Los medios ya no sólo hablan al público sino en nombre del público. Esta función se expresa en dos formas: convirtiéndose en espacios de representación e interacción social y desempeñando una labor fiscalizadora de la gestión pública.
5	Función socializadora	Para los sociólogos, la socialización es el proceso a través del cual una determina sociedad u orden social logra pervivir y reproducirse, transmitiendo a los nuevos miembros aquellas normas y principios necesarios para la continuidad del sistema. Mediante la socialización el

		individuo adquiere un mundo y desarrolla una identidad personal, pasa a formar parte de distintos submundos, institucionalizados o no, al interior de la sociedad.
6	Fomentar la cultura de la diversión comercializada	Una función predominante de los medios de comunicación es la de entretener...La televisión está dedicada habitualmente al entretenimiento, casi tres cuartas partes de la programación diaria entran en esta categoría, exceptuando los canales de noticias.

Fuente: Ayala, 2001, pp. 826-827

Seis aspectos evidentes cómo influye la televisión en la sociedad: la información se convirtió en un insumo de producción de la realidad, puesto que los medios transmiten la noticia según su conveniencia, con apariencia de imparcialidad; esto tiene que ver mucho con la credibilidad, para lo cual usa diversas fuentes, que adquieren cierto nivel de autoridad o status, puesto que su palabra es, en cierta medida, autorizada o avalada por los medios; un tercer elemento, es que la información emitida es, supuestamente, la de hechos sobresalientes, los demás acontecimientos, que no les interesa que la gente sepa no es noticia. Por lo tanto, los medios son los que limitan lo que es importante o no para la sociedad. De hecho, solo socializan lo que es conveniente para sus intereses o para los intereses de quienes los patrocinan; teniendo como gancho cosas atractivas y novedosas que hacen que el televidente que de prendido de la programación de un determinado canal.

Todo este tratamiento y despliegue informativo crea desigualdades y desequilibrios entre los que son considerados como noticia, aquellos que son privilegiados como fuentes y la manipulación entre las audiencias.

Más allá de los nuevos soportes para almacenar y transmitir información, los medios de comunicación tradicionales, radio y televisión, siguen teniendo el poder de construir lógicas, sentidos comunes y agendas que determinan qué noticias y qué personas son importantes para entonces destinarles tiempo en minutos de aire o páginas escritas. Esta agenda (setting) no es inocente, responde al poder hegemónico, que es patriarcal, y repite en sus estereotipos sentidos que perpetúan la asignación arbitraria de roles fijos, marcados por la división por género y también por edad. (Hendel, 2017, p. 8)

La llamada “agenda” responde a una determinada intención, es por eso que se eligen los contenidos y las fuentes que deben aparecer en la información emitida por los canales de televisión, responden a sus intereses. Ambos se validan, la televisión otorga un status a la

fuerza y ésta otorga a la televisión la versión de la realidad que le conviene, como si su opinión fuera única referencia de la verdad.

3.3.4. Comportamiento de los medios de comunicación ante la equidad e igualdad de género

Considerando que el género es una construcción social más que un efecto natural, se puede considerar que la igualdad y equidad son, también, producto de convenciones sociales, es decir, son fruto de las imposiciones humanas, de unos hacia otros, en representación supuestamente de la mayoría. Tal cual ocurre con los medios de comunicación masiva, específicamente con la televisión, que habla a nombre de la ciudadanía, sin importar que la gente puede expresar sus propias ideas. Para Hendel (2017):

Pensar el concepto de “ciudadanía” hoy más que nunca implica pensar en el derecho de informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, el derecho a ser visible en el espacio público, que equivale a existir socialmente, tanto en el terreno de lo individual como de lo colectivo... (p. 5)

En el caso de las mujeres, la visibilidad es menor con relación a la visibilidad que los medios comunicativos les dan a los varones, en el plano social, político, económico, institucional, entre otros. Por ejemplo, las voces autorizadas y siempre requeridas, en el plano político son mayormente varones, diputados, senadores, ministros, dirigentes sindicales, y demás, será porque, también, no existe equilibrio entre varones y mujeres en los cargos públicos. Aunque los medios podrían equilibrar la balanza al momento de elegir fuentes, tanto masculinas como femeninas. Por lo tanto, las voces no están siendo escuchadas en la misma dimensión, las cámaras y los micrófonos aún no democratizan su producción informativa. Esto es evidente, de acuerdo a la información que se detalla a continuación:

Tabla 2

Diferencias de género en los medios de comunicación

Algunas de las conclusiones del monitoreo global de medios de la WACC3, en septiembre de 2010, señalan que:	
1	Se siguen construyendo noticias donde los hombres superan en número a las mujeres en casi todas las categorías ocupacionales.
2	Como entrevistadas o como protagonistas de noticias, las mujeres permanecen en la categoría de personas “ordinarias”, mientras que los

	hombres son ubicados como “expertos”.
3	Es doblemente probable que se mencionen las edades de los sujetos femeninos de las noticias en comparación con la mención de la edad de los masculinos
4	Al 18% de los sujetos femeninos de las noticias se lo presenta como víctimas mientras que sólo el 8% son masculinos.
5	Las secciones policiales (crímenes y violaciones) mencionan a mujeres en un 23% mientras que a varones lo hacen en un 9%.
6	A las mujeres se las identifica de acuerdo con su relación familiar cuatro veces más en comparación con los varones.
7	El 26% de las mujeres aparecen en fotografías en los diarios, en tanto que solamente el 17% de los varones aparece en imágenes en los mismos medios.
8	Del total de las notas relevadas, sólo el 6% destacó temas sobre igualdad/desigualdad de género.
9	El 13% de todas las notas se centra específicamente en las mujeres y 46% refuerza los estereotipos de género, es decir, casi ocho veces más que las que cuestionan dichos estereotipos (6%).

Fuente: Hasan y Gil, 2016, pp. 255-256

Nueve diferencias que muestran a los medios comunicativos en una faceta diferente a lo que se considera que deberían ser, puesto que se anula los criterios de imparcialidad, objetividad, pluralidad de fuentes, veracidad, puesto que los medios, entre ellos la televisión, sobreponen a estos principios algunas consideraciones subjetivas relacionadas con el machismo, el patriarcado, la diferencia de género, la superposición de un sexo sobre el otro, es por eso que las noticias tienen como soporte principal la participación del varón, especialmente cuando es considerado como fuente especializada, y las mujeres como una fuente accesorio, que siempre está en segundo lugar. En este sentido, las mujeres son consideradas insumos para las noticias e información de diferente índole, mientras los varones como fuentes expertas. En este sentido:

La inclusión de conceptos como el de transversalidad de género (sinónimo de gender mainstreaming o enfoque integrado de género) es una práctica deseable para un periodismo responsable, como lo es también para el avance hacia la igualdad y la equidad real de quienes ejercen los poderes públicos de todas las áreas del estado. (Hendel, 2017, p. 10)

Cuán importante es la construcción de un nuevo modelo de medios masivos de comunicación, un nuevo modelo de televisión, bajo la concepción de la pluralidad de géneros, diferentes, pero, a la vez similares ante la cobertura noticiosa. Una televisión que elimine

barreras de tipo sexual, y asumiendo un criterio de que en la diversidad todos son seres humanos, legalmente, todos son ciudadanos, con derechos y deberes; como se dijo anteriormente, libres para informar y ser informados. Por eso:

La transversalidad de género es la aplicación del principio de igualdad de trato y no discriminación y de oportunidades a las políticas públicas entre las personas que conviven en una sociedad, de modo que:

1. se garantice el acceso a todos los recursos en igualdad de condiciones,
2. se planifiquen las políticas públicas teniendo en cuenta las desigualdades existentes,
3. se identifiquen y evalúen los resultados e impactos producidos en el avance de la igualdad real. (Hendel, 2017, p. 10)

Principios que son funcionales, también, para los medios de comunicación televisivos, puesto que son lo apropiados para generar la igualdad y equidad de género en la comunidad, empezando por democratizar su programación, la cobertura noticiosa y la consulta de fuentes, en la que varones y mujeres deben tener las mismas oportunidades y opciones de expresar sus ideas, pensamientos, sentimientos por los canales televisivos.

3.3.5. Principios éticos del periodismo

Los trabajadores de medios de comunicación, en Bolivia, responden en el ejercicio de sus funciones periodísticas a diferentes disposiciones legales que hacen referencia a principios éticos, propios de la profesión. Por lo tanto, la República de Bolivia (1984), en el Estatuto Orgánico del Periodismo, artículo 17 establece que: “El periodista está obligado a ser veraz, honesto y ecuánime en el ejercicio de su profesión, así como observar en el desempeño de sus funciones respeto a las normas éticas.” (p. 3). Es así, que se debe resaltar los valores inherentes a la función periodística, atributos que resaltan la personalidad de los trabajadores que son responsables de informar a la sociedad.

En consecuencia, en el mismo cuerpo legal, en su artículo 19, establece que “El periodista está obligado a respaldar la información que divulga con testimonios fehacientes que avalen su veracidad.” (República de Bolivia, 1984, p. 4). Esto implica el uso de fuentes confiables y autorizadas para emitir una declaración o un testimonio. Ahora, al usar los términos “*testimonios fehacientes*” no implica que necesariamente sean varones o mujeres,

por lo que se debe entender que cualquier persona, sin consideración de su sexo, puede ser fuente fiable.

La Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (CTPB) (1991) en el Código de Ética, aprobado en el X Congreso Ordinario en Trinidad, establece que: “1. Los periodistas están siempre al servicio de la verdad, la justicia, el bien común, los derechos humanos, los ideales de perfeccionamiento humano y la paz entre los hombres.” (p. 1). Mandato que no siempre se cumple a cabalidad, puesto que los periodistas están sujetos a la censura, interna y externa al medio. Aunque el mismo texto estipula que “2. Los periodistas evitaran por todos los medios que se dicten disposiciones que anulen o censuren el ejercicio de la libertad de expresión e información.” (CTPB, 1991, p, 1). En tiempos tan difíciles los periodistas son sometidos a la presión política e institucional que condicionan y ponen a prueba sus valores y su ética profesional.

Por último, hay textos periodísticos que deben recibir el tratamiento correspondiente a un medio profesional de comunicación, puesto que: “7. Los periodistas no deberán mostrar en sus noticias programas radiales o televisivos, discriminación alguna contra personas, sean estas por raza, color, sexo, religión, opinión pública, origen nacional o social.” (CTPB, 1991, p. 1). Asimismo, poner cualquier de estos criterios para evitar utilizarlos como fuentes de información, impidiendo que emitan su opinión o testimonio sobre un determinado hecho o tema noticioso.

3.3.6. Cobertura informativa y preferencias de género en las fuentes

La cobertura periodística tiene como propósito recolectar información fidedigna sobre un hecho noticioso a partir de verificación de la misma basada en diferentes fuentes, tomando en cuenta que ellas no son elegidas por un criterio de conveniencia, sino de veracidad y autoridad. Con relación a ello Gallur y García (2019) plantean que:

El estudio de las fuentes en el periodismo es un tema relativamente poco estudiado en los últimos años y más aún si nos referimos al estudio de la selección de fuentes en base al género en la cobertura de los problemas que afectan a las mujeres. Por ello se hace necesario revisar todos los aspectos relacionados con la producción informativa y las condiciones en las que las propias mujeres están presentes en el mundo del periodismo tanto como profesionales o como fuentes. (párr. 3)

Dos aspectos importantes resaltan: primero, el tratamiento teórico sobre las fuentes de información es un tema que no ha merecido la atención necesaria para su análisis, mucho más si se trata de investigaciones relacionadas con la cuestión de género, es decir, que fuentes son preferentes en el ejercicio periodístico considerando su condición biológica o social, que son inherentes a las personas. Segundo, el papel de las mujeres en el mundo periodístico, tomando en cuenta que la producción de noticias requiere de diferentes actores en la televisión: periodistas, presentadores, camarógrafos, editores, jefes de prensa, entre otros, trabajos que también pueden ser realizados por mujeres. Obviamente, que también están presentes como fuentes, pero, la incógnita es en qué medida. En este sentido:

Encontramos gran cantidad de coberturas o noticias que, no necesariamente, están al servicio de informar, y que salen de redacciones periodísticas con escaso o nulo tiempo para la reflexión o el chequeo de fuentes.

Debería ser un ejercicio incluido en las recomendaciones para garantizar las buenas prácticas preguntarnos acerca del rol y de la función social de la tarea que realizamos, o repensar qué nos sucede cuando los cambios vertiginosos modifican las prioridades que nos fijamos para nuestras producciones, tanto gráficas como audiovisuales. (Hendel, 2017, p. 7)

Es evidente que parte de la información que se emite en los medios carece de ciertas características axiológicas y éticas de la noticia, tomando en cuenta que se publican, también, noticias falsas, incompletas, sensacionalistas que van en contra de la credibilidad del periodismo, puesto que, de esta manera, los medios, no cumplen con el rol que tienen en la sociedad, por el contrario, desprestigian al periodismo serio y formal. “Sin embargo, el ejercicio del periodismo demanda contextualizar, historizar, elegir fuentes diversas.” (Hendel, 2017, p. 8).

Aspectos que le dan la seriedad y la confiabilidad en los contenidos informativos que difunden los medios televisivos a la sociedad. Hay que tener presente que el ejercicio del periodismo está íntimamente relacionado con los valores éticos y morales que tienen los periodistas, elementos que son construcciones personales y sociales que se reflejan en el material informativo difundido.

3.3.7. Discriminación por cuestiones de género en los contenidos y cobertura informativa

La cobertura informativa es parte del tratamiento de la noticia, desde su generación hasta su publicación, exactamente en la recolección de datos utilizando diferentes técnicas que se aplican a diferentes fuentes (primaria, secundaria, terciaria) para conocer sobre un hecho noticioso. Sin embargo, la consulta no es simétrica, mucho menos paritaria, cuando se trata de equilibrar el uso de fuentes tomando como criterio aspectos de género o sexo.

En este sentido, el Consejo Nacional para la Igualdad de Movilidad Humana – CNIMH. (2016), en base a la aplicación de un grupo focal, descubrieron que las mujeres ecuatorianas, consideran que:

...la discriminación hacia las mujeres es un factor cultural que se evidencia en todos los ámbitos de la vida social. En el caso de los medios de comunicación masiva, estos son considerados agentes reproductores de la discriminación de género, en virtud de su función masificadora de imaginarios, estereotipos y roles de género machistas, patriarcales y misóginos, que, entre otros efectos, refuerzan la división sexual del trabajo y, en general, la discriminación contra las mujeres. (p. 34)

La realidad ecuatoriana es un reflejo de la realidad latinoamericana, en dos aspectos: primero, los medios masivos de comunicación realizan la separación entre varones y mujeres, mediante los contenidos que de manera evidente los diferencian en sus diferentes roles sociales, pero, más aún en su influencia como personas diferentes, pero, a la vez iguales, aunque mediáticamente esta diferencia y esta igualdad es aprovechada y explotada con fines comerciales y financieros, impulsados por la publicidad y la programación de entretenimiento, aunque entre ellas también existen contenidos educativos, que sirven a fines discriminatorios. Por eso:

Se identifica un claro malestar hacia los contenidos mediáticos, especialmente en algunos programas de entretenimiento y en la publicidad, por considerar que el trato es ofensivo, violento, denigrante y discriminatorio. Consideran que los imaginarios sociales y los roles de género que estos programas reproducen, influyen negativamente en las relaciones de género. (CNIMH, 2016, p. 34)

Cuatro adjetivos calificativos que caracterizan a los contenidos mediáticos, es necesario reflexionar sobre cada uno de ellos. Es ofensivo, tomando en cuenta que la

publicidad utiliza a la mujer, preferentemente, como un objeto ornamental o decorativo, explotando determinados atributos físicos, que, en tono de exageración, pueden ser un tanto ofensivos en cuanto a mostrar a la mujer demasiada erótica; es violento, puesto que la programación está plagada de peleas, discusiones, celos, traición, sangre, muerte, mostrándolas hasta atractivas; es denigrante, tomando en cuenta que las personas son consideradas como seres vulgares, sin valores, sin respeto, además, de mostrar a la pobreza como algo positivo y la riqueza algo negativo, tratando de convencer que la miseria y pobreza social es algo honroso y honorable, siguiendo un discurso de dominación; por último, es discriminatorio, tomando en cuenta que la producción audiovisual refleja valores sociales en las que algunas personas son superiores a otras.

3.3.8. El lenguaje discriminatorio en la información mediática

El lenguaje es la forma como las personas se comunican, basados en un código común, es decir que los signos sean reconocidos y comprendidos por el emisor y el receptor. Es importante aclarar que el lenguaje, según su naturaleza, puede ser; oral, escrito, icónico, de señas, entre otros. Esto es importante, puesto que estos lenguajes pueden actuar solos o en conjunto, como en el caso de la televisión que reúne a muchos lenguajes para realizar una producción audiovisual; la misma, en el ámbito noticioso, para su elaboración, diferentes insumos, tales como la información, las fuentes y la edición, que, junto a la publicación, se la denomina tratamiento informativo.

La selección de las fuentes adecuadas, especializadas en la temática, y el lenguaje que utilizamos son recursos periodísticos esenciales ya que el modo en que hablamos de las personas en los medios no solo las expone públicamente, a veces en contra de su voluntad, sino que además las somete a la consideración y evaluación de la sociedad, sin derecho a réplica o a defensa alguna. (Hendel, 2017, p. 21)

Hay que considerar que el periodismo tiene diferentes géneros y formatos para presentar la información noticiosa, y que cada uno de ellos expresa de manera diferente los hechos, aunque existen excepciones en las que los periodistas, de manera intencional o no, mezclan géneros, emitiendo opiniones cuando el género no lo permite, o emitiendo juicios de valor sin un sustento que fundamente esos criterios, por lo que se pierde la esencia del periodismo y se asume posturas personales, que corren el riesgo de lastimar la sensibilidad de

la audiencia, provocando el rechazo social, por tocar temas muy delicados, entre ellos la discriminación, especialmente cuando se trata de separar a varones y mujeres.

3.3.9. La televisión como generadora de poder

Los medios de comunicación, por mucho tiempo, en Bolivia, fueron denominados como el Cuarto Poder, en reconocimiento de su influencia en la sociedad, juntamente con los Poderes del Estado: Legislativo, Ejecutivo y Judicial. Desde el año 2009, perdió esa denominación puesto que los poderes adquirieron la designación de Órganos del Estado, y ya no eran tres, sino cuatro, por lo que los medios comunicativos no fueron nombrados más como cuarto poder. Sin embargo, la influencia en la sociedad no perdió vigencia, por el contrario, se acrecentó y consolidó con la aparición del internet y los medios de comunicación digitales, que aportaron mayores formas de interactuar con sus audiencias. Según Ayala (2001)

Es evidente que el rol desarrollado hoy día por los medios de comunicación acentúan su protagonismo e incidencia en la sociedad. De esta centralidad deriva ciertamente poder y búsqueda de mayor poder. De ahí surge en buena medida la preocupación por ser los primeros en audiencia, tener más cobertura, mayor potencia, mejor tecnología. Claro está que el poder suscitado por ese rol se pone en función de unos intereses específicos, hay determinadas realidades totalmente ignoradas en los medios, con lo que esto supone en una sociedad mediática donde se piensa que si algo no sale en los medios es porque no existe. (p. 821)

Es evidente que existe una serie de adicción por los medios de comunicación masivos, mucho más con la generación a través de los medios digitales, en los que la información acentuado más su importancia e influencia en la sociedad, puesto que el flujo informativo es más dinámico, por lo que los medios han adquirido nuevas formas de tratar la información, adquiriendo, de esta manera, mayor poder mediático: una muestra de ello es la preferencia que tiene los auspiciadores para publicitar sus productos o servicios, como, también, la preferencia de instituciones y personalidades para promocionar mediante la propaganda de ciertos valores sociales, políticos, ideológicos, entre otros. Es así que:

La dinámica de la publicidad y de la propaganda dirigida por intereses económicos dominantes impone la simplificación y la no contradicción con esos intereses, de manera que las realidades se deforman. De los perdedores y excluidos de la sociedad no se habla, y las veces que son objeto de interés es por motivo asistencialista o para presentarlos como culpables de su situación. (Ayala, 2001, p. 821)

No es novedad que mediante la publicidad y la propaganda se venden ilusiones, traducidas en productos, servicios, esperanzas, sueños, que en realidad son impuestas a las personas, traducidas en necesidades inventadas por los medios masivos de comunicación, puesto que la gente compra cosas, materiales o inmateriales que muchas veces no necesita, por lo que su interés no es suyo sino algo inventado mediante diferentes tipos de información.

3.4. Marco conceptual

El marco conceptual presenta diferentes términos, que son definidos de acuerdo a su naturaleza, utilizando diversas fuentes, relacionados con el tema de investigación. Entre ellos se tiene:

3.4.1. Derechos humanos

Los Derechos Humanos son reconocidos como derechos naturales que corresponden a cada una de las personas.

Son inherentes a toda persona humana por su sola condición de serlo. El Estado tiene el deber de reconocerlos, respetarlos y garantizarlos sin distinciones de edad, sexo, género, religión, clase social o nacionalidad. Son universales, irrenunciables, indivisibles, imprescriptibles y jurídicamente exigibles. (Hendel, 2017, p. 27)

Siguiendo este criterio se podría afirmar que los Derechos Humanos no corresponden a convenciones sociales, sino a aspectos innatos de la naturaleza de la persona, tales como: la vida, la alimentación, la libertad, entre otras.

3.4.2. Equidad

Si se utiliza un sinónimo para la palabra equidad esa sería el término justo o justicia, puesto que la esencia de la equidad es dar a cada quien lo que necesita, superando de esta manera al concepto de igualdad, tomando en cuenta que ésta significa dar a todos la misma medida. En correspondencia, Migliore (2011) plantean que:

La equidad se refiere a la distribución justa y equitativa de recursos y oportunidades, teniendo en cuenta las diferencias individuales y contextuales, la equidad se relaciona con la eliminación de las desigualdades que limitan las capacidades de las personas. La

equidad puede manifestarse en dimensiones como la equidad económica, la equidad educativa y la equidad en la salud. (p. 16).

En este sentido, la equidad siempre considerará lo razonable y lo ecuánime en cuanto a la repartición de algo, sea material (cosas) o inmaterial (valores, justicia, etc.), es decir, debe ser proporcional a la necesidad de cada persona.

3.4.3. Igualdad

La igualdad actúa en equivalencia, es decir, en una repartición cada uno recibe exactamente lo mismo que el otro. Es así que:

La igualdad antecedente se resume en el desarrollo de la capacidad de imparcialidad: “toda vida cuenta y ninguna es más importante que otra”; este criterio acogido por Ricoeur, significa que las aspiraciones, deseos, intereses de una persona importan tanto como los de cualquier otro; presupone igual valor de las personas en tanto depositarias de sensibilidad ante el placer y el dolor y como tal con motivaciones a tomar decisiones tras la pretensión de vivir bien, pretensión que está en la base del interés de promover o reclamar el cambio de algún modelo distributivo. (Villegas y Toro 2010, p. 112)

En cuanto al disfrute de la vida, desde el punto de vista de la igualdad, todos tienen los mismos derechos y obligaciones, puesto que las oportunidades deben llegar a todos, es así que nadie está potencialmente excluido de los beneficios ni sanciones que impone la ley.

3.4.4. Igualdad de género

La igualdad de género tiene que ver con el hecho de que los factores de masculinidad y femineidad no deben influir en el trato social, es decir, se debe prescindir de las diferencias entre varones y mujeres, puesto que se considera que deben recibir un trato equilibrado en todos los aspectos de la vida. En el presente caso, en el acceso paritario a los medios de comunicación masiva, mediante la democratización de la información a través del derecho a opinar y expresar sus criterios. Al respecto ONU Mujeres (s.f.) considera que:

La igualdad de género parte del reconocimiento de que históricamente las mujeres han sido discriminadas y de que es necesario llevar a cabo acciones que eliminen la desigualdad y acorten las brechas entre mujeres y hombres en todas las esferas del desarrollo, de manera que se sienten las bases para una efectiva igualdad de género, tomando en cuenta que la desigualdad que de facto padecen las mujeres puede

agravarse en función de la edad, la raza, la pertenencia étnica, la orientación sexual, el nivel socioeconómico, la condición de discapacidad y el estatus migratorio, entre otros. (p. 5)

Primero, es necesario analizar sobre los aspectos discriminatorios hacia la mujer, tomando en cuenta la identificación puntual de los actores o gestores de dicha discriminación, es decir, quienes son aquellos que consideran a la mujer menos que el hombre, especialmente cuando se trata del acceso a la información o participar como fuente. Puesto que es muy simplista afirmar que el varón en quien, en base a criterios machistas, es el principal discriminador de la mujer, cuando en una sociedad compleja hay diferentes factores que aportan a este comportamiento social.

3.4.5. Femenino

Lo femenino está íntimamente ligado a cuestiones sociales, relacionándolas con personas que tienen determinadas características de comportamientos de mujer o parecidos.

1. m. Gram. En los nombres y en algunos pronombres, rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo femenino, algunos animales hembra y, convencionalmente, seres inanimados. 2. m. Gram. En algunos adjetivos, determinantes y otras clases de palabras, rasgo gramatical de concordancia con los sustantivos de género femenino... (García, 2014, p. 48)

En consecuencia, se refiere a aquellas personas que, de manera natural o no, adquieren o desarrollan actitudes femeninas.

3.4.6. Masculino

Lo masculino está íntimamente ligado a cuestiones sociales, relacionándolas con personas que tienen determinadas características de comportamientos de varón o parecidos.

1. m. Gram. En los nombres y en algunos pronombres, rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo masculino, algún animal macho y convencionalmente, seres inanimados. 2. m. Gram. En algunos adjetivos, determinantes y otras clases de palabras, rasgo gramatical de concordancia con los sustantivos de género masculino. (García, 2014, p. 48)

En consecuencia, se refiere a aquellas personas que, de manera natural o no, adquieren o desarrollan actitudes varoniles.

3.4.7. Género

El género, en contraposición al sexo, es una construcción social, como producto de valores y estereotipos impuestos por diferentes instituciones, tales como los medios masivos de comunicación. Hendel (2017) considera que:

Es el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que las diferentes sociedades asignan a las personas de forma diferenciada como propias de varones o de mujeres. Son construcciones socioculturales que varían a través de la historia y se refieren a los rasgos psicológicos y culturales y a las especificidades que la sociedad atribuye a lo que considera “masculino” o “femenino”. Esta atribución se concreta utilizando, como medios privilegiados, la educación, el uso del lenguaje, el “ideal” de la familia heterosexual, las instituciones y la religión. (p. 13)

Por lo tanto, es un producto de la sociedad para diferenciar entre unos y otros, adjudicándoles roles determinados dentro de la comunidad.

3.4.8. Sexo

El sexo está íntimamente relacionado con la naturaleza biológica de los seres humanos, basado en diferencias fisiológicas entre varones y mujeres. Por lo tanto, se puede afirmar que:

Es el conjunto de características físicas, biológicas, anatómicas y fisiológicas que definen como varón o mujer a los seres humanos. El sexo está determinado por la naturaleza. El reconocimiento de la intersexualidad pone en jaque algunos de estos saberes que sin embargo siguen siendo útiles a la hora de las conceptualizaciones. (Hendel, 2017, p. 12)

Es por eso que el sexo es reconocido como una dualidad biológica que distingue a las personas en dos grupos definidos, ellos y ellas, hombre y mujer.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El análisis e interpretación de resultados de la presente tesis de grado es producto de una profunda reflexión sobre las desigualdades de género que producen los noticieros que se emiten en los medios de comunicación televisivos de la ciudad de Cobija. Por lo tanto, los mismos están organizados siguiendo el orden de planteamiento de cada objetivo específico.

4.1. Género de las fuentes utilizadas en los noticieros locales de los diferentes medios de comunicación televisivos

La información recolectada, sistematizada y analizada permite identificar cuáles son las fuentes utilizadas en los noticieros de medios televisivos locales, tomando en cuenta el género de las mismas como criterio preponderante. Para lo cual se tomaron, en cuenta, tres aspectos importantes.

a) Cantidad de noticias emitidas

Un primer criterio de reflexión es la cantidad de noticias emitidas por los medios televisivos locales, información que se ve reflejada en el siguiente detalle:

Tabla 3
Cantidad de noticias emitidas en el mes de marzo

Canal	Cantidad	%
Bolivia Tv Regional Pando	249	19
Red Unitel Cobija	547	42
Sistema Pandino de Comunicación	514	39
Total	1310	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Los medios televisivos que más producen noticias son Red Unitel y Sistema Pandino de Comunicación, puesto que son emisoras locales y están pendientes de todo el acontecer

noticioso de la capital pandina; mientras que Bolivia Tv Regional Pando, comparte su programación local con contenido nacional, que regularmente es amplio.

Otro aspecto que es necesario resaltar es que, del total de noticias emitidas por los canales televisivos (1310), se puede calcular que diariamente se publicaron alrededor de 50 notas, toando en cuenta que son 26 días al mes, menos los domingos.

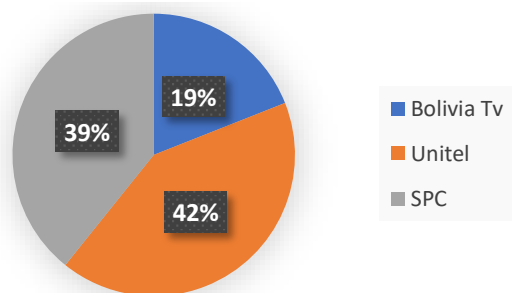


Figura: 1 Cantidad de noticias emitidas en el mes de marzo
Fuente: Elaboración propia, 2023

Desde el punto de vista porcentual, se puede observar que la producción noticiosa de cada canal local duplica a la televisora estatal. Es decir, la diferencia en la proporción de información noticiosa emitida es significativa, tomando en cuenta que la televisora pública genera menos del 20% del contenido noticioso.

Esto muestra cómo se prioriza el aspecto informativo noticioso regional en los diferentes medios televisivos. Al respecto, existen diferentes criterios por parte de los propietarios, responsables de prensa, directores de los medios o jefes de prensa, según la denominación que se da en cada medio al personal administrativo, información que presenta similitudes y diferencias.

Hay que tomar en cuenta que la cuantificación del tratamiento de notas periodísticas está íntimamente relacionada con la cantidad de programas noticiosos que se emiten en cada medio televisivo, consecuentemente, esto se relaciona con el tiempo que ocupa cada programa dentro de la programación de cada canal, tomando en cuenta que el desarrollo del material informativo difiere en cada emisora televisiva.

Tabla 4

Cantidad de programas noticiosos que emiten los medios televisivos

Canal	Responsable	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Mamami Koyo (Responsable de prensa)	Actualmente de manera regional se tiene 2 programas noticiosos, la revista matutina “El Siete a las Seis” y el Noticiero Edición central.
Red Unitel Cobija	C. Pereira (Jefa de prensa)	Unitel cuenta con 4 espacios noticiosos totalmente variables, La Revista, Noticiero meridiano y central y un programa nocturno.
Sistema Pandino de Comunicación	J. Roca Melena (Representante legal y directora)	2 programas La revista del 15 y el noticiero meridiano que se repite en la noche.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Según los criterios del personal administrativo de cada medio televisivo la cantidad de los espacios noticiosos que utilizan Unitel y Canal 15 duplican a los espacios noticiosos de Bolivia Tv, tomando en cuenta que los canales privados tienen programación informativa en horario nocturno, situación que no ocurre en el canal estatal. Por lo visto esto afecta notablemente en la publicación de notas informativas. Estos datos son complementados por los generados mediante la encuesta, puesto que la población consultada considera quienes son aquellos que generan mayor cantidad de información noticiosa.

Tabla 5

Personas que generan mayor cantidad de noticias

Persona	Cantidad	%
Mujer	130	53
Varón	116	47
Total	246	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

De los 246 consultados, la mayoría considera que las que generan más noticias son las mujeres, aunque no tiene mucha diferencia con aquellos que ven a los varones como generadores de información. Sin embargo, hay que remarcar que la comunidad reconoce el protagonismo noticioso de las mujeres, ya sean como parte del hecho noticioso o como actor importante en su producción, sin dejar de lado la importancia de los varones en el mismo contexto informativo mediático.

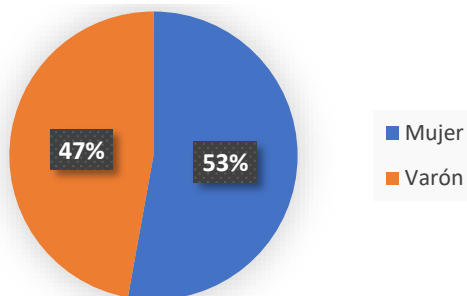


Figura: 2 Personas que generan mayor cantidad de noticias
Fuente: Elaboración propia, 2023

La diferencia no es sustancial, en vista que solo es de 6 puntos porcentuales. Esto significa que tanto mujeres como varones son promotores de noticias casi en la misma proporción, según la percepción de la población. Esto significa que el origen de las notas periodísticas no tiene nada que ver con cuestiones de género.

b) Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa

Un segundo criterio se trata de la cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa que realizan los medios televisivos de Cobija, tal cual reflejan los siguientes datos:

Tabla 6
Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa

Canal	Cantidad	%
Bolivia Tv Regional Pando	390	19
Red Unitel Cobija	789	38
Sistema Pandino de Comunicación	881	43
Total	2060	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

La cantidad de noticias emitidas tienen mucho que ver con la cantidad de fuentes consultadas durante su cobertura, puesto que presentan una relación proporcional entre ambas variables, es decir, a mayor cantidad de notas publicadas, mayor cantidad de fuentes consultadas, aunque con una ligera variación entre los canales privados, que transgreden este razonamiento lógico.

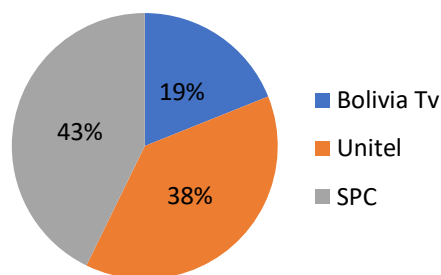


Figura: 3 Cantidad de fuentes consultadas
Fuente: Elaboración propia, 2023

Como se observa el Sistema Pandino de Comunicación es quien tiene mayor cantidad de fuentes en el tratamiento informativo, seguido por Unitel, que varía casi en 100 unidades, esto se traduce en una diferencia sustancial. Asimismo, supera a Bolivia Tv en una proporción de 2 a 1, es decir, que tiene el doble de fuentes que el canal estatal. Esto significa, hay correspondencia entre la cantidad de noticias emitida y la cantidad de fuentes consultadas.

c) Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa

La observación realizada a las notas periodísticas, también, estaban dirigidas a recolectar información sobre el género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa, considerando las preferencias que tienen los diferentes canales de televisión, con relación a las personas que les son más propicias para brindar información en un determinado hecho noticioso.

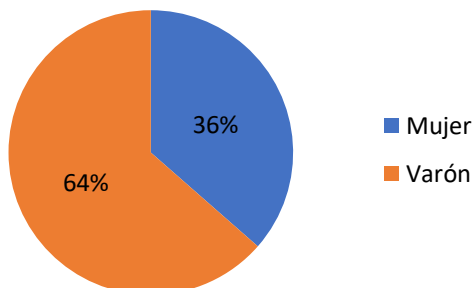
Tabla 7
Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa

Canal	Mujer	%	Varón	%	Total	Total %
Bolivia Tv Regional Pando	117		273		390	
Red Unitel Cobija	293		496		789	
Sistema Pandino de Comunicación	341		540		881	
Total	751		1309		2060	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Coincidentemente, en todos los canales, sin tomar en cuenta la cantidad de encuestados en cada uno de ellos, la diferencia es sustancial entre varones y mujeres. Se puede observar que las fuentes, según el género, corresponden mayormente a los varones. En cada uno de los

canales la diferencia es casi el doble, es decir, se consultaron como fuentes a los varones duplicando la cantidad de las mujeres.



Fuente: Elaboración propia, 2023

Porcentualmente la diferencia es significativa, entre las fuentes mujeres y varones, puesto que la tendencia mediática apunta a que con preferencia se escoge a fuentes masculinas antes que femeninas, tomando en cuenta que hay una diferencia proporcional de 2 a 1, es decir, dos hombres por cada mujer. Esto es corroborado por los criterios de diferentes periodistas que trabajan en los medios televisivos de Cobija, que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 8
Criterios del periodista sobre el género de fuentes consultadas

Canal	Periodista	Criterios
Bolivia Tv	M. Antonio Cruz Gonzales	Sí, hay todavía cierta preferencia a los hombres y no se da mucha cabida a las mujeres.
Regional Pando	N.Huanca Quispe	En el tema de presentadoras hay incluso más mujeres, pero, en el tema de fuentes siguen siendo más hombres.
Red Unitel Cobija	J. Limachi	Creo que muy poca desigualdad porque las mujeres ya han ido ocupando más espacios.
	J. Castedo	Bueno creo que en el tema deportivo si existe.
	G. Maholo Ecuibare	En este medio creo que no, desde el ámbito laboral de la presentación y la cobertura.
SPC	R. Viraca Mamani	Nuestras fuentes son equilibradas, gracias a que hay varias mujeres protagonistas y con el pasar de los años van adquiriendo experiencia y perdiendo la timidez o ese temor a equivocarse y ser objeto de burlas

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Los criterios son dispares, puesto que están los que reconocen que, en los medios televisivos, hay preferencia por fuentes masculinas; también, están esos que en diferencias mínimas en la preferencia por los varones ante que las mujeres, pero, que en definitiva aceptan cierta superioridad de los varones como fuentes; por último, aquéllos que aseguran que existe igualdad de género en la cobertura periodística, especialmente en lo referente a las fuentes masculinas y femeninas. Sin embargo, la mayoría, en diferente medida, reconoce que las mujeres están en desventaja con relación a los varones.

4.2. Paridad de género en los organismos de poder que se ve reflejada en los noticieros televisivos

Otro aspecto importante, en la cobertura periodística, relacionada con un enfoque de género, es la paridad en los organismos de poder, entre varones y mujeres que son utilizadas como fuentes informativas, que se ve reflejada en los noticieros televisivos. Para lo cual se tomaron, en cuenta, dos aspectos importantes: nivel de paridad entre autoridades; y, nivel de paridad entre actores políticos y sociales.

a) Autoridades solicitadas como fuentes tomando en cuenta su género

Las autoridades son fuente constante de información, tomando en cuenta que muchos de ellos son representantes de diferentes instituciones públicas, sin embargo, es necesario identificar, cual es la preferencia mediática televisiva con relación al género o sexo de las fuentes en el contexto cobijeño.

Tabla 9
Autoridades solicitadas como fuentes según su género

Canal	Mujer	%	Varón	%	Total	Total %
Bolivia Tv Regional Pando	64	6	203	18	267	24
Red Unitel Cobija	139	13	271	25	410	38
Sistema Pandino de Comunicación	140	13	276	25	416	38
Total	343	32	750	68	1093	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Las fuentes masculinas superan ampliamente a las fuentes femeninas en todos los canales de televisión; donde se visualiza con mayor claridad esta disparidad es en Bolivia Tv regional Pando, mostrando una marcada preferencia por la información generada por los varones que ocupan cargos jerárquicos públicos antes que a las mujeres que tienen la misma condición, es decir, que se valoran más los criterios masculinos que femeninos.

En los otros canales, Unitel y Sistema Pandino de Comunicación existen diferencias más reducidas, pero, de igual manera significativas, puesto que las mujeres son tomadas en cuenta con mayor frecuencia, aspecto que se puede visualizar en la cantidad de consultados, que de manera clara los varones superan a las mujeres como fuentes institucionales oficiales del sector público.

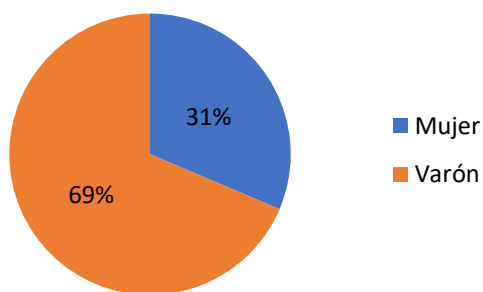


Figura: 5 Autoridades solicitadas como fuente según su género
Fuente: Elaboración propia, 2023

Porcentualmente, la diferencia es marcada, existe una disparidad sustancial entre varones y mujeres. Proporcionalmente, esto implica que las fuentes masculinas superan a las femeninas en 2 a 1. Esto significa que los medios de comunicación televisivos acuden más a autoridades varones antes que a las mujeres, como fuentes de información noticiosa, esto debido a que los cargos jerárquicos en la gestión pública son ocupados mayormente por hombres.

Por su parte, la encuesta presenta la percepción que tiene los ciudadanos sobre que autoridades son más requeridas por los medios televisivos al momento de opinar sobre un hecho noticioso, considerando su condición de género. Tal cual se presenta en el siguiente detalle:

Tabla 10
Autoridades que reciben mayor cobertura periodística

Persona	Cantidad	%
Mujer	62	25
Varón	184	75
Total	246	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Los datos son claros, la población considera que los medios televisivos tienen preferencia por las fuentes masculinas antes que las femeninas, por eso es que reciben tres veces más atención en la cobertura periodística, mostrando una clara preferencia de género en el tratamiento informativo, especialmente al momento de elegir las fuentes que se reflejan de manera clara en la sociedad.

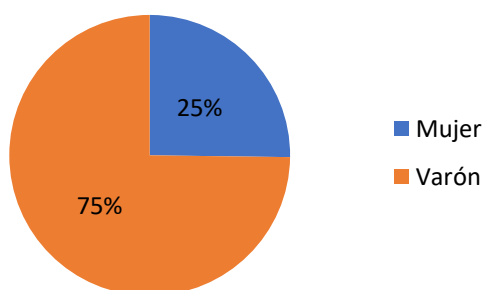


Figura: 6 Autoridades que reciben mayor cobertura periodística
Fuente: Elaboración propia, 2023

Porcentualmente, según la percepción ciudadana, los medios televisivos de Cobija prefieren consultar a autoridades masculinas, dejando en un segundo plano al sector femenino. En este sentido, las fuentes que más aparecen en las noticias son varones que superan en una proporción de 3 a 1 a las mujeres.

Un aspecto relevante es que en las instituciones públicas existe paridad en los cargos directivos, es decir, debe haber, proporcionalmente, la misma cantidad de autoridades mujeres y varones, por lo tanto, no es comprensible porque hay preferencia como fuentes de información hacia un género en desmedro del otro.

b) Actores sociales y políticos preferentemente consultados en la cobertura periodística

Los medios televisivos, encuentran una vertiente importante de información en los sectores social y político, acudiendo a los actores más representativos como fuentes autorizadas o entendidas en diferentes temáticas o hechos noticiosos relacionados con diferentes aspectos locales, departamentales, nacionales e internacionales. Por lo que es importante identificar las fuentes preferentes para la cobertura periodística según criterios de género, es decir, que personas son más consultadas considerando su condición masculina o femenina. Es así que el proceso de observación presenta los siguientes datos:

Tabla 11

Actores sociales consultados en la cobertura periodística

Canal	Mujer	%	Varón	%	Total	Total %
Bolivia Tv Regional Pando	53		70		123	
Red Unitel Cobija	154		225		379	
Sistema Pandino de Comunicación	201		264		465	
Total	408		559		967	

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Entre varones y mujeres, políticamente y socialmente, existen diferencias, aunque estas no son muy amplias, puesto que en los tres canales televisivos ellos superan a ellas en una cantidad limitada, sin embargo, la diferencia existe, aún el sector masculino es dominante como fuente informativa. Siguiendo la tendencia que se da en los otros contextos sociales, es decir, especialmente con el ámbito administrativo público.

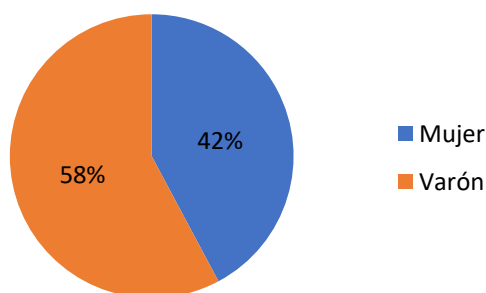


Figura: 7 Actores sociales consultados en la cobertura periodística

Fuente: Elaboración propia, 2023

Porcentualmente, la situación es más clara, puesto que se muestra las dimensiones en las que los medios televisivos dan cobertura a los actores sociales y políticos representativos, que de manera evidente favorecen al género masculino, aunque la disparidad no es tan amplia, porque las proporciones solo son de 16 puntos porcentuales. Esto significa, que social y políticamente las mujeres están mejor posicionadas como fuente informativa que los otros sectores de la sociedad.

Según la percepción social los actores políticos y sociales reciben la siguiente cobertura periodística como fuentes de información:

Tabla 12

Actores políticos y sociales que reciben mayor cobertura periodística

Persona	Cantidad	%
Mujer	66	27
Varón	180	73
Total	246	100

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Las diferencias entre varones y mujeres, según el criterio de la población cobijeña, son muy amplias, puesto que visualizan que se da menos cobertura noticiosa a las mujeres en comparación con los hombres, puesto que para este sector la atención mediática es amplia, mostrando una preferencia intencionada con relación a las fuentes de información.

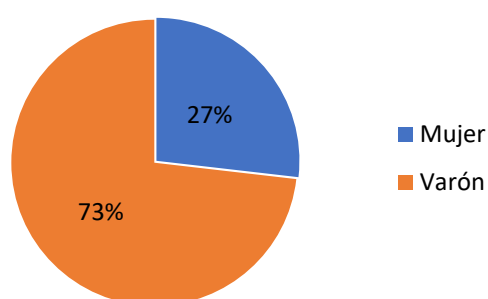


Figura: 8 Actores políticos y sociales que reciben cobertura periodística

Fuente: Elaboración propia, 2023

Porcentualmente, según la población cobijeña, las diferencias son significativas, puesto que los varones superan a las mujeres, como fuentes informativas, en una proporción de 3 a 1, es decir, que los medios televisivos prefieren a actores sociales y políticos masculinos antes

que los femeninos, privilegiando, de esta manera la voz y los criterios de los varones en desmedro de las mujeres.

4.3. Condiciones y criterios mediante los que se realizan las coberturas periodísticas en los diferentes medios televisivos

Un tercer aspecto que es importante se refiere a las condiciones y criterios mediante los que se realizan las coberturas periodísticas en los diferentes medios televisivos, contenido que resulta de la entrevista a la parte administrativa de los medios televisivos, además de los periodistas. Para lo cual se tomaron, en cuenta, diferentes aspectos del tratamiento periodístico y el género de las fuentes.

a) Tratamiento informativo: cobertura, edición y publicación de la noticia

El tratamiento informativo implica, generalmente, la cobertura, edición y publicación de la noticia, elementos en los que se decide que fuentes son tomadas en cuenta para ser parte de la noticia. En este entendido, se presenta la siguiente información:

Tabla 13
Tratamiento informativo

Canal	Responsable	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Mamami Koyo (Responsable de prensa)	Se realiza las coberturas ponderando los diferentes ámbitos como ser político, económico, culturales, etc. Haciendo uso los diferentes formatos periodísticos.
Red Unitel Cobija	C. Pereira (Jefa de prensa)	Con un día de anticipación se realiza la coordinación de una agenda previa al día de recolección de información...se va anticipando los temas de coyuntura...se va dando responsabilidades a los diferentes equipos...asimismo, se ejecuta una reunión diaria para abordar temas nacionales a modo de darle un enfoque regional.
Sistema Pandino de Comunicación	J. Roca Melena (Representante legal y directora)	En las mañanas se realiza la cobertura periodística a todos los temas que se van generando pueden ser coyunturales o conferencias de prensa.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Según los criterios de los responsables de cada medio televisivo, realizan la cobertura siguiendo diferentes procedimientos: Bolivia Tv, identifica los contenidos preferentes que se deben cubrir durante la jornada; Unitel, planifica su accionar periodístico anticipadamente, además de realizar reuniones preliminares antes de ir a cubrir los hechos noticiosos; SPC, por su parte, es más espontáneo, puesto que su movimiento periodístico está de acuerdo a las noticias que van generándose.

b) Criterios institucionales para la elección de fuentes de información

Los criterios institucionales para la elección de fuentes de información responden a diferentes criterios periodísticos y éticos del ámbito comunicacional, tal cual se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 14

Criterios institucionales para la elección de fuentes de información

Canal	Responsable	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Mamami Koyo (Responsable de prensa)	La fuente debe ser confiable y oficiales, es decir autoridades electas y designadas así mismo dirigentes de los diferentes sectores.
Red Unitel Cobija	C. Pereira (Jefa de prensa)	Se verifica la autenticidad y legitimidad de la fuente por ello se acude a las cabezas de instituciones, ejecutivos de sindicatos y federaciones, directores, gerentes, voces oficiales, etc.
Sistema Pandino de Comunicación	J. Roca Melena (Representante legal y directora)	Las fuentes informativas se eligen dependiendo de los cargos y a quienes representan, en el caso de la revista se elige aleatoriamente de acuerdo a lo que la gente le interesa saber sea salud, cultura, educación y otros.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

La elección de fuentes responde a los siguientes criterios: Se consideran dos características trascendentales que deben cumplir las fuentes de información, su carácter de fiabilidad, es decir, que la información se verídica y comprobable, además, de que provenga de fuente oficial, descartando cualquier otro tipo de origen informativo, de esta manera se trata de velar por la calidad informativa que se brinda a la población, evitando cualquier malentendido o desinformación.

Sin embargo, tomando en cuenta los datos de la observación y la encuesta, en los que se identifica que las fuentes preferentes, para los medios televisivos, son del género masculino, se puede comprender que las fuentes femeninas no son muy confiables, además, de que la mayoría de los cargos oficiales están ocupados por varones, de otra forma no se entendería porque los medios publican noticias en las que las fuentes mayormente son hombres.

c) Criterios del periodista para la elección de fuentes de información

Los criterios de los periodistas para la elección de fuentes de información responden a diferentes criterios, tal cual se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 15

Criterios del periodista para la elección de fuentes de información

Canal	Periodista	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Cruz Gonzales	Que la información sea real y que contribuya en el realce de la cultura regional.
	N. Huanca Quispe	Depende de la agenda si es salud busco un médico, dirigentes, voceros, directores. No importa si son hombres y mujeres.
Red Unitel Cobija	J. Limachi	Que sean fuentes oficiales y legítimas.
	J. Castedo Piuma	Que sea confiable, responsable con la opinión que va verter.
	G. Maholo Ecuibare	Eso es depende de la información, busco, tanto, fuentes oficiales, pero, también, a la gente en los barrios sin importar el género.
Sistema Pandino de Comunicación	R. Viraca Mamani	Primero verificar la credibilidad, brindar parte y contra parte para no caer en una postura discriminadora.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Los periodistas coinciden y se diferencian en los siguientes criterios en cuanto a la elección de fuentes de información: personas que emitan información real y confiable; que sea responsable de sus opiniones, con cierto nivel aceptable de credibilidad; que sean fuentes oficiales y legítimas, representantes de instituciones públicas o privadas, organizaciones sociales, además de la gente que parte activa o pasiva dentro de un hecho noticioso; también,

aquellos actores sociales que son parte de la agenda noticiosa se considera, sin importar su calidad de género (masculino o femenino).

En este sentido, los criterios que tiene lo periodistas para elegir fuentes, en la cobertura informativa, son de carácter plural, aunque esto contrasta con las publicaciones, en el mes de marzo, realizadas por medios televisivos, puesto que se visibiliza que la elección de fuente es restrictiva, puesto que se privilegia a un género (varones) en desmedro del otro (mujeres).

d) Criterios de género como elemento fundamental para la cobertura periodística

La información sobre los criterios de género como elemento fundamental para la cobertura periodística es generada mediante criterios emitidos por la parte administrativa de los medios televisivos, como, también, de los periodistas. Contenido que se refleja en el siguiente detalle:

Tabla 16

La mujer como fuente de información periodística

Canal	Responsable	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Koyo (Responsable de prensa)	En comparación a algunos años atrás se ha ido mejorando bastante la participación femenina sin embargo todavía nos cuesta ver que las mujeres den información siendo que hay mujeres en el concejo, la asamblea e incluso en la alcaldía se las ve con cargos, pero, no tanto en la gobernación o instituciones, ya que hay más varones ocupando esos espacios y por eso nos cuesta conseguir entrevistadas mujeres.
Red Unitel Cobija	C. Pereira (Jefa de prensa)	En cuanto a la presentación de los programas hay un equilibrio e igualdad, pero, en cuanto al contenido y las fuentes de información aún hay desigualdad. Es muy difícil encontrar fuentes mujeres, pero, se podría garantizar a través de una búsqueda de esas fuentes femeninas para tener un contenido más equilibrado o ecuánime.
Sistema Pandino de Comunicación	J. Roca Melena (Representante legal y directora)	Considero que no existe mucho eso de la desigualdad porque vemos que varias instituciones que están a cargo de mujeres, en el caso de canal 15 se visibiliza mucho a las mujeres porque ellas son emprendedoras, profesionales, son lideresas al igual que los varones.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Un criterio coincidente es que existen dificultades en identificar fuentes de información femeninas por diferentes razones, uno de ellos es que en ciertas instituciones públicas los cargos directivos están copados por varones, por lo que son ellos los que brindan información. Aunque en el ámbito privado, según el periodista de SPC, se visibiliza más a la mujer, por lo que hay igualdad con los varones en la emisión de información, sin embargo, este criterio contrasta con las publicaciones y las fuentes que utiliza preferentemente este medio televisivo.

Desde la mirada de los periodistas, las fuentes más recurrentes en la cobertura periodística son las siguientes:

Tabla 17
Percepción del periodista sobre las fuentes más recurrentes

Canal	Periodista	Criterios
Bolivia Tv Regional Pando	M. Cruz Gonzales	En caso de las fuentes que asisto son más mujeres porque esas profesionales están como directoras, maestras, promotoras, artistas, etc. En estos ámbitos no existen muchos hombres.
	N. Huanca Quispe	En realidad, cuando se hace la cobertura periodística son más los hombres los portavoces, de las instituciones, de las organizaciones sociales si o si en su mayoría son más varones por esto de que se tiene enraizado el tema del patriarcado entonces se le da más privilegio al varón.
Red Unitel Cobija	J. Limachi	Es variado, pero se puede decir que es más a los varones y eso que hay también mujeres que se desenvuelven en sus cargos y creo que hay un equilibrio.
	J. Castedo Piuma	En mi el caso de los deportivos son más los hombres mientras que en el tema de prensa es variado tanto mujeres como varones.
	G. Maholo Ecuibare	Los hombres son los que participan más porque cuando vamos a las instituciones los directores, gerentes o los que ocupan más los cargos son los hombres y en lo político también, los dirigentes son más los hombres; hay mujeres, pero, son más los hombres.
Sistema Pandino de Comunicación	R. Viraca Mamani	Es equilibrado porque en el caso de Pando tenemos una presidenta de la asamblea mujer, alcaldesa mujer, presidente del TED mujer, hay muchas mujeres protagonistas.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

De todos los periodistas consultados, la mayoría consideran que los varones con preferencia son fuentes de información, puesto que ocupan puestos directivos, portavoces institucionales entre otros cargos; sin embargo, hay quienes consideran que la preferencia es para las mujeres, aunque sea minoritaria.

De manera general, los resultados apuntan a que las fuentes de información que son preferentes para los medios televisivos son del género masculino, dejando al sector femenino relegado en un segundo plano.

CONCLUSIONES

La presentación de las conclusiones y recomendaciones, de la presente tesis, tiene un orden lógico, basado en los objetivos planteados. Su organización sintetiza los hallazgos durante el proceso de investigación. Consecuentemente, realiza recomendaciones que permitan la toma de decisiones en razón de los resultados obtenidos en este estudio.

- La identificación del género (masculino o femenino) de las fuentes utilizadas en los noticieros locales, de los diferentes medios de comunicación televisivos, presenta las siguientes conclusiones:
- Uno de los aspectos más importantes es la cantidad de notas periodísticas emitidas durante el mes de marzo, que corresponde a 1310 publicaciones al mes y 50 diaria, entre noticias internacionales, nacionales y locales.
- Los medios masivos de comunicación tienen diferentes espacios, dentro de su programación, para la emisión de contenido noticioso, algunos son coincidentes, mientras que otros difieren. En este sentido, todos los canales tienen una revista, en la mañana; noticiero meridiano, a medio día, noticiero central, en la noche; el repés del programa meridiano sólo se da en algunos canales, y se emite antes de cierre de emisión.

Los espacios utilizados y la cantidad de notas emitidas durante el mes de marzo permitieron acceder a 2060 fuentes personales de las cuales 751 son mujeres y 1309 varones, proporcionalmente esto significa que las fuentes masculinas son el doble que las femeninas, mostrando una clara preferencia de género en las fuentes. Este panorama merece el reconocimiento de los periodistas, en el sentido de que las mujeres están en desventaja con relación a los varones.

- La realidad de paridad, en los organismos de poder, se ven reflejados en los noticieros televisivos de la siguiente manera:
- Las autoridades están siendo constantemente consultadas por los medios masivos de comunicación, especialmente en materia noticiosa; por lo tanto, son fuente importante de información. Es así que durante el mes de marzo 1093 autoridades fueron fuente de

información periodística, de las cuales 343 fueron mujeres y 750 varones, mostrando una clara inclinación por la opinión de las autoridades masculinas, antes de que de las femeninas.

El criterio no es diferente por parte de la población, puesto que de los 246 encuestados, la mayoría considera que los medios televisivos dan mayor cobertura periodística a las autoridades varones, puesto que estos son consultados en una proporción de 3 a 1 con relación a las autoridades mujeres. Esto significa que la percepción de la audiencia es similar a los datos que se obtuvieron en el proceso de observación referente a las autoridades consultadas como fuentes de información.

- Otros sectores de poder, que son importantes como fuente de información, son los actores políticos y sociales. En el mes de marzo fueron 967 dirigentes consultados, de los cuales 408 fueron mujeres y 559 varones. Aparentemente la diferencia no es mucha, sin embargo, existe una preferencia por los varones, en desmedro de las mujeres.

Por su parte, la percepción social, difiere sustancialmente, tomando en cuenta que para la ciudadanía los actores políticos y sociales que reciben mayor atención de los medios periodísticos son los varones, puesto que éstos superan a las mujeres en una proporción de 3 a 1 al momento de ser consultados como fuente noticiosa.

- Las condiciones y criterios bajo los que se realizan las coberturas periodísticas en los diferentes medios televisivos se describen de la siguiente manera:
- El tratamiento informativo, que implica desde la cobertura hasta la publicación del hecho noticioso, es diversificado, desde aspectos de improvisación hasta procedimientos planificados, que responden a diferentes contextos informativos. Esto, muchas veces influencia en la elección de fuentes.

Consecuentemente, los equipos periodísticos de cada medio televisivo tienen determinados criterios institucionales para la elección de fuentes de información, entre ellos son coincidentes los siguientes: que la fuente sea oficial, sea autoridad, dirigente o personas relacionadas con el contexto informativo; además, que estas fuentes sean fiables, auténticas y legítimas.

En este sentido, desde el punto de vista personal, los criterios de los periodistas para la elección de fuentes de información responden a diferentes aspectos, entre ellos: que brinde información real y confiable; responsable de sus opiniones, con un nivel aceptable de credibilidad; que sean fuentes oficiales y legítimas, gente que sea parte activa o pasiva dentro de un hecho noticioso, sin importar sea varón o mujer.

- En cuanto a la mujer como fuente de información, los representantes de cada medio televisivo, presentan un criterio coincidente, puesto que existen dificultades en contra con fuentes de información femeninas, Una de ellas es que las instituciones públicas tienen cargos directivos que normalmente están copados por varones, por lo que son ellos los que brindan información. Sin embargo, en el ámbito privado, se visibiliza más mujeres en cargos directivos.

Desde la percepción de los periodistas, sobre las fuentes más recurrentes, se identifica a los varones de manera preferente, relegando a las mujeres a un segundo plano, esto ratifica que hay una marcada disparidad de género en cuanto a la cobertura periodística.

Las conclusiones, de manera general, expresan que las fuentes de información que son preferentes para los medios televisivos son del género masculino, relegando a las mujeres en este aspecto, para lo cual hay que considerar diferentes factores: sociales, políticos, económicos, culturales, de género, entre otros.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones se realizan, por una parte, a propietarios, directores, responsables y periodistas de los medios televisivos de Cobija; por otra parte, a las autoridades, actores sociales y políticos mujeres.

- Las recomendaciones a los propietarios, directores y responsables de los medios periodísticos televisivos son las siguientes:

Deben priorizar la equidad e igualdad de género en la cobertura periodística instruyendo, a todos aquellos que producen los programas noticiosos (jefe de prensa, periodistas, presentadores, realizadores, camarógrafos), muestren un equilibrio entre las fuentes femeninas y masculinas en el desarrollo de las noticias.

Deben identificar la cantidad de autoridades, actores sociales y políticos, mediante un estudio, que les permita tener criterios para organizar la cobertura periodística, evitando disparidad entre fuentes masculinas y femeninas.

- Las recomendaciones a los periodistas, de los medios televisivos, son a las siguientes:

Durante la planificación de su jornada periodística deben contar con una lista de posibles fuentes informativas, considerando equilibrio entre varones y mujeres. Esto permite, contar con más de una opción, por lo que diversifica sus posibilidades de obtener la información mediante la voz de varones y mujeres.

Durante la cobertura periodística deben buscar complementar fuentes de diferente género, puesto que esto amplía los criterios sobre un mismo hecho, además, de que la percepción sobre un hecho noticioso se ve más plural y equitativa.

- Las recomendaciones a las autoridades, actores sociales y políticos mujeres son las siguientes

Las mujeres, sea el rol que cumpla dentro de la sociedad, deben estar dispuestas a emitir su opinión, haciendo escuchar su voz en torno a diferentes temas o hechos que implican a la sociedad.

Deben aprovechar los medios para eliminar las desigualdades mediáticas con los varones, diferencias que son visibles en el actual contexto informativo en la sociedad cobijeña.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ágreda, R. (2012). *Diccionario de investigación científica*. Cochabamba, Bolivia: Kipus.
- Amnistía Internacional, (2021). *Oriente Medio y Norte de África: La violencia de género sigue destrozando la vida de las mujeres en la región*. Recuperado de <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2021/03/mena-gender-based-violence-continues-to-devastate-lives-of-women-across-region/>
- Ander Egg, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social IV. Técnicas para la recogida de datos de información*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Ayala, C. (2001). *Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación*. Recuperado de <https://www.camjol.info/index.php/REALIDAD/article/view/4657/4359>
- Barquero, L. (2020). Discurso del lenguaje transformador en el periodismo con perspectiva de igualdad de género en Costa Rica. *Pro Veritatem*, (6), 60-78.
- Briones, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: ARFO.
- Confederación de Trabajadores de la Prensa de Bolivia (1991). *Código de Ética*. Trinidad, Bolivia: X Congreso Ordinario.
- Consejo Nacional para la Igualdad de Movilidad Humana – CNIMH. (2016). *Comunicar sin discriminar. Comunicación y periodismo para la igualdad*. Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56756.pdf>
- De la Cuesta, C. (2006). *Estrategias cualitativas mas usadas en el campo de la salud*. Nure Investigación, (25), pp. 1-4. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7787959.pdf>
- De los Reyes, H., Rojano, Á. y Araújo, L (2019). *La fenomenología: un método multidisciplinario en el estudio de las ciencias sociales*. Pensamiento & Gestión, (47), 203-223.
- Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México. Red Tercer Milenio.
- Estado Plurinacional de Bolivia. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. (7 de febrero de 2009)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley contra el racismo y todo tipo de discriminación. Ley N° 045 (08 de octubre de 2010)

- Gallur, S. y García, B. (2019). *El uso de las fuentes como estrategia de producción informativa en una agencia de noticias de género: El caso de CIMAC*. Recuperado de <https://go.gale.com/ps/i.do?p=IFME&u=googlescholar&id=GALE|A611222076&v=2.1&it=r&sid=googleScholar&asid=555bdf6d>
- García, A. (2014). *Sobre sexismo en los medios de comunicación: Enfoque pragmático-discursivo*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid.
- Hasan, V. y Gil, A. (2016). *La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. el caso de Argentina*. Revista de Estudios de Género. La ventana, (43), pp. 246- 280. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88446717009>
- Hendel, L. (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia, guía para periodistas. Perspectiva de género*. Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org/argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta edición. México: Mc Graw Hill.
- Ibáñez, M. (2016). *Noticias con perspectiva de género: la visión de los periódicos de referencia nacional*. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, (5), 75-81.
- Instituto Nacional de Estadística, (2021). *Encuesta Continua de Empleo IT 2021 Boletín informativo*. Recuperado de <https://www.ine.gov.bo/index.php/boletin-estadistico-encuesta-continua-de-empleo-ece-1t-2021-resultados-preliminares/>
- Instituto Nacional de las Mujeres. (2005). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
- Mattelart, A., Paccini, M. y Mattelart, M. (1976). Los medios de comunicación de masas. *La ideología de la prensa liberal*. Argentina: El Cid Editor.
- Münch, L. y Ángeles, E. (2005). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Trillas.
- ONU Mujeres (s.f.). *Igualdad de género*. Recuperado de: <https://hchr.org.mx/puntal/wp/wp-content/uploads/2020/06/IGUALDAD-DE-GENERO-2018-web.pdf>
- Organización de Naciones Unidas. (2013). *ONU-Mujeres: Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres*. Recuperado de <https://www.un.org/youthenvoy/es/2013/07/onu-mujeres-entidad-de-las-naciones-unidas-para-la-igualdad-de-genero-y-el-empoderamiento-de-las-mujeres/>
- Pereira, S. (2016). *La presencia femenina en la cobertura informativa de los medios online de Brasil en 2014: un estudio de género de las noticias en internet*. (Tesis de grado). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_399895/spf1de1.pdf

República de Bolivia. Estatuto Orgánico del Periodismo. Decreto Supremo N° 20225. (09 de mayo de 1984)

Ríos, M. y Martínez, J. (1997). *La mujer en los medios de comunicación*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800914>

Santoyo, L. (2022). *Desigualdades, empleo, en portada, igualdad de género: México social*. Recuperado de <https://www.mexicosocial.org/los-medios-de-comunicacion-y-la-desigualdad-de-genero/>

Villegas, G. y Toro, J. (2010). *La igualdad y la equidad: dos conceptos clave en la agenda de trabajo de los profesionales de la familia*. Revista latinoamericana de estudios de familia (2), 5-247 Recuperado de https://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/juridicasysoc-uc/20190206080733/Rlef2_completa.pdf

ANEXOS

ANEXOS 1

PLANTILLA DE OBSERVACIÓN

Monitoreo de los noticieros locales del mes de marzo del 2023								
Criterios	Bolivia Tv Regional Pando		Red Unitel Cobija		Sistema Pandino de Comunicación		Total	
Cantidad de noticias emitidas								
Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa								
Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Autoridades solicitadas como fuentes tomando en cuenta su género								
Actores sociales y políticos preferentemente consultados en la cobertura periodística.								

ANEXO 2

GUÍA DE ENTREVISTAS

Entrevista N° 1	
Dirigida a directores y/o jefes de prensa	
Tema:	
Entrevistada:	Cargo:
Preguntas	Respuestas
1. ¿Cómo se ejecuta el tratamiento informativo en el medio de comunicación?	
2. ¿Cuántos programas noticiosos emite el medio y que ámbitos dan cobertura?	
3. ¿Con cuántos equipos de prensa cuentan y cuántos de ellos son hombres y mujeres?	
4. ¿Cuáles son los criterios de la institución para elegir las fuentes de información?	
5. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género y cómo cree que se podría garantizar la igualdad desde la labor periodística?	

Entrevista N° 2
Dirigida a periodistas

Tema:	
Entrevistado:	Cargo:
Preguntas	Apuntes
1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?	
2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?	
3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?	
4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?	
5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?	

ANEXO 3

CUESTIONARIO

Fecha:	Hora:	Lugar:
Tema: La igualdad y/o desigualdad de género los noticieros que se emiten en los medios televisivos de la ciudad de Cobija		
Marque con una x la respuesta que usted considere		
¿Con qué frecuencia mira los noticieros? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Diariamente<input type="radio"/> De vez en cuando<input type="radio"/> Nunca		
¿Ha notado quienes generan más noticias, según usted son más los hombres o las mujeres? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Hombres<input type="radio"/> Mujeres		
¿Si un periodista le pide entrevistarlo usted aceptaría? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Si<input type="radio"/> No		
¿Pediría usted alguna vez salir en las noticias? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Si<input type="radio"/> No		
¿Cree usted que los medios de comunicación están garantizando la igualdad de género? <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Si<input type="radio"/> No		
¡Muchas gracias!		

ANEXO 4

PLANTILLA DE OBSERVACIÓN

Monitoreo de los noticieros locales del mes de marzo del 2023								
Criterios	Bolivia Tv Regional Pando		Red Unitel Cobija		Sistema Pandino de Comunicación		Total	
Cantidad de noticias emitidas	249		547		514		1,310	
Cantidad de fuentes consultadas en la cobertura noticiosa	390		789		881		2,060	
Género de las fuentes consultadas en la cobertura noticiosa.	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
	117	273	293	496	341	540	751	1,309
Autoridades solicitadas como fuentes tomando en cuenta su género	64	203	139	271	140	276	343	750
Actores sociales y políticos preferentemente consultados en la cobertura periodística.	53	70	154	225	201	264	408	559

ANEXO 5

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista semiestructurada dirigida a directores y/o jefes de prensa	
Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas	
Entrevistada: Mirian Mamami Koyo	Cargo: Responsable de prensa Btv Pando
Preguntas	Apuntes
6. ¿Cómo se ejecuta el tratamiento informativo en el medio de comunicación?	<p>Se realiza las coberturas ponderando los diferentes ámbitos como ser político, económico, culturales, etc. Haciendo uso los diferentes formatos periodísticos.</p> <p>Diariamente se realiza la elaboración de agenda setting sobre los temas coyunturales, también se ejecuta el abordaje del contexto.</p> <p>La línea editorial está en función a las gestiones que realizan las instituciones públicas estatales, ministerios, vice ministerios etc. sin descuidar otras actividades de interés social.</p>
7. ¿Cuántos programas noticiosos emite el medio y que ámbitos dan cobertura?	<p>Actualmente de manera regional se tiene 2 programas noticiosos, la revista matutina “El Siete a las Seis” y el Noticiero Edición central.</p> <p>Entre los ámbitos de cobertura están los temas de carácter político, económico, salud, educación, seguridad y comunicación popular dando voz a los sectores sociales.</p>
8. ¿Con cuántos equipos de prensa cuentan y cuántos de ellos son hombres y mujeres?	<p>Se cuenta con 3 equipos de prensa de los cuales 3 personas son hombres y 1 mujer.</p>
9. ¿Cuáles son los criterios de la institución para elegir las fuentes de información?	<p>La fuente debe ser confiable y oficiales, es decir autoridades electas y designadas así mismo dirigentes de los diferentes sectores.</p>
10. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género y cómo cree que se podría garantizar la igualdad desde la labor periodística?	<p>En comparación a algunos años atrás se ha ido mejorando bastante la participación femenina sin embargo todavía nos cuesta ver que las mujeres den información siendo que hay mujeres en el concejo, la asamblea e incluso en la alcaldía se las ve con cargos pero no tanto en la gobernación o instituciones, ya que hay más varones ocupando esos espacios y por eso nos cuesta conseguir entrevistadas mujeres.</p> <p>Desde la labor periodística podemos contribuir a través de las políticas de despatriarcalización.</p>

Guía de entrevista semiestructurada
Dirigida a directores y/o jefes de prensa

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistada: Claudia Patricia Pereira Rosado

Cargo: Jefa de prensa Unitel Cobija

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cómo se ejecuta el tratamiento informativo en el medio de comunicación?

Con un día de anticipación se realiza la coordinación de una agenda previa al día de recolección de información, se toma en cuenta los compromisos de invitación a conferencias de prensa, se va anticipando los temas de coyuntura y de manera interna se va dando responsabilidades a los diferentes equipos asimismo se ejecuta una reunión diaria de media hora para abordar temas nacionales a modo de darle un enfoque regional.

No hay una línea editorial concreta, se exige un equilibrio en la parte y contra parte se evita la promoción de políticos salvo se los entreviste por temas de coyuntura.

2. ¿Cuántos programas noticiosos emite el medio y que ámbitos dan cobertura?

Unitel cuenta con 4 espacios noticiosos totalmente variables, La Revista, Noticiero meridiano y central y un programa nocturno. Se da cobertura a todos los ámbitos es decir político, salud, social, educación incluyendo deportes, comercial y cultural.

3. ¿Con cuántos equipos de prensa cuentan y cuántos de ellos son hombres y mujeres?

Se cuenta con 3 equipos de prensa 3 son varones y 1 es mujer.

4. ¿Cuáles son los criterios de la institución para elegir las fuentes de información?

Se verifica la autenticidad y legitimidad de la fuente por ello se acude a las cabezas de instituciones, ejecutivos de sindicatos y federaciones, directores, gerentes, voces oficiales, etc.

5. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género y cómo cree que se podría garantizar la igualdad desde la labor periodística?

En cuanto a la presentación de los programas hay un equilibrio e igualdad pero en cuanto al contenido y las fuentes de información aún no hay desigualdad.

Es muy difícil encontrar fuentes mujeres pero se podría garantizar a través de una búsqueda de esas fuentes femeninas para tener un contenido más equilibrado o ecuánime.

Guía de entrevista **semiestructurada** Dirigida a **directores y/o jefes de prensa**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistada: Joyci Roca Melena	Cargo: Representante legal y directora de Sistema Pandino de Comunicación
--	--

Preguntas	Apuntes
------------------	----------------

1. ¿Cómo se ejecuta el tratamiento informativo en el medio de comunicación?	En las mañanas se realiza la cobertura periodística a todos los temas que se van generando pueden ser coyunturales o conferencias de prensa.
--	--

Una vez se la recolecta y se va enviando vía whatsapp para que el editor vaya editando y así manejamos la agilidad.

En cuanto a línea editorial nos basamos más en lo que la gente quiere saber.

2. ¿Cuántos programas noticiosos emite el medio y que ámbitos dan cobertura?	2 programas La revista del 15 y el noticiero meridiano que se repite en la noche.
---	---

3. ¿Con cuántos equipos de prensa cuentan y cuántos de ellos son hombres y mujeres?	Canal 15 tiene 2 equipos individuales de prensa ambos son varones.
--	--

4. ¿Cuáles son los criterios de la institución para elegir las fuentes de información?	Las fuentes informativas se eligen dependiendo de los cargos y a quienes representan, en el caso de la revista se elige aleatoriamente de acuerdo a lo que la gente le interesa saber sea salud, cultura, educación y otros.
---	--

5. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género y cómo cree que se podría garantizar la igualdad desde la labor periodística?	Considero que no existe mucho eso de la desigualdad porque vemos que varias instituciones que están a cargo de mujeres, en el caso de canal 15 se visibiliza mucho a las mujeres porque ellas son emprendedoras, profesionales, son lideresas al igual que los varones.
---	---

Una de las maneras de contribuir a la igualdad de género es buscando más fuentes según los temas que se aborden por ejemplo invitar tanto a hombres como a mujeres que sepan la información sobre esos temas, los periodistas serían los aliados a encontrar esas fuentes porque ellos para más en las calles realizando la cobertura.

Guía de entrevista **semiestructurada** **Dirigida a periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistado: Marco Antonio Cruz Gonzales

Cargo: Periodista – Camarógrafo Bolivia tv

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

Cultural, turismo y educación.

2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

En caso de las fuentes que asisto son más mujeres porque esas profesionales están como directoras, maestras, promotoras, artistas, etc. En estos ámbitos no existen muchos hombres.

3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Que la información sea real y que contribuya en el realce de la cultura regional.

4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

Sí, hay todavía cierta preferencia a los hombres y no se da mucha cabida a las mujeres.

5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

Concientizando desde la promoción de los roles que cumplen tanto hombres como mujeres e insistiendo que se den talleres para fortalecer la igualdad en todos los aspectos.

Guía de entrevista **semiestructurada** **Dirigida a periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistado: Néstor David Huanca Quispe

Cargo: Periodista– Camarógrafo Bolivia tv

Preguntas

Apuntes

6. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

Durante estos dos últimos años ha sido más en el área de salud por todo esto de la pandemia de covid – 19 asimismo al ser este un medio estatal se da bastante cobertura a los temas políticos y de gestión.

7. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

En realidad cuando se hace la cobertura periodística son más los hombres los portavoces, de las instituciones, de las organizaciones sociales si o si en su mayoría son más varones por esto de que se tiene enraizado el tema del patriarcado entonces se les da más privilegio al varón.

8. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Depende de la agenda si es salud busco un médico, dirigentes, voceros, directores. No importa si son hombres y mujeres.

9. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

En el tema de presentadoras hay incluso más mujeres pero en el tema de fuentes siguen siendo más los hombres.

10. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

Dándoles más espacio a las portavoces mujeres y de ese modo impulsarles más para que dejen su timidez y se animen hablar. Es decir darles voz.

Guía de entrevista **semiestructurada** Dirigida a **periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistado: Jorge Eduardo Limachi

Cargo: Periodista – camarógrafo de Unitel Pando

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

De todo un poco salud, policial, no hay un área definido es de acuerdo a lo que haya.

2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

Es variado pero se puede decir que es más a los varones y eso que hay también mujeres que se desenvuelven en sus cargos y creo que hay un equilibrio.

3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Que sean fuentes oficiales y legítimas.

4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

Creo que muy poca desigualdad porque las mujeres ya han ido ocupando más espacios.

5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

Concientizar desde la cobertura y darle lugar a la mujer, hoy día vemos que tienen ese potencial y las mismas condiciones que tienen los hombres.

Guía de entrevista **semiestructurada** **Dirigida a periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistado: Juan Pablo Castedo Piuma

Cargo: Periodista – camarógrafo de Unitel Cobija

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

Apoyo en la cobertura de educación y sobre todo en deportivos.

2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

En mi el caso de los deportivos son más los hombres mientras que en el tema de prensa es variado tanto mujeres como varones.

3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Que sea confiable, responsable con la opinión que va verter.

4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

Bueno creo que en el tema deportivo si existe.

5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

En el caso mío debo salir a buscar más fuentes femeninas, yo creo que debe partir desde nosotros mismo darles ese espacio a las deportistas.

Guía de entrevista **semiestructurada** **Dirigida a periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistada: Grecia Maholo Ecuibare

Cargo: Periodista de Unitel Cobija

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

De todo un poco

2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

Los hombres son los que participan más porque cuando vamos a las instituciones los directores, gerentes o los que ocupan más los cargos son los hombres y en lo político también, los dirigentes son más los hombres; hay mujeres pero son más los hombres.

3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Eso es depende de la información, busco tanto fuentes oficiales pero también a la gente en los barrios sin importar el género.

4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

En este medio creo que no, desde el ámbito laboral de la presentación y la cobertura.

5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

Incentivar a las mujeres a que salgan más a la palestra de los medios de comunicación y eso es lo que hago motivarlas.

Guía de entrevista **semiestructurada** **Dirigida a periodistas**

Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en la cobertura periodística desde la perspectiva de los medios y de periodistas

Entrevistado: Reynaldo Viraca Mamani

Cargo: Periodista de Sistema Pandino de Comunicación

Preguntas

Apuntes

1. ¿Cuál es tu ámbito de cobertura?

Como en todos los medios de Cobija todos hacemos de todo un poco, salud, economía, política, social, de acuerdo a la coyuntura.

2. ¿Según su percepción quienes participan más como fuentes de información los hombres o las mujeres? ¿Por qué?

Es equilibrado porque en el caso de Pando tenemos una presidenta de la asamblea mujer, alcaldesa mujer, presidente del TED mujer, hay muchas mujeres protagonistas.

3. ¿Qué criterios personales usas al momento de elegir una fuente de información?

Primero verificar la credibilidad, brindar parte y contra parte para no caer en una postura discriminadora.

4. ¿Considera usted que en los noticieros existe desigualdad de género?

Nuestras fuentes son equilibradas, gracias a que hay varias mujeres protagonistas y con el pasar de los años van adquiriendo experiencia y perdiendo la timidez o ese temor a equivocarse y ser objeto de burlas.

5. ¿Cómo cree que se podría garantizar la igualdad de género desde la labor periodística?

Mucho depende del reportero, si se tiene una percepción desde el machismo va salir a buscar a puros hombres como fuentes y también depende de la formación, hay que trabajar en un periodismo desde el enfoque de la igualdad de género.

ANEXO 6

IMÁGENES DE ENTREVISTAS A PERIODISTAS



Mirian Mamani Koyo – Responsable de Prensa Btv Pando



Marco Antonio Cruz Gonzales – Periodista de Bolivia Tv Pando



Néstor David Huanca Quispe – Periodista Bolivia tv Pando



Claudia Patricia Pereira Rosado – Jefa de Prensa de Unitel Cobija



Jorge Eduardo Limachi – Periodista Unitel Cobija



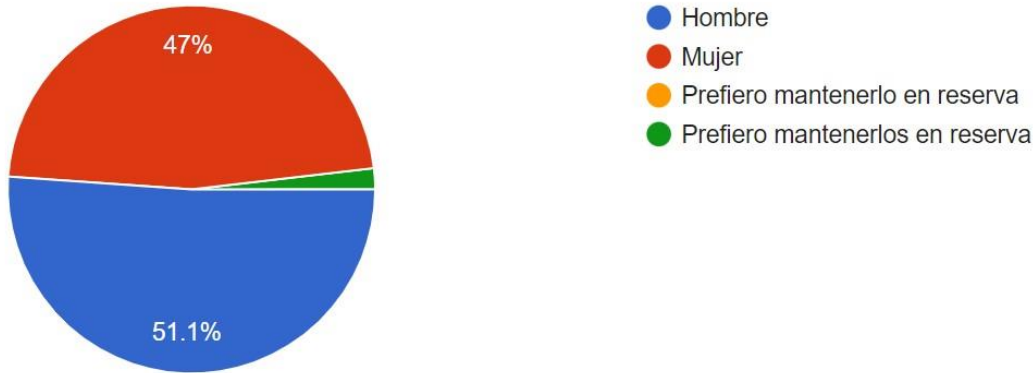
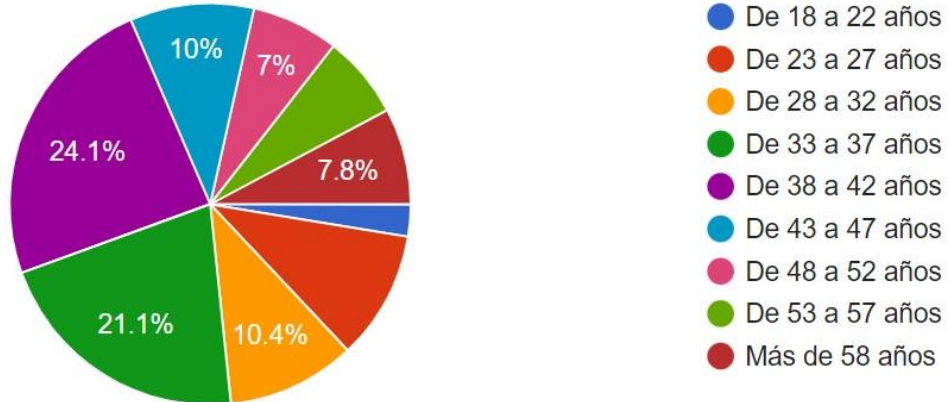
Juan Pablo Castedo Piuma – Periodista Unitel Cobija

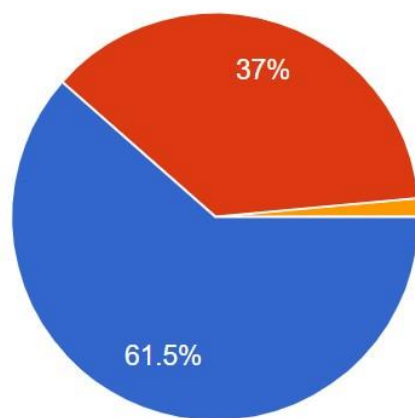


Grecia Maholo Ecuibare – Periodista Unitel Cobija

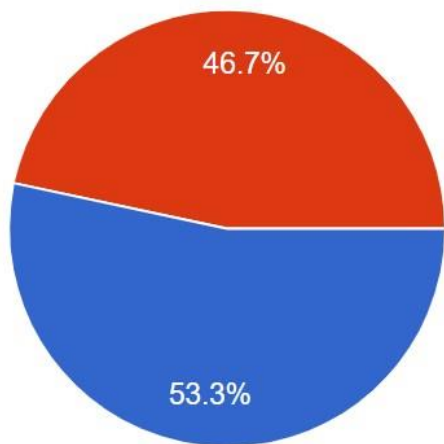
ANEXO 7

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

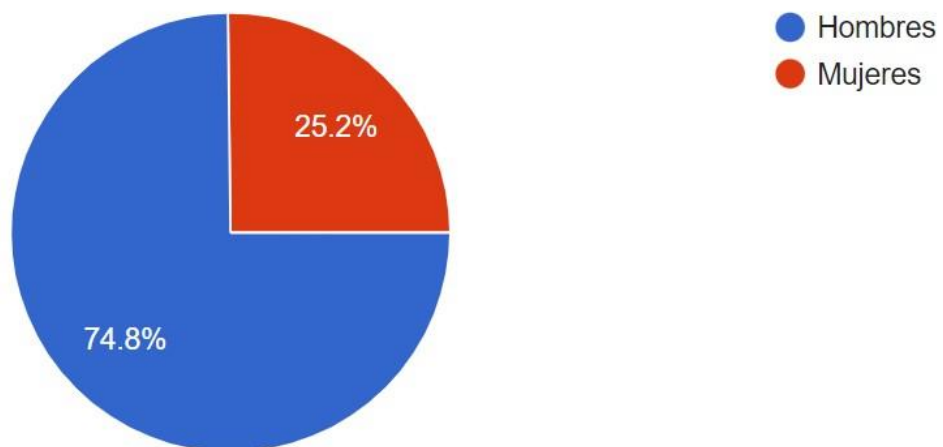
Guía de encuesta de selección múltiple																						
Fecha:	Hora:	Lugar:																				
Tema: La igualdad y/o desigualdad de género en los noticieros que se emiten en los medios televisivos de la ciudad de Cobija																						
1. Sexo																						
 <p>A pie chart showing the distribution of responses for gender. The largest segment is 'Hombre' at 51.1% (blue), followed by 'Mujer' at 47% (red). There are two smaller segments for 'Prefiero mantenerlos en reserva', one green and one yellow.</p> <table border="1"><thead><tr><th>Categoría</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>Hombre</td><td>51.1%</td></tr><tr><td>Mujer</td><td>47%</td></tr><tr><td>Prefiero mantenerlos en reserva (Verde)</td><td>-</td></tr><tr><td>Prefiero mantenerlos en reserva (Amarillo)</td><td>-</td></tr></tbody></table>			Categoría	Porcentaje	Hombre	51.1%	Mujer	47%	Prefiero mantenerlos en reserva (Verde)	-	Prefiero mantenerlos en reserva (Amarillo)	-										
Categoría	Porcentaje																					
Hombre	51.1%																					
Mujer	47%																					
Prefiero mantenerlos en reserva (Verde)	-																					
Prefiero mantenerlos en reserva (Amarillo)	-																					
Edad.																						
 <p>A pie chart showing the distribution of responses for age groups. The largest segment is 'De 38 a 42 años' at 24.1% (purple), followed by 'De 33 a 37 años' at 21.1% (green), 'De 28 a 32 años' at 10.4% (orange), 'De 43 a 47 años' at 10% (cyan), 'De 23 a 27 años' at 7.8% (red), 'De 48 a 52 años' at 7% (pink), and 'Más de 58 años' at 7.8% (dark red). There is also a small blue segment for 'De 18 a 22 años'.</p> <table border="1"><thead><tr><th>Rango de Edad</th><th>Porcentaje</th></tr></thead><tbody><tr><td>De 18 a 22 años</td><td>-</td></tr><tr><td>De 23 a 27 años</td><td>7.8%</td></tr><tr><td>De 28 a 32 años</td><td>10.4%</td></tr><tr><td>De 33 a 37 años</td><td>21.1%</td></tr><tr><td>De 38 a 42 años</td><td>24.1%</td></tr><tr><td>De 43 a 47 años</td><td>10%</td></tr><tr><td>De 48 a 52 años</td><td>7%</td></tr><tr><td>De 53 a 57 años</td><td>-</td></tr><tr><td>Más de 58 años</td><td>7.8%</td></tr></tbody></table>			Rango de Edad	Porcentaje	De 18 a 22 años	-	De 23 a 27 años	7.8%	De 28 a 32 años	10.4%	De 33 a 37 años	21.1%	De 38 a 42 años	24.1%	De 43 a 47 años	10%	De 48 a 52 años	7%	De 53 a 57 años	-	Más de 58 años	7.8%
Rango de Edad	Porcentaje																					
De 18 a 22 años	-																					
De 23 a 27 años	7.8%																					
De 28 a 32 años	10.4%																					
De 33 a 37 años	21.1%																					
De 38 a 42 años	24.1%																					
De 43 a 47 años	10%																					
De 48 a 52 años	7%																					
De 53 a 57 años	-																					
Más de 58 años	7.8%																					
Marque con una x la respuesta que usted considere																						
3. ¿Con qué frecuencia mira los noticieros?																						



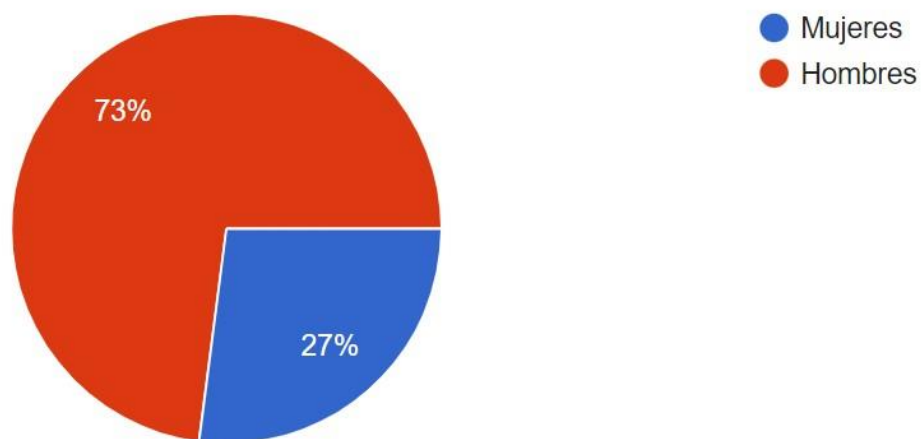
4. ¿Quiénes generan más noticias?



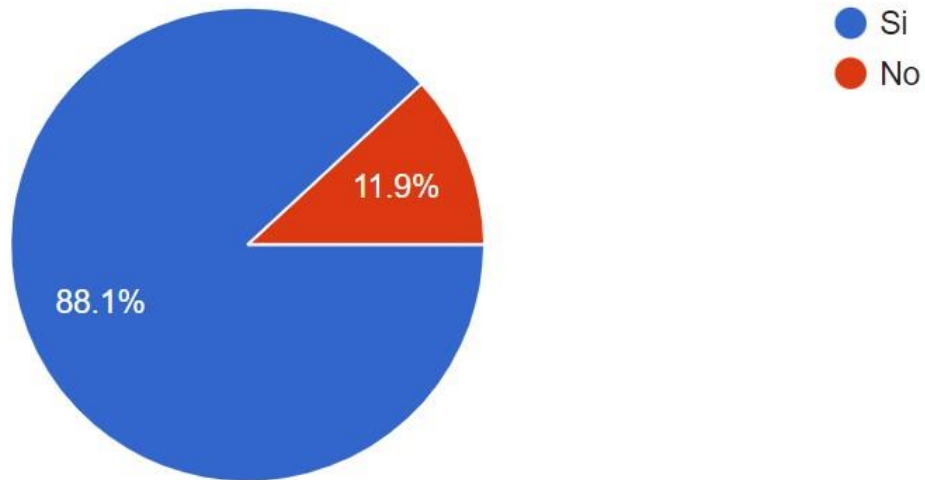
5. ¿Qué autoridades cree usted que reciben mayor cobertura periodística en los medios televisivos?



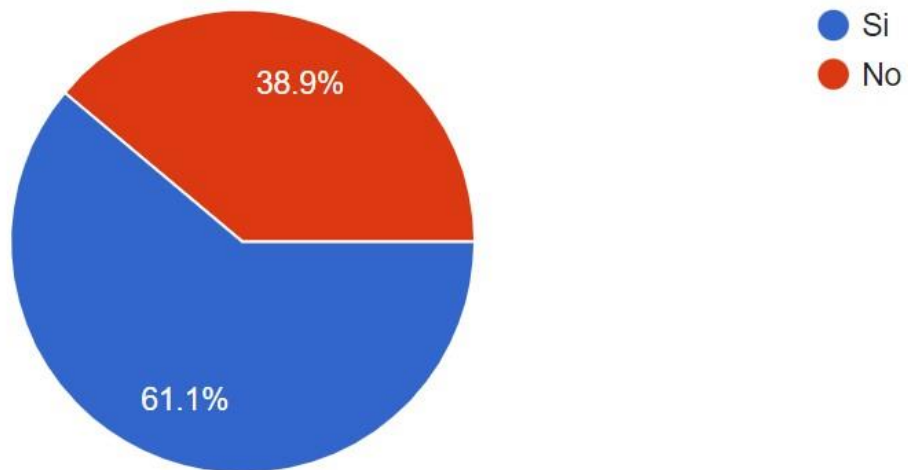
6. ¿Qué actores políticos y sociales reciben más cobertura en los medios televisivos?



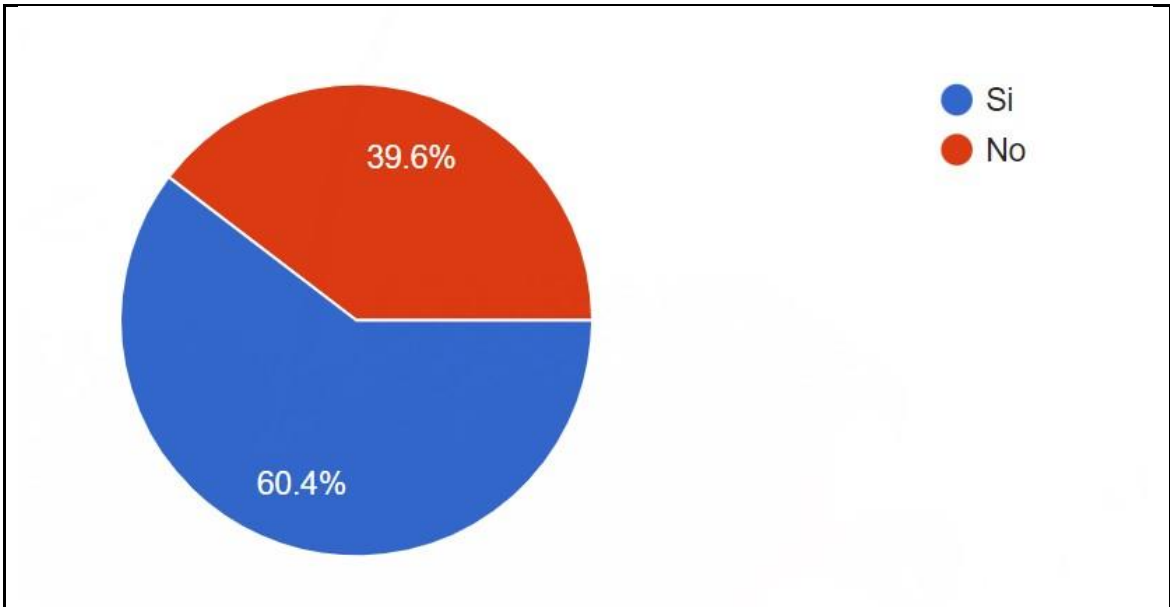
7. ¿Si alguna vez un periodista le pide entrevistarle, usted aceptaría?



8. ¿Pediría usted alguna vez salir en las noticias?



9. ¿Considera usted que los medios de comunicación garantizan la igualdad de género en sus publicaciones?



En total 270 encuestados