

Autoras: Fabiola Calvo Ocampo y Mariana Camacho
Título: Coyuntura electoral 2010 en Colombia - Mujeres y representación política en los medios de comunicación
EL LENGUAJE DE LOS MEDIOS: UN HÍBRIDO ENTRE LO POLÍTICAMENTE CORRECTO Y LA AUSENCIA-PRESENCIA DEL LENGUAJE INCLUYENTE
Lugar: Colombia, 2010
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

Coyuntura electoral 2010 en Colombia

Mujeres y representación política en los medios de comunicación

EL LENGUAJE DE LOS MEDIOS: UN HÍBRIDO ENTRE LO POLÍTICAMENTE CORRECTO Y LA AUSENCIA-PRESENCIA DEL LENGUAJE INCLUYENTE

Contenido

1. A manera de prólogo. Carta a Mariana
2. A manera de prólogo. Respuesta a Fabiola
3. Metodología
4. Coyuntura electoral 2010 en Colombia: las candidatas y su contexto
5. Mujeres representación política y medios de comunicación. Cuadro para el Análisis desempeño democrático de dos medios de comunicación en la promoción de la participación política de las mujeres: Colombia Elecciones 2010.
6. ¿Cómo se construye y como se modifica la representación en los medios? Lenguaje en los diarios El Tiempo y El Espectador, un híbrido entre lo políticamente correcto y la ausencia-presencia del lenguaje incluyente
7. Un lenguaje híbrido
8. Características de las fotos que ilustran la información
9. Las mujeres como fuente
10. Género periodístico más utilizado
11. Cuando la publicidad reemplazó la información
12. A modo de propuestas

1. A manera de prólogo

Bogotá, mañana del 31 de mayo de 2010

Mi querida amiga, me levanté con guayabo, con resaca electoral, me resisto abrir las páginas de algunos diarios, buscar en internet o escuchar la radio. Quisiera reflexionar después de tanto agobio informativo, quizá intoxicación, de pronto desinformación. No deseo hacerlo sola y por ello te escribo.

Durante cuatro semanas hicimos seguimiento a la información que publicaron dos de los principales medios sobre la participación política de las mujeres en la coyuntura electoral que renovó, ¿renovó?, el Senado de la República y representantes para la Cámara. Bueno, también tuvimos dos precandidatas y una candidata a la presidencia de la República.

Con los cerros de Monserrate y Guadalupe como testigos, unos cuantos cafés, meriendas y almuerzos, han sido muchas nuestras conversaciones, inquietudes y debates sobre las mujeres candidatas, sus perfiles, sus propuestas, sus mensajes, cómo se proyectan, cómo es su publicidad, en fin, podríamos decir que para analizar a los medios tendremos que considerar el entorno cultural y desde luego, a las candidatas y sus campañas.

Pero señora, observar a las candidatas es tarea de tiempo y paciencia, comprensión del entorno en el cual se mueven, sus procesos como políticas, sus propuesta macro, su ideología, programas y cómo se encuentran dentro de sus partidos. ¿Cómo pueden zafarse de la estructura piramidal y la disciplina a la que están obligadas? ¿Trabajan ellas por los derechos de las mujeres en sus partidos? ¿Por sus propios derechos como mujeres dentro de la estructura?

Ellas han llegado al debate público, han tenido la capacidad y valentía de hacerlo, es una expresión del avance de las mujeres en política, es el abandono del espacio privado y de su reclusión en la casa o el convento. Están participando en el ámbito público, están contribuyendo a un cambio de simbólicos, necesario para crear, promover e incidir en un pensamiento incluyente y plural.

Pero, mi querida amiga, estos avances no pueden llevarnos a engaños. Las candidatas, casi todas, las de esta campaña, no participaron con un claro mensaje de defensa y promoción de los derechos de las mujeres, aparecieron sus prejuicios y exaltaron los roles tradicionales de las mujeres con la proyección de sus trabajos en casa y el cuidado. La propuesta de un ministerio sobre la mujer se hizo bajo la premisa de incluirle la familia. ¿Es tan difícil considerarnos solas, diversas y con la necesidad de un adelanto histórico como mujeres tal como lo propone la Plataforma de Beijing?

Bueno, creo que estoy exagerando. ¿ Por qué hablo de la mayoría de las candidatas?...¿Cómo puedo afirmarlo si los medios hablaron de algunas, ¿Han desaparecido las regiones y nos hemos

perdido esa noticia? ¿Dónde estaban las candidatas regionales? Ya ves, la información es muy parcial.

Desde luego es muy importante la participación de las mujeres en la política como un espacio reciente en el que han podido hacer ejercicio de autonomía, pero también sería esencial que pudiesen asumir esa historia de las que ellas mismas son consecuencia y en la que está implícito el proceso de millones de mujeres que han dejado de pensar en sí para pensar y actuar en un proceso para sí.

Amiga, en esta carta sólo quiero expresarte un deseo, quizá el de muchas, que las nuevas parlamentarias den una respuesta coherente desde su condición de género femenino y demócratas, a los derechos de las mujeres en el que pueden implicar a los parlamentarios y senadores, sacarlos poco a poco y con argumentos y convicción del sistema patriarcal del que ellos también son víctimas. Mañana que nos veamos podremos conversarlo o quizá te animes a responderme por escrito

Ya me preparé más tinto para seguir en la reflexión. Hagamos un pequeño repaso con los medios de comunicación. También ellos tienen una estructura piramidal y lo denominan línea editorial. Tienen unos dueños o dueñas, un director o directora, mandos medios y redactores, reporteras que salieron de una facultad que no enseñó ni el enfoque de género, ni la historia de las mujeres, ni sobre lenguaje incluyente y no sexista, pero además igual que tú y yo están metidos en una cultura excluyente. Y sí, querámoslo o no, salvo excepciones, así está nuestro periodismo.

Amiga, te quiero decir que a la hora de hablar y escribir sobre el tratamiento que dan los medios a la participación política de las mujeres, vale tener en cuenta las dos caras de la moneda, es decir, a las mujeres y a los medios. No es cierto que sean simples notarios de lo que acontece. Hombres y mujeres de los medios dejan plasmada su manera de ver el mundo a la hora de escoger la noticia, a la hora de informar y en el cómo lo hacen. Luego hablaremos de este asunto.

Alguna vez hice un comentario a un colega acerca de una nota que había publicado y su respuesta fue: escribí con mucho afán y el jefe la quería para ya. Tiene razón si hablamos de un fallo en la redacción, si no está bien editada pero de ninguna manera si hace referencia a su manera de ver el mundo y de registrar la información sobre las mujeres, en ese momento sale su inconsciente y es ese el que debemos transformar.

No quiere decir de ninguna manera que los tiempos no han cambiado, ¡Claro que sí! Pero no con la urgencia que una parte de la sociedad lo necesita y la democracia lo exige. Pensemos en los años 40 y encontraremos que ni siquiera teníamos el derecho al voto, el que fue otorgado en 1954 durante la administración del dictador y General, Gustavo Rojas Pinilla. ¿Dije otorgado? No, no me lo puedo creer? No fue un regalo.

Mi abuela Tina, mientras peinaba su largo cabello canoso y hacía sus trenzas, me contaba sus dificultades, el permiso que debía pedir al abuelo para salir a misa o salir a visitar a una amiga o cualquier vueltecita que tuviese urgencia de realizar. No olvidemos que para denotar que eran

propiedad del varón, llevaban su apellido y perdían el de otro varón, el padre. No podían poseer bienes, entonces ¿Será que de verdad la sociedad ha cambiado? ¿Hemos cambiado? Yo creo que sí, pero antes me voy a tomar otro tinto, con café de mi tierra, con café preparado como en el campo, de puchero.

Querida, yo sí creo que la sociedad ha cambiado, hemos avanzado en derechos y si no fuese así cómo iban a estar estas 37 mujeres en el parlamento. Ya sé que muchas de ellas no quieren saber del feminismo, pero quizá no saben o no quieren saber que ese "hijo ilegítimo de la Revolución francesa", como dice Celia Amorós, es una ideología, es política, es movimiento, es humanismo y ha sido, pese a sus errores, quien revolucionó pacíficamente el mundo para que esa otra parte de la sociedad carente de derechos, los fuésemos ganando. Sí hemos avanzado pero también hemos retrocedido, pero no te voy a hablar de esto ahora.

Nos queda mucha tarea pendiente. El que más mujeres hagan parte del congreso no significa más género, pero si un resquicio para trabajar por los derechos de las mujeres.

¿Cuándo regresas? Creo que por hoy es suficiente. Ya es tarde y aunque no quiera, debo leer periódicos porque tengo pendiente una nota de análisis. Espero tus comentarios o ¿prefieres que salgamos a caminar mañana? Lo digo en el caso que llegues y quieras soportar estos fríos y estas lluvias bogotanas. ¿Qué te parece? Así conversamos además de otras preocupaciones.

Un abrazo

Fabiola

2. A manera de prólogo

Buenaventura, tarde del 31 de mayo de 2010

Querida Fabiola, es difícil reflexionar sobre la participación política de las mujeres y los medios de comunicación. Esas palabras me saben a nada. Hace dos meses estoy en Buenaventura y antes de hacer mis reflexiones sobre lo que he visto hasta ahora, me gustaría contarte un poco sobre las cosas que he vivido aquí.

Sigo con la idea vehemente de escribir mi tesis de candidatura a maestría sobre el tema de mujeres y representación política. A mi paso por distintas regiones me he dado a la tarea de conocer lideresas políticas. Mi propuesta de tesis se ha complicado un poco porque no entiendo la diferencia de las dinámicas entre Bogotá y las regiones, o me hace pensar al menos en dos fenómenos distintos ¡y ni hablar del cubrimiento de los medios!

Nos une nuestra condición feminista: tú que llevas muchos años trasegando con mujeres y yo que arrancó en esta carrera, tratando de entender mucho más las cosas que veo y que siento.

Vos me hablas del exceso de información que te atiborra y yo que llevo más de un año viajando por este país no entiendo que es estar saturada de información. A veces extraño las toneladas de historia y el centralismo Bogotano. Vos sabes que la mayor cantidad de las noticias se producen a unas cuadras de tu céntrica casa y que esas mismas noticias se las venden como realidades al resto del país.

No sé que es estar atiborrada, estoy desinformada y no es para más. Todos los días me levanto a escuchar las noticias de la radio porque es la única forma de estar en contacto con Bogotá. Al medio día veo las noticias y solo veo a Bogotá. La gente aquí en Buenaventura, ve de lejos lo que está ocurriendo y le parece que las cosas que ve en la televisión son cosas importantes de la gente de ciudad. La otra vez, estaba sentada con algunos líderes locales del barrio Lleras: este barrio ha sido devastado, me hablaron de lo que había ocurrido en 2007. Luego de despedirme salí desesperada a buscar las noticias en internet y encontré un artículo del New York Times sobre el barrio Lleras y la violencia en el año cercano del que ellos me hablaron. "Buenaventura solo existe para el mundo cuando estallan bombas", pensé.

Yo no puedo estar atiborrada porque lo que me dicen los medios masivos es indiferente a lo que pasa aquí en este pueblo de la Costa Pacífica. Sin embargo, te hablo de esto porque pienso mucho en la forma como los medios de comunicación nos representan a las mujeres. Cuando lo que existe no se nombran queda invisibilizado, no tienen representación y su simbología se pierde. Si quienes ejercen el periodismo no son sensibles al trabajo por los derechos de las mujeres, si desconocen el feminismo y si la idea que tienen del feminismo es una caricatura, es imposible que se interesen en promover a través de su trabajo las acciones en defensa de los Derechos de las Mujeres.

Me refiero exactamente a lo que nos venden como noción de la realidad. Es entendible que los grandes medios no puedan cubrir todos los procesos sociales que ocurren en Colombia, pero la trampa en la que no podemos caer es en la idea de que a pesar de esa ausencia, la lectura correcta de la realidad es la que ellos hacen.

Recuerdo también algunas de nuestras charlas en el III Encuentro Internacional de Periodistas con Visión de Género, sobre la diferencia entre feminismo y perspectiva de género. Nuria Varela, esa gran feminista y periodista española nos decía que el concepto "perspectiva de género" despolitizaba el debate del feminismo y ahora esto coincide con tu carta en la que afirmas, como sueles hacerlo, que el feminismo es una postura política y una posición ideológica.

¿Qué debemos pedirle a los medios entonces? Cuando empecé en mi propuesta de tesis me dijiste que centrara mi atención en aspectos como la publicidad y la información. Te propuse entonces hacer un seguimiento de los dos medios impresos más importantes: El Tiempo y el Espectador. Me sugeriste contrastarlos y además hacer una comparación cronológica dos y tres décadas antes y eso hice. Luego te compartiré lo que encontré, sin embargo y para ser franca he dedicado mucho tiempo a leer y pensar sobre este asunto de la representación política. Necesito hacerlo porque hay preguntas básicas que no quiero dar por respondidas y que necesito cuestionar para poder seguir.

¿Qué es la representación política, una representación social como lo es ser mujer, ser enfermera o maestra? ¿Cómo se construye una representación, cómo se modifica una representación? ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en la construcción y/o deconstrucción de las representaciones sociales y específicamente políticas?

Tú sabes que no fue casual que nos dedicáramos a hacer análisis de medios porque como alguna vez te dije esta no es una investigación para contar curules, hacer comparaciones internacionales o hablar de cuantas mujeres son ministras. Me preocupan otras cosas, la forma como se difunden valores y los roles que se esperan de una mujer que trata de entrar a un medio machista como es la política. Si las mujeres que se deciden a participar en política se sienten invisibilizadas, sienten que sus propuestas son recibidas por la opinión pública como muestras de ausencia de racionalidad y de carácter para asumir las riendas de los asuntos públicos y si esta es la imagen que intencionadamente o no venden los medios de comunicación ¿qué expectativas le quedan a todos estos arreglos institucionales y todas estas luchas que mujeres y lideresas sociales y políticas han hecho durante tanto tiempo para que seamos más las decisoras de política?

No creo que sea el espacio para escribirte y desglosar las cosas que he encontrado pero te confieso que estoy deseosa por llegar a Bogotá para que retomemos nuestros tés o "tus tinticos". Creo que te comenté que llegó mañana en la mañana, así que confirmo la invitación que me haces y ojalá hayas salido de tu guayabo o resea electoral.

Un abrazo

Mariana

3. Metodología

Con el ánimo de aportar elementos de análisis que permitan una aproximación al estudio de la representación política de las mujeres construida desde los medios de comunicación, con la categoría género como herramienta de trabajo, abordamos distintos recursos metodológicos que incluyen el seguimiento diario a los periódicos El Tiempo y El Espectador durante la segunda semana de marzo y la última semana de mayo, previas a las elecciones para Congreso y presidencia de la República.

Para tener una mayor visión de contexto hicimos seguimiento a los noticieros de la Cadena Caracol radio y TV; RCN radio y Televisión. Igualmente se consultaron distintas fuentes bibliográficas entre las que se destacan las investigaciones sobre el balance de la coyuntura política generadas desde organizaciones de la sociedad civil colombiana que trabajan en promoción de derechos de las mujeres como Humanas y documentos de análisis, artículos electrónicos, manuales y cartillas sobre participación política de mujeres y medios de comunicación producidas por agencias de cooperación presentes en el país.

Así mismo hicimos cuatro entrevistas a candidatas para la Cámara de Representantes y Senado de la República de diferentes partidos políticos Partido Verde, Partido Conservador Colombiano y Movimiento Mira.

Como parte del proceso de este trabajo, acompañamos algunas de las actividades de la bancada de mujeres del congreso que se instaló el segundo semestre de 2010 lo que nos permitió observar de primera mano su dinámica política y legislativa y el escaso cubrimiento que de ello hacen los medios.

El documento contiene la información sobre el seguimiento diario a El Espectador y El Tiempo que fue sistematizada en tres cuadros que caracterizan las noticias, la publicidad y las fotografías sobre las candidatas. Para agilizar la lectura, los incluimos como anexos al final del documento.

4. Coyuntura electoral 2010 en Colombia:

Las candidatas y su contexto

Colombia vive su cotidianidad con un conflicto armado ininterrumpido durante 60 años y que tuvo su reflejo en las elecciones, profundas desigualdades sociales, enormes brechas entre hombres y mujeres, políticas públicas que buscan la equidad, exigencia del movimiento social que demanda mayor participación en las decisiones, mujeres que trabajan por leyes que reconozcan sus derechos, elementos todos que se constituyen en piezas de un proceso que logra tímidos cambios culturales.

El país latinoamericano no avanza en la participación política de las mujeres, hoy ocupa el último lugar en Latinoamérica y en el mundo, se encuentra en el puesto 113, al lado del Congo y, en cuanto al índice que compara oportunidades económicas, educativas y políticas entre hombres y mujeres, descendimos del puesto 50 al 56 en los últimos años (Fondo Económico Mundial)

Durante 2010 Colombia celebró dos jornadas electorales, una el 14 de marzo para elegir representantes a la Cámara y Senado de la República y otra el 30 de mayo en la que realizó la primera vuelta para la elección de presidente o presidenta del gobierno nacional.

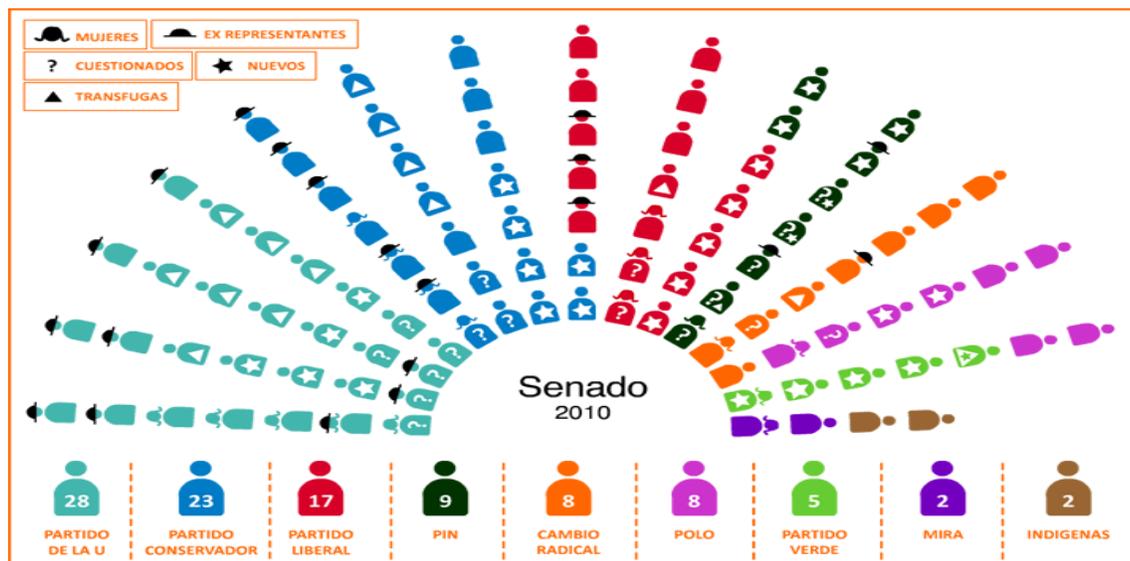
Participaron 2335 candidatas y candidatos al congreso (551 mujeres) que elegiría a 102 senadores y senadoras, dos de ellos de circunscripción especial indígena y 166 representantes, dos para la circunscripción especial, uno para negritudes y otro para indígena.

Las mujeres elegidas para el Congreso fueron 37, es decir 9 más que en 2006, una representación del 14% de los 267 congresistas electos, porcentaje que sigue siendo minoritario, así 17 mujeres para al Senado y 20 para la Cámara pero sólo 5 de ellas fueron cabeza de lista de los 20 partidos que participaron en la contienda electoral (ver gráfico 1).

"Por primera vez, de los 10 congresistas que obtuvieron una mayor votación en todo el país, 6 fueron mujeres. Así las más altas votaciones las registraron la candidata del partido Verde, Gilma Jiménez Gómez, con 188.416, seguida por Dillian Francisca Toro, del partido de la U con 137.232 y por Olga Lucía Suárez del Partido Mira, por los conservadores, quien obtuvo 112.475 votos. Arleth Patricia Casado del partido Liberal, obtuvo 111.752, mientras Liliana María Rendón Roldán y Myriam Alicia Paredes Aguirre, ambas conservadoras, alcanzaron 100.560 y 97.983 votos, respectivamente".

"Sin embargo, de estas 6 candidatas elegidas con las más altas votaciones, 2 aparecen como herederas de la maquinaria política de ex congresistas investigados o condenados por nexos con paramilitares, 1 tiene una investigación por parapolítica en la Corte Suprema y 2 han sido cuestionadas por utilizar entidades estatales a su favor durante las elecciones".

Gráfico 1: Composición del Senado Colombia 2010.



Fuente: Portal de noticias y análisis político colombiano La Silla Vacía. www.lasillavacia.com Disponible en: <http://bit.ly/exuhjn>

Se realizó además elección, por primera vez en Colombia, para los cinco representantes para el Parlamento Andino en el que participaron 67 candidaturas y alcanzaron cargo dos mujeres y tres hombres.

Por otra parte, dos partidos, el Conservador y el verde, realizaron en la misma jornada electoral de marzo, una consulta para elegir candidato o candidata presidencial. El Partido Conservador fue el único que presentó dos pre candidatas entre sus cinco personas candidatizadas. Salió elegida una mujer, Noemí Sanín, que compitió hasta el 30 de mayo, día de la jornada electoral, con ocho candidatos. (Ver cuadro 1).

Cuadro 1: Candidatos y candidata a la Presidencia de la República de Colombia 2010-2014.

Nombre del candidato o candidata	Partido Político
Juan Manuel Santos	Partido Social Unidad Nacional
Antanas Mockus	Partido Verde de Colombia
Gustavo Petro	Partido Polo Democrático Alternativo

Germán Vargas	Partido Cambio Radical
Rafael Pardo	Partido Liberal de Colombia
Jaime Araujo Rentería	Alianza Social Afrocolombiana
Jaime Calderón	Movimiento Apertura Liberal
Robinson Alexander Devia	Movimiento "La voz de la consciencia"
Noemí Sanín	Partido Conservador Colombiano

A pesar de la cifra tan reducida lograda por las mujeres para participar en Cámara y Senado, la importancia radica en que harán escuchar su voz y se verá su imagen como mujeres que participan en política y en las decisiones del país, paso importante en la construcción democrática y la deconstrucción del sistema patriarcal, mirado únicamente desde la inclusión y no desde el enfoque de género. De 28 mujeres en el Congreso en 2006, pasaron a 37 en 2010. Más mujeres y ¿más género?

La participación política de las mujeres y la escasa representación en Colombia está unida a diferentes causas. Tendríamos que arrancar por la inequidad de género. Ellas devengan un 25% menos que los hombres por trabajos idénticos; hay más mujeres en la mayoría de facultades que hombres; un mayor número de ellas se gradúan y no obstante, pocas llegan a cargos de decisión .

Según datos publicados en el Manual de Reportería Política con enfoque de género , "en los niveles más altos de la banca, el resultado es tan pobre como en los demás sectores económicos" es decir, que de "las nueve entidades bancarias más grandes del país, únicamente una es manejada por una mujer. Se trata de BCSC y, en cuanto a las juntas directivas de esas entidades 85 hombres comparten las decisiones importantes con siete mujeres.

En otro tipo de organizaciones las cifras varían muy poco, así los sindicatos en sus juntas directivas están integradas por el 14% de mujeres y en las cooperativas el 26% y presidentas de estas, el 17%.

Las mujeres necesitan escuelas de acción y formación en la participación, en la política, en la toma de decisiones y esas están precisamente en las Juntas de Acción Comunal, los sindicatos, las cooperativas, las entidades bancarias, los partidos políticos y otras muchas expresiones del mundo económico, el movimiento social y político. Pero no es suficiente la participación, es preciso que en la medida que hace escuela tenga acceso y apoyo para ocupar cargos directivos y de decisión.

"El papel de los partidos políticos es fundamental para brindar oportunidades o generar barreras para las mujeres que buscan participar en política ", señaló la Guía de apoyo para mujeres candidatas a elección popular.

Pero no es suficiente la inclusión, la participación, la representación real y efectiva, es preciso que tanto la participación en sí como los resultados que de ella se derivan, se conozcan, se difundan y en esto los medios juegan un importante papel para que la sociedad vaya incorporando en su cotidianidad el quehacer de las mujeres en todos los campos y asuma así mismo, la capacidad de ella para realizar todo lo que ha sido vetado durante siglos. Es un replanteamiento de la democracia construida por los hombres y para los hombres en la que ha estado ausente el protagonismo de las mujeres.

Se trata del empoderamiento de las mujeres, de la reafirmación y el reconocimiento social y que según nos dice Marcela Lagarde "es un proceso que va de lo externo a lo interno que requiere el conocimiento del mundo, que cada mujer se conozca a sí misma para usar los recursos que necesita y no otros, para que desarrolle interés propio o para que asuma sus derechos internamente; todo eso es un proceso interno que nadie puede vivirle a una ", pero que se puede reforzar desde fuera, que sociedad y Estado generen condiciones.

Colombia ha firmado acuerdos, protocolos internacionales, tiene leyes y políticas públicas que apuntan a la equidad de género, algunas normativas contemplan la participación de las mujeres en la vida política pero no se cumplen (Ley 581 del 2000, conocida como Ley de cuotas) , no obstante, ¿Crea el estado y los gobiernos otras condiciones para esa participación? ¿Jardines, comedores públicos, normativa laboral que cambie conductas y permita la repartición del trabajo doméstico, exigencia de cumplimiento de cuotas o leyes de paridad? ¿Le ha apostado a un gran movimiento cultural de desconstrucción sexista?

Para María Emma Wills "La inclusión esta medida por el derecho de participación en política, el derecho de membresía a la comunidad de ciudadanos plenos" . "La mera inclusión conduce a una representación de corte descriptivo ". "La representación exige algo más que inclusión requiere que se desencadene una secuencia virtuosa (...) que solo comienza cuando sectores antes excluidos ingresan a la comunidad de ciudadanos plenos (...) y la expresión colectiva de los deseos políticos de los recién ingresados a la política "encuentren el clima propicio para auspiciar el surgimiento de sus propias voces ".

En Colombia las mujeres fueron incluidas y el proceso de representación política está inconcluso porque no se ha logrado "la expresión colectiva de los deseos políticos de los recién ingresados a la política . "

Existen leyes, pero ellas solas no pueden vencer un sistema que lleva ciento de años, se necesita voluntad política, mucha iniciativa y una gran imaginación para tomar medidas que contribuyan a un cambio cultural; políticas públicas con presupuesto para promover desde arriba y con un gran movimiento social, acciones que toquen la razón pero que lleguen al corazón, a los sentidos y cambien el inconsciente. Estos hechos y procesos van unidos a la búsqueda de la paz en Colombia.

Recuadro

La categoría género es un medio para volver a reflexionar acerca de los factores que determinan las relaciones entre los sexos; el análisis de género, busca responder a las siguientes preguntas, Cómo y en qué condiciones se han definido los diferentes roles y funciones para cada sexo; Cómo los auténticos significados de la categoría hombre y mujer varían según la época y lugar; Cómo se crearon e impusieron normas de regulación sexual; Cómo la cuestión de poder y de los derechos se imbricaron con las cuestiones de masculinidad y feminidad; Cómo afectaron las estructuras simbólicas a la vida y las prácticas de la gente común; Cómo se forjaron las identidades sexuales desde el interior y contra las prescripciones sociales. De esta forma exige una lectura completa de las manifestaciones concretas de la organización social de la diferencia sexual. Sin embargo el uso de la categoría se ha convertido en un sinónimo de la diferencia entre los sexos, ya sean estas atribuidas o consideradas como naturales, limitado el análisis a identificar la diferencia de estatus, experiencia y posibilidad de hombres y mujeres, perdiendo la capacidad de cuestionar los términos y hacer un análisis histórico de los mismos, despolitizando las demandas del feminismo y su contenido crítico.

pag 11-16 Scott wallach Joan. Género e historia. CFE. UACM 2008. Mexico

5. Mujeres y representación política en los medios de comunicación

Este estudio pretende mostrar el tipo de relación que hay entre tres componentes: representación política, medios de comunicación y derechos de las mujeres; es un análisis del impacto que dos medios de comunicación tuvieron en las dos coyunturas electorales en 2010, en la construcción de las representaciones políticas de las mujeres.

Para analizar la influencia que los medios de comunicación tienen en la construcción de la representación política de las mujeres, es necesario responder preguntas claves como ¿Qué imágenes y estereotipos de lo femenino se promueven en los medios de comunicación? ¿Son los medios de comunicación críticos con la información que transmiten sobre las mujeres? ¿Tienen los medios de comunicación el deber de promover la participación política de las mujeres?

Gurevith y Blumler (1990) proponen una matriz básica con ocho elementos que permiten analizar el desempeño democrático de los medios de comunicación. Estos ocho elementos nos facilitan un acercamiento al papel que El Tiempo y El Espectador tuvieron en las coyunturas políticas de marzo y mayo de 2010. Los derechos de las mujeres en general y el ejercicio efectivo de los derechos políticos de las mujeres es un asunto de calidad de la democracia de un país y por eso se hace una mirada transversal a los componentes de esta investigación desde esta propuesta. El siguiente cuadro muestra cada uno de estos ocho elementos y las preguntas claves que nos generan de acuerdo a los objetivos de esta investigación.

Análisis desempeño democrático de dos medios de comunicación en la promoción de la participación política de las mujeres: Colombia Elecciones 2010.	
Componente de análisis (Gurevith, Blumler 1990)	Preguntas que genera el componente
1. Vigilancia de los eventos relevantes: El cubrimiento de la política se enfoca en pseudo eventos y de celebridades.	<p>-¿Cómo discriminaron periodistas, editores o editoras entre temas importantes y poco importantes en estas elecciones?</p> <p>-¿El cubrimiento mediático de las elecciones 2010 se centró en el análisis de propuestas y perfiles de candidatos o en el cubrimiento de pseudoeventos o de la vida de las celebridades políticas?</p> <p>- ¿Registraron los medios de comunicación las actividades y propuestas de género de los distintos partidos políticos como parte de las propuestas programáticas?</p>
2. Identificación de temas claves	<p>-¿Sintieron las mujeres candidatas que los medios tienen predilección por ciertos temas? ¿Eran los claves?</p> <p>-¿Cuál fue el cubrimiento que los medios de comunicación hicieron a las propuestas políticas sobre derechos de las mujeres y equidad de géneros de las candidatas y los candidatos? ¿Los identificaron?</p>
3. Provisión de plataformas representativas: acceso mediático limitado a las mujeres candidatas	<p>-¿Fueron los medios de comunicación plataformas adecuadas para impulsar las propuestas políticas de las candidatas al Congreso y a la Presidencia 2010?</p> <p>-¿Discriminan los medios de comunicación entre temas blandos (política social, familia...) y temas duros (seguridad, defensa...) y se asocian los primeros a las mujeres o a "asuntos de señoras"?</p> <p>- ¿Sintieron las candidatas entrevistadas que los medios eran receptivos o no a las</p>

	propuestas sobre equidad de género y derechos de las mujeres?
4. Transmisión discursos políticos varios	<p>-¿Son sensibles y transmiten los medios de comunicación la diversidad de discursos políticos de las mujeres candidatas?</p> <p>-¿Consideran las candidatas que existen prejuicios de parte de los medios de comunicación para cubrir las propuestas de quienes se reconocen feministas?</p> <p>-¿Usan los medios de comunicación un lenguaje incluyente y no sexista para referirse a la información sobre mujeres?</p>
5. Escrutinio instituciones y análisis sistémico de los problemas:	<p>-¿Analizan los y las periodistas la participación política de las mujeres como parte integral de una política pública de promoción de los derechos de las mujeres?</p> <p>-¿Hicieron los medios de comunicación análisis caracterizando la participación política de las mujeres en las elecciones 2010? ¿Usan cifras y estadísticas estos análisis? ¿Son comparativos?</p>
6. Producción de información movilizadora	<p>-¿Contribuyen los medios a que se posicione el problema de la escasa participación política de las mujeres en la agenda pública?</p> <p>-¿Produjeron las y los candidatos propuestas sobre equidad de género que sirvieran de insumo para los medios de comunicación?</p>
7. Autonomía mediática	-¿Sintieron las mujeres candidatas que el acceso mediático es limitado?
8. Consideración potencial de audiencias (cómo actúan las y los periodistas frente a criterios de	-¿Sintieron las candidatas que los asuntos de mujeres son considerados por los medios de

<p>maximización de audiencias).</p>	<p>comunicación como marginales? -¿Cuál fue el cubrimiento que los medios de comunicación hicieron a las propuestas sobre derechos de las mujeres?</p>
-------------------------------------	---

Las respuestas que encontramos de acuerdo a los componentes están relacionadas con las preguntas de reflexión propuestas en el cuadro. Veamos:

- ¿Registraron los medios de comunicación las actividades y propuestas de género de los distintos partidos políticos como parte de las propuestas programáticas?

La campaña contra el abuso sexual de niños y niñas que lidera la Senadora Gilma Jiménez es un caso de interés sobre el papel de los medios de comunicación en la vigilancia de temas relevantes. Para ella su propuesta de cadena perpetua para violadores de niños fue bien recibida y apoyada por los medios de comunicación pues se hizo un seguimiento a las propuestas de leyes y el tema captó la atención de espacios de programas de opinión y análisis.

Esta no ha sido la suerte de otras iniciativas de candidatas sobre promoción y defensa de las mujeres que se han propuesto en las campañas y que se han implementado en el congreso. Para la Vicepresidenta Segunda del Senado, Alexandra Moreno Piraquive es muy difícil captar la atención de los medios de comunicación, además por ejemplo, el cubrimiento de la creación de la Bancada de Mujeres del Congreso se redujo a la novedad de la noticia sobre "la reunión de las señoras en el Congreso"

El tema central sobre la vigilancia de los temas relevantes es precisamente como discriminan periodistas, editores o editoras entre temas importantes y poco importantes. Para la Senadora Moreno el tema de las mujeres no es relevante para los medios de comunicación y por eso, coyunturas tan importantes como la promulgación de la Ley 1257 de 2008 sobre la eliminación de la violencia contra las mujeres, no figuró en la agenda setting de los medios de comunicación.

Ahora bien, el cubrimiento de los medios de comunicación de las agendas programáticas de las candidatas al Congreso 2010 se hizo de forma fragmentada, resaltando temas que generan sensibilidad para la opinión pública, como es el caso de la Senadora Olga Lucía Suárez Mira del Partido Conservador quien se declaró abanderada de la lucha contra el aborto en su campaña al Senado. Esta propuesta conservadora que genera tanta sensibilidad como el tema de la cadena perpetua para violadores encuentran registro en los medios a pesar de que al primer tema se le hace un seguimiento y el segundo se nombra sin profundizarlo.

Distinto es el escenario de la candidata y hoy Representante a la Cámara de Bogotá Ángela María Robledo por el Partido Verde quien haciendo alusión al cubrimiento insuficiente que los medios de

comunicación hicieron al evento de la Noche de las Mujeres que organizó este Partido afirma: "la Noche de las Mujeres fue registrada como un evento pero no como parte de una propuesta programática".

- **¿Sintieron las mujeres candidatas que los medios tienen predilección por ciertos temas?**

Para Alexandra Moreno los medios de comunicación siempre tienen una predilección por ciertos temas y se explica por las distintas coyunturas políticas que buscan y centran la atención de estos, en temas de interés para quienes definen la agenda pública.

Si bien es cierto que los hacedores de política influyen de manera importante la agenda mediática también son los medios de comunicación quienes están en la obligación de identificar temas de interés público o de interés para actores con menos visibilidad como es el caso de las mujeres.

Al respecto vale la pena analizar el cubrimiento que se hizo a dos propuestas claves para los candidatos y candidatas presidenciales: la propuesta sobre el Ministerio de la Mujer y la propuesta sobre la escisión del Ministerio de Justicia y del Interior. Durante la coyuntura electoral para presidencia que se analizó, se revisaron las propuestas de los candidatos a quienes se hizo un cubrimiento notable en los medios analizados: Antanas Mockus, Rafael Pardo, Germán Vargas, Juan Manuel Santos y la candidata Noemí Sanín sobre el tema de seguridad y defensa y específicamente sobre las ventajas de la creación de nuevos Ministerios y de Altas Consejerías para la convivencia y la seguridad.

Sin embargo la propuesta de la creación de un Ministerio de la Mujer y la Familia, como inicialmente se planteó fue cubierto de forma tangencial y se enfocó principalmente en las entrevistas a la única mujer candidata. Al respecto hay dos cosas que se deben decir: primero, que la agenda sobre la equidad de género es un asunto que los medios de comunicación atribuyen solo a las mujeres, de quienes además se esperan de forma mayoritaria las propuestas y las reacciones; segundo, que las propuestas y discusiones sobre equidad de género como en el caso de la creación del Ministerio de la Mujer no se hacen dentro de un contexto y con una perspectiva de género y que eso hace que se genere un cubrimiento sexista de las noticias entre cosas que atañen a las mujeres "asuntos de señoras" y los asuntos "duros" como seguridad y defensa en los que las fuentes consultadas y las noticias son mayoritariamente hombres.

- **¿Fueron los medios de comunicación plataformas adecuadas para impulsar las propuestas políticas de las candidatas al Congreso y a la Presidencia 2010?**

En las entrevistas y el rastreo documental que se realizó para analizar el cubrimiento de los medios de comunicación en las elecciones 2010, las candidatas consultadas que resultaron electas coincidieron en que los medios de comunicación no ofrecieron un espacio de difusión de sus

propuestas de política y que para ellas esto no solo era un asunto de género sino que era un malestar de las y los candidatos que provenían de sectores con menos poder político y económico.

- **¿Son sensibles y transmiten los medios de comunicación la diversidad de discursos políticos de las mujeres candidatas?**

Es necesario definir el tipo de propuesta política que representaba cada candidata, Si bien es cierto que su condición de mujeres ubica a las candidatas como un grupo marginal dentro del espectro político, es necesario discriminar sobre la diversidad de sectores y los distintos intereses que cada candidata representaba. De 551 mujeres candidatas solo quedaron elegidas 37 entre Senadoras y Representantes a la Cámara y de estas solo 3 se han declarado feministas. Por supuesto que otras candidatas que han abanderado el tema de la equidad de género y que han tenido una participación activa en espacios como la Bancada de las Mujeres, sin embargo no se sienten identificadas con el Movimiento Feminista y mantienen posiciones conservadoras especialmente frente a temas sobre Derechos sexuales y Reproductivos.

No todas las candidatas por ser mujeres son abanderadas del feminismo o vienen con propuestas sobre Derechos de las Mujeres, incluso algunas Senadoras como Gilma Jiménez afirman abiertamente no estar interesadas en estos temas "Yo encabecé la lista por los niños, punto".

A pesar de esta pluralidad de opciones y de propuestas el cubrimiento mediático es precario para las candidatas de cualquier color político o postura ideológica.

Para las candidatas con propuestas desde el feminismo es posible que falte mayor claridad sobre las ideas que se quieren transmitir pero los medios nos son aún receptivos a nuevos aprendizajes sobre la equidad de género y los derechos de las mujeres. Al respecto afirma Ángela María Robledo "Tal vez me faltó mayor claridad para comunicar las tareas, pero tampoco encontré unos medios receptivos o con espacios de interés a los temas que de tiempo atrás me han interesado y en los cuales he trabajado como activista, académica y desde propuestas de intervención".

"Mire, todas venimos de partidos distintos y de unas posturas ideológicas diferentes, nosotras tenemos una lógica, no nos vamos a unir por el hecho de ser mujeres, nosotras provenimos de un partido" Con estas palabras la Senadora Gilma Jiménez se refería a las limitaciones que ella observaba, podía tener el desempeño de la Bancada de las mujeres en el Congreso.

A pesar de la diversidad de sectores y de propuestas que realizaron las candidatas, la transmisión de los distintos discursos se hizo de forma insuficiente y las propuestas sobre equidad de género no se analizaron como un discurso desde la diversidad. Por esta razón los medios de comunicación cubren noticias sobre las posiciones de las candidatas más conservadoras sobre asuntos como el aborto o la familia pero no cubren la posición de candidatas que se consideran feministas sobre los mismos temas. Al respecto fue de gran interés el cubrimiento que se hizo a la propuesta de la candidata Olga Lucia Suárez Mira, quién propuso como una de las banderas de su gestión en el

Senado la lucha contra las iniciativas legislativas que legalizan el aborto, el cubrimiento fue aislado y no se contrastó con la posición de otras candidatas sobre este asunto.

- **¿Analizan los periodistas la participación política de las mujeres como parte integral de una política pública de promoción de los derechos de las mujeres?**

El análisis sistémico supone un ejercicio de contextualización que permita a la ciudadanía analizar las coyunturas y los eventos que los medios de comunicación registran. En el caso de las elecciones 2010 los medios de comunicación no registraron la participación política de las mujeres haciendo referencia a los distintos pactos, acuerdos interpartidistas e iniciativas que se han propuesto desde órganos como el Congreso. Este es el caso del Pacto para una Inclusión Efectiva de las Mujeres en política realizado en octubre 5 de 2005, evento de gran importancia porque comprometió a los partidos políticos con la inclusión de los principios de la Ley de Cuotas en la construcción de las listas de candidatos para los cargos de elección popular.

El citado pacto no ha operado en la práctica pues ninguna de las iniciativas de similares proyectos de ley ha sido exitosa y, tanto este tipo de precedentes y su seguimiento deberían ser de referencia obligada en los análisis y el cubrimiento de las coyunturas electorales.

Para la Senadora Alexandra Moreno Piraquive solo se capta la atención de los medios de comunicación sobre la participación política de las mujeres en eventos muy puntuales como cuando Naciones Unidas hace un comunicado sobre qué partidos políticos cumplen con los principios de la Ley de Cuotas o cuáles no. Respecto al cubrimiento que los medios de comunicación han hecho a las candidaturas de las mujeres de este partido, afirma: "El cubrimiento ha sido irregular Salvo algunas excepciones como las declaraciones de las Naciones Unidas sobre el hecho de que el MIRA ha sido el único partido político que cumple con la equidad de género. El enfoque es transitorio, pero no se hace un cubrimiento de las acciones como proceso. Y este, hace parte de una formación humana, una formación cívica, una formación política donde se da relevancia a la participación de la mujer"

- **¿Contribuyen los medios a que se posicione el problema de la escasa participación política de las mujeres en la agenda pública?**

Este criterio democrático hace referencia a la capacidad que tienen los medios de comunicación para concientizar a los lectores, espectadores, radioyentes sobre los asuntos de interés público. En el cubrimiento de las dos coyunturas electorales la ausencia de un análisis contextualizado más la fragmentación de la información, no permite que los actores políticos involucrados y en este caso específico las mujeres se reconozcan como sujetos del mismo proceso político.

-¿Sintieron las mujeres candidatas que el acceso mediático fue limitado?

Captar la atención de los medios de comunicación por los grupos con menos influencia es un problema que reconocen todas las candidatas entrevistadas. En las elecciones 2010 el cubrimiento

de los medios de comunicación se centró en asuntos de paz y seguridad que ocupan el interés de sectores influyentes. Como recuerda la senadora Alexandra Moreno "el acceso mediático es limitado y da importancia a las coyunturas claves para los sectores más poderosos".

El cubrimiento de los medios de comunicación sobre determinados temas se define por criterios de maximización de audiencias que sitúan al espectador como consumidor por encima del espectador-ciudadano. Al respecto Ángela María Robledo resalta la ausencia de los espacios de difusión de las propuestas feministas y explica esto como resultado de una lógica de mercado que define el agenda setting mediático y que entiende los asuntos de género como marginales.

▪ **Un reflejo ¿A qué le apostaron las candidatas en las dos coyunturas electorales de 2010?**

La información de los medios fue parcial por lo tanto incompleta y como consecuencia desinformativa. De lo que dejaron conocer los diarios El Tiempo y El Espectador y las entrevistas realizadas para esta investigación, sólo tres mujeres se han declarado como feministas y otras hicieron propuestas por los derechos de las mujeres pero no concebidos desde la reafirmación de su autonomía sino desde la consolidación del rol de madres, cuidadoras y ejes de la familia. ¿Hubo transmisión de discursos políticos varios? ¿Propiciaron el debate y el análisis?

En uno de los componentes que aparece en el cuadro (Provisión de plataformas representativas: acceso mediático limitado a las mujeres candidatas) nos preguntamos ¿Fueron los medios de comunicación plataformas adecuadas para impulsar las propuestas políticas de las candidatas al Congreso y a la Presidencia 2010?

Noemí Sanín, la única candidata, prometió darle prioridad a las mujeres en su gobierno y la creación de un ministerio de la mujer y la familia ..."porque cuando se educa a una mujer, se educa a una familia y a una sociedad...cómo no relacionar la necesidad de una guardería que necesita una mujer trabajadora tiene que ver con el niño y la mamá; están totalmente interrelacionados...que en todas las decisiones, los temas transversales este el tema de la mujer y obviamente también el tema de la familia...Privilegiaré a las mujeres con la discriminación positiva a las mujeres... "

La candidata a la vicepresidencia por el Polo Democrático Alternativo, Clara Obregón propuso que "dentro de un Plan de igualdad de Oportunidades y de Géneros tenemos que incorporar unas herramientas para que las mujeres tengamos compañerismo y solidaridad y redes de autodefensa y protección, que nos refuerce mutuamente y nos permita salir de esas redes de dependencia. Ha habido una experiencia muy interesante en Bogotá de las Casas de Igualdad y las Casas Refugio donde las mujeres pueden ayudar a rescatar a las víctimas y auto víctimas de ese flagelo reiterado contra la mujer fundada en la dependencia. Ese tipo de impresiones tiene que hacerse, ampliarse e incorporarse en los presupuestos para proteger a las mujeres de manera específica a través de sus redes de sororidad. Y finalmente estos serían paliativos mientras conquistamos temas tan fundamentales como decía Antanas, a igual trabajo igual salarios pero también a igual capacidad igual capacidad de salario y es que la discriminación empieza desde antes del salario y la mujer queda enganchada a un hombre que la sostiene no por ella sino por sus hijos. Tenemos

que trabajar mancomunadamente y meterle presupuesto, meterle plata, recursos para el cumplimiento de las metas de igualdad de género".

En la entrevista por el diario El Tiempo a Gloria Estela Díaz, candidata del Partido Mira para la Cámara, manifestó que su segunda prioridad es "regular el empleo desde la casa sobre todo para las mujeres. Si pueden trabajar desde su casa, podrán compartir más tiempo con sus familias, con sus hijos, sobre todo cuando tienen niños, personas mayores y discapacitadas a su cuidado. Esto le generaría a los empresarios mejores costos en infraestructura y podría ser una alternativa para unificar a la familia".

Por otra parte, el eslogan de la candidata Flor Paulina Donado era "Por la vida, la familia y los valores católicos" que se desglosaban en una amplia defensa a "la vida desde la concepción hasta la muerte natural y un enorme NO al aborto, a la eutanasia, a la píldora del día después".

Para la senadora Alexandra Moreno Piraquive el asunto precisamente ¿es cómo lo vamos a hacer? ¿En un centro médico a través del plan pos? ¿Cómo debería funcionar el sistema de salud cuándo la mamá sabe que tiene un hijo con malformación? El aborto es una opción no una imposición y seguramente muchas dirán que prefieren recibir su hijo con todos los defectos que venga y otras dirán que no. Es la opción lo que debe dar el Estado.

Desde luego existen diferencias ideológicas sobre los derechos de las mujeres que obedece a patrones culturales y religiosos pero no obstante, en algunos momentos han unido esfuerzos. A manera de ejemplo, recordemos que la Ley 1257 de 2008 que busca garantizar a las mujeres colombianas una vida libre de violencias fue producto de la voz y debate que presento la bancada de mujeres. Así lo expresó la senadora Alexandra Moreno "Hubo un apoyo, se unieron todas las fuerzas políticas. Estas son coyunturas específicas, estaba todo dispuesto, se impulso y se saco adelante. Aquí lo realmente llamativo fue la unión de todas las mujeres congresistas, esto fue lo que permitió que las iniciativas fueran llamativas, de lo contrario no lo habrían sido".

Las propuestas publicitas en los medios no todas programáticas, algunas improvisadas pero que marcaban la dirección de la candidata con respecto a los derechos de las mujeres, en muchos casos, algunos ya señalados, van en contravía a las conquistas logradas por las mujeres durante siglos de esfuerzo, búsqueda y logro.

Los hombres se dedican a la alta política, al dinero, a la guerra, ellas se encargan de lo que parece poco prioritario como es el cuidado, la casa, la atención de la familia, no obstante se escuchan voces que expresan avances en cuanto a la confianza para que una mujer esté al frente del gobierno, pero dejan el tufillo de una paradoja y una dicotomía entre lo que hay que dejar atrás y lo que hay que renovar, entre las posturas conservadoras y la revolución para dar a la mujer su espacio real en la representatividad y el poder político. Son posturas cómodas que evitan desordenar lo que hay, que alejan intención y necesidad de cambio.

Por otra parte, observamos una estigmatización del feminismo por parte de la mayoría de mujeres parlamentarias no obstante, algunas propuestas coinciden con la lucha por los derechos de las mujeres, razón de ser de este movimiento humanista.

6. ¿Cómo se construye y como se modifica la representación en los medios?

Lenguaje en los diarios El Tiempo y El Espectador, un híbrido entre lo políticamente correcto y la ausencia-presencia del lenguaje incluyente

En la construcción de la información se perciben contradicciones en el uso de un lenguaje incluyente (Ver cuadros anexos).

Titular de El Tiempo, Primera página, 10 de marzo: "Estos son los número 1 de ocho partidos para el Congreso" sin embargo aparecen dos fotos de **candidatas**. Sin duda alguna el titular no las incluye, no las nombra, sin embargo aparecen ocho fotografías de seis candidatos y dos candidatas, y en el pie de foto, el medio de comunicación utiliza el género femenino al decir ex concejala con relación a Gilma Jiménez del Partido Verde, o que es abogada al dar la información sobre Alejandra Moreno Piraquive del partido Mira.

En la noticia "Sube la tensión conservadora" publicada por El tiempo el 13 de marzo en la sección Nación, el político de la Costa Atlántica, Roberto Gerlein, refiriéndose a la precandidata Nohemí Sanín, dijo que "No veo porque una mujer no puede ser la cabeza y el cuerpo de la lucha por la seguridad democrática", afirmación que deposita la confianza en una mujer más no precisamente en lo referente a sus derechos sino en lo referente a la guerra, uno de los denominados temas duros al igual que los de economía.

Los medios informaron sobre "el cuerpo ajeno" con referencia a los vínculos de varias candidatas a la parapolítica. Desde luego, las mujeres no están por encima de un largo conflicto armado en el que están presentes proyectos políticos que perdieron el ideario que les dio origen como los de las guerrillas; proyectos económico-políticos de derecha como el paramilitarismo o la actitud de los diferentes gobiernos que no han podido resolver la existencia militar al margen de la ley ni con el diálogo ni por las armas.

Existen mujeres vinculadas a la parapolítica como ya lo han demostrado instancias jurídicas, sin embargo, los medios se han empeñado en señalar el entorno de mujeres candidatas presumiblemente vinculada, pero no se han ocupado de informar sobre su trabajo y propuestas, las han destacado como una extensión de su marido o pariente varón. ¿Por qué no hablar con claridad de su actividad y responsabilidad individualizada? No de "herederas" o "cuerpo ajeno".

La Representante a la Cámara Ángela María Robledo, en entrevista para este trabajo dijo: "el tema de ejercer una curul como se dijo en cuerpo ajeno no es solo de las mujeres también tenemos cantidades de casos en los hombres, uno pensaría al menos en lo que se ha señalado del PIN que allí también, muchos de los candidatos y de los que llegaron como senadores y representantes se les podría acusar de eso. Se tiene que demostrar.

Creo que ocurrirá igual en el caso de las mujeres, pues si sabemos que algunas de ellas heredaron los votos de sus esposos y que muchos de ellos estuvieron comprometidos con la Parapolítica pues en términos de normatividad no hay nada que lo prohíba.

Entonces nosotros desde el Partido Verde decimos que hay que respetar la Ley, yo creo que estas personas deben llegar a demostrar en su ejercicio legislativo que tienen sus propuestas, que tiene sus apuestas y que van a comprometerse con depurar las prácticas de la parapolítica en el Congreso de la República, eso está por hacerse".

Ángela María Robledo, frente a la legitimidad que podría afectar a las bancadas de las mujeres el hecho de que ahora lleguen con menos legitimidad por el escándalo consideró que "la legitimidad también le tocó a los hombres, es que yo me pregunto porque nuevamente volvemos al tema de los medios, o sea porque eso se dijo de manera especial cuando fueron las mujeres las que salieron a hacerlo ¿por qué se nos castiga tan fuertemente a nosotros y porque no a los hombres? con eso no quiero decir que estoy exonerando de responsabilidades a las mujeres, pero sí que estas personas, las mujeres y los hombres tienen que llegar a demostrar en este congreso que sus votos no estuvieron atados a procesos de la parapolítica o de farcpolítica, esa responsabilidad le toca tanto a hombres como a mujeres".

"Ahora bien, digamos casi que por tradición histórica se nos cree más, de hecho lo muestran muchas investigaciones cuando se pregunta si usted cree más en un hombre o en una mujer ejerciendo en política, la opinión política considera que cree más en nosotras. Eso que ha sido un fenómeno de percepción política tenemos que demostrarlo ahora en el Congreso y a estas mujeres que llegan en esta condición, les cae la enorme responsabilidad de demostrar que llegaron allí por procesos legítimos electoralmente, si eso no es así, ya llegarán los organismos de control que tendrán que demostrar que eso no es así: La Procuraduría, las Comisiones de control político en el Congreso, las Comisiones Éticas de los partidos... hay una cantidad de instancias que existen para esto, y nosotras debemos hacerlo desde nuestro ejercicio".

Para la senadora Alexandra Moreno, el escándalo de las congresistas en "cuerpo ajeno" y el manejo que los medios hicieron, afirmo en la entrevista para este análisis: "Yo pienso que es necesario revisar con detalle. Algunos de estos casos son de mujeres que hacían el trabajo de base o la movilización política para sus esposos políticos. Entonces ellas no están aquí de revote, trabajaron todo el tiempo, que nunca las mostraron, es otra cosa.

El Espectador, página 6, 11 de marzo de 2010. "Clara López la formula de Petro"

Clara López es reconocida como una de las funcionarias estrellas del gobierno local. Sin embargo, en días recientes ha sido objeto de denuncias de algunos concejales de Bogotá, concretamente Felipe Ríos, quien asegura que desde su cargo ha beneficiado la candidatura al Senado de su esposo Carlos Romero. La funcionaria ha rechazado dichas acusaciones"

El espectador, página 7, 11 de marzo de 2010. "Los candidatos jóvenes" Catalina Tapias y Michel Maya"

"Catalina Tapias es hija del senador Jairo Tapias. Politóloga con especialización en políticas públicas, no se considera sin embargo su delfín y dice que ella se inició primero en el cuento, como miembro del Consejo estudiantil de su colegio y personera de su colegio, y siendo electa edil de chapinero en 2003"

No coincide el género de los candidatos del titular con el género femenino de Catalina. No se nombra el cargo en femenino, edilera

Destaca en primer lugar de quién es hija.

En El Tiempo, Sección Nación, 12 de marzo, aparece una amplia información sobre los partidos y los varones. ¿Ninguna mujer era sujeta de información? En el hipotético caso que así fuera, podrían considerar la discriminación positiva y así contribuir con la familiaridad que crearía en los lectores, la presencia de las mujeres permanentemente en los medios.

Del citado periódico y en la misma fecha, diríamos que salvó la exclusión sobre la participación política de las mujeres, con la información aparecida en el artículo de opinión "Votar con la cabeza y el corazón" de Rudolf Hommes.

El autor destaca que "para la Cámara son candidatos con ideas Simón Gaviria e Isabel Londoño del Partido Liberal. Esta última es, además, una aguerrida defensora de los derechos humanos, de las mujeres y de las minorías". Así mismo destaca que "El Partido Conservador probablemente se beneficie del transfuguismo en estas elecciones, pues muchos liberales van a votar por Noemí para bloquear a Arias; y muchos miembros de 'la U' van a votar por Arias para bloquear a Noemí. Si sale avante Noemí como candidata oficial del partido, va a ser una contendora para tener en cuenta que no le conviene a Santos, a Vargas Lleras o a Pardo".

El articulista menciona a la candidata Elsa Noguera y considera que "Germán Vargas Lleras dio un paso muy audaz con su selección de compañera de fórmula. Elsa Noguera es tecnócrata, fiscalista, neoliberal y aborrece el clientelismo".

El Tiempo, 12 de marzo de 2010. Noemí Sanín dice que es hora de que una mujer sea presidenta (antetítulo)

"Arias logró que desapareciera la Revista Cambio" (título)

"¿Está Colombia lo suficientemente madura como para elegir a una mujer como presidente?"

Es muy curioso lo que ocurre conmigo: cuando me ofrecen ser vicepresidente, soy la mejor, pero cuando decido aspirar a la presidencia, hay ataques. Estoy convencida de que es la hora de la mujer"

El Tiempo, sección Nación. 14 de marzo. "Así se mueve el mercado de votos". La nota se refiere a una candidata hermana de un investigado por parapolítica. ¿Por qué no se tiene en cuenta la su

autonomía o lo que ha sido su quehacer? Una u otra condición no se presenta por ósmosis y en todo caso amerita un análisis.

El Tiempo, Sección Nación, 14 de marzo. "Los conservadores y los verdes al ruedo".

Aparece el programa de los seis candidatos y las dos candidatas a consulta de los partidos Conservador y Verde para decidir candidatura para la presidencia de la República.

El uso del lenguaje Titular, excluyente y el cuerpo de la noticia usa un lenguaje neutro e incluyente.

Presenta el camino recorrido por la precandidata Marta Lucía Ramírez del Partido Conservador: **Abogada**. Fue **ministra** de comercio y Exterior y de Defensa, **embajadora** en Francia y **senadora**.

El camino de Noemí Sanín: **Abogada** y economista. Fue **ministra** de Comunicaciones, **canciller** y **embajadora**.

La utilización de los sustantivos en femenino manifiestan un cambio a la hora de nombrar, una presencia de la mujer, se manifiesta un cambio en el lenguaje, sin embargo, con los ejemplos arriba expuestos, tendremos que referirnos que por lo general no hay un enfoque de género cuando se titula, se informa o se analiza sobre la participación política de las mujeres con lo cual, el resultado es un híbrido como casi todos los procesos.

7. Un lenguaje híbrido

La simbología que crean los medios puede reforzar o contribuir a cambiar los conceptos de dependencia o de incapacidad que se cuelan de manera sutil o abierta en las informaciones cuando a las mujeres se les nombra con una connotación negativa o se le ignora, cuando se resalta de ellas su belleza, sus características físicas, su vestimenta o el desempeño que ellas deben tener en su rol tradicional.

El lenguaje no es estático y el que aparece en los medios es consecuencia del entorno cultural, de los cambios sociales, de la formación de sus periodistas o de sus procesos de deconstrucción, razones que nos responden por el lenguaje híbrido.

Los medios son permeados por los cambios y convendría que ellos hicieran un análisis consciente desde los nuevos parámetros para comprender y construir la democracia, proceso del que ellos son protagonistas. No son simples notarios, crean opinión, suben o bajan estrellas, deciden la noticia, las fuentes y su línea editorial que a fin de cuentas comporta una actitud ética y en ello va la inclusión al nombrar a ese 53% de la población en Colombia.

Pero no sólo los medios son responsables, al Estado le corresponde diseñar y ejecutar políticas públicas que promuevan una educación con un enfoque de derechos de las mujeres, que promuevan un cambio cultural con tanta fuerza que revolucionen los cimientos patriarcales.

De los medios analizados (El Tiempo y El Espectador), podríamos decir que usan un lenguaje neutro cuando utilizan palabras como personas, gentes; **Incluyente** cuando aplican el género femenino en palabras que tradicionalmente han usado en masculino (debería tenerse en cuenta además la diversidad: negra, india, homosexuales); pero también son **sexistas** porque denotan la dominación del sexo masculino sobre el femenino tanto en el uso de términos como en el enfoque de la información; con lo cual no se expresa una claridad ideológica y terminan utilizando un lenguaje híbrido.

"Así se mueve el mercado de votos", publicó en la sección Nación El Tiempo el 14 de marzo. La nota se refiere a una candidata hermana de un investigado por parapolítica.

La utilización del lenguaje fue, incluyente excluyente y neutro. Veamos:



Incluyente: La candidata al Senado ´por la U´ Astrid Sánchez Montes de Oca.

La aspirante...

Excluyente: ...los propios comerciantes.

No aparece el femenino

Y los investigadores de la Corporación Arco Iris...

Arco Iris tiene investigadoras

Neutro: personas, gente

Los diarios El Tiempo y El Espectador ya no se refieren al abogado para hablar de ellas, dicen abogada; ministra, embajadora tal como se registraron para hablar de la hoja de vida de la

candidata Noemí Sanín, de la precandidata Marta Lucía Ramírez o de las aspirantes a Cámara y Senado

¿Por qué el uso de un lenguaje neutro? ¿Es neutro? O ¿es híbrido? Y ¿el enfoque?

Es necesaria una relación entre lenguaje y enfoque en la difusión de los medios sobre la participación política de las mujeres y, lenguaje y discurso de las candidatas.

Los medios no denotan una formación sobre el lenguaje incluyente y no sexista pero ante la realidad de cambios, de una manera consciente o inconsciente, usan un lenguaje híbrido. La evolución se evidencia cuando candidatos, candidatas y medios las han nombrado a ellas como sustantivo común o propio, con su género; cuando utilizan los artículos, los pronombres, los adjetivos y las profesiones en femenino. Se nombra a las mujeres y no quedan perdidas en el genérico masculino.

Está claro que no es suficiente ser mujer para defender los intereses de las mujeres desde sus derechos ya consagrados por acuerdos, protocolos, convenciones internacionales que ha firmado Colombia o por la misma constitución y políticas públicas, no obstante los medios están llamados dentro de su función social a propiciar debates, análisis y reportajes investigativos.

Los medios, en un proceso de democratización podrían dar más participación a las mujeres en las columnas de opinión y hablar más sobre su historia, los cambios, sus derechos. ¿Por qué no aplicar la ley de cuotas y en el mejor de los casos la paridad dentro de sus páginas y dentro de su estructura empresarial y de redacción? En tal caso estarían introduciendo el Apartado J de la Plataforma de Beijíng.

En el periódico el Tiempo, el 10 de marzo, sección Opinión, aparecen cinco columnas, en las que todas las firmas son de hombres. Una sola de ellas, "Franquicia" de Moncho Rentería, hace referencia a las mujeres en su primer párrafo y por sensatez, llama a votar por ellas. "Lo sensato, votar por mujeres, porque en América Latina el 46% de ellas, en edad adulta, sufren maltratos físicos o económicos. Otra pesadilla sufren las mujeres que trabajan: "el acoso sexual" del jefe. Acción irrespetuosa que no sirve denunciarla porque la acosada pierde el puesto".

La intención es buena pero no llama a votar por las mujeres por su capacidad, por sus programas. Además se resalta que las mujeres no sufren maltratos, son víctima de violencias. Sin embargo el periodista da su confianza a las mujeres, desde el desconocimiento de las luchas y reivindicaciones de las mujeres, evidenciándose una paradoja frente a la ubicación del periodista con la participación y representación de las mujeres.

Los ejemplos expuestos evidencian que el cambio cultural va en camino, es lento muy lento o demasiado lento y a los medios llega pero no de una forma consciente, llegan retazos que a los y las periodistas les cuesta utilizar o lo hacen desde lo políticamente correcto- neutro (que se va interiorizando)... y por lo menos no es excluyente...

Como correctivo a la situación expuesta, los medios podrían incluir en sus espacios acciones positivas para las mujeres. Es cierto que interesa el número de mujeres que participan en la coyuntura electoral y sus apuestas, pero independiente de ello los medios necesitan comprender que publicitar la presencia de las mujeres en las coyunturas electorales abre camino, contribuye a un cambio de la simbología y a una real representación política.

8. Características de las fotos que ilustran la información

Las fotografías han procurado salir del tópico y la típica escena de una mujer sentada, al lado de su marido, sin movimiento, no obstante son ellos quienes dominan el espacio de las páginas.



El Espectador que publicó la fotografía del candidato Germán Vargas abrazando en actitud paternal y da la sensación que ella es una menor de edad.

En el pie de foto también aparece que Elsa noguera "padece de una discapacidad". Es una discriminación.



Por su parte, El Tiempo publicó, primera página, 9 de marzo aparece una fotografía con Elsa Noguera caminando con las muletas, detrás el candidato Germán Vargas y otro varón.

El pie de foto: Mide solo 1.40 m de estatura, pero tiene temple y un talento grande para manejar las finanzas. Es la barranquillera Elsa Noguera, a quien Germán Vargas presentó ayer como su fórmula vicepresidencial.

En este caso se destaca en primer lugar su estatura. ¿Tiene interés especial para ser candidata?

Foto-noticia, El Tiempo, 13 de marzo, primera página: Las llaves del Polo y de "la U" se inscribieron a última hora

Características de la información: Centro de la página. Dos fotos de dos fórmulas presidenciales y vicepresidenciales. (Clara López, candidata vicepresidencial del Polo Democrático Alternativo al lado del candidato presidencial Gustavo Petro).

En los titulares aparece el término candidato, en masculino, la candidata no se nombra y aunque aparece su foto, no se nombre puesto que no se usa el género femenino.

9. Las mujeres como fuente

El 14 de marzo, el diario El tiempo publicó en la sección Nación 1-6: "Sombra de parapolítica amenaza al congreso" del que podríamos decir que el enfoque de la información es excluyente si se tiene en cuenta que sólo consideró a cuatro **expertos** como fuente.

Mientras que la noticia "Así se mueve el mercado de los votos" del mismo 14 de marzo cita como fuente a Patricia Fernández, coordinadora del MOE en Antioquia.

El Espectador, el 14 de marzo publica en su página 10 un artículo titulado

"Yo voto por y no voto por" en el que se pide opinión a personajes públicos sobre su intención de voto. Fueron consultadas dos mujeres y 13 hombres.

Las mujeres como fuentes escasean en las notas informativas. En la información del 14 de marzo en la sección Nación, destacan cuatro expertos consultados. ¿No existen mujeres expertas en el tema? No obstante se nombra a Arleth Casado como esposa de un político condenado por parapolítica. No se trata de esconder la realidad política y social del país, sino de vigilar que en la nota, donde aparecen las mujeres como protagonistas de hechos negativos se analice el contexto y se hable de ella dentro desde su individualidad y se consulte como fuente.

Los medios analizados centraron su información en Bogotá y no dieron importancia informativa a las mujeres de las regiones. Sobre la candidata para senado por circunscripción especial, Aida Quilcue del Movimiento Social Indígena, apareció una entrevista en el Espectador en la página 39.

¿Se interesaron los medios El Tiempo y El Espectador por dar a conocer qué pasó en las comunidades indígenas, negras, raizales sobre la participación política de las mujeres en las coyunturas electorales para el congreso y la presidencia de la República?

La respuesta la da la ausencia de información de los medios nacionales y tal como se expresa en la carta de Mariana a manera de prólogo de este trabajo, las regiones no aparecen registrada en la información pero en las regiones la presencia de la información de Bogotá es avasalladora. Bogotá no es Colombia y Colombia no es Bogotá.

Los medios hacen eco del centralismo que no desaparece y en ello quedan involucradas las minorías étnicas y las mujeres de ellas cuando quieren promoverse y participar en la vida pública, y el caso que nos ocupa en la participación política para cámara y senado.

10. Género periodístico más utilizado

Las noticias breves, la foto-noticia, el estilo telegráfico es la huella y la incidencia del estilo para internet trasladado a los impresos. No hubo notas de análisis sobre la participación de las mujeres, algunas entrevistas pero no grandes reportajes.

LA LIBERTAD / SÁBADO 10 DE MARZO DE 2010

1-2 PRIMER PLANO

FRASE DEL DÍA 'Ante la caída de Europa, los inversionistas se enfocarán en mercados emergentes'

Dominique Strauss-Kahn, ex director general del Fondo Monetario Internacional, sobre el futuro de los mercados alternativos como Brasil, Chile y Colombia.

PROTAGONISTAS
Gabriela Recalde y Alejandro Zúñiga
Candereos Petro
Derechos Humanos

CASI TODOS PASARÁN EL SÁBADO EN LA CAPITAL DEL PAÍS

El envío final de los candidatos

RECIONES 2010 Hoy, hablarán a los oídos de sus electores, a través de los medios de comunicación. Citas particulares, a segundo plano.

Los candidatos presidenciales se reúnen este sábado en últimos cartuchos para conseguir votos. Tras meses de intensa contienda y la participación en varios debates para defender sus tesis, los seis principales aspirantes: Juan Manuel Santos, Antanas Mockus, Noemí Sanín, Gustavo Petro, Germán Vargas Lleras y Rafael Ángel Ochoa Verdú, se reúnen en Bogotá para enviar un mensaje final a través de la prensa nacional e internacional.

«Petro que acudirá a las urnas y votará por Argentina y por mí, y que invitó a sus amigos, vecinos y familiares a decidir con su voto el futuro de su departamento y de Colombia», señaló el candidato. Por eso, a las 9 a.m., hablará con la prensa extranjera y, dos horas más tarde, con reporteros colombianos. «Mi mensaje compromiso es trabajar para que los colombianos tengan trabajo. Se tendrán que crear de escuchar me dicen lo mismo: nos proponemos trabajo, trabajo y más trabajo», agregó Mahana, después de la a media, votará en el Liceo Francés, norte de Bogotá.

«Los pedo que acudirá a las urnas y votará por Argentina y por mí», es el mensaje de Santos, que hoy atiende a periodistas en el Hotel Bolívar. Mahana, hoy votará en la mañana, votará en el Liceo Francés, norte de Bogotá.

«Gracias a todos»: Mockus. Antanas Mockus anunció que aprovechará la jornada de hoy para agradecer el apoyo que ha recibido y que lo tiene como uno de los favoritos en las elecciones presidenciales. Desde las 10 a.m. estará en su sede, en Chapinero, donde, al lado de Enrique Peñalosa y Lacho García, hablará a través de Onda Verde, su emisora en Internet. La transmisión será en línea con cerca de 100 emisores comunitarios y regionales. Hacia las 11 a.m. hará contacto con los más de 700 mil simpatizantes que tiene en Facebook y Twitter. Luego hará una especie de acción de gracias con su equipo de campaña. Después sus reuniones se mudarán a votar. De hecho, girará la a salir a las 8 de mañana en la Hemeroteca Nacional de la avenida Eldorado.

«No le jueguen al voto útil»: Petro. Solo tres actividades distintas de la de atender entrevistas en radio y televisión tendrá este sábado el candidato del Polo Democrático, Gustavo Petro. Después del mediodía recibirá en su residencia a una delegación de periodistas internacionales. Más tarde atenderá a representantes de la comunidad Tao. Y todo las 5 p.m. hablará con quienes lo han apoyado. Petro pedirá no hacerle el juego al voto útil. Vargas Lleras buscará el favor de los indecisos. Noemí pedirá que le ayuden a multiplicar los votos para que haya más oportunidades y Petro reforzará en su mensaje de a votar por «una Colombia justa».

La última semana Mockus ha recibido a un grupo numeroso de reporteros internacionales.

Petro votará a las 8 a.m. en el barrio La Aurora, del barrio La Aurora, del barrio La Aurora, del barrio La Aurora.

Opinómetro
A Diverse Company
¿Cómo califica el desempeño de las Fuerzas Militares en sus acciones contra la guerrilla en el último año?
Más No más
N/A

La nota breve puede ser muy ágil y mostrar mucha más información pero sin contexto, con lo cual más que informar desinforma. Esta apreciación puede observarse en El Tiempo, 10 de marzo, sección Primer Plano. Ocho fotografías (aparecen seis candidatas y dos candidatos para el congreso) con una reseña de sus vida política y su propuesta central.

Característica similar se presenta en la sección Nación de la misma fecha y en el mismo diario.

6 EL ESPECTADOR / SÁBADO 13 DE MARZO DE 2010

Por una Ecosociedad: Polo 57

Voto2010

Estas son algunas de las opciones para la jornada electoral de mañana

Propuestas a la carta

"Prometo volver a los municipios"

"Instituciones para los jóvenes"

"Hay que reorganizar el Parlamento"

"Por una Bogotá responsable"

SIMÓN GARCÍA **7 101** **SI**

11. Cuando la publicidad reemplazó la información

La publicidad persuade con un mensaje controlado, promueve la imagen de un partido, un candidato o candidata y hace propaganda sobre sus logros.

La publicidad en campañas electorales busca incidir en la decisión del voto. ¿Quiénes hacen publicidad? Quiénes tienen dinero para hacerlo, bien sea con el apoyo de su partido o por gestión personal (variable que nos llevaría a otro debate sobre la parapolítica). Esta reflexión que parece una regla de tres simple, nos lleva a interpretar que no todos quienes tienen capacidad económica y recursos, tienen propuestas o quienes tienen propuestas no cuentan con la capacidad económica y los recursos. ¿Quiénes llegan entonces a la representación política? ¿Es democrático este juego?

Un simple conteo de la pauta publicitaria en El Tiempo y El Espectador, registra de forma contundente, las posibilidades reales de las mujeres, no de todas. Quiere decir que las mujeres tienen menos posibilidades económicas que los varones para hacer campaña política por lo tanto se le conoce menos sus nombres, sus rostros, sus logros y sus propuestas. (Ver cuadros anexos)

A medida que se acerca la jornada electoral, la información es reemplazada por la publicidad. ¿Es política de los medios?

Es preciso observar el diario El Tiempo un día antes de la jornada electoral para las elecciones parlamentaria en su sección 1-8 Nación, Nación 1-9 ó 1-16 Nación (Ver cuadro). Mientras aparece la publicidad para 15 mujeres, para hombres aparecen 88.

Dice Marcela Lagarde, la antropóloga y feminista mexicana que mientras las mujeres no tengamos recursos propios, materiales y simbólicos, no podremos resolver todo o parte de lo que tenemos pendiente. Para ello necesitamos:

Tener propiedades, territorio y tierra -no sólo como tumba-, necesitamos tener techo, paredes y no sólo polvo para limpiar.

Depender cada vez menos de los otros para satisfacer nuestras necesidades.

Requerimos ser ricas. La pobreza de género es un problema no resuelto y para dejar de ser pobres necesitamos asociarnos.

También necesitamos construir otro concepto de riqueza, de propiedad .

12. A modo de propuestas

- Retomando la propuesta de la Red Colombiana de Periodistas con Visión de género, contribuir con la promoción de un puente entre la academia y los medios de comunicación para establecer un espacio de reflexión y diálogo sobre la pertinencia y necesidad de la formación con enfoque de género a las y los periodistas.
- Los medios de comunicación, la institucionalidad pública y las academias de periodismo se deben comprometer con el cumplimiento y divulgación tanto de la normatividad internacional como de la normatividad nacional que define el papel de los medios de comunicación en la promoción de los derechos de las mujeres.
- Los medios de comunicación deben incluir el género como una categoría de análisis en su quehacer periodístico. Se debe promover la formación de las y los periodistas en asuntos claves como derechos de las mujeres, lenguaje incluyente y no sexista y análisis con enfoque de género.
- Es necesario posicionar en el debate público la urgencia de diseñar e implementar acciones afirmativas para la promoción y/o restablecimiento de los derechos de las mujeres en los medios de comunicación partiendo de los principios de función social que los orientan.
- Los medios de comunicación tienen la función social de promover los derechos de las mujeres. En este estudio se hace especial énfasis en la difusión y debate público del cumplimiento de la normatividad y las iniciativas sobre participación política de las mujeres, específicamente la Ley 581 de 2000, que establece que al menos el 30% de los cargos públicos de la rama ejecutiva debían ser ocupados por mujeres y otras iniciativas políticas como " El Pacto Político para la Inclusión efectiva de las mujeres en política" firmado por diferentes partidos y movimientos políticos en 2005.
- A partir de estas normativas, los medios podrían promover acciones afirmativas que redunden en el avance de las mujeres y por ende de la democracia en el país
- Consultar a las mujeres como fuente. Existen politólogas, sociólogas, antropólogas, senadoras, representantes a la cámara y el senado, parlamentarias de la Comisión Andina, lideresas, gerentas.
- Existen diferentes publicaciones encaminadas al cambio del lenguaje, manuales. Promover un profundo debate a través de las páginas de los medios, virtual y presencial.
- El desarrollo de este estudio nos muestra la incidencia de los medios de comunicación en la construcción que desde ellos se hace sobre la representación política de las mujeres.