



United Nations
MOLDOVA

ȘANSE EGALE în procesul electoral

Studiu de caz: Alegerile locale generale din 14 și 28 iunie 2015

CHIȘINĂU 2015

Cuprins

Lista figurilor	3
Lista tabelelor	4
Glosar	5
Introducere	6
I. Listele candidaților în structurile APL: componența de gen.....	8
Alegerile primarilor	14
Alegerile în consiliile locale și raionale	17
Reflecții asupra pierderilor de gen	21
II. Componenta de gen în reflectarea campaniei electorale în media televizată	23
Dezbaterile electorale	24
Spoturile electorale	28
Talk-show-uri	31
Jurnale de știri	33
III. Componenta de gen în reflectarea campaniei electorale în media scrisă.....	35
IV. Aspecte privind averea candidaților.....	39
V. Percepțiile publice cu privire la promovarea femeilor în politică	41
VI. Dimensiunea de gen în platformele electorale ale candidaților la Primăria Chișinău	47
Concluzii.....	57

Proiectul “Femei în Politică” este implementat de Centrul “Parteneriat pentru Dezvoltare” în parteneriat cu Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Entitatea Națiunilor Unite pentru Femei (UN Women) și Fundația Est-Europeană; și este finanțat de Guvernul Suediei și Consiliul Europei.

Lista figurilor

Figura 1. Distribuția de gen a candidaților la funcțiile din APL.....	11
Figura 2. Ponderea respondenților care fac parte sau sunt implicați activ în activitatea partidelor politice	12
Figura 3. Barierele față de implicarea în activitatea partidelor politice	13
Figura 4. Genul candidaților la funcția de primar pe formațiuni politice	15
Figura 5. Pierderile de gen în alegerea primarului	16
Figura 6. Distribuția de gen a candidaților la funcția de consilier	17
Figura 7. Candidații la funcția de consilier local pe formațiuni	18
Figura 8. Pierderile de gen la alegerile în consiliile locale și raionale/municipale.....	19
Figura 9. Dimensiunile pierderilor de gen	20
Figura 10. Poziționarea pe liste a candidaților pentru consiliile locale	20
Figura 11. Candidații după grupe de vârstă (scrutinul din 2015)	22
Figura 12. Parametrii cantitativi ai monitorizării.....	24
Figura 13. Prezența femeilor la dezbateri și pe listele de candidați	25
Figura 14. Prezența genurilor la dezbateri	25
Figura 15. Cota de piață medie înregistrată de emisiuni și prezența genurilor în cadrul acestora	25
Figura 16. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în dezbateri	26
Figura 17. Prezența genurilor în calitate de eroi principali în spoturi	28
Figura 18. Prezența genurilor în spoturile rulate (după concurenții electorali)	29
Figura 19. Nivelul de audiență a spoturilor și prezența genurilor în cadrul acestora în funcție de perioada zilei	29
Figura 20. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în spoturi.....	30
Figura 21. Prezența genurilor la talk-show-uri	31
Figura 22. Prezența genurilor la talk-show-uri pe posturi TV	32
Figura 23. Genul eroilor principali în știri	33
Figura 24. Genul eroilor principali în știri pe posturi TV.....	33
Figura 25. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în știri	34
Figura 26. Prezența femeilor și bărbaților în calitate de eroi principali	35
Figura 27. Prezența femeilor și bărbaților în calitate de eroi secundari	36
Figura 28. Distribuția volumului producției mediatice în funcție de genul eroului.....	37
Figura 29. Pagina (media) pe care este plasat articolul în funcție de genul eroului.....	37
Figura 30. Imaginea eroului principal	37
Figura 31. Aprecieri cu privire la nivelul de prezență a femeilor printre candidați	41
Figura 33. Introducerea cotelor minime de reprezentare a femeilor pe listele de candidați la orice tip de alegeri ..	43
Figura 34. Intenții de a candida la funcții în alegerile locale din 2015	43
Figura 34. Piedicile pentru implicarea respondenților în alegeri	44
Figura 35. Piedicile pentru implicarea bărbaților și femeilor în general, în opinia respondenților	44
Figura 36. Disponibilitatea de a susține un bărbat/femeie la funcția de	46
Figura 28. Rata de participare a alegătorilor femei și bărbați la alegeri	46

Lista tabelelor

Tabelul 1. Structura organelor de conducere ale partidelor politice prezente în Parlament, legislatura XX...**Ошибка!**

Закладка не определена.

Tabelul 2. Parametrii cantitativi ai monitorizării	28
Tabelul 3. Parametrii cantitativi ai monitorizării	31
Tabelul 4. Parametrii cantitativi ai monitorizării	33
Tabelul 5. Date privind veniturile declarate de candidații la funcția de primar	39
Tabelul 6. Date privind veniturile și bunurile deținute, declarate de candidații la funcția de primar	40
Tabelul 7. Spuneți-mi vă rog, După părerea Dvs. numărul femeilor care activează în ...?	42
Tabelul 8. Cauzele neimplicării în procesul electoral	42

Glosar

BEPPEM	Blocul Electoral „Platforma Populară Europeană din Moldova”
PLDM	Partidul Liberal Democrat din Moldova
PPPN	Partidul politic Partidul Nostru
PDM	Partidul Democrat din Moldova
PCRM	Partidul Comuniștilor din Republica Moldova
PNL	Partidul Național Liberal
PL	Partidul Liberal
PPRM	Partidul Politic Partidul Popular din Republica Moldova
PPM	Partidul „Patrioții Moldovei”
PLD	Partidul Legii și Dreptății
BELP	Blocul Electoral “LISTA POPORULUI”
PPPVE	Partidul politic „Partidul Verde Ecologist”
PPMPA	Partidul politic Mișcarea Populară Antimafie
MSPR	Mișcarea Social-Politică Republicană „Ravnopravie”
PRM	Partidul Renaștere din Moldova
PPCNM	Partidul politic “Casa Noastră – Moldova”
PPDA	Partidul Politic „Democrația Acasă”
PFP	Partidul Politic „Partidul Forța Poporului”
PAD	Partidul Acțiunea Democratică
PLR	Partidul Politic „Partidul Liberal Reformat”
PSRM	Partidul Socialiștilor din Republica Moldova
PR	Partidul Regiunilor din Moldova
PSD	Partidul Social Democrat
PSP	Partidul Popular Socialist din Moldova
PPCD	Partidul Popular Creștin Democrat

Introducere

În septembrie 2010, un grup de deputați au elaborat un proiect de lege¹ care prevede modificarea Codului Electoral prin introducerea unei cote obligatorii de minim 30% pentru reprezentanții celor două categorii de sex în listele de candidați pentru fiecare tip de alegeri. Iar în anul 2013 după multe dezbateri Ministerul Muncii Protecției Sociale și a Familiei a propus introducerea unei cote minime² de reprezentare de 40% alături de cerințe specifice de plasament a candidaților pe listă în dependență de sexul acestora. Ambele proiecte au fost examinate și adoptate în prima lectură la sfârșitul sesiunii de vară a Parlamentului din 2014 însă nu au fost adoptate pentru ca prevederile acestora să se implementeze deplin în cadrul alegerilor locale generale din 2015.

Demersul acestei lucrări constă în încercarea de a analiza nivelul de șanse egale pentru candidații femei și bărbați în campania electorală și efectele neadoptării și neaplicării mecanismului de cote minime de reprezentare în elaborarea listei de candidați.

În acest sens, investigarea noastră a cuprins mai multe direcții:

1. componența de gen a listelor de candidați, înregistrate de concurenții electorali, care s-au antrenat în cursă. Aici realizăm o cronică numerică și structurală a reprezentării ambelor genuri pe listele candidaților la scrutinele locale generale în perioada 2007-2015;
2. reprezentarea genurilor în producția mediatică în timpul campaniei electorale. Această direcție a studiului a urmărit să scoată la iveală unele aspecte ale mediatizării din perspectiva de gen a ofertei politice a partidelor, reflectarea situației în ce măsură potențialul „succes” sau „eșec” poate fi pus pe seama prezenței inegale a genurilor în emisiile mediatică;
3. analiza de conținut a platformelor electorale din perspectiva de gen;
4. studiu sociologic cantitativ (sondaj de opinie). O încercare de a ilustra aportul alegătorului în susținerea sau, dimpotrivă, obstrucționarea unei prezențe mai echilibrate a genurilor în politică.

Procesul electoral va constitui obiectul de bază a acestui studiu, fiind reflectate câteva din laturile de bază:

- reprezentările genurilor în structurile de administrare ale scrutinului;
- reprezentările în listele de candidați;
- reprezentarea în rândul celor aleși;
- reflectarea genurilor în mass media;
- implicarea genurilor în actul votării;
- percepțiile publice cu privire la implicarea genurilor în politică;
- conținutul platformelor din perspectiva genurilor.

Conceptele cheie cu care vom opera:

Gen - instrument conceptual cu ajutorul căruia sunt analizate rolurile, responsabilitățile, constrângerile, șansele și nevoile bărbaților și femeilor în orice context.

¹ Textul proiectului poate fi accesat aici:

<http://www.parlament.md/ProcesulLegislativ/Proiectedeactelegislative/tabid/61/LegislativId/245/Default.aspx>

² Textul proiectului poate fi accesat aici <http://www.particip.gov.md/proiectview.php?l=ro&idd=1178>

Pierderi de gen – diferența între prezența genurilor în rândul candidaților și prezența acestora în rândul celor aleși, o diferență pe care o punem într-un final pe seama genului ca factor care o determină.

I. Listele candidaților în structurile APL: componenta de gen

Analiza cauzei subreprezentării femeilor în domeniul politic indică asupra câtorva factori cauzali, cel mai des invocați și în polemicile pe marginea subiectului:

1. Factorul „partid politic” – subreprezentarea femeilor în politică în urma alegerilor în baza listelor de candidați trebuie căutată în mecanismele și principiile ce stau la baza întocmirii listelor de candidați;
2. Factorul „auto-eschivare a femeilor” – subreprezentarea femeilor în politică este o stare cauzată de rolurile tradiționale „nepublice”: asumate conștient de femei sau vehiculate în mod special pentru a restricționa implicarea femeilor în politică;
3. Factorul „percepții patriarhale ale alegătorului” – politica fiind un proces de luptă pentru reprezentare a cetățeanului este „nevoită” să țină cont de percepțiile pretins patriarhale.

Monitorizările similare efectuate în urma scrutinelor precedente oferă diverse explicații, deseori contradictorii, cu privire la subiectul implicării și prezenței femeilor în politică. Discuțiile cu femeile candidate la funcția de deputat la alegerile parlamentare anticipate din 2010³ au condus la mai multe constatări. Pe de o parte, ponderea femeilor în partidele politice este una semnificativă. Pe de altă parte, vizibilitatea lor este mult mai mare la nivel de regiuni și localități și mai puțin semnificativă în conducerea de vârf. Prezența masivă a femeilor în partide este confirmată și de faptul că majoritatea partidelor mari dispun de organizații de femei.

Cu referire la factorul „partid”, firul elementelor care vin în contradicție poate fi convențional numit „pătrat explicativ din 3 Da și 1 Nu”, care se bazează pe:

- 1) recunoașterea necesității unei prezențe mai sporite a femeilor în politică (și pe listele electorale) și acceptarea realității că prezența acestora pe listele de candidați este mult mai modestă, comparativ cu numărul de femei și gradul lor de implicare în activitatea de partid,
- 2) recunoașterea faptului că femeile {în partid} dispun de experiența și capacitățile necesare pentru a participa în viața politică la același nivel cu bărbații,
- 3) recunoașterea faptului că povara dublă a femeilor în viața de familie reprezintă o barieră pentru implicarea mai activă în viața politică,
- 4) negarea genului drept criteriu de luat în calcul la întocmirea listelor și promovarea candidaților pe liste.

Afirmarea de la urmă încheie „cercul vicios”, care nu recunoaște existența barierelor specifice întâmpinate de femei în ascensiunea lor politică și nu acceptă careva forme de discriminare pozitivă în stare să compenseze situația creată, precum ar fi aplicarea de cote, principiul „fermoarului”, care presupune un bărbat, o femeie, un bărbat, o femeie și altele.

³ „Șanse egale în procesul electoral. Alegerile parlamentare din Republica Moldova (1998-2010)”, Centrul Parteneriat pentru Dezvoltare, 2010

Argumentul „meritocrației” este cel mai des pus în capul mesei atunci când se caută raționamente pentru combaterea aplicării discriminării pozitive întru promovarea unei prezențe mai înalte a femeilor pe listele de candidați în ierarhia formațiunilor politice. Caracterul contradictoriu al acestui „pătrat explicativ” tocmai și poate fi rezolvat prin introducerea în ecuație a elementelor compensatorii.

Partea bună a lucrurilor este că dezbateră publică și politică a problemei respective în Republica Moldova se află dincolo de acest cerc vicios. Necesitatea adoptării cotelor de reprezentare a genurilor pe listele de candidați este, cel puțin, admisă de clasa politică. Pornind de la începuturi, trebuie să menționăm că în Republica Moldova există un set de acte normative care reglementează asigurarea egalității de șanse pentru femei și bărbați, inclusiv în domeniul politic.

Analizii politici consideră că este nevoie de o reprezentare de minimum 30% a femeilor în structurile de vârf ale partidelor politice, dacă ne dorim ca opinia acestora să fie auzită și luată în considerație la adoptarea deciziilor. Recomandarea Rec(2003)3 a Comitetului de Miniștri al CONSILIULUI EUROPEI către statele membre accentuează: „Participarea echilibrată a femeilor și bărbaților înseamnă că reprezentarea atât a femeilor, cât și a bărbaților în orice organ decizional în viața politică sau publică nu trebuie să scadă mai jos de 40%⁴.

Deși prevederile, care impuneau cotele de reprezentare a genurilor pe listele electorale în Legea cu privire la asigurarea egalității de șanse între femei și bărbați, au fost excluse pe parcursul consultării proiectului, dezbaterile pe marginea subiectului au continuat cu intensități fluctuante și continuă până în prezent.

În legislaturile a XVIII-a și a XIX-a a Parlamentului Republicii Moldova, problema „cotelor” a fost dezbătută de câteva ori, discuțiile încununându-se cu includerea unor proiecte legislative pe ordinea de zi a Forumului Constituțional. În septembrie 2010, un grup de deputați au elaborat un proiect de lege, care prevede modificarea Codului Electoral prin introducerea unei cote obligatorii de minimum 30% pentru reprezentanții ambelor genuri în listele de candidați pentru fiecare tip de alegeri. Deși proiectul a fost avizat pozitiv de către Guvern, acesta nu a fost deocamdată examinat și supus adoptării de către Parlament.

În iunie 2014, Legislativul moldovean a votat în prima lectură proiectul de lege nr. 101 care stabilește o cotă obligatorie minimă de 30 la sută de reprezentare a femeilor pe listele electorale. Ulterior, un alt proiect de lege prevedea cota de 40% într-o serie de structuri reprezentative ale statului, printre care și obligația partidelor politice de a respecta această cotă în organele de conducere ale partidului și pe listele de candidați, introducând și specificația „asigurându-se că din fiecare 5 persoane de pe orice segment numeric al listei cel puțin doi aparțin unui sex”.

Din păcate, nici una dintre aceste inițiative legislative nu au ajuns să fie votate în ultima lectură. Legea Nr. 294 din 21.12.2007 privind partidele politice din RM nu conține prevederi care ar condiționa aderarea la formațiunile politice a anumitor grupuri sociale de cetățeni, deci, evident,

⁴[https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec\(2003\)3&Language=lanEnglish](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec(2003)3&Language=lanEnglish)

nu putem vorbi de bariere impuse femeilor prin actele constitutive ale partidelor. Cauzalitatea nivelului de prezență trebuie căutate în mecanismele și procesele ce caracterizează două etape: 1) aderarea cetățenilor la partidele politice și 2) promovarea unui membru concret în cadrul formațiunii. Astfel, cercetarea prestației unui anumit grup social (femeile, în cazul dat) în cadrul partidelor politice, trebuie să reiese din două ipoteze:

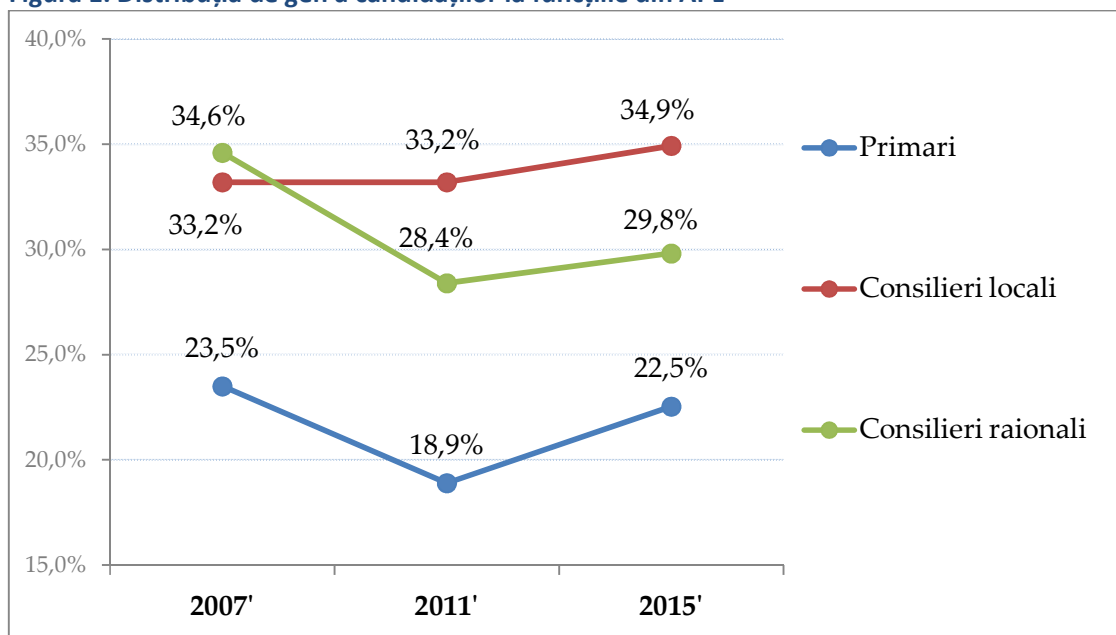
1. Femeile, din varii motive, se implică mai puțin în viața politică, în activitatea partidelor politice. Cifra de aproximativ 30% în rândul candidaților la funcția de deputat de facto ar însemna o proporție echitabilă, adică și în rândul membrilor de partid femeile ar reprezenta circa 30 la sută. În acest caz, evident, am putea constata, că problemele se află în afara formațiunilor politice.
2. Partidele politice în interiorul lor conțin careva bariere specifice pentru femei. În asemenea situații, nivelul de promovare a femeilor pe listele de candidați este disproporționat cu prezența acestora în rândul membrilor de partid.

La ultimele alegeri parlamentare, noiembrie 2014, a fost atins cel mai înalt nivel de prezență a femeilor pe listele de candidați de până acum – 30,5% din totalul concurenților. De remarcat, însă, că creșterea este foarte nesemnificativă în comparație cu scrutinele precedente.

Alegerile generale locale din iunie 2015 au înregistrat o ușoară revenire a ponderii femeilor după scăderea simțitoare la alegerile din 2011, înregistrându-se, totodată, un record de prezență a femeilor pe listele candidaților în consilii locale pentru cele trei scrutine monitorizate – 34,9%. Aceste din urmă alegeri se disting prin încă un indicator: numărul de femei depășește o treime din componența listei.

O altă remarcă de valoare ar fi că la alegerile primarilor tradițional se înregistrează cea mai mică prezență a femeilor. Astfel, în 2015 femei candidate pe listele la funcția de primar au fost doar 22,5% comparativ cu 29,8% în listele pentru consilii raionale și 34,9% pentru cele locale. Deci, aparent, cifrele respective ar induce ideea precum că partidele politice, fie din percepțiile despre „patriarhalismul” alegătorilor, fie din alte motive tind sau „sunt nevoite” să promoveze mai puține femei pentru această funcție personalizată, candidatul la funcția de primar fiind o singură persoană, nu un grup (listă) de persoane.

Figura 1. Distribuția de gen a candidaților la funcțiile din APL

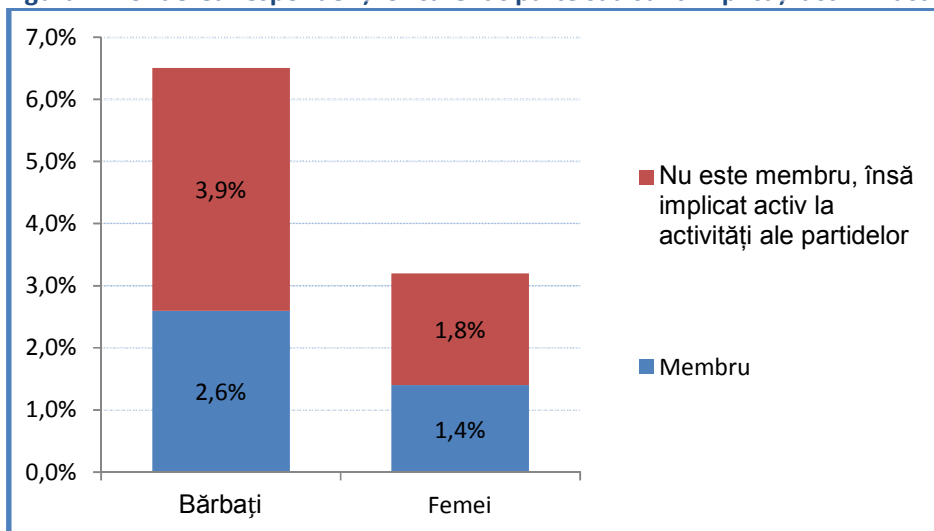


Informațiile disponibile cu privire la nivelul de implicare a femeilor în activitatea partidelor politice sunt incomplete, dar și contradictorii. De asemenea, datele despre caracteristicile efectivului de membri ai partidelor nu sunt disponibile în formă publică.

Un sondaj realizat în septembrie 2012 indică existența unui nivel modest de participare a femeilor în activitatea partidelor politice. La acel moment, din totalul persoanelor (18 ani și mai mult) intervievate, 1,4% femei au anunțat că sunt membre de partid, aproape de două ori mai puțin față de bărbați (2,6%). Analiza implicării brute (sunt membri sau sunt implicați activ în activitatea vreunui partid) demonstrează o discrepanță, practic, dublă – 3,2% femei și 6,5% bărbați.⁵

⁵ http://progen.md/files/5195_1604_raport_participarea_femeilor_sibarbatilor.pdf

Figura 2. Ponderea respondenților care fac parte sau sunt implicați activ în activitatea partidelor politice



Cauzele neimplicării în activitatea partidelor nu diferă substanțial la bărbați și femei. În primul rând, nu sunt evidențiate careva obstacole specifice unui anumit gen. Totuși, astfel de bariere, precum neîncrederea în propriul nivel de instruire („deciziile trebuie luate de persoane bine instruite”), implicarea în viața privată („trebuie să am grijă de copii și gospodărie”), delegarea rolului de implicare în politică soțului afectează femeile într-o măsură mai mare decât bărbații. Pornind de la variația mare a numărului de femei în rândul candidaților, de la partid la partid (de la 10% la 50% în cazul primairilor, vezi figura 4), putem presupune, că și în rândul membrilor de partid această pondere variază foarte mult. Astfel, discrepanța între numărul populației feminine și a celei masculine implicate în activitatea partidelor nu poate fi generalizată pentru toate formațiunile politice care activează pe teritoriul Republicii Moldova.

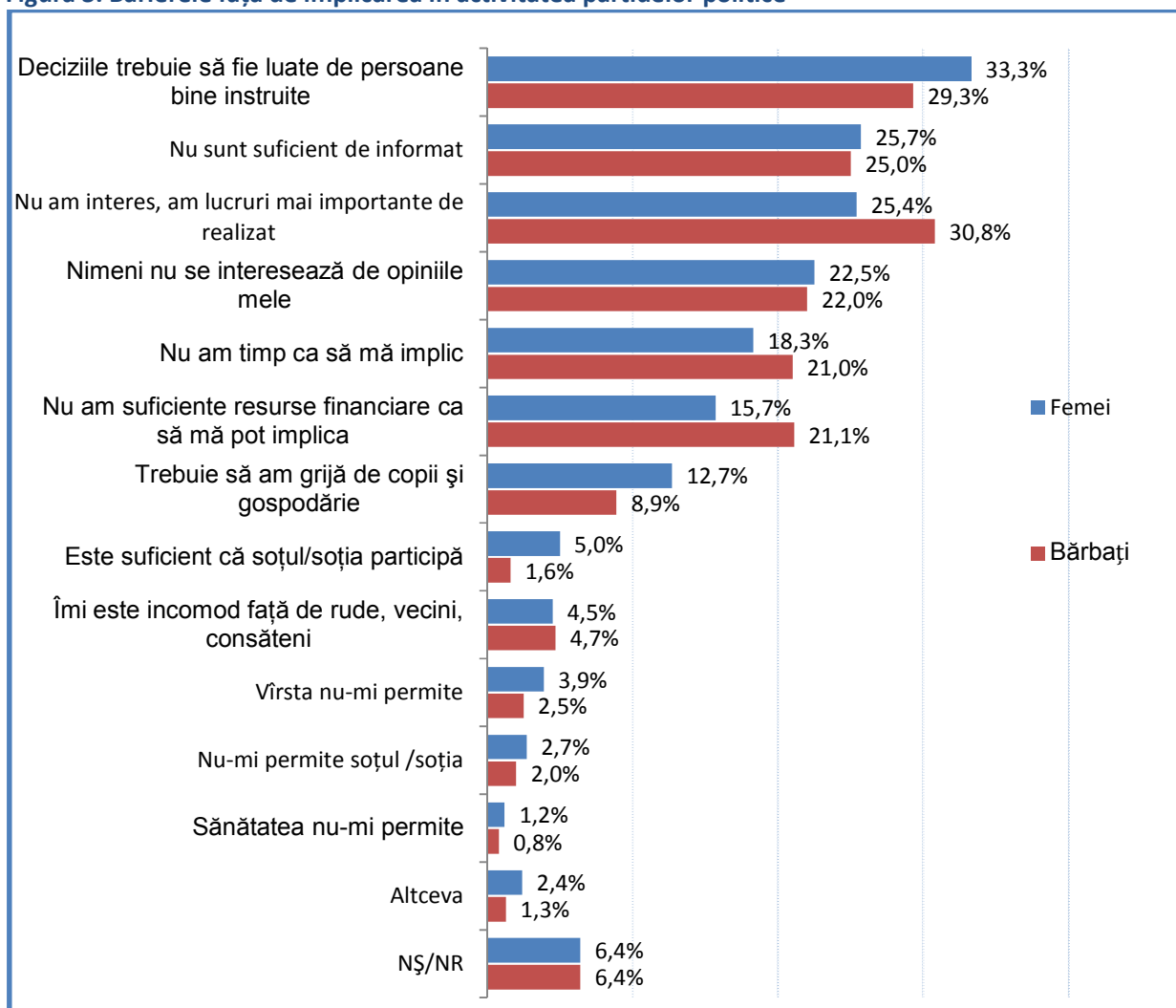
În final, atât componența de gen a membrilor partidelor (concrete), cât motivația și factorii care ipotetic cauzează nivel diferit de implicare a femeilor comparativ cu bărbații, rămân a fi cu multe necunoscute.

Să ne amintim, totuși, despre cele 52% femei printre membrii Partidului Liberal Democrat din Moldova, cifră anunțată oficial de un exponent al formațiunii. În acest caz particular, cu siguranță constatăm o subreprezentare a femeilor membre de partid în listele de candidați, validând, deci, ipoteza despre existența a careva bariere în interiorul partidelor. Dacă insistăm pe analogia între partide (un anumit număr de femei candidate pe listele diferitor partide ar însemna și un nivel similar de membri de partid femei) putem admite, că această ipoteză rămâne valabilă cel puțin pentru câteva dintre partidele parlamentare.

Ascendența politică (clasică!) a unei persoane inevitabil trebuie să fie precedată de o carieră de succes în cadrul partidelor. De aceea, componența de gen a structurilor partinice, la fel, constituie

o preocupare a prezentei monitorizării. Cazurile partidelor parlamentare⁶ arată, că în structurile de conducere ale acestora femeile sunt prezente la un nivel foarte scăzut atât în conducerea centrală, cât și în cea de nivelul 2.⁷

Figura 3. Barierele față de implicarea în activitatea partidelor politice



În toate cele cinci partide Parlamentare liderii sunt bărbați. O situație similară se înregistrează și în cazul secretarilor generali de partid. Într-un singur organ de partid (Curtea de Etică a PLDM), femeile sunt prezente în număr egal cu bărbații. La fel, într-un singur caz (secretarii organizațiilor teritoriale ale PLDM), femeile reprezintă peste o treime, mai exact patru din zece secretari. În alte situații, atât pe partide cât și pe poziții în structuri, femeile sunt în minoritate, mai puțin de o treime.

⁶În baza informațiilor (până la nivelul conducerii organizațiilor teritoriale) disponibile pe paginile web al formațiunilor. Datele pentru PCRM nu sunt disponibile pe pagina web.

⁷ idem

Așadar, la un prim nivel de ascensiune politică – în cadrul formațiunilor politice – femeile rămân în umbră. Cauzele acestui fenomen necesită investigații dedicate și specifice.

În ce privește listele de candidați, constatăm că prezența femeilor este mai înaltă decât în cadrul structurilor de partid, inclusiv ale celor teritoriale.

Alegerile primarilor

Pentru a oglindi aspectele de gen în alegerile primarilor, am analizat datele privind candidații la funcția de primar pe un eșantion de 128 de primării din 31 unități administrativ teritoriale, inclusiv municipiile Chișinău și Bălți și UTA Găgăuzia, cuprinzând în total 753 candidați la funcția de primar.

Reamintim, că femeile sunt o minoritate absolută în rândul candidaților la funcția de primar, constituind doar 22,5%. O tendință pozitivă o constituie revenirea la nivelul înregistrat în 2007 (23,5%), după scăderea acestui indicator în alegerile locale din 2011 (18,9% din candidați).

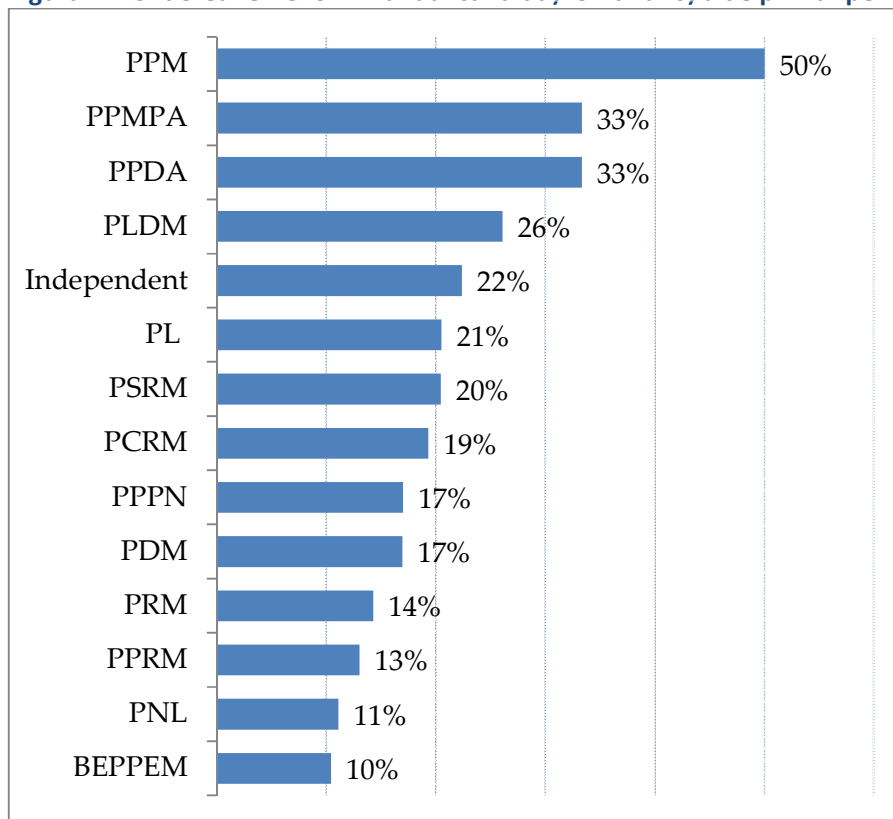
Pe scena politică există diverși actori – partide, femei, alegători etc. Formațiunile politice, însă, reprezintă actorii în stare să promoveze sau să restricționeze accesul unor anumite grupuri la lupta electorală.

Aceasta se produce prin numirea candidaților formațiunilor pentru funcția de primar într-o localitate sau alta. Deși în cazul alegerilor pentru primar votul este puternic „personificat”, deciziile luate de formațiuni formează, cel puțin, corpul candidaților, deoarece candidații independenți reprezintă o parte mică din totalul pretendenților (pe eșantionul nostru doar 8.9%).

La alegerile locale generale din 14 iunie 2015, cota femeilor a variat de la o formațiune politică la alta – de la 0% (11 formațiuni) până la 100% (2 formațiuni). Menționăm, că formațiunile cu asemenea indicatori nu fac parte din top, ne referim la rezultatele alegerilor și la nivelul de implicare a acestor partide (număr mic de candidați înaintați). În cazul celorlalte formațiuni, variația este cuprinsă între 10% femei candidate (BE ”Platforma Populară Europeană din Moldova”) și 50% (Partidul „Patrioții Moldovei”). De remarcat, că dintre partidele victorioase în acest scrutin, doar PLDM se află peste media generală a femeilor candidate (6%).

Prezența femeilor în rândul candidaților independenți este apropiată de cea generală – 22%.

Figura 4. Ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de primar pe formațiuni politice



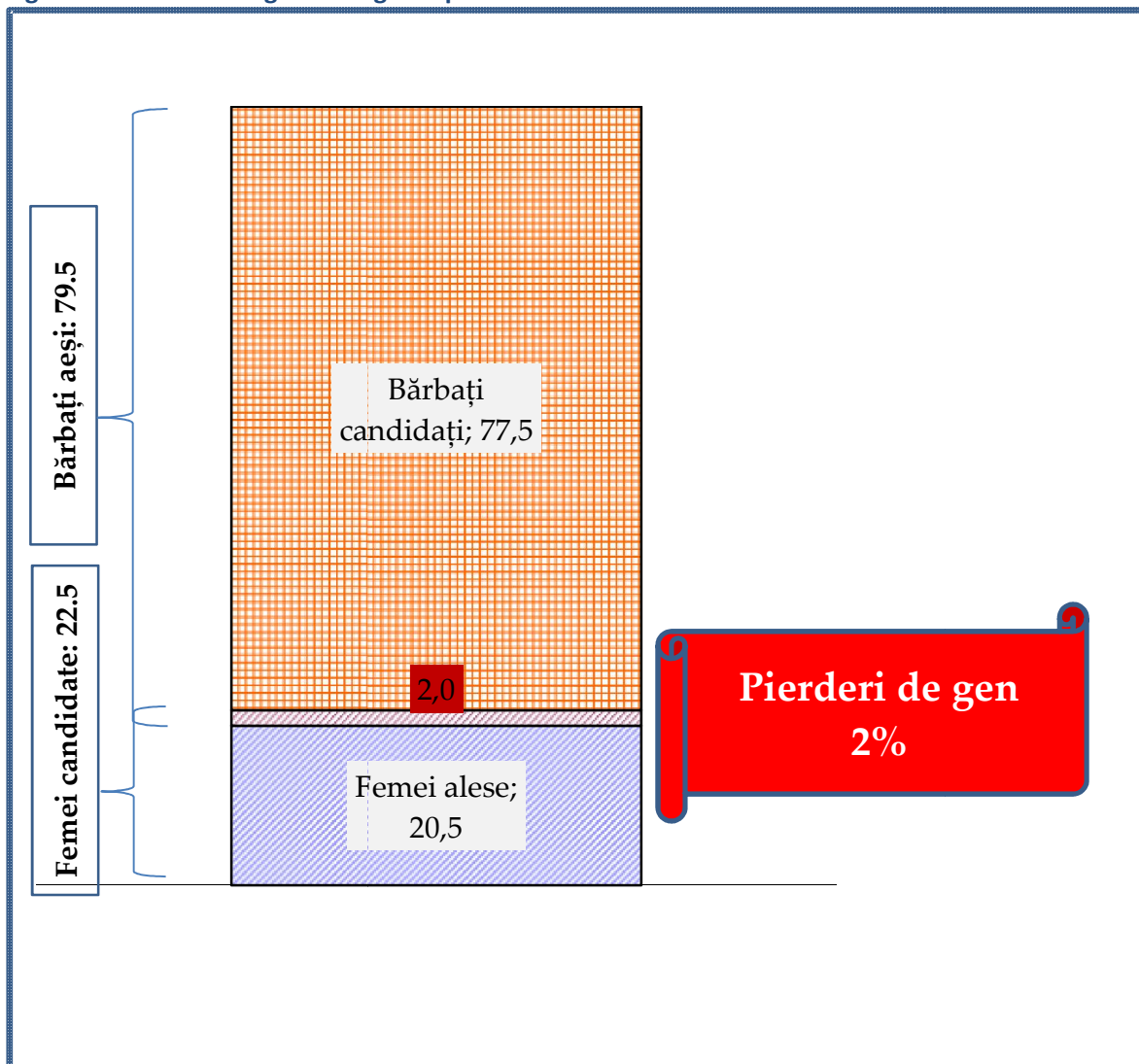
În urma alegerilor locale generale din 2015 s-a înregistrat următorul rezultat: din totalul de 897 de primari aleși, femeile constituie 20,5%.

Calculând diferența dintre procentul femeilor în rândul candidaților pe listele unui sau altui partid și procentul de femei în numărul învingătorilor din partea acestui partid, obținem valoarea pierderilor de gen.. Acest indicator exprimă în mod direct competitivitatea femeilor în raport cu bărbații în lupta electorală dar și mai important, disponibilitatea alegătorului de a vota o femeie sau de a nu ține cont de genul candidatului în determinarea opțiunii de vot.

Valoarea pierderilor de gen în aceste alegeri este de 2.0 puncte procentuale.

Datele, în principiu arată, că aportul alegătorilor la restricționarea accesului femeilor în funcții electivă este unul aproape NUL. Mai mult ca atât, tendințele sunt și mai optimiste, la alegerile locale din 2007 pierderile de gen au constituit 5.5%, fiind de câteva ori mai mari, iar în 2011 au înregistrat 1,5 puncte procentuale.

Figura 5. Pierderile de gen la alegerea primarului



Alegerile în consiliile locale și raionale

Alegerile locale oferă posibilități imense pentru analiza prezenței femeilor în politică. În primul rând, prin șansa de a analiza comparativ alegerea în funcții diferite, fiind disponibile trei trepte în acest sens. Ne-am referit inițial la cea mai „personalizată” treaptă, alegerile primarilor. Treapta de personalizare medie o constituie alegerile consilierilor locali, în special, în comunitățile mici. În acest caz, factorul politic este mai important decât la alegerea primarului, deși voturile se acordă pentru o listă de candidați. Deoarece în sate oamenii se cunosc bine, calitățile personale ale candidaților joacă un rol semnificativ.

Ultima treaptă, alegerea consiliului raional, este cel mai politizat proces în cadrul unor alegeri locale, deoarece voturile sunt acordate pentru listele înaintate de formațiuni politice, iar marea majoritate a candidaților nu este cunoscută personal alegătorului.

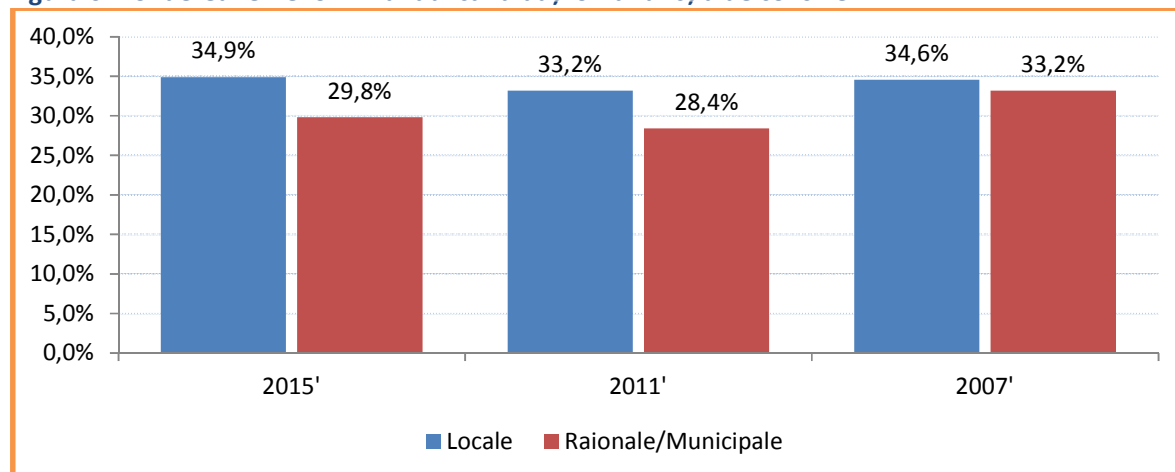
Analiza componenței listelor de candidați pentru consilii locale este realizată în baza unui eșantion de 128 primării din 31 unități teritorial-administrative, inclusiv municipiile Chișinău și Bălți și UTA Găgăuzia. În total, baza de date conține 9931 candidați în consilii locale.

Analiza listelor pentru consiliile raionale este realizată pe un eșantion de 31 unități administrativ-teritoriale, inclusiv municipiile Chișinău și Bălți, conținând 8221 candidați.

În rândul candidaților la consilii locale la ultimele alegeri femeile au constituit 34,9%, deci peste o treime, cifră enunțată de mai multe ori, inclusiv și de reprezentanți ai formațiunilor politice parlamentare, drept un obiectiv necesar foarte important.

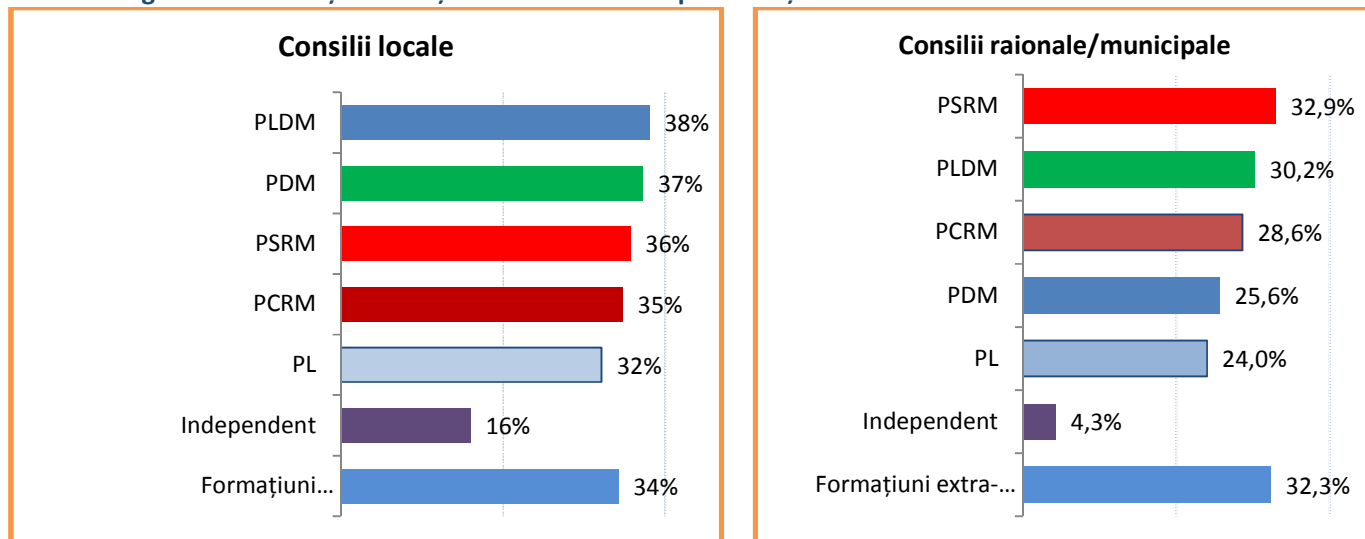
Pe listele de candidați pentru accederea în consiliile raionale și municipale ponderea femeilor a constituit 29,8 la sută.

Figura 6. Ponderea femeilor în rândul candidaților la funcția de consilier



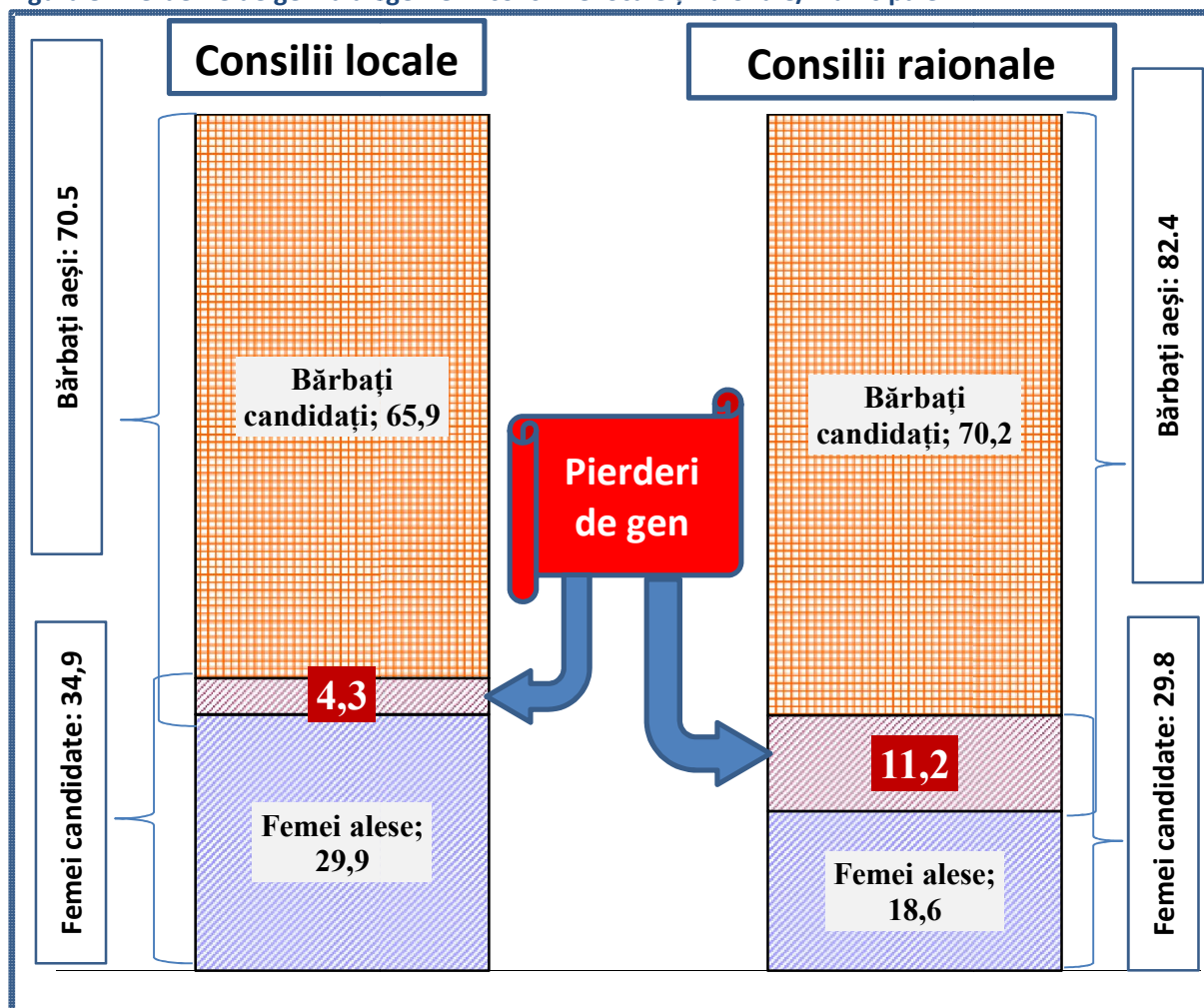
Alta e situația în cazul candidaților independenți. Femeile au reprezentat 16% în acest grup. Anticipând lucrurile, constatăm că aici s-au înregistrat pierderi de gen minime, deoarece femeile constituie 16 la sută din consilierii independenți aleși.

Figura 7. Candidații la funcția de consilier local pe formațiuni



Astfel, în consiliile locale nou alese femeile constituie 29.9%, iar în cele raionale/municipale 18.6%. Pierderile de gen în alegerile pentru consiliile locale constituie 4.3%, iar în cele raionale/municipale 11.2%, în ambele cazuri rezultatele fiind în defavoarea femeilor.

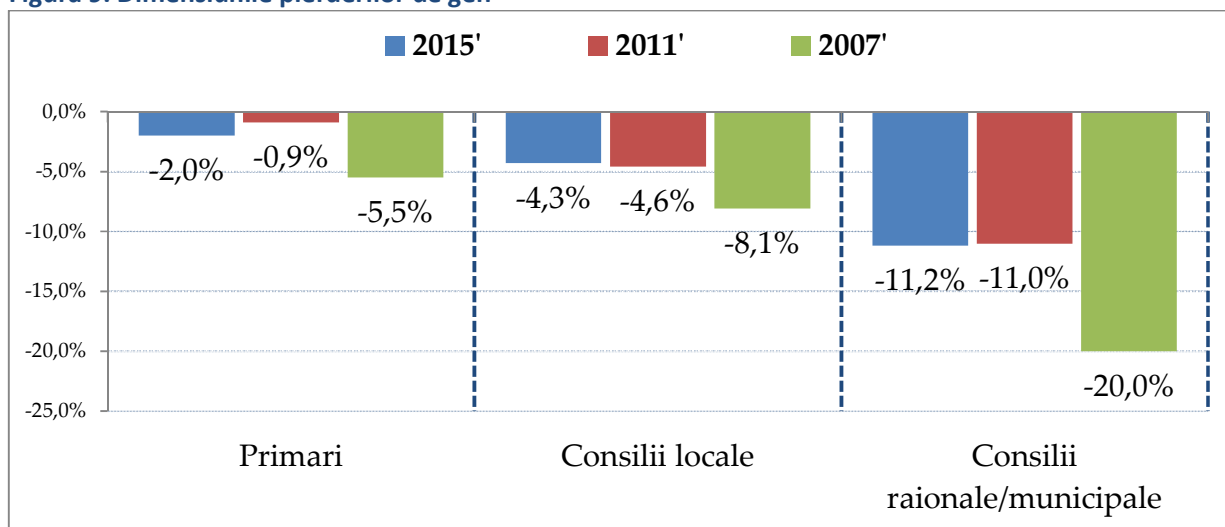
Figura 8. Pierderile de gen la alegerile în consiliile locale și raionale/municipale



În 2015 se mențin progresele înregistrate față de alegerile din 2007, când pierderile de gen au constituit 8.1% pentru consilii locale și 20% pentru cele raionale/municipale. Totodată, consemnăm cu regret, că rezultatele din 2015 sunt mai joase ca cele din 2011.

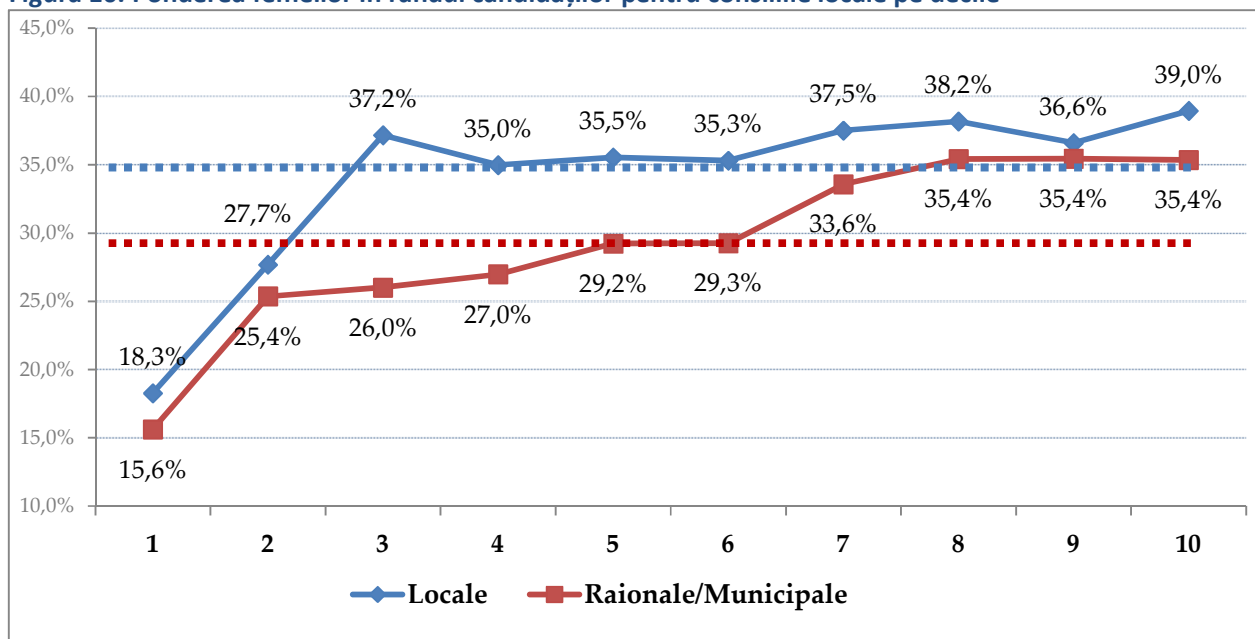
În ultimul alineat ne vom referi la „actorul” alegător. Figura de mai jos ilustrează pregnant că odată cu reducerea gradului de „personalizare” a funcției electivă, pierderile de gen cresc. Alegătorii decizând cărui concurent să-i acorde votul, practic nu dezavantajează femeile. Aici contează cât de bine ei cunosc persoana, mai puțin importă genul. Astfel, cele mai mari pierderi de gen sunt înregistrate în alegerile consiliilor locale, cu cel mai mic grad de „personalizare”, când majoritatea alegătorilor nu cunosc persoanele de pe listele de candidați și votează formațiunea care înaintează candidații.

Figura 9. Dimensiunile pierderilor de gen



Din punct de vedere matematic pierderile de gen, în cazul în care votul este exercitat asupra listelor de candidați, se bazează pe două dimensiuni: prezența generală și locul de plasare pe liste. Poziționarea pe liste a bărbaților și femeilor este tradițional neuniformă și în defavoarea ultimelor. În figura 10 listele de candidați sunt divizate în zece părți egale (decile), în funcție de locurile de pe listă. Decila 1 ar reprezenta 10% din primele locuri de pe listă. Se observă foarte clar, că pe locurile din top, cu cele mai mari șanse de accesare, femeii practic nu există.

Figura 10. Ponderea femeilor în rândul candidaților pentru consiliile locale pe decile



Dacă în totalul candidaților în consilii locale femeile constituie 34,9%, apoi pe primele poziții pe liste acestea pot fi întâlnite aproape de două ori mai puțin – 18,3%. La fel și în cazul consiliilor

raionale/municipale – 29,8% în total, iar în fruntea listei (decila 1) doar 15,6%. Este logic să conchidem, că întregul mecanism își are izvorul în procesele interne ale partidelor.

Reflecții asupra pierderilor de gen

Revenind la impactul celor trei factori, la care ne-am referit mai sus – „partid”, „femei” și „alegător”, trebuie să iunem în evidență câteva concluzii:

1. Datele oferite de monitorizare demonstrează pregnant impactul aproape nul al factorului „alegător”. Genul candidatului nu se regăsește printre argumentele pentru decizia de vot. Atunci când alegătorul votează o persoană (primar), cunoscând evident genul acesteia, pierderile de gen sunt minime. Și, dimpotrivă, cu cât gradul de personalizare a alesului scade, iar alegătorul nu cunoaște personal candidați pentru care votează, pierderile de gen cresc.
2. În cazul factorului „femeie” lucrurile nu sunt atât de evidente. Datele disponibile despre implicarea femeilor în activitatea partidelor sunt insuficiente și contradictorii. Chiar dacă admitem, că prezența femeilor în partide ar fi de o treime (datele sugerate de rezultatele studiului „Participarea femeilor și bărbaților din Republica Moldova în procesul decizional” din 2012⁸), oricum se înregistrează o prezență nejustificat de mică a acestora în structurile de vârf ale partidelor.
3. În cazul factorului „partid” impactul este foarte vizibil. În primul rând, subliniem că tradițional femeile sunt subreprezentate în rândul candidaților la funcția de primar. Din activul local disponibil, partidele manifestă tendință de a înainta bărbați la funcția de primar, iar femeile sunt plasate mai degrabă pe listele de consilieri. O altă observație ar fi că, la fel tradițional, în rândul candidaților în consiliile raionale regăsim mai puține femei decât în listele pentru consilii locale, deci, odată cu sporirea importanței politice a organului ales bărbații sunt favorizați. Și nu în ultimul rând, factorul „partid” se face matematic responsabil de fenomenul pierderilor de gen care dezavantajează femeile, partidele politice plasând neuniform și în defavoarea femeilor candidații pe liste.

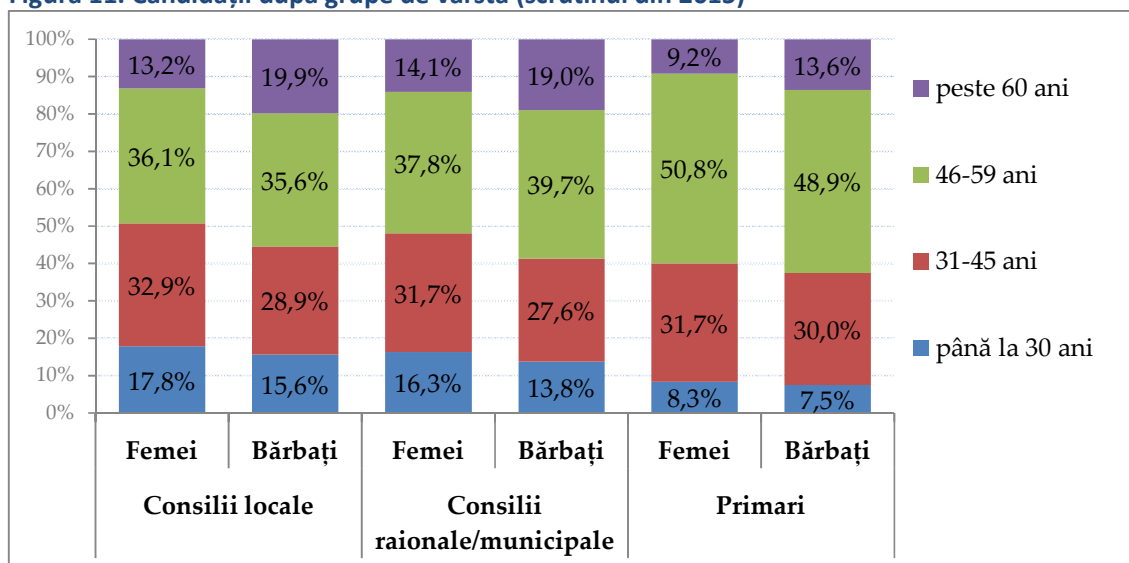
⁸ http://progen.md/files/5195_1604_raport_participarea_femeilor_si_barbatilor.pdf

Unele aspecte socio-demografice

Listele candidaților, înregistrate la Comisia Electorală Centrală, nu furnizează prea multe date care ne-ar permite să reflectăm asupra chestiunii privind raportarea între discriminare și meritocrație. Atestăm însă, între cele două grupuri – femei și bărbați – diferențe în ceea ce privește vârsta acestora.

Distribuția pe grupe de vârstă atestă faptul că femeile care figurează pe listele candidaților la funcțiile de primar sau consilieri sunt ceva mai tinere, comparativ cu bărbații.

Figura 11. Candidații după grupe de vârstă (scrutinul din 2015)



II. Componenta de gen în reflectarea campaniei electorale în media televizată

Comunicarea și prezența în mass media reprezintă una din condițiile substanțiale în succesul electoral.

La examinarea prezenței genurilor în politică, inevitabil ajungem să punem în discuție spațiul mediatic. Accesul egal la mass media constituie un factor cheie pentru o luptă politică corectă. Subprezența femeilor deseori este explicată prin faptul, că politicul în spațiul mediatic este masculinizat, ceea ce alimentează percepțiile publice despre inadmisibilitatea femeilor pe această arenă.

În acest context, monitorizarea sub aspectul de gen a alegerilor locale generale din iunie 2015 și-a propus furnizarea de date cu privire la prezența genurilor în producția mediatică. Monitorizarea a vizat patru tipuri de produse mediatice (știri, spoturi electorale, talk-show-uri, dezbateri electorale) pentru perioada 28 octombrie – 29 noiembrie 2014, rulate de către 12 posturi televizate cu cel mai înalt nivel de vizionare:

1. Accent TV
2. Canal 2
3. Canal 3
4. Moldova 1
5. N4
6. Prime
7. ProTV
8. Publika TV
9. Realitatea TV
10. REN_TV
11. RTR Moldova

ruate de către 12 posturi televizate cu cel mai înalt nivel de vizionare:

12. Accent TV
13. Canal 2
14. Canal 3
15. Moldova
16. N4
17. Prime
18. ProTV
19. Publika TV
20. Realitatea TV
21. REN_TV
22. RTR Moldova
23. TV7_HTB

Prin respectiva acțiune de monitorizare am încercat să găsim răspunsuri la o serie de întrebări legate de promovarea femeilor prin intermediul emisiunilor televizate. În primul rând, am intenționat să estimăm nivelul de prezență a femeilor în general în mass media televizată pe parcursul campaniei electorale și corelarea acestuia cu numărul de femei în partide și pe listele de candidați.

În al doilea rând, reieșind din faptul că numele persoanelor care participă la dezbateri și în spoturi este decisă de partidele politice, iar protagoniștii știrilor și ai talk-show-urilor sunt selectați de echipele manageriale ale posturilor TV, am decis să examinăm aceste patru tipuri de producție. Astfel, putem conchide, că nivelul de prezență a femeilor în dezbateri și spoturi vine din racordarea partidelor la principiile egalității de gen, iar participarea la știri și talk-show-uri reflectă respectarea acestor principii, precum și a o serie de cerințe profesionale, de către posturile TV.

Primul nivel de referință în reflecția cu privire la echilibrul și echitatea de gen în prezentarea mediatică îl va constitui comparația cu ponderea genurilor pe listele electorale, dar și pe primele poziții pe listă. Astfel, dacă prezența unuia dintre genuri va fi una sub acest nivel, putem constata dezavantajări și disproporții de gen în oglindirea campaniei.

Dezbaterile electorale

În total, au fost supuse monitorizării 56 de dezbateri electorale televizate, plus 10 emisii repetate ale acestora, care au rulat în perioada 20 mai – 12 iunie 2015, timpul sumar al emisiiei constituind 46 ore 55 minute. La aceste dezbateri au participat 133 de reprezentanți ai concurenților electorali.

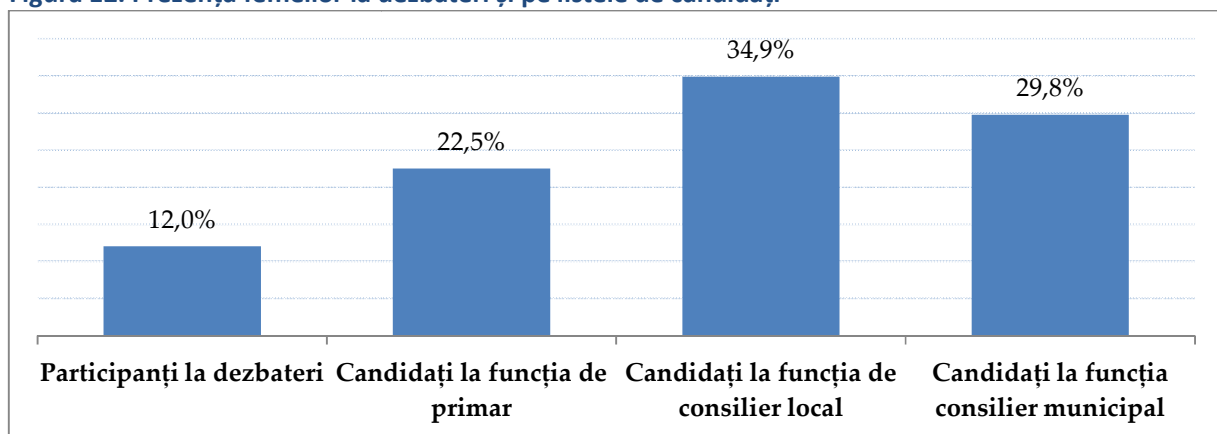
Tabelul 1. Parametrii cantitativi ai monitorizării

Parametru	Cantitate
Numărul de unități monitorizate, inclusiv rulările repetate	66
Perioada monitorizării	20 mai – 12 iunie 2015
Timpul total de emisie	46 ore 55 minute
Numărul total de participanți	133 persoane

Dezbaterile electorale sunt emisiuni anunțate, cu un orar prestabilit din timp, cu respectarea unui număr egal de invitați din partea fiecărui concurent electoral. În cazul în care prezența femeilor, reprezentante ale formațiunilor politice, va fi similară celei din listele de candidați, vom putea constata aceeași abordare și la selecția membrilor pentru a participa la dezbateri.

Cu regret, rezultatele prezentei monitorizări arată o participare a femeilor în platouri chiar mai joasă decât pe listele electorale. Din cei 133 de participanți la dezbateri doar 12,0% persoane au fost femei, deci aproape de două ori mai puțin decât pe listele de candidați la funcția de primar și aproape de trei ori mai puțin comparativ cu listele de candidați în consilii locale.

Figura 12. Prezența femeilor la dezbateri și pe listele de candidați

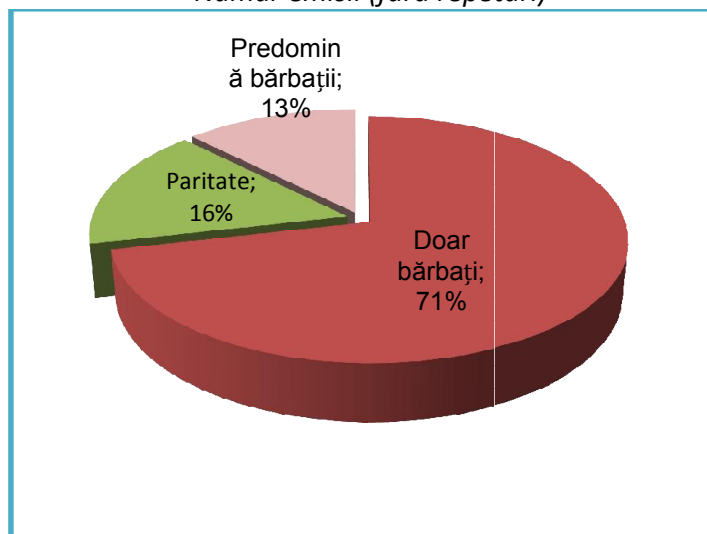


Din cele 56 dezbateri desfășurate (fără a lua în calcul emisiile repetate), femeile au participat doar în cadrul a 16 emisiuni (prezentă cel puțin o femeie), pe când bărbații au dominat la toate. Ca și distribuție procentuală, bărbații participă în 100% cazuri, iar în 71% la dezbateri sunt prezenți doar bărbați.

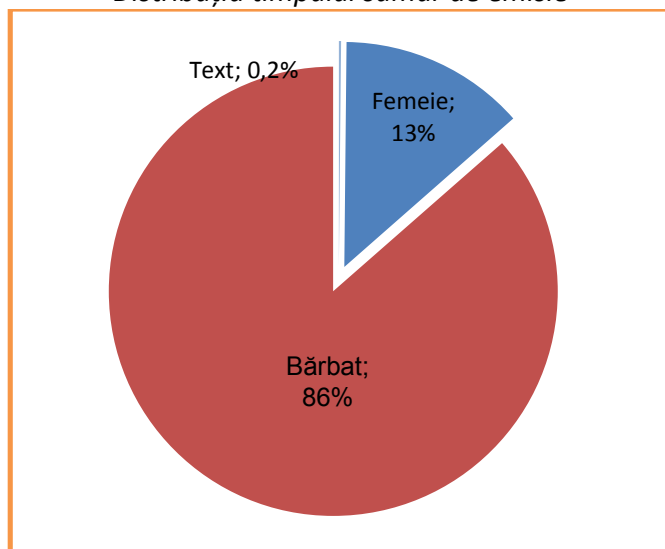
Din numărul total al dezbaterilor, 29% au fost mixte, distribuțiile fiind în dezavantajul femeilor. Bărbații au predominat numeric în 13% emisiuni. În 16% dezbateri numărul femeilor a fost egal cu cel al bărbaților. Predominația numerică a femeilor nu a fost fixată nici la o dezbateri. Din totalul celor aproape 47 ore de emisie, femeile au avut la dispoziție doar 13% din timp, pe când bărbații 86%.

Figura 13. Prezența genurilor la dezbateri

Număr emisii (fără repetări)



Distribuția timpului sumat de emisie



Așadar, constatăm o oportunitate absolut disproporționată acordată femeilor în promovarea formațiunilor politice pe care le reprezintă în cadrul dezbaterilor electorale, fapt care poate fi determinat de:

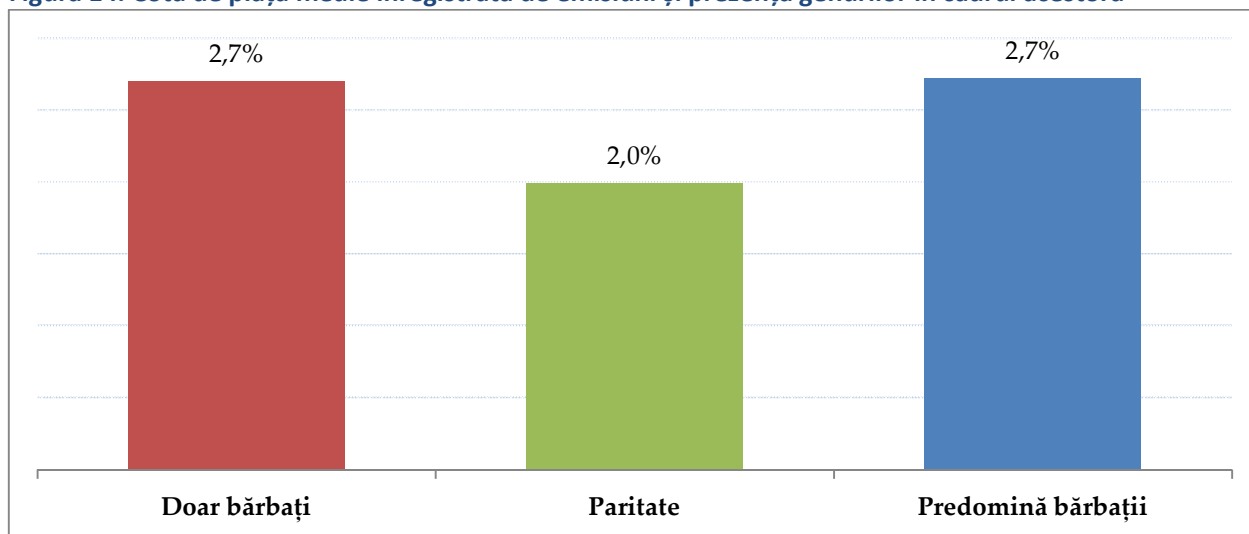
- Abordări inadecvate în cadrul partidelor cu privire la desemnarea reprezentanților săi,

- Lipsa standardelor și a eforturilor de menținere a unei cote de prezență a femeilor în propria producție mediatică a posturilor TV,
- Existența a careva factori care, posibil, le fac pe femei să refuze participarea la dezbateri.

Un alt aspect important, constatat de prezenta monitorizare, este existența unei variații foarte înalte în funcție de prezența femeilor la dezbateri și cota parte pe piața mediatică de moment a emisiunii. Cota de piață medie reprezintă procentul estimat al telespectatorilor care au privit o anumită emisiune din total telespectatorilor tuturor emisiunilor TV la acel moment⁹.

Emisiunile monitorizate au ocupat, în general, 2,14% din piața TV medie pentru perioadele de rulare a dezbaterilor electorale. Dezbaterile la care au participat doar bărbați și cele la care ultimii au dominat numeric, au înregistrat o cotă de piață vizibil mai mare (2,7%) decât cele la care a fost înregistrată o paritate numerică între bărbați și femei (2,0%).

Figura 14. Cota de piață medie înregistrată de emisiuni și prezența genurilor în cadrul acestora



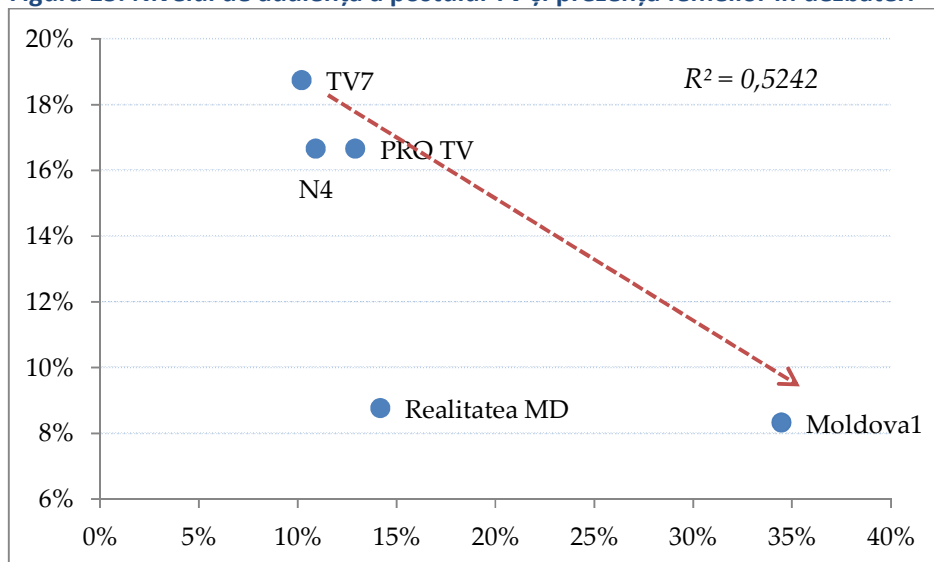
Matematic, pe lângă prestația participanților la dezbateri, această variație poate fi influențată și de:

1. Nivelul general de popularitate a postului TV, care găzduiește dezbateri.
2. Specificul plasării în grila de emisie a emisiunii concrete. Astfel, cota de piață medie depinde foarte mult de emisiunile difuzate la aceeași oră de alte posturi TV. O dezbateri electorală pusă pe post la ora când pe alt canal TV rulează o emisiune mult mai populară (ex., finala unui campionat de fotbal), are toate șansele să înregistreze o cotă de piață mult mai mică.
3. Preferințele telespectatorului, ceea ce ar presupune că alegătorii evită emisiunile cu prezență feminină, este greu de imaginat.
4. Și nu în ultimul rând, tendința partidelor de a desemna bărbați pentru dezbaterile la posturile percepute ca fiind mai populare.

⁹ Market Share (Cota de piață – SHR%) reprezintă raportul procentual dintre numărul mediu de telespectatori (RTG%) ai unei emisiuni (sau interval orar) a unei stații TV și numărul mediu de telespectatori de pe TOATE stațiile TV, calculat pentru același interval orar (sau emisiune).

Nu dispunem de dovezi incontestabile care ne-ar permite să afirmăm sau infirmăm existența și impactul acestui ultim factor. În schimb, monitorizarea actuală a furnizat date care ne oferă dreptul să susținem, că prezența femeilor în dezbateri corelează negativ cu ratingul dezbaterilor. Compararea cu ratingurile generale indică faptul că postul TV, care a atins cel mai înalt rating (Moldova 1), a înregistrat o prezență foarte joasă a femeilor în platou.

Figura 15. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în dezbateri



Reach (RCH%) reprezintă numărul de telespectatori DIFERITI care au vizionat cel puțin un minut dintr-o emisiune TV sau interval orar analizat.

Spoturile electorale

În total, au fost supuse monitorizării 368 de spoturi electorale, puse pe post în mai – iunie 2015. Numărul total de rulări monitorizate a constituit 6140, timpul sumar al emisiilor alcătuind 53 de ore 56 minute.

Tabelul 1. Parametrii cantitativi ai monitorizării

Parametru	Cantitate
Numărul de unități monitorizate	368
Numărul de rulări monitorizate	6 140
Perioada monitorizării	14 mai – 13 iunie 2015
Timpul total de emisie	53 ore 56 minute

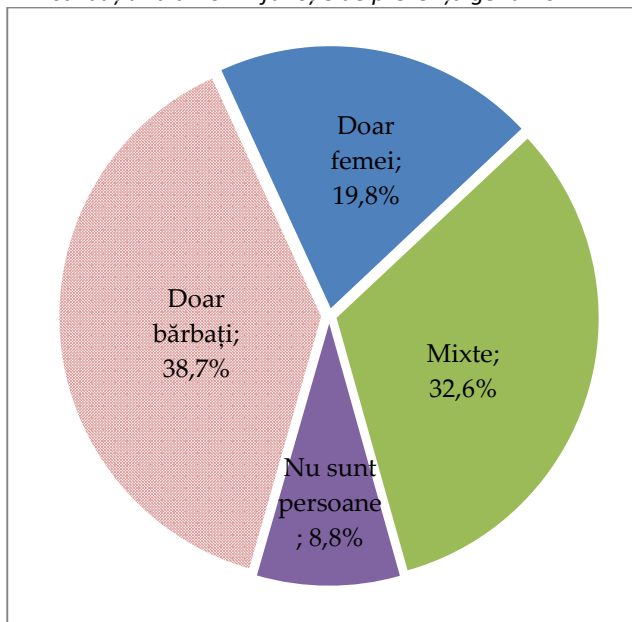
Dacă în cazul dezbaterilor, posturile TV ar putea solicita partidelor, cel puțin teoretic, participarea echitabilă a reprezentanților ambelor genuri, apoi conținutul spoturilor electorale în întregime este decis de partide.

Din cele 368 spoturi electorale analizate, care au fost puse pe post de circa 6 mii de ori, 38,7% prezentau în exclusivitate bărbați în calitate de eroi principali, frecvența fiind de două ori mai mare decât la femei (19,8%).

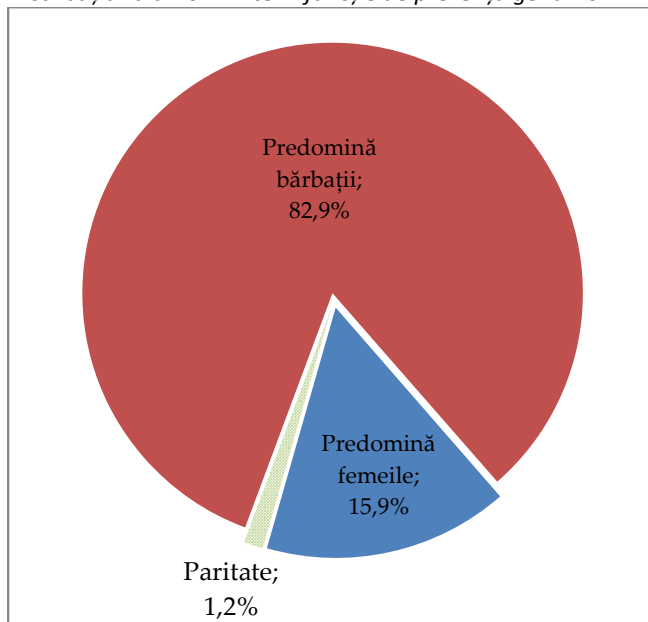
În cazul celor 32,6% spoturi cu prezențe mixte, bărbații ocupă 82,9%, iar femeile doar 15,9%.

Figura 16. Prezența genurilor în calitate de eroi principali în spoturi

Distribuția rulărilor în funcție de prezența genurilor



Distribuția rulărilor mixte în funcție de prezența genurilor



Nivelul de prezență a femeilor în spoturile partidelor politice este puternic influențat de genul candidaților înaintați la funcția de Primar General al Mun. Chișinău. Din patru formațiuni politice în

spoturile cărora regăsim doar bărbați toate au avut înaintați bărbați în calitate de candidați în circumscripția respectivă.

Unicul concurent electoral, în spoturile cărora au fost prezentate preponderent femeile a avut o femeie în calitate de candidat la funcția de primar (PSRM).

De remarcat că și Comisia Electorală Centrală, organul, care s-ar părea, trebuie să fie abilitat cu supravegherea respectării echității și echilibrului de gen de partidele lansate în campania electorală și, prin urmare, ar trebui să fie etalon în acest context, în spoturile sale, a promovat preponderent bărbați.

Figura 17. Prezența genurilor în spoturile rulate (după concurenți electorali)

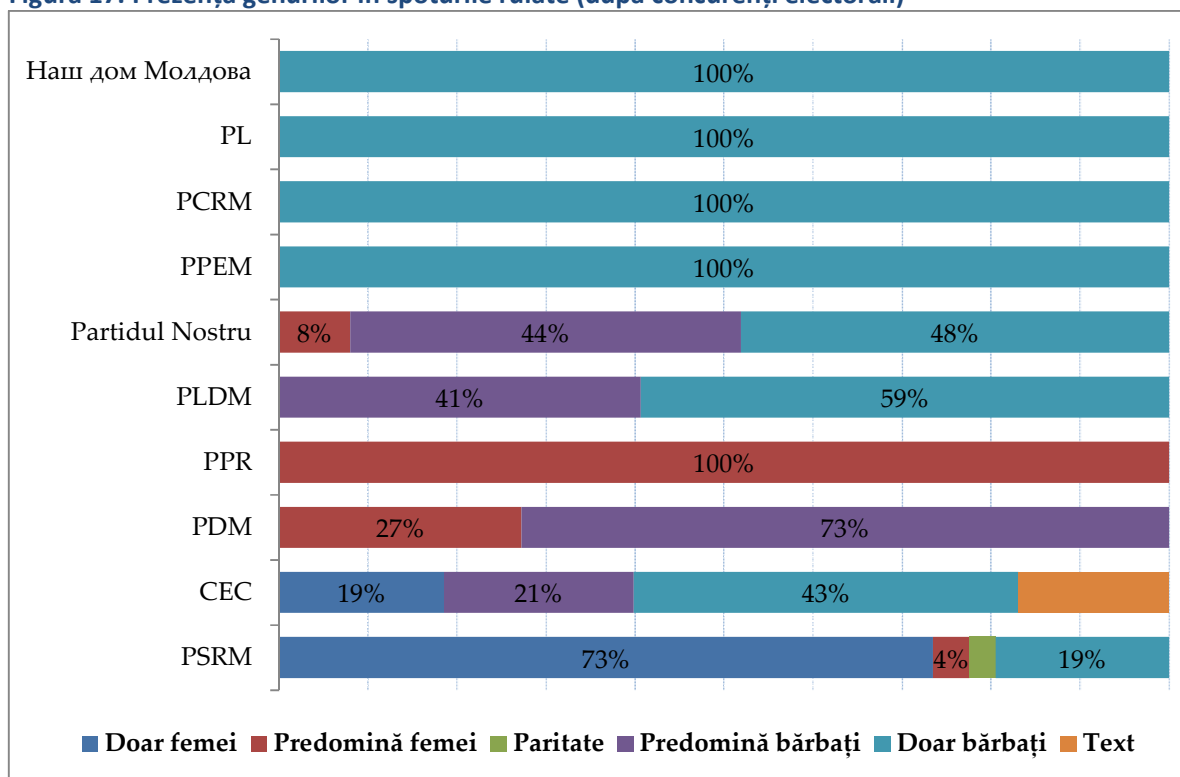
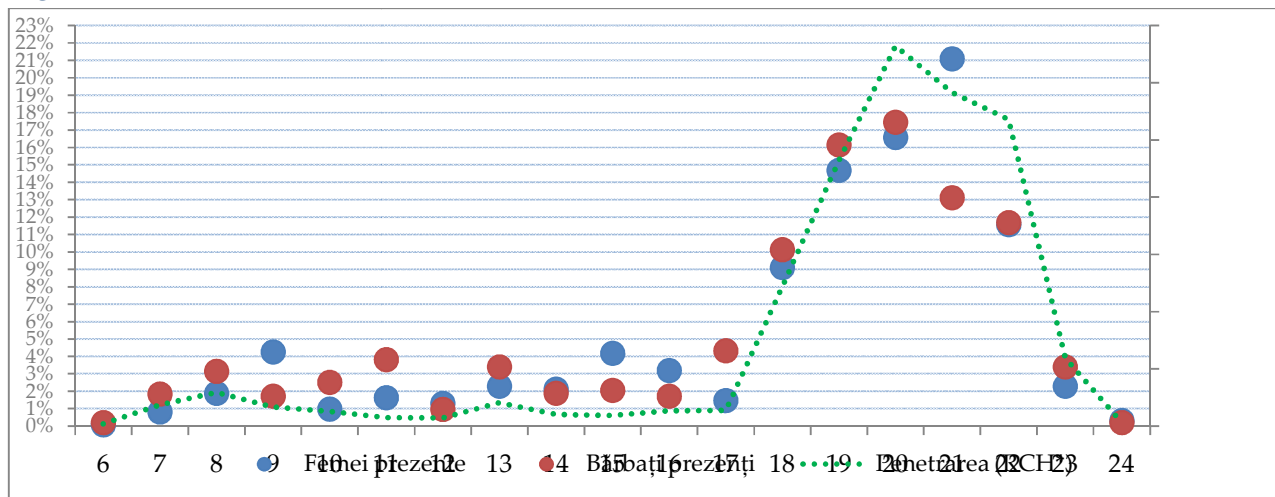


Figura 19 prezintă relația între genul eroilor în spoturi și perioada zilei în care acestea au fost puse pe post. Presupoziția este că rulările în afara orelor de penetrare maximă au un impact mai mic asupra publicului, astfel genul din spoturile promovate mai intens în orele de audiență maximă este avantajat.

Defavorizarea femeilor din perspectiva plasării spoturilor cu prezența acestora în grila de emisie, constatată la alegerile parlamentare din 2014¹⁰, nu este atestată și în campania electorală din 2015. Ușoara dezavantajare a femeilor, produsă între orele 18:00 – 20:00 este compensată de faptul că la ora 21:00 au fost rulate 21% din toate spoturile cu femei eroi principali comparativ cu 13% spoturi cu bărbați eroi principali. Sumar, în intervalul de vârf (orele 18:00 – 22:00) au fost plasate 73% spoturi cu bărbați eroi principali și 69% spoturi cu femei.

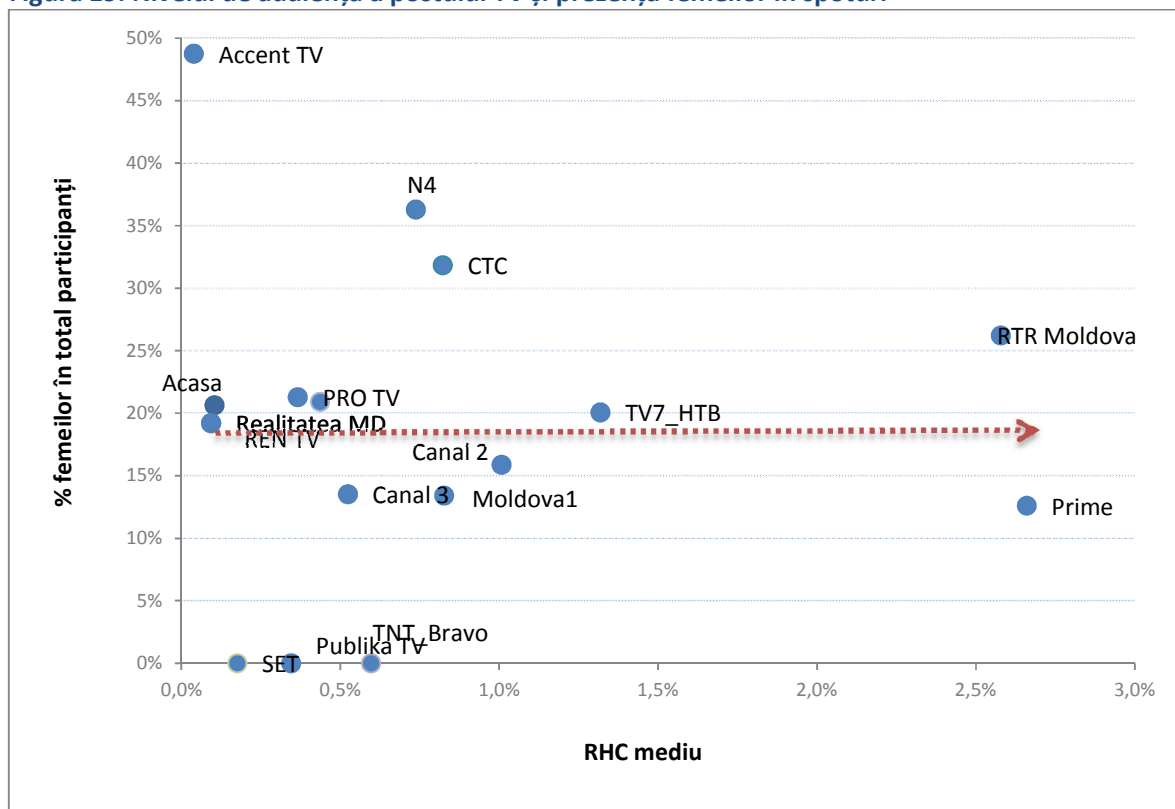
¹⁰ http://progen.md/files/6842_raport_final_alegeri_2014.pdf

Figura 18. Nivelul de audiență a spoturilor și prezența genurilor în cadrul acestora în funcție de perioada zilei



În acest context, se constată lipsa de corelație între ratingul general al postului TV și genul eroilor din spoturile rulate. Deci nu este prezentă tendința de plasare a spoturilor cu femei protagoniste preponderent pe posturile TV cu o audiență mai mică sau invers.

Figura 19. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în spoturi



Talk-show-uri

În total, au fost supuse monitorizării 117 emisiuni de tip talk-show (prime-time – orele 19:00-23:00) de la 9 posturi TV, cu timp total de emisie de 209 ore 49 minute.

Tabelul 2. Parametrii cantitativi ai monitorizării

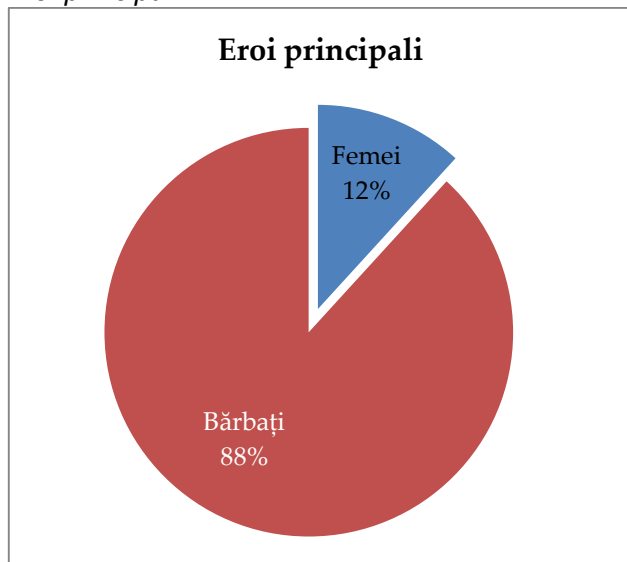
Parametru	Cantitate
Numărul de emisii monitorizate	117
Numărul de emisii repetate monitorizate	132
Perioada monitorizării	14 mai – 12 iunie 2015
Timpul total de emisie	209 ore 49 minute

Marea majoritate a talk-show-urilor, realizate de televiziunile din RM, abordează teme aferente politicii. Cu atât mai mult, când e vorba de campania electorală. Toate cele 117 de emisiuni monitorizate, fără excepții, au vizat acest domeniu, fie că tratau tema alegerilor, fie că aspecte apropiate, cu conotații directe asupra politicului din țară.

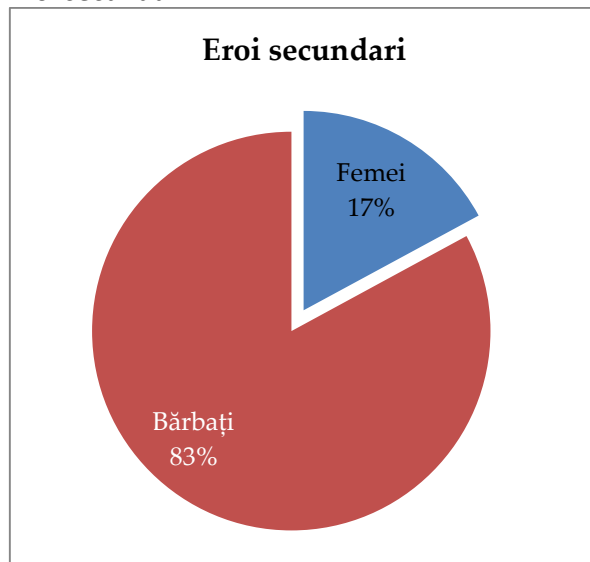
La talk-show-uri, decizia asupra componenței participanților, care urmează a fi invitați, aparține în exclusivitate postului TV, prezența genurilor fiind în cazul dat decisă doar de echipa de redacție. Reieșind din cifre, constatăm la talk-show-uri cea mai mare discrepanță de gen în rândul participanților dintre toate tipurile de emisiuni vizate până acum. Femeile practic lipsesc din platouri. Din participanții la cele 117 emisiuni (plus 132 rulări repetate) doar 12% dintre eroii principali și 17% dintre cei secundari au fost femei.

Figura 20. Prezența genurilor la talk-show-uri

Eroi principali

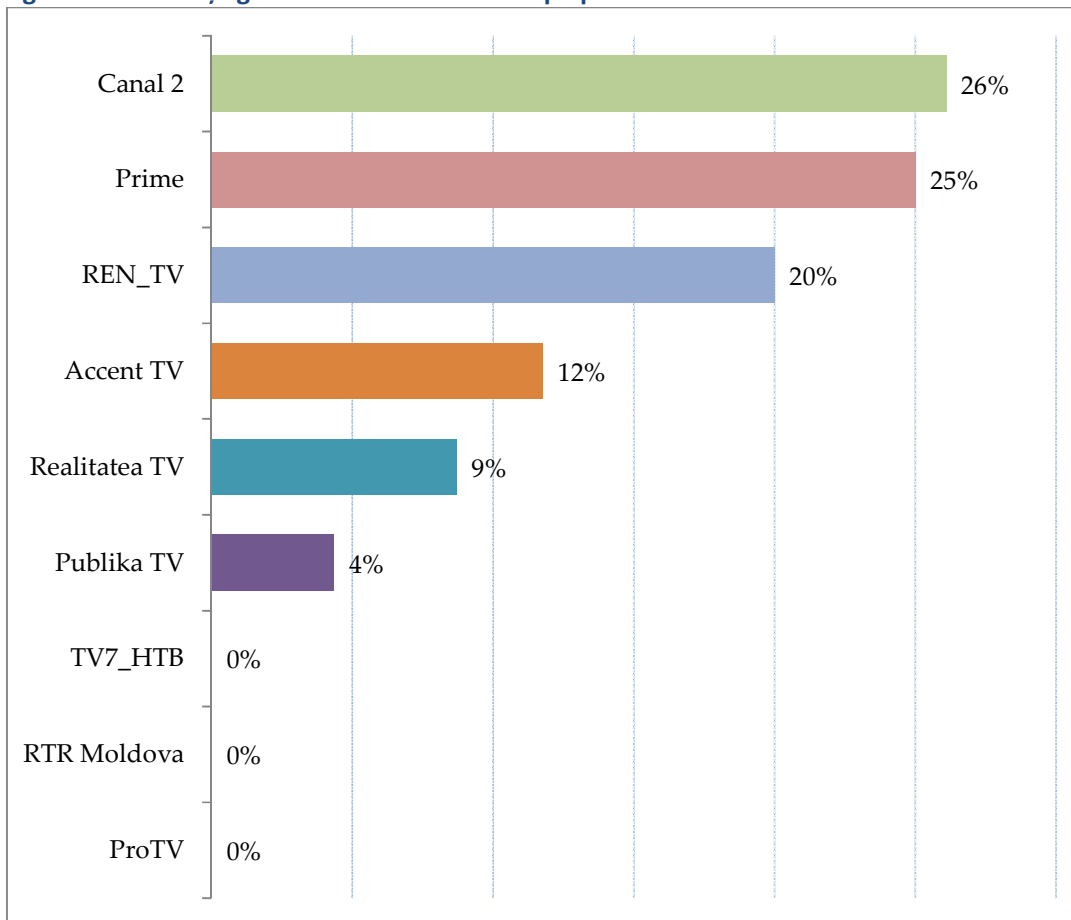


Eroi secundari



Din zece posturi TV, emisiunile cărora au fost monitorizate, trei nu au avut nici o femeie invitată în luna precedentă zilei de scrutin. De exemplu, prezența maximă a femeilor în emisiile Canal 2 constituie 26%.

Figura 21. Prezența genurilor la talk-show-uri pe posturi TV



Jurnale de știri

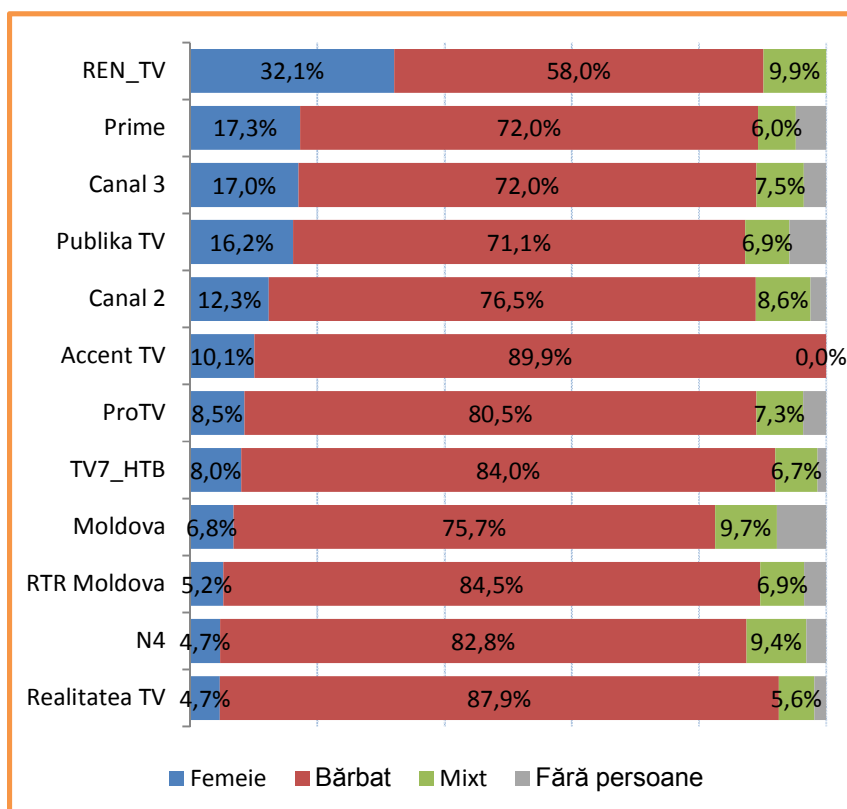
În total, au fost supuse monitorizării 466 jurnale de știri (prime-time – orele 17:00-23:30) de la 12 posturi TV. Au fost analizate 1525 știri cu timp total de emisie de 42 ore 42 minute.

Tabelul 3. Parametrii cantitativi ai monitorizării

Parametru	Cantitate
Numărul de jurnale monitorizate	466
Numărul de reportaje monitorizate	1525
Perioada monitorizării	14 mai – 13 iunie 2015
Timpul total de emisie	42 ore 42 minute

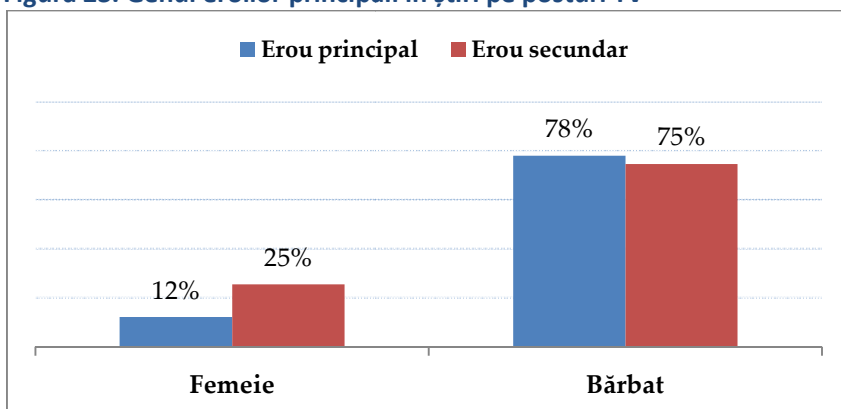
Știrile sunt dictate, într-o mare măsură, de evenimentele curente, deși mult spațiu de manevră rămâne și la discreția jurnalistului. Aici, la fel, există discrepanțe în defavoarea femeilor. Doar în 12 la sută din apariții în calitate de erou principal au fost prezentate femei, iar în cazul eroilor secundari acestea au constituit 25%.

Figura 22. Genul eroilor principali în știri



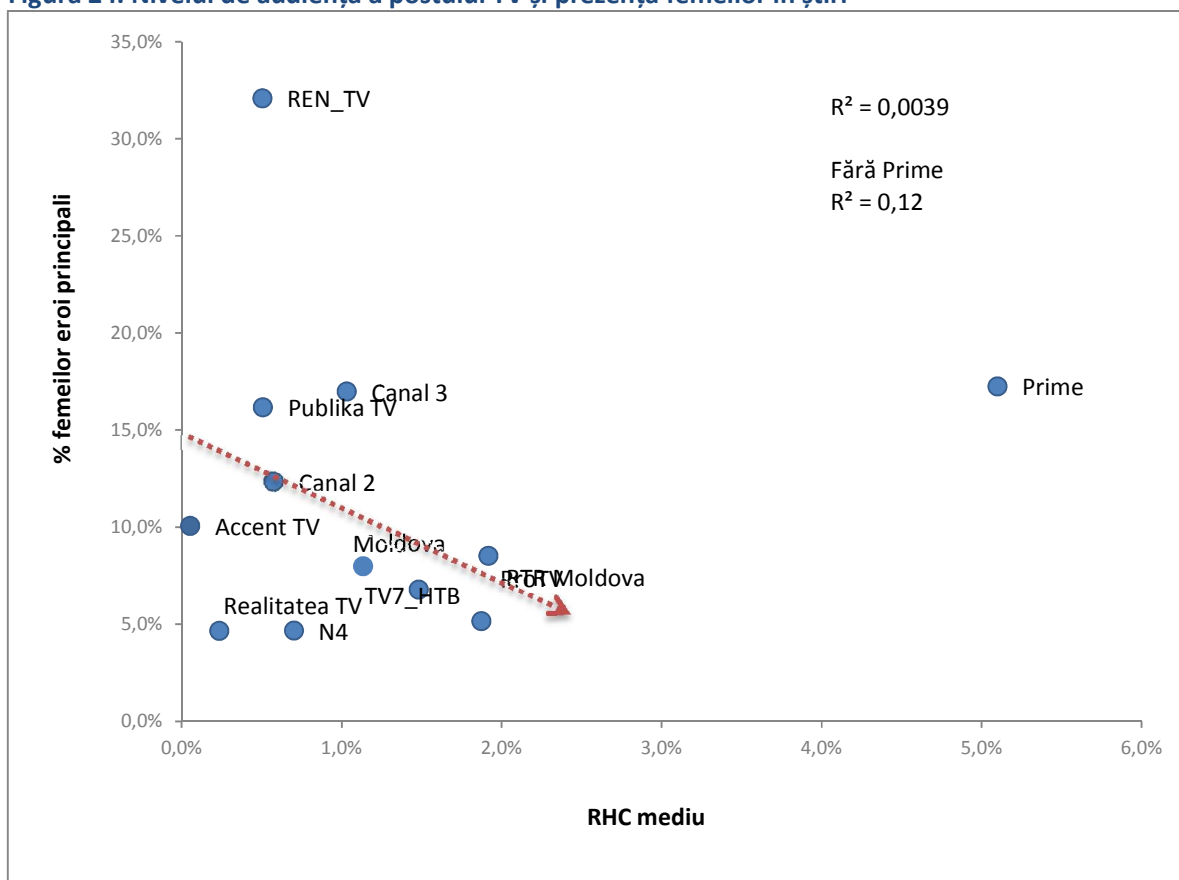
Variațiile între posturile TV sunt cuprinse între 4,7% și 32,1% femei în calitate de eroi principali în buletinele de știri. Deci, la toate posturile TV, majoritatea știrilor au avut în calitate de protagoniști bărbați.

Figura 23. Genul eroilor principali în știri pe posturi TV



Posturile cu audiențe mai sporite oferă femeilor spațiu mai limitat în cadrul știrilor.

Figura 24. Nivelul de audiență a postului TV și prezența femeilor în știri



III. Componenta de gen în reflectarea campaniei electorale în media scrisă

Monitorizarea producției mediatice scrise și online a cuprins perioada 29 mai – 12 iunie 2015, ceea ce corespunde ultimelor 2 săptămâni a campaniei electorale.

A fost studiat conținutul a 125 de articole publicate în 10 ziare:

1. Adevărul Moldova
2. Аргументы и Факты
3. Cuvîntul
4. Экономическое Обозрение
5. Jurnal de Chișinău
6. Комсомольская Правда в Молдове
7. Moldova Suverană
8. Săptămâna
9. Timpul
10. Unghiul

Și 320 de articole plasate de 10 ediții online:

1. www.agora.md
2. www.hotnews.md
3. www.jurnal.md
4. www.point.md
5. www.protv.md
6. www.sputnik.md
7. www.trm.md
8. www.noi.md
9. www.unimedia.info
10. www.kp.md

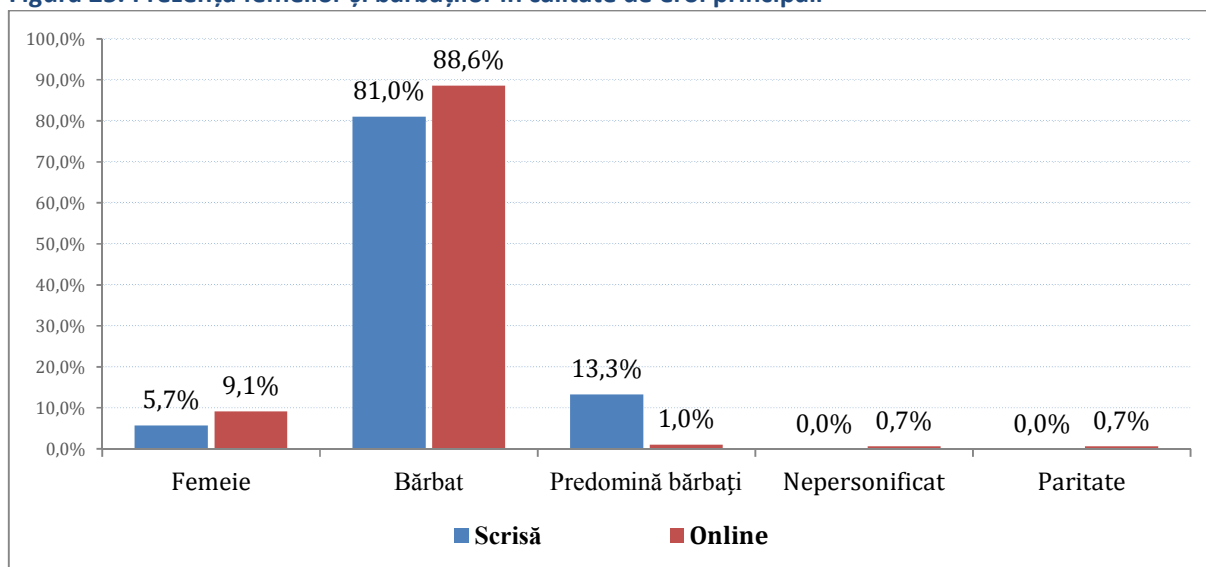
Analiza prezenței genurilor în producția mediatică scrisă și online, la fel, se bazează pe comparația sau, mai bine zis, pe proporționalitatea frecvenței femeilor în electorală (listele de candidați).

Reamintim, că în alegerile locale din 2015, printre candidații la funcțiile de primari, se regăseau 22,5% femei, în consiliile locale – 34,9%, iar în cele raionale – 29,8%.

Din numărul total al articolelor din media scrisă și online, respectiv 84% și 96%, erau centrate pe persoane. Și în acest caz, la fel se constată că femeile sunt prezentate disproporționat în comparație cu prezența lor pe listele de candidați. Doar 5,7% din articolele din media scrisă și 9,1% din cea online aveau o femeie în calitate de erou principal. Raportul dintre numărul de articole cu eroi principali bărbați versus eroi principali femei este de 1 la 14 (deci, bărbații sunt prezentați de 14 ori mai frecvent) în media scrisă și 1 la 10 în media online.

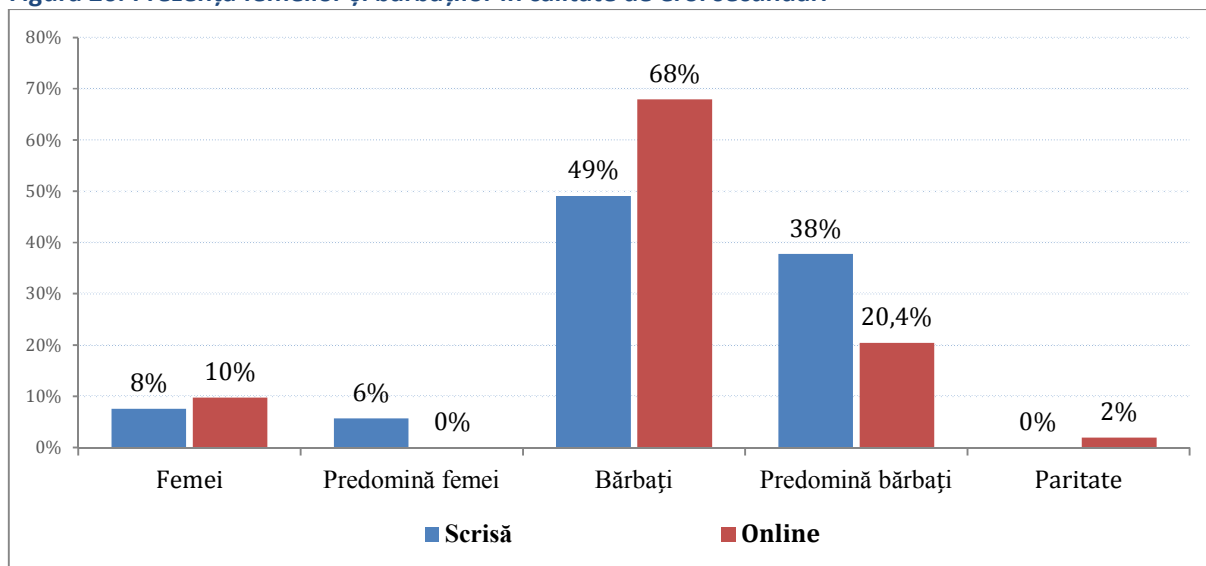
În articolele cu prezențe mixte, la fel, predomină numeric bărbații, coraportul total fiind și mai disproporționat în defavoarea femeilor.

Figura 25. Prezența femeilor și bărbaților în calitate de eroi principali



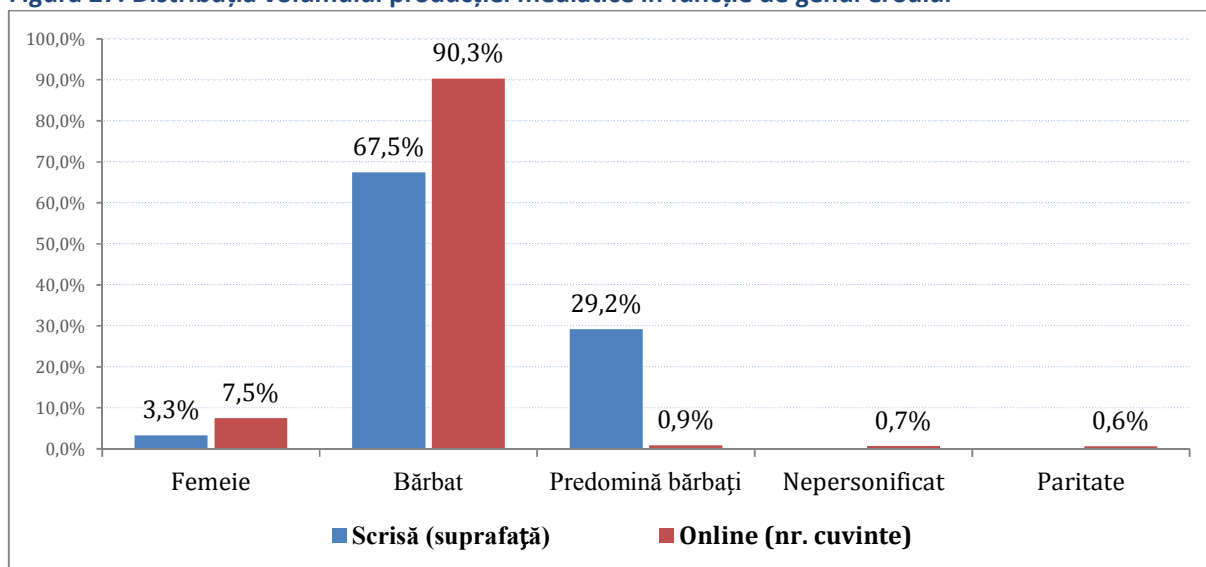
Nu diferă substanțial situația și în cazul eroilor secundari. Sumar, femeile predomină numeric în 14% din articolele din presa scrisă și 10% din cea online. Predomină numeric bărbații în 87% articole din presa scrisă și 88% din cea online. Deci, femeile sunt mult sub nivelul prezenței pe liste, coraportul femei/bărbați fiind foarte detașat în defavoarea primelor.

Figura 26. Prezența femeilor și bărbaților în calitate de eroi secundari



Un alt element relevant: articolele cu eroi principali femei sunt mai mici ca volum mediu și, de regulă, plasate mai spre sfârșitul ziarului. Astfel, articolele cu femei eroi principali în media scrisă constituie 5,7% din numărul total de articole, însă ca și procent din volumul total acestea ocupă doar 3,3%. În mass-media online, numărul de articole constituie 9,1% din total și 7,5% ca și volum.

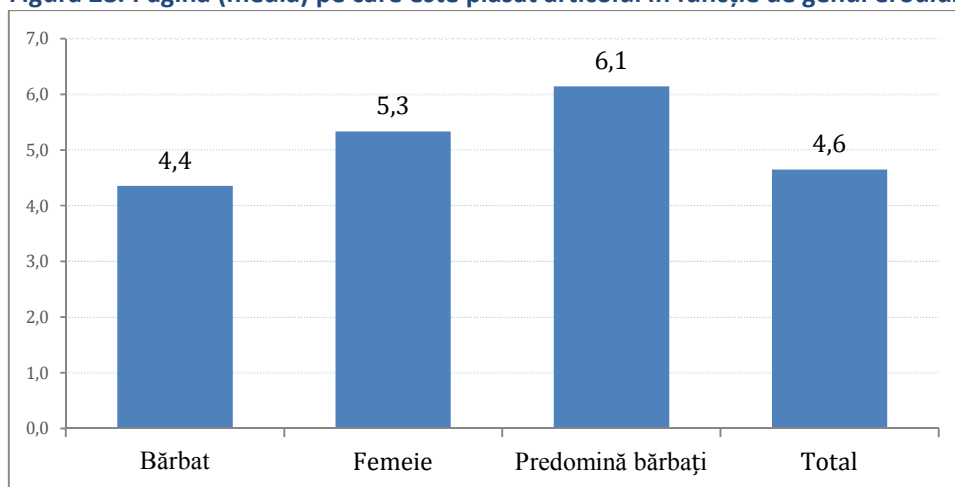
Figura 27. Distribuția volumului producției mediatice în funcție de genul eroului



În media scrisă un articol cu protagonist bărbat este în mediu plasat cu o pagină mai în față (media 4,4) decât articolul cu femeie (media 5,3).

Din totalul articolelor cu bărbați, 14% au fost publicate pe primele pagini. Menționăm în mod special, că nici un articol cu erou femeie nu a fost plasat în primele pagini.

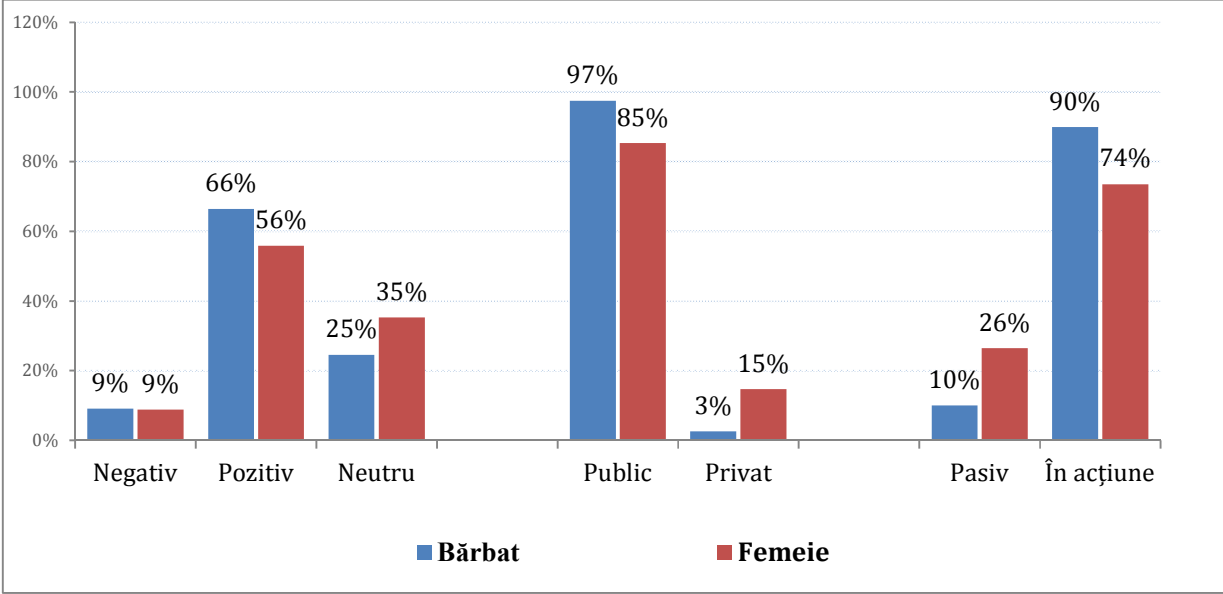
Figura 28. Pagina (media) pe care este plasat articolul în funcție de genul eroului



Un alt element important în impactul producției mediatice ține de statutul în care eroii principali sunt prezentați. Evident, în campania electorală sporește prezența eroilor – candidați, politicieni – cu statut standard de personaj public. Astfel, ca regulă, atât bărbații cât și femeile eroi principali sunt reflectați preponderent pozitiv, în plan public, generatori de acțiuni. Totuși, tradițional și aici există discrepanțe, statutul (pozitiv/public/în acțiune) fiind mai des asociat bărbaților. Pentru confirmare, 15% femei eroi principali sunt arătate în plan privat, de 5 ori mai des decât în cazul

bărbaților. La fel, 26% femei apar în calitate de eroi pasivi, adică obiect al unei acțiuni, nu generator de acțiune, comparativ cu doar 10% eroi principali bărbați.

Figura 29. Imaginea eroului principal



IV. Aspecte privind averea candidaților

Unul dintre factorii deseori invocați în explicarea sub-reprezentării femeilor în politică, este discrepanța între genuri în ceea ce privește independența economică. Este cunoscut faptul, că pe piața muncii remunerarea medie a bărbaților este mai înaltă. În anul 2014, salariul mediu net lunar pe piața muncii a constituit 3189 lei în cazul femeilor și 3630 lei în cazul bărbaților.

Astfel, salariul mediu al femeilor a constituit 88% din salariul unui bărbat. De remarcat, că în sectorul bugetar se atestă un nivel mai mare de discriminare decât în cel privat. Salariul mediu ale femeilor în sectorul de stat constituie 79% din salariul bărbaților, iar în sectorul privat 92%. Impactul acestor discrepanțe este amplificat și de implicarea neuniformă a genurilor pe piața muncii: femeile sunt concentrate în sectorul bugetar – 64% din forța de muncă față de 43% în sectorul privat.

În consecință, din cauza modului de stabilire a mărimii pensiei, puternic dependente de venitul impozitat, femeile iar sunt discriminate. În anul 2014, pensia medie a unei femei constituia 76% față de cea a bărbaților. Fenomenul dependenței economice în familie tradițional are față feminină.

În sistemul politic, care, în general, este puțin transparent, în mod special în finanțarea formațiunilor politice și a campaniilor electorale, poate fi, evident, admisă existența relației între capacitățile financiare și evoluția de carieră în cadrul partidelor și, eventual, în funcții administrative.

În rândul candidaților la funcții de primar, venitul mediu declarat de pretendente femei constituie 115,5 mii de lei, o treime *din mijloacele* bărbaților (177,9 mii de lei).

Deși marea parte a venitului persoana o are din salarii la locul de muncă de bază și prin cumul, discrepanțele pe piața muncii, descrise mai sus, se resimt. Veniturile salariale constituiau 72% din totalul venitului mediu al femeilor și doar 55% în cazul bărbaților.

Sursele cu ponderi importante, în cazul bărbaților, sunt veniturile din înstrăinarea sau deținerea valorilor mobiliare și a cotei părți în capitalul social al societăților comerciale (28%), pe când în cazul femeilor 24% din venituri provin din plăți sociale din buget: pensii, burse, indemnizații, premii. Deci, și în acest caz constatăm o dependență economică a femeilor mai pronunțată.

Tabelul 4. Date privind veniturile declarate de candidații la funcția de primar

	Femei		Bărbați	
	MDL	%	MDL	%
Locul de muncă de bază	78335	68%	91986	52%
Locul de muncă prin cumul	4252	4%	6122	3%
Activitate didactică	1577	1%	1426	1%
Activitate științifică	984	1%	107	0%
Donații și moșteniri	1194	1%	24	0%
Depuneri la instituțiile financiare	221	0%	519	0%

	Femei		Bărbați	
	MDL	%	MDL	%
Înstrăinarea sau deținerea valorilor mobiliare	277	0%	49697	28%
Înstrăinarea bunurilor mobile sau imobile	630	1%	5457	3%
Darea în arendă a bunurilor mobile sau imobile	749	1%	6594	4%
Alte surse (pensii, burse, indemnizații, premii)	27320	24%	15928	9%
TOTAL	115539	100%	177860	100%

Datele arată că 22,5% candidate femei dețin doar 6,5% din veniturile totale ale претенdenților. Există date care indică și asupra faptului că femeile candidate dețin mai puține proprietăți. Astfel, femeile dispun de 14% din suprafața totală a imobilelor deținute de toți candidații, iar un imobil în proprietatea unei femei este în mediu cu circa 40 m.p. mai mic. În cazul pământurilor agricole și loturilor de teren, femeile dețin doar 0,6% din totalul suprafețelor (264 ari față de 413 ha).

La articolul automobile, în cazul bărbaților indicatorul mediu per persoană echivalează aproape 1, iar pentru femei 0,53, deci de două ori mai mic.

Tabelul 5. Date privind veniturile și bunurile deținute, declarate de candidații la funcția de primar

		Femei	Bărbați
Venituri în anul 2013	mii lei în mediu	115,5	177,9
	% din totalul veniturilor declarate de candidați	6,5%	93,5%
Imobile în proprietate	în mediu per candidat (m.p.)	82,4	119,2
	din totalul imobilelor în proprietatea candidaților (m.p.)	9810	59355
Pământ în proprietate	în mediu per candidat (ari)	2,2	83,0
	total în proprietatea candidaților (ha)	264	41332
Automobile în proprietate	Total	63	477
	Per persoană	0,53	0,96

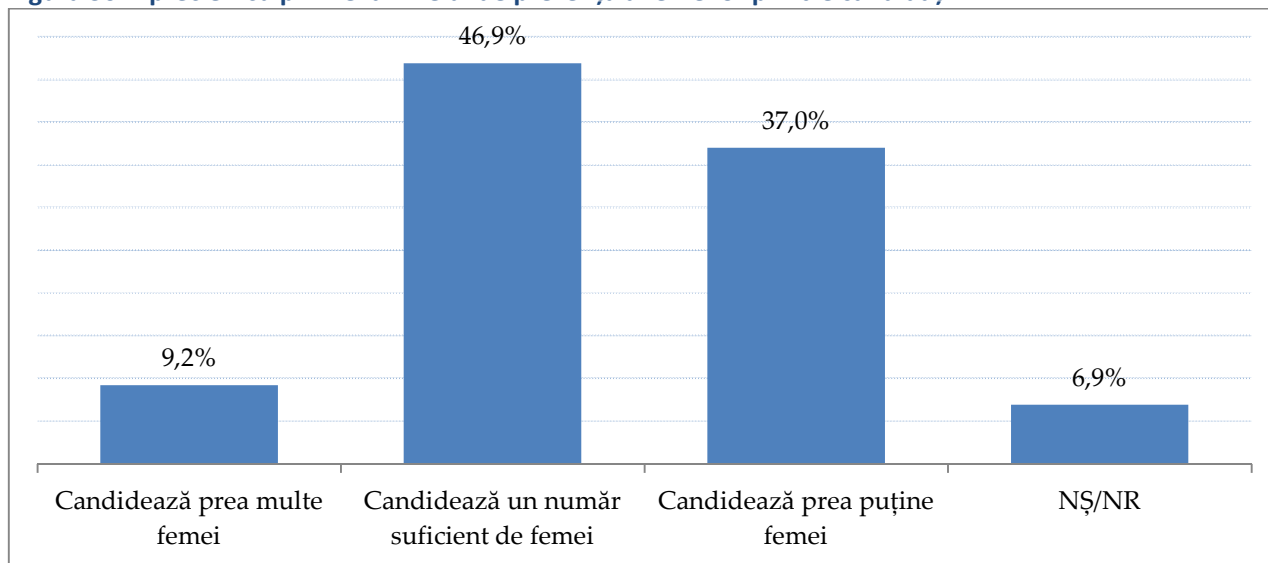
V. Percepțiile publice cu privire la promovarea femeilor în politică

În încercarea de a explica problema reprezentării genurilor pe Olimpul politic, pe lângă procesele și mecanismele de promovare în cadrul partidelor, este necesar să rolul percepțiilor alegătorului asupra admisibilității femeilor în politică. Discursul public pe varii probleme sociale, de regulă, abundă de trimiteri la tradiții, patriarhalism, care ar caracteriza societatea moldavă. Astfel, disponibilitatea alegătorului de a vota în funcție de genul candidatului, la fel, ar trebui să constituie obiectul cercetărilor în domeniu.

Proiectul de monitorizare a cuprins și un sondaj de opinie¹¹, realizat nemijlocit în campania electorală și care a vizat măsurarea atitudinilor și a percepțiilor bărbaților și femeilor cu privire la politică și participare.

La întrebarea dacă numărul de femei printre candidați la alegerile locale și parlamentare este unul suficient, 37% respondenți au răspuns că numărul de pretendente este mic, iar 46,9% - că este unul suficient. Doar 9,2% respondenți consideră că femei sunt prea multe. Așadar, putem afirma că opinia publică tinde spre o prezență mai mare a femeilor în alegeri.

Figura 30. Aprecieri cu privire la nivelul de prezență a femeilor printre candidați



Tendențe similare atestăm și în aprecierile prezenței femeilor în structurile guvernamentale, circa o treime din respondenți optând pentru participare mai mare a femeilor și doar aproximativ 10% exprimând poziții opuse.

¹¹ Studiul a cuprins un eșantion de 1099 subiecți, reprezentativ la nivel național pentru populația adultă (18+ ani). Perioada de colectare a datelor 3-10 iunie 2015.

Tabelul 6. Spuneți-mi vă rog, După părerea Dvs. numărul femeilor care activează în ...?

	Trebuie să fie mai mare	Este suficient acum	Trebuie să fie mai mic ca acum	Deloc	NȘ/NR
Parlament	36,6%	43,3%	8,0%	1,6%	10,5%
Guvern	36,6%	41,9%	8,7%	1,4%	11,3%
Conducerea raională	32,7%	43,1%	8,9%	1,3%	14,0%
Primăria din localitatea Dvs.	32,0%	47,2%	9,5%	1,4%	9,9%

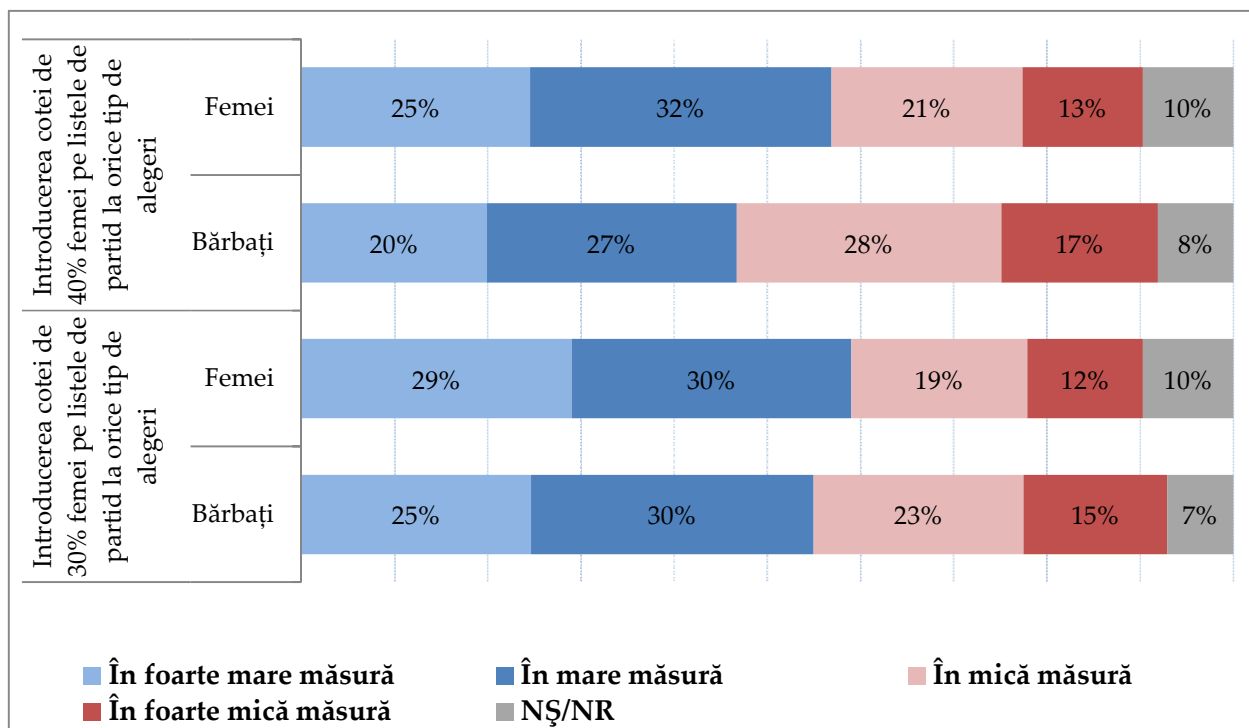
Respondenții au indicat o gamă largă de cauze cu privire la barierele care împiedică implicarea în procesul electoral al bărbaților și femeilor. Totuși, analiza comparativă a răspunsurilor scoate în evidență obstacole specifice femeilor – lipsa de timp și a susținerii din partea celor apropiați. Nivelul insuficient de studii, ca și factor care restricționează implicarea în politică, este mult mai des asociat bărbaților (25,2%) decât femeilor (14,7%).

Tabelul 7. Cauzele neimplicării în procesul electoral

	Pentru femei	Pentru bărbați
Lipsa de timp	40,1%	16,8%
Nivel de studii insuficient	14,7%	25,2%
Lipsa banilor/ resurselor financiare	26,6%	29,7%
Lipsa experienței politice	28,9%	25,6%
Lipsa interesului față de politică	23,4%	22,5%
Lipsa tăriei de caracter	22,4%	17,1%
Lipsa susținerii din partea apropiaților	17,3%	11,1%
Lipsa comunicării cu oamenii	10,0%	15,2%
Lipsa capacităților de convingere	10,8%	14,1%
Atitudinea proastă a alegătorilor	16,1%	11,4%
Altele	1,8%	1,4%
Nici una din cele enumerate	3,0%	9,9%
NȘ/NR	6,6%	9,0%

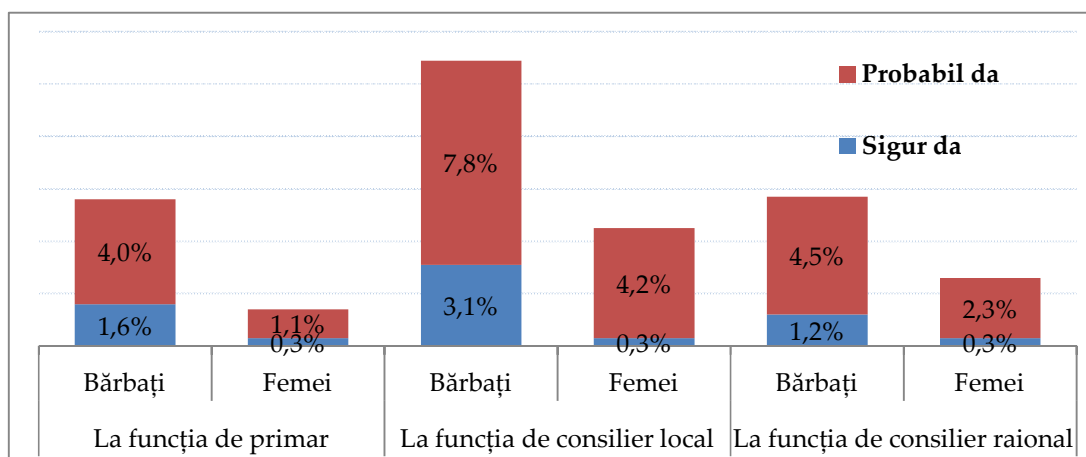
De menționat, că marea majoritate a respondenților, reprezentanți ai ambelor genuri, se pronunță pentru introducerea cotelor de reprezentare a femeilor pe listele de candidați din partea partidelor, fapt ce ar contribui la redresarea situației cu privire la reprezentarea echilibrată în culoarele puterii. Peste 50%, atât bărbați cât și femei, susțin introducerea cotei de 30%, iar pentru cota de 40% s-au pronunțat 57% femei și 47% bărbați.

Figura 31. Introducerea cotelor minime de reprezentare a femeilor pe listele de candidați la orice tip de alegeri



Aceiași întrebare pusă sub altă formă, când respondentul singur indică care ar trebui să fie cota de prezență, înregistrează o medie de 37%. Cu toate acestea, cercul vicios pare a rămâne închis, intențiile de participare în lupta electorală în cazul femeilor fiind cu mult sub nivelul înregistrat de bărbați. Într-un sondaj similar, realizat în noiembrie 2014, doar 1,4% respondente au admis că posibil vor candida pentru funcția de primar la alegerile locale, preconizate pentru anul 2015, un nivel de patru ori mai redus decât în cazul bărbaților (5,6%). Intenții de a candida la funcțiile de consilieri locali sau raionali au exprimat mai mulți respondenți, iar discrepanța între femei și bărbați, deși s-a redus, rămâne a fi una impresionantă. Se pregătesc cu o probabilitate sporită să candideze pentru consiliul local 10,9% respondenți bărbați, pentru cel raional 5,7%, în rândul femeilor aceste cifre constituie 4,5% și 2,6%, respectiv.

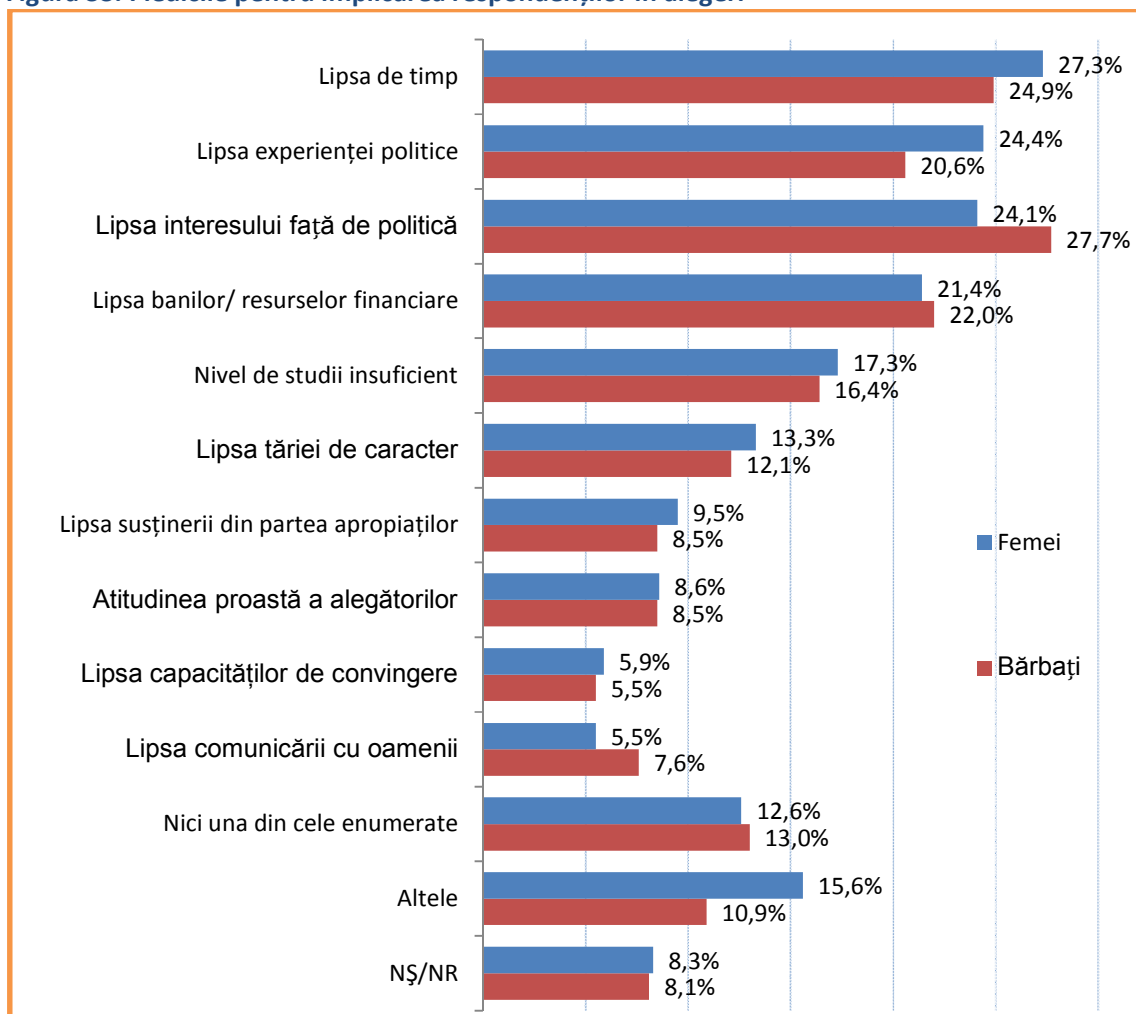
Figura 32. Intenții de a candida la funcții în alegerile locale din 2015



Rezultatele studiului demonstrează că femeile constituiau 22,5% printre persoanele care intenționau să candideze pentru funcția de primar, 34,9% în rândul celor care aspirau la consilii locale și 29,8% la raionale. Aceste nivele sunt foarte apropiate de ceea ce s-a înregistrat de facto la alegeri. Astfel, concluzia ar putea fi următoarea: nu există factori specifici care ar obstrucționa intențiile femeilor de a candida, iar barierele persistă până în momentul când persoana decide să candideze. Aceste bariere, însă, sunt foarte dificil de sesizat.

Fiind întrebați despre ce îi împiedică personal să candideze, respondenții, atât femei, cât și bărbați, invocă aproximativ același spectru de motive, fără careva specific notabil. Constatăm, totuși, ceva diferențe mai pronunțate în cazul femeilor pentru motive, precum lipsa de timp și de experiență politică. În cazul bărbaților mai frecvent a fost invocată lipsa interesului față de politică.

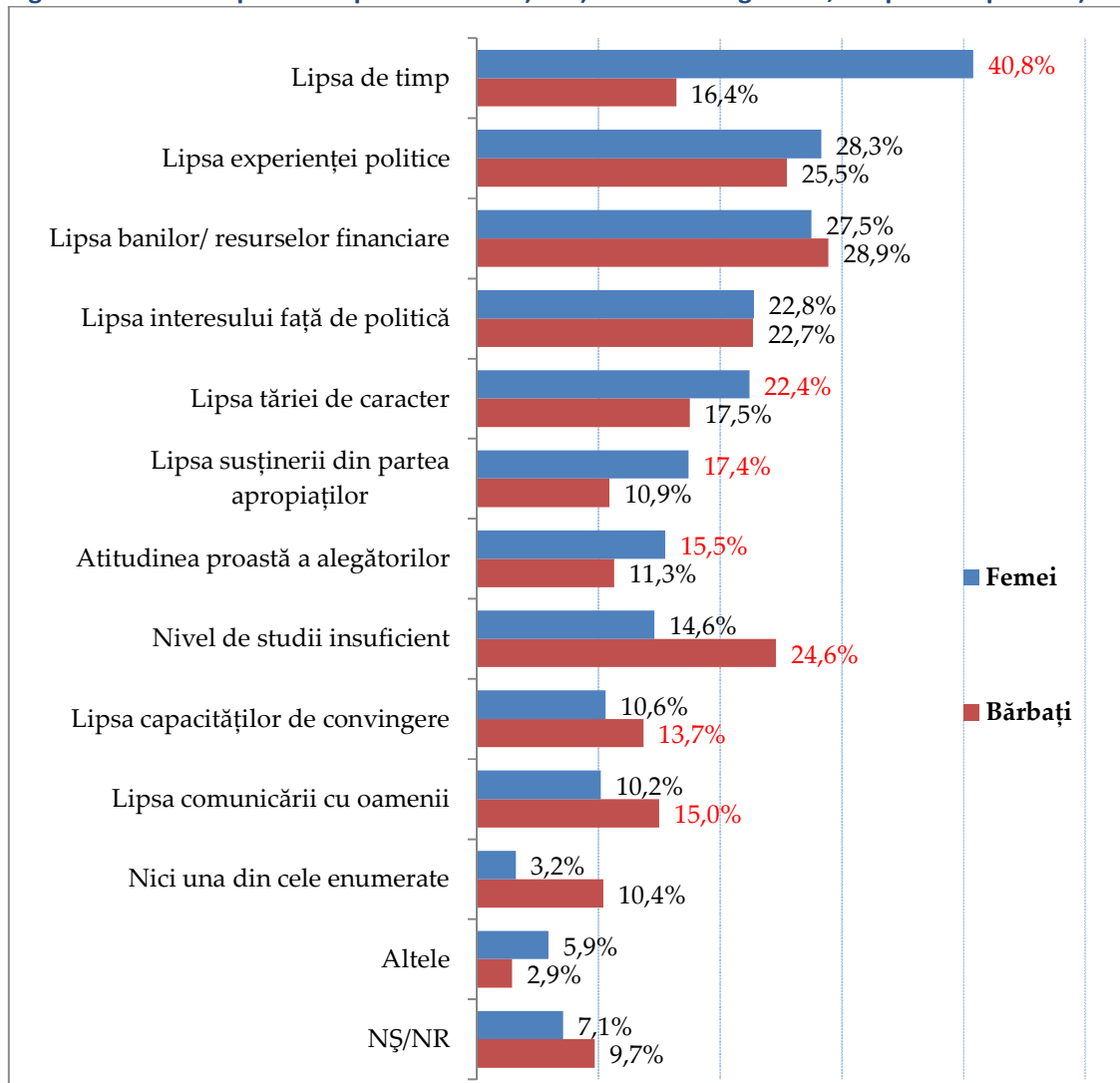
Figura 33. Piedicile pentru implicarea respondenților în alegeri



Pe de altă parte, fiind întrebați la general ce i-ar împiedica pe bărbați și femei să se implice în politică, respondenții au pus în evidență mai pronunțată factorii specifici. Astfel, drept factori specifici pentru femei, pe lângă lipsa de timp, se accentuează lipsa tăriei de caracter, a susținerii din partea apropiaților, atitudinea proastă a alegătorilor. Drept bariere specifice pentru bărbați

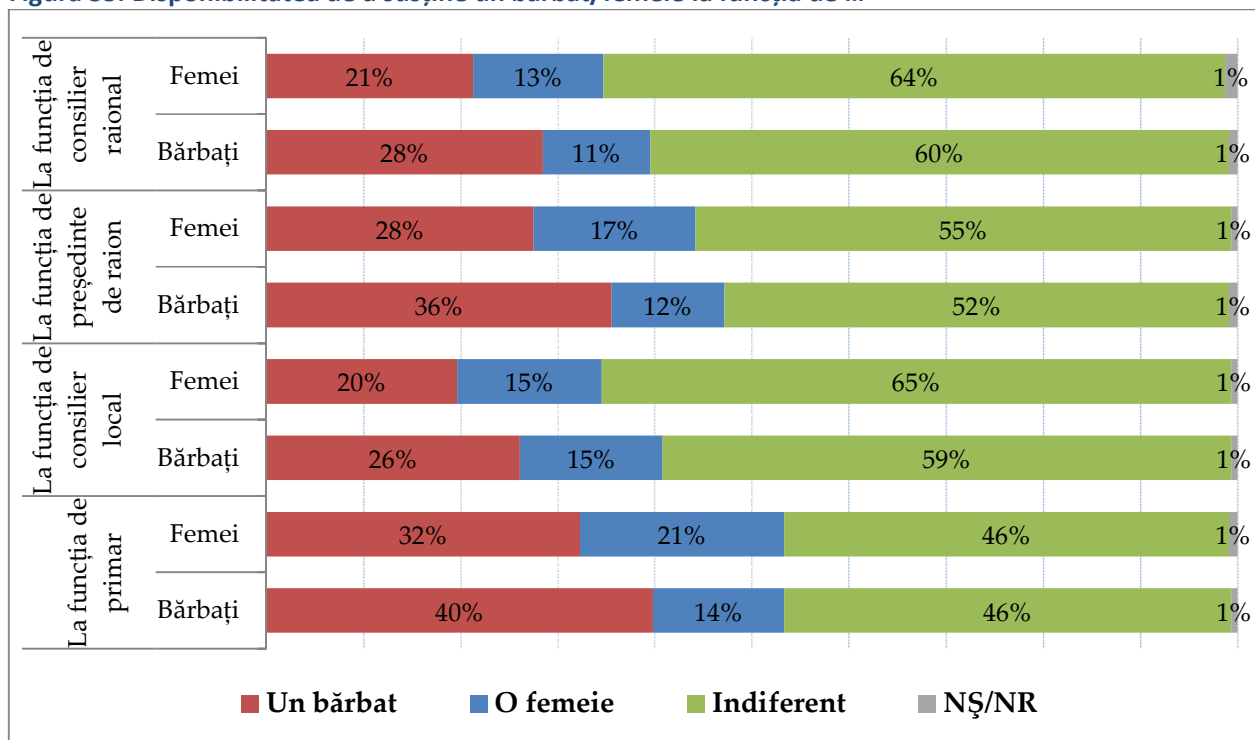
sunt invocate nivelul de studii insuficient, lipsa capacităților de convingere și a abilităților de comunicare.

Figura 34. Piedicile pentru implicarea bărbaților și femeilor în general, în opinia respondenților



Disponibilitatea de a susține un bărbat/femeie la funcția de primar și consilier corelează numeric cu genul celor care sunt actualmente la conducere. Marea majoritate a respondenților se declară indiferenți față de genul candidatului, în restul cazurilor, însă, predomină respondenții care ar susține un bărbat.

Figura 35. Disponibilitatea de a susține un bărbat/femeie la funcția de ...



Dincolo de genul candidatului, prezintă interes și activismul electoral al femeilor și bărbaților în general, precum și percepțiile specifice ale acestora cu privire la diferite aspecte ale vieții publice. În primul rând, aducem la cunoștință datele cu privire la participarea alegătorilor femei și bărbați. Evidențele disponibile arată că femeile participă în egală măsură la alegeri, în unele cazuri chiar la un nivel mai înalt. Datele exit-poll-ului realizat de Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „CBS-AXA” la alegerile parlamentare din 2010 relevă că 52,8% din alegătorii care au participat la scrutin sunt de gen feminin. Constatăm că femeile, care alcătuiesc 52,8% din populația cu drept de vot a țării, s-au prezentat la urne în aceeași proporție. Totodată, ținând cont de populația lipsă în urma migrației de muncă, în care predomină bărbații, se admite că rata de participare reală – numărul de alegători prezenți la urne raportat la numărul real de alegători disponibili la acel moment în țară – în rândul femeilor a fost mai înaltă decât în rândul bărbaților. Sondajul realizat de Centrul de Investigații Sociologice și Marketing „CBS-AXA” după alegerile din 14 iunie 2015 estimează că la scrutin au participat 84% respondenți bărbați și 86% femei, ceea ce confirmă faptul că ultimele ar avea o rată de prezență mai înaltă decât bărbații. Și această concluzie este valabilă în mod constant, prezența declarată de respondenți femei este cu câteva procente mai mare pentru orice alegeri din 2010 încoace.

Figura. Rata de participare a alegătorilor femei și bărbați la alegeri, Sursa: Omnibus CBS-AXA, iunie 2015

	Bărbați	Femei
Alegeri parlamentare 2010	68%	73%
Alegeri Locale 2011	74%	78%
Alegeri parlamentare 2014	78%	84%
Alegeri locale 2015	84%	86%

VI. Dimensiunea de gen în platformele electorale ale candidaților la Primăria Chișinău

Într-o democrație veritabilă, platformele electorale sunt un mijloc bun de a afla prioritățile candidatului/candidatei, de a determina orientarea ideologică a acestuia/acesteia și de a-i ajuta pe indecși să facă o alegere conștientă. Deși în Moldova platformele electorale încă nu au devenit documente clare și încheiate de propuneri de politici în diferite sfere, constituind mai curând liste de dorințe și promisiuni populiste – ele oricum trebuie studiate și analizate prin mai multe prisme. Ca și în electorala din 2011, Centrul „Parteneriat pentru Dezvoltare” și-a propus să analizeze platformele electorale ale candidaților la Primăria Chișinău prin prisma egalității de gen și a politicilor sensibile la dimensiunea de gen.

Analiza dimensiunii de gen la nivel local este extrem de importantă: orice serviciu, proiect de infrastructură, prioritate de politici, reformă instituțională afectează în mod diferit femeile și bărbații care locuiesc în acea localitate. Modul în care un candidat sau candidată abordează aceste teme arată cât de sensibil/ă este el/ea la nevoile *tuturor* cetățenilor din comunitate și cât de bine el/ea înțelege preocupările specifice ale diferitor membri ai comunității.

Pentru a putea face comparații, ne-am propus să analizăm platformele electorale după aceleași criterii ca și în 2011:

1. Sistem de cote existent (și aplicat) în cadrul partidului;
2. Angajament pentru reprezentare echitabilă de gen în pozițiile decizionale după alegeri;
3. Angajament ferm de a consolida politicile și cadrul instituțional pentru egalitate de gen;
4. Specificarea egalității de gen ca valoare susținută politic;
5. Infrastructură de sănătate și educație;
6. Politici și infrastructură pentru asistență socială;
7. Politici economice locale sensibile la gen;
8. Proiecte de infrastructură sensibile la gen;
9. Politici de implicare a comunității;
10. Servicii publice sensibile la gen.

Au fost analizate platformele electorale a 9 candidați la Primăria Chișinău, printre care se numără și 3 femei: Iliaș Cașu (Partidul Nostru), Mihail Cîrlig (PPRM), Monica Babuc (PDM), Oazu Nantoi (PPEM), Serafim Urecheanu (PLDM), Tatiana Tomacu (PPM), Timotei Țurcanu (PNL), Vasile Chirtoca (PCRM) și Zinaida Greceanîi (PSRM). O absență notabilă este platforma actualului Primar, Dorin Chirtoacă, care nu a fost plasată nici pe www.alegeri.md, nici pe www.pl.md și nici pe www.dorinprimar.md. Formatele platformelor au variat foarte mult: 1. în lungime, de la jumătate de pagină până la 88 de pagini; 2. raport text/imagini, în unele era doar text, iar în altele multe fotografii și imagini simbolice.

După cum am menționat, în această analiză am folosit aceleași criterii ca și în campania electorală locală din 2011. Astfel, pot fi comparate cronologic platformele electorale și atitudinile candidaților față de necesitățile specifice ale bărbaților și femeilor din Municipiul Chișinău. De asemenea, pot fi observate tendințe în prioritățile candidaților, începând cu 2011. Criteriile respective sunt menite

să prezinte o imagine comprehensivă a priorităților претенdenților. Formatul dat de evaluare încearcă să măsoare cât de bine înțeleg candidații și candidatele¹² că femeile și bărbații din Municipiul Chișinău au necesități și priorități, ce nu întotdeauna coincid.

Primele 4 criterii țin de valorile politice asumate de partid și, implicit, de candidat și de modul în care sunt sau vor fi puse în practică, dacă eventual, persoana respectivă câștigă. În contextul acestor criterii, am analizat și statutele partidelor. Ultimele 6 criterii țin de politici și ar trebui să se regăsească în oferta electorală a candidaților, explicit sau implicit, deoarece:

- **Infrastructura de sănătate și educație** este un domeniu esențial pentru asigurarea egalității de gen. Necesitățile de infrastructură de sănătate și educație sunt diferite pentru bărbați și femei, reieșind din caracterul patriarhal al societății moldovenești. Femeile au grijă, în mare parte, de copii și de vârstnici, atunci când sunt sănătoși și când sunt bolnavi. De aceea, accesul la infrastructură de sănătate și educație de calitate este mai important pentru femei decât pentru bărbați. Aici avem în vedere astfel de parametri ca: distanța până la spital/policlinică/punct medical; locuri libere în creșe, grădinițe; acces la servicii medicale de ginecologie; accesibilitatea financiară a serviciilor de sănătate și educație, și altele. Alt motiv din care aceste politici sunt importante din punct de vedere de gen este că majoritatea persoanelor care activează în domeniile respective sunt femei.

- **Politicile și infrastructura pentru asistență socială** sunt de asemenea importante pentru egalitatea de gen din două motive: 1. Majoritatea beneficiarilor acestor servicii sunt femeile (ele au grijă de vârstnici, rămân mai des în familii monoparentale, au grijă de bugetul familiei și apelează mai des la servicii de asistență socială); 2. Majoritatea personalului care activează în domeniul asistenței sociale sunt femei.

- **Politicile economice locale sensibile la gen** sunt importante pentru egalitatea de gen deoarece Moldova este o țară săracă și femeile sunt mai vulnerabile la sărăcie decât bărbații. Ne confruntăm și cu elementul de dependență financiară a femeilor de bărbați: conform stereotipurilor patriarhale, bărbații sunt cei care "aduc banii" în gospodărie. Aceste stereotipuri conduc și la discriminarea femeilor de către angajatori. Mai mult ca atât, femeile devin și mai vulnerabile financiar la nașterea copiilor – din cauza lipsei creșelor, ele sunt nevoite să rămână acasă, să aibă grijă de copii. Lipsa posibilităților de a lucra de acasă, de a lucra pe o normă redusă sau de a înființa o mică afacere sporește riscul sărăciei în rândul femeilor. Platformele sensibile la gen ar trebui să conțină prevederi referitor la: promovarea antreprenorialului feminin, crearea locurilor de muncă pentru ambele genuri, facilități la obținerea creditelor pentru dezvoltarea afacerilor inițiate de femei etc.

- **Proiectele de infrastructură sensibile la gen** sunt, de asemenea, foarte importante pentru că vizează mai multe aspecte: construcția de locuințe sociale, infrastructura pentru combaterea violenței în familie, infrastructura de recreere și relaxare, specificații referitor la asigurarea

¹² Pentru concizie, vom folosi în această analiză cuvântul "candidat" cu referire atât la candidații bărbați, cât și la candidatele femei. Recunoaștem importanța limbajului în crearea și reproducerea stereotipurilor de gen. În acest caz, nicidecum nu dăm preferințe candidaților bărbați față de candidatele femei. Este o decizie tehnică asumată pentru concizia analizei.

siguranței și securității persoanei în spațiul public și altele. Mai mult ca atât, femeile și bărbații au necesități diferite în ceea ce privește: serviciile de transport public (femeile mai des folosesc transportul public decât bărbații), de alimentare cu apă (ele utilizează mai multă apă în gospodărie), de gazificare și canalizare (tot ele, de obicei, gătesc mâncarea și fac menajul).

- **Politicile de implicare a comunității** sunt esențiale pentru o societate democratică. Transparența decizională, implicarea tuturor cetățenilor în luarea deciziilor (de la consultarea bugetului localității până la avizarea strategiei de dezvoltare), comunicarea frecventă între alegători și autorități sunt doar câteva componente ale unei societăți cu adevărat democrate. Deseori vocile femeilor nu sunt auzite în acest proces, deoarece acestea sunt sub-reprezentate în funcțiile de luare a deciziilor și dispun de considerabil mai puțin timp decât bărbații pentru a se include. De aceea, politicile de implicare a comunității (mai ales, a femeilor) au o importanță deosebită pentru egalitatea de gen.

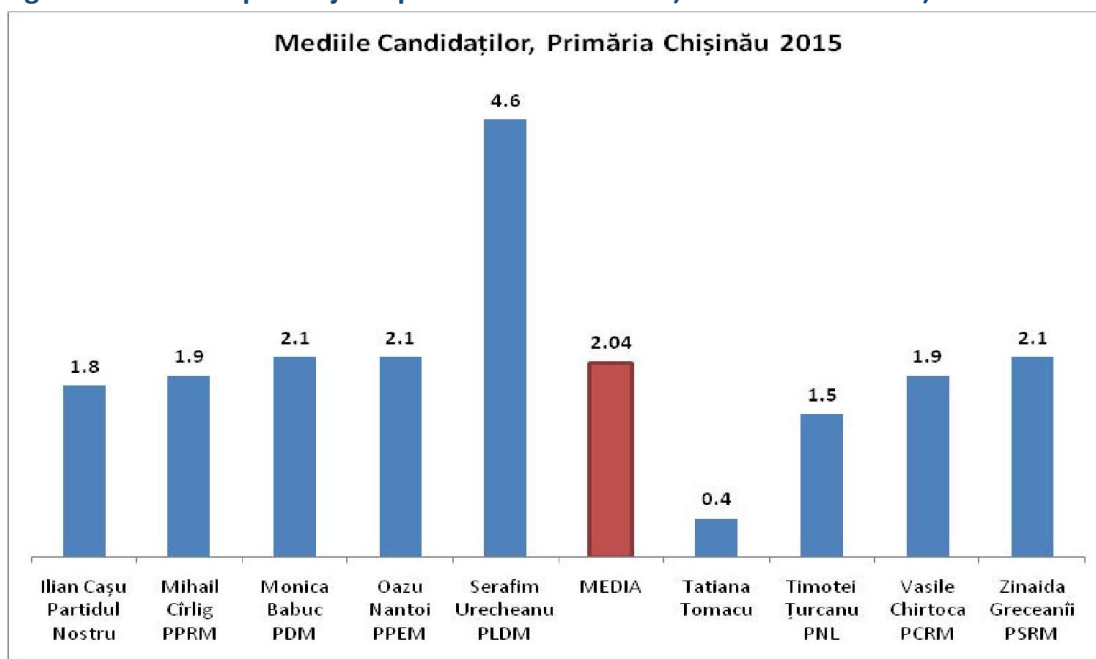
- **Serviciile publice sensibile la gen**, precum serviciile destinate victimelor violenței domestice sau persoanelor aflate în situații de risc, sunt absolut necesare pentru egalitatea de gen. Accesibilitatea și finanțarea lor au un impact disproporționat asupra femeilor, deoarece dănele constituie majoritatea beneficiarilor. Este important ca autoritățile publice să-și asume finanțarea totală sau măcar parțială a acestor servicii – ele pot fi prestate atât de instituții de stat, cât și de organizații neguvernamentale.

La funcția de Primar General de Chișinău au candidat 17 persoane din 17 partide. Candidați independenți nu s-au înregistrat. După cum s-a menționat, au fost analizate platformele electorale a 9 candidați – doar aceștia și-au făcut publice platformelor electorale, cel puțin pe internet. Este straniu că ceilalți 8 candidați nu s-au oboșit să-și elaboreze o platformă electorală, luând în considerație importanța majoră a alegerilor locale din Chișinău.

Rezultatele Analizei

Platformele electorale continuă să rămână unul din punctele slabe ale clasei politice moldovenești. În marea majoritate a cazurilor, propunerile din platforme sunt populiste, irealiste, nu abordează probleme structurale din diferite domenii, se adresează la o masă omogenă și nu explică *cum* vor realiza promisiunile electorale. Din punctajul maximum posibil de 10, nici un candidat nu a acumulat mai mult de 5 puncte.

Figura 36: Mediile punctajelor platformelor candidaților la Primăria Chișinău



Media punctajelor platformelor a fost de **2.04**, ceea ce arată o mică îmbunătățire în comparație cu Alegerile locale din 2011 (**1.86**), dar și un regres comparativ cu Alegerile Parlamentare din 2014 (**2.54**). Doar 4 candidați au acumulat un punctaj mai mare de 2.0 (Monica Babuc de la Partidul Democrat din Moldova, Oazu Nantoi de la Partidul Popular European din Moldova, Serafim Urecheanu de la Partidul Liberal Democrat din Moldova și Zinaida Greceanii de la Partidul Socialiștilor din Republica Moldova). Ceilalți 4 candidați au acumulat punctaje între 0.4 – 1.9 (Ilian Cașu de la Partidul Nostru, Mihail Cîrlig de la Partidul Popular din Republica Moldova, Tatiana

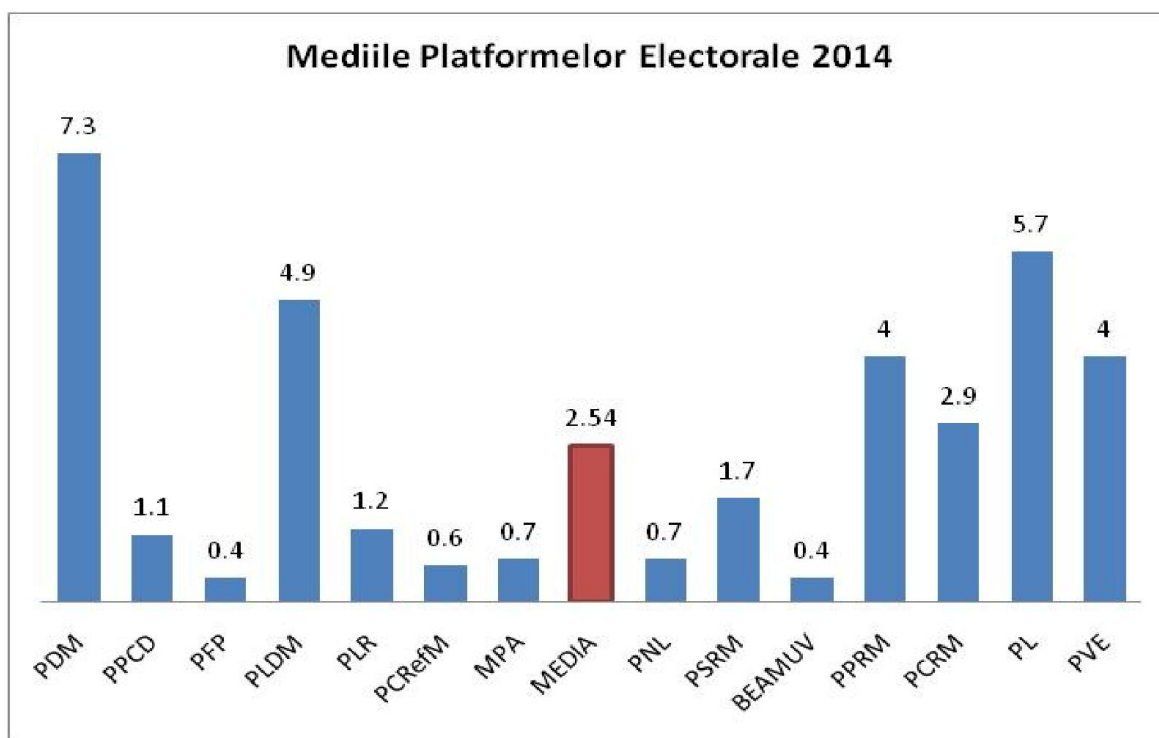
Tomacu de la Partidul "Patrioții" Moldovei, Timotei Țurcanu de la Partidul Național Liberal și Vasile Chirtoca de la Partidul Comuniștilor din Republica Moldova).

Partidele politice au depus mai mult efort în Electorala 2014 decât în 2015, pentru a integra dimensiunea de gen în Platformele electorale. După cum s-a menționat, punctajul mediu al platformelor a fost mai mare decât în Alegerile Locale 2015 cu 0.5. Se pare că partidele acordă prioritate platformelor electorale în cadrul Alegerilor Naționale. Un posibil motiv ar fi că la Alegerile locale, cetățenii votează mai mult persoana decât partidul, pe când la cele naționale, se ia în considerație și echipa din partid, și platforma.

De remarcat, că diferențe semnificative între calitatea platformelor electorale din 2014 și 2015 se observă doar la câteva partide. Am menționat deja că Partidul Liberal nu a prezentat o pistă electorală în 2015, pe când în 2014 platforma acestuia a acumulat un punctaj relativ bun de 5.7. Partidul Liberal a mizat, probabil, pe prestația primarului Dorin Chirtoacă, și nu a depus efort să elaboreze un program pentru următorii 4 ani. Cea mai radicală divergență se observă la Partidul

Democrat din Moldova: în 2014, platforma acestuia a acumulat 7.3 puncte, iar în 2015, programul candidatei Monica Babuc a acumulat doar 2.1 puncte. O diferență semnificativă remarcăm și la Partidul Popular din Republica Moldova: în 2014, platforma acestuia a fost notată cu 4 puncte, pe când în 2015, Mihail Cîrlig a adunat doar 1.9 puncte. O deosebire mare se observă și la Partidul Comuniștilor din Republica Moldova: în 2014, platforma partidului a înregistrat 2.9 puncte, în 2015, Vasile Chirtoca a adunat doar 1.9 puncte. O mică îmbunătățire de punctaj se observă la Partidul Socialiștilor din Republica Moldova: în 2014, platforma partidului a fost notată cu 1.7 puncte, iar în 2015, programul Zinaidei Greceanii a întrunit 2.1 puncte.

Figura 37: Mediile punctajelor platformelor partidelor politice în Electorala 2014



Comparațiile cu Alegerile locale din 2011 sunt un pic mai dificile. Contextul politic moldovenesc s-a schimbat considerabil de atunci și doar câteva partide ce au înaintat candidați la Primăria Chișinău au avut platforme electorale și în 2011, și în 2015. Acestea sunt: Partidul Comuniștilor din Republica Moldova (scorul platformei în 2011 – 2.4), Partidul Național Liberal (1.5), Partidul

Democrat din Moldova (2.0) și Partidul Liberal Democrat din Moldova¹³ (5.2). Aceste punctaje nu se deosebesc prea mult de cele obținute în 2015. La PLDM, punctajul a scăzut de la 5.2 la 4.6. Cu toate acestea, e necesar de menționat că PLDM este practic unicul partid, care a depus efort constant să elaboreze o platformă comprehensivă și parțial sensibilă la dimensiunea de gen.

¹³ Amintim că Victor Bodiu, candidatul PLDM la funcția de Primar de Chișinău, s-a retras din cursă în favoarea candidatului PL, Dorin Chirtoacă.

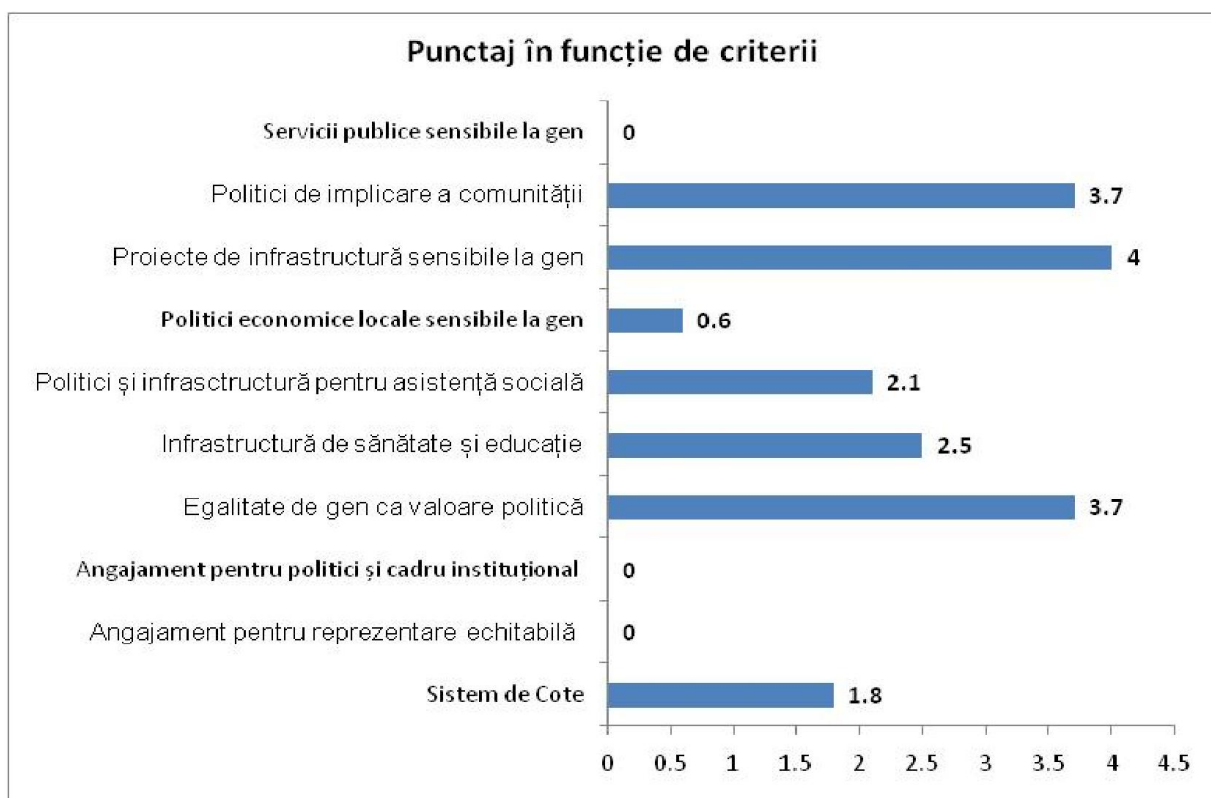
Dacă examinăm rezultatele din perspectiva criteriilor care au acumulat cele mai mari punctaje, vedem că domeniile care au fost prioritizate de candidați sunt următoarele: Proiecte de infrastructură sensibile la gen (4), Politici de implicare a comunității (3.7), Egalitatea de gen ca valoare politică (3.7) și Infrastructura de sănătate și educație (2.5).

Ca și la Alegerile din 2011, **Proiectele de infrastructură sensibile la gen** au acumulat cel mai mare medie (4.3 în 2011 și 4.0 în 2015). Astfel, 5 candidați la funcția de Primar au întrunit un punctaj de 5 sau mai mare: Ilian Cașu (PN, 5 puncte), Oazu Nantoi (PPEM, 8), Serafim Urecheanu (PLDM, 8), Vasile Chirtoca (PCRM, 6) și Zinaida Greceanii (PSRM, 7). Mai mulți candidați au pus accent pe: iluminarea stradală și a curților, terenuri de joacă pentru copii și alte obiecte de recreere și relaxare, locuințe sociale (deși nu toate platformele menționează categoria de oameni care ar beneficia de aceste locuințe) și alimentare cu apă. Doi candidați au atras atenția la accesibilitatea trotuarelor pentru diferite categorii de persoane. Oazu Nantoi (PPEM) menționează "reducerea obstacolelor din calea persoanelor cu mobilitate redusă și a părinților cu cărucioare", pe când Ilian Cașu are o abordare mai patriarhală: "trotuarele ... să fie accesibile pentru toate categoriile de cetățeni, inclusiv persoanele în etate, *mamele* cu copii în cărucioare, persoane cu dezabilități." Regretăm faptul, că nici-unul dintre candidați n-a fost preocupat de susținerea infrastructurii pentru combaterea violenței domestice. Este un domeniu care rămâne în continuare în afara vizorului candidaților, deși o infrastructură de calitate pentru a combate acest flagel este esențială pentru o comunitate sensibilă la gen.

Unul din puținele progrese realizate în 2015 față de 2011 a fost înregistrat în domeniul **Politici de implicare a comunității**. În 2011 acest criteriu a acumulat 1.8 puncte, iar în 2015 – 3.7 puncte, deci indicele s-a dublat. Majoritatea candidaților au menționat importanța implicării comunității în luarea deciziilor, însă unii dintre ei au avut o abordare mai complexă. Spre exemplu, Oazu Nantoi (PPEM) menționează așa concepte ca: bugetarea participativă, crearea unui Consiliu Participativ cu implicarea ONG-urilor și "organizarea audierilor și dezbaterilor publice pe subiecte de importanță majoră." Serafim Urecheanu (PLDM), de asemenea, menționează organizarea dezbaterilor și audierilor publice (cu transmisie on-line) și promovează ideea creării unui "Comitet Civic", unde ONG-urile ar avea o voce tare și "vor fi realizate proiecte comunitare pentru atragerea cetățenilor în soluționarea problemelor." Tot el menționează "implementarea sistemului de Ghișeu Unic și a elementelor de guvernare electronică." Pe de altă parte, Zinaida Greceanii (PSRM) propune

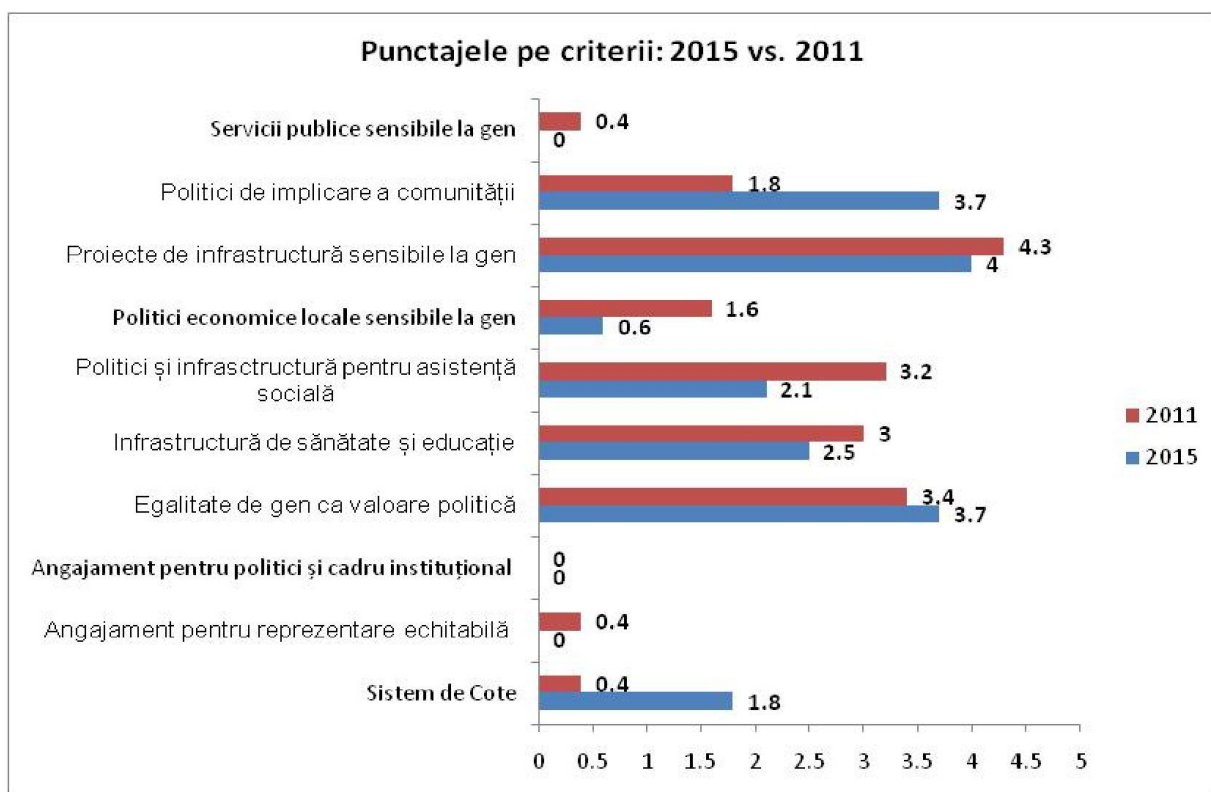
"înstituirea unei direcții pentru conlucrarea cu cetățenii" și promite că "deciziile de cea mai mare importanță vor fi adoptate în colaborare cu societatea civilă și cu orașenii." Acești trei candidați au fost notați cel mai înalt la acest capitol: Nantoi – 9 puncte; Urecheanu și Greceanii câte 6. Este îmbucurător faptul că mai mulți candidați la funcția de primar sesizează importanța implicării comunității în adoptarea deciziilor.

Figura 38: Punctajele totale în funcție de criteriile evaluate



Egalitatea de gen ca valoare politică constituie alt criteriu care a acumulat un punctaj relativ mare – 3.7, înregistrând progrese modeste în comparație cu electorala 2010 (3.4 puncte). Mai mult ca atât, doi concurenți electorali – Serafim Urecheanu (PLDM) și Mihail Cîrlig (PPRM) – au obținut maximum de 10 puncte la această categorie. În statutele partidelor pe care le reprezintă sunt menționate ca valori atât egalitatea de gen, cât și respectarea drepturilor omului. Monica Babuc (PDM), de asemenea, a acumulat un punctaj respectabil (7) la această categorie. Rezultatul relativ înalt la categoria dată se explică prin faptul, că este mai ușor de declarat susținerea unor valori, precum drepturile omului, decât de le aplicat în practică. Candidatul Mihail Cîrlig (PPRM), de exemplu, a acumulat 10 puncte, dar dacă am exclude categoria respectivă din formulă, punctajul său mediu ar scădea la 1 punct. Pe de altă parte, trei concurenți electorali – Tatiana Tomacu (PPM), Vasile Chirtoca (PCRM) și Zinaida Greceanii (PSRM) – n-au luat nici-un punct la această categorie...

Figura 39: Punctajele totale după criterii – 2015 vs. 2011



Din păcate, la capitolul **Infrastructură de sănătate și educație** s-au înregistrat regrese: în 2011 acest criteriu a acumulat 3 puncte, iar în 2015 doar 2.5 puncte. Serafim Urecheanu și la această categorie se distinge prin cel mai mare punctaj dintre toți concurenții electorali (9). Printre propunerile Dlui menționăm: "motivarea și atragerea unor resurse umane înalt calificate în educație", deschiderea de grupe noi în grădinițe, repararea instituțiilor școlare și preșcolare, modernizarea medicinei primare și "asigurarea căilor de acces a minorilor cu handicap în toate instituțiile de învățământ." Alți doi candidați, care s-au arătat a fi preocupați de infrastructura de sănătate și educație, sunt: Zinaida Greceanii (PSRM, 6 puncte) și Vasile Chirtoca (PCRM, 5 puncte). Deși Zinaida Greceanii promite că "fiecare copil va avea acces să frecventeze grădinița de copii de la locul de trai al părinților", ea nu menționează nimic despre creșe, acestea, în general, fiind punctul slab al tuturor candidaților. Mai mult ca atât, pretendentă Greceanii vorbește despre "susținerea maternității" prin alocarea unei indemnizații unice, suplimentare la cea de stat – dar nu abordează problema lipsei îndelungate a mamelor cu copii pe piața muncii. Și un ultim aspect, care merită amintit aici este, că mai mulți candidați promit majorarea salariilor medicilor și profesorilor, fără a indica din ce fonduri se vor face aceste suplimente.

Este îngrijorător faptul că trei (!) criterii din cele evaluate au acumulat 0 puncte, și anume: **Servicii publice sensibile la gen, Angajament pentru politici și cadru instituțional local pentru egalitate de**

gen și Angajament pentru reprezentare echitabilă după alegeri. Aceste trei categorii au avut punctaj minim și în 2011, fiind absolut ne-reprezentate în platformele politice pentru Primăria Chișinău. În cadrul Serviciilor publice sensibile la gen, cum s-a menționat și mai sus, problemele victimelor violenței domestice și a femeilor aflate în situații nu sunt puse pe agenda candidaților. Aceștia ignoră completamente o problemă majoră din societatea moldovenească, care afectează grav și disproporțional femeile. Fără servicii accesibile și de calitate pentru victimele violenței în familie nu putem vorbi de o egalitate de gen autentică.

În ce privește Angajamentul pentru reprezentarea echitabilă după alegeri, nici-unul dintre candidați nu se obligă să asigure o reprezentare echilibrată a femeilor și bărbaților la nivel de consilieri municipali, șefi de departamente și șefi ai agențiilor locale. Mai mult ca atât, nimeni nu menționează importanța instituirii mecanismelor legale de reprezentare echilibrată a femeilor și bărbaților în structurile decizionale locale. Aceiași situație semnalăm și la criteriul Angajament pentru consolidarea politicilor și cadrului instituțional local pentru egalitatea de gen. Nici unul dintre candidați nu optează pentru elaborarea și finanțarea strategiilor și politicilor locale privind egalitatea de gen sau bugetarea sensibilă la gen.

Un alt criteriu care a înregistrat progrese în ultimii 4 ani este **Sistemul de cote existent în cadrul partidului.** Această notă optimistă trebuie clarificată, deoarece motivul progresului se explică prin faptul că respectiva categorie a obținut un punctaj minim în 2011 (0.4) Chiar dacă punctajul s-a mărit de trei ori în 2015 (1.8), el rămâne a fi, oricum, unul foarte mic. Cu toate acestea, este îmbucurător faptul că 5 din 9 partide, care au înaintat candidați la funcția de Primar (PN, PPRM, PDM, PLDM, PNL), au stabilit un sistem de cote în statutul partidului. Mai mult ca atât, unul dintre aceste partide (PLDM) a respectat cota din statut la elaborarea listei de candidați pentru Consiliul Municipal. Acest progres este semnificativ în contextul efortului comprehensiv de lobby al organizațiilor societății civile pentru adoptarea pachetului de legi care să introducă cotele de gen.

Rezultatul mediu acordat **Politicilor și infrastructurii pentru asistență socială** a scăzut în 2015 (2.1), în comparație cu electorala 2011 (3.2). Serafim Urecheanu (PLDM) a acumulat cel mai mare număr de puncte la această categorie (6). Candidatul promite reformarea sistemului municipal de "ajutorare a grupurilor socialmente vulnerabile: familiile defavorizate, persoanele în etate, persoanele cu dezabilități." În platforma sa sunt incluse: centre sociale pentru persoanele în etate și construirea Centrului municipal pentru persoanele adulte cu dezabilități fizice. Deși se menționează susținerea familiilor defavorizate, nu este clar dacă familiile monoparentale sau familiile cu mai mulți copii sunt incluse în această categorie. Candidații Monica Babuc (PDM) și Timotei Țurcanu (PNL) au obținut câte 4 puncte la această categorie. Ambii menționează susținerea pensionarilor prin diferite facilități financiare. T. Țurcanu (PNL) se referă și la susținerea familiilor cu mulți copii. Este important de specificat că abordările majorității candidaților la această categorie se limitează la susținere financiară a beneficiarilor și nu includ prevederi referitor la infrastructură pentru asistență socială.

Politicile economice sensibile la gen, de asemenea, au scăzut în lista priorităților candidaților la Primăria Chișinău în comparație cu 2011. În 2015 această categorie a acumulat doar 0.6 puncte, cu un punct mai puțin decât în 2011. Trei candidați au obținut câte 1 punct la această categorie (Serafim Urecheanu – PLDM, Tatiana Tomacu – PPM, Vasile Chirtoca – PCRM) și doar un singur pretendent a acumulat un punctaj ceva mai mare: Ilian Cașu (PN) a luat 3 puncte, deoarece a menționat și importanța stimulării antreprenoriatului. Toți acești concurenți au remarcat crearea locurilor de muncă, fără a specifica dimensiunea de gen. Doi dintre candidați (S. Urecheanu și V. Chirtoca) au precizat importanța creării locurilor de muncă pentru tineri, dar tot n-au dezagregat acest aspect în funcție de gen. Nici unul dintre candidați n-a menționat aplicarea facilităților în obținerea creditelor pentru dezvoltarea afacerilor inițiate de femei. Concluzia este simplă: candidații pentru funcția de Primar de Chișinău nu înțeleg faptul că politicile economice trebuie să fie sensibile la gen.

Nu putem vorbi despre un progres vădit în platformele candidaților la Primăria Chișinău în comparație cu Alegerile 2011. În unele cazuri situația s-a îmbunătățit (Politici de implicare a comunității, Sistem de cote și egalitate de gen ca valoare politică), în altele a regresat (Politici economice sensibile la gen, Politici și infrastructură pentru asistență socială, Infrastructură de educație și sănătate), iar în altele a rămas practic neschimbată (Proiecte de infrastructură sensibile la gen, Servicii publice sensibile la gen, Angajament pentru politici și cadru instituțional și Angajament pentru reprezentare echitabilă). Cu toate acestea, în ansamblu, miopia candidaților la problemele specifice de gen atât a femeilor, cât și a bărbaților, a rămas neschimbată în perioada 2011-2015. Platformele sunt elaborate pentru o masă omogenă și nu pentru persoane de diferite genuri, vârste, nivele de abilități.

Concluzii

Reprezentarea pe liste de candidați

1. Alegerile locale din iunie 2015 nu au înregistrat careva evoluții simțitoare în ceea ce privește participarea femeilor în procesul electoral. Remarcăm, totuși, că în aceste alegeri a fost înregistrat cel mai înalt nivel de prezență al femeilor pe listele de candidați în consiliile locale.

2. Nivelul de prezență a femeilor pe listele de candidați rămâne a fi foarte diferit de la partid la partid, fiind cuprins, de exemplu, în limitele între 10% și 50% în cazul candidaților la funcția de primar. Nu există date care ar fundamenta concluzii obiective despre măsura în care prezența femeilor pe listele de candidați este relaționată cu prezența femeilor în rândul membrilor de partide. De menționat, că structurile de partide, cel puțin la câteva dintre partidele parlamentare, sunt puternic dominate de bărbați. Indicatorii privind plasarea pe liste rămân a fi în defavoarea femeilor, acestea fiind concentrate spre finele listelor, pe locurile cu cele mai puține șanse de trecere.

3. Măsurarea pierderilor de gen a permis constatarea că alegătorul, în pofida mai multor opinii enunțate la multiple dezbateri a problemei date, nu poate fi învinuit de convingeri patriarhale atunci când decide cărui candidat îi va acorda preferință. La alegerile primarilor, atunci când votul este unul personificat, când calitatea candidatului are cea mai mare importanță în cadrul setului de factori care impun decizia de vot, sunt înregistrate cele mai mici nivele ale pierderilor de gen. Într-un cuvânt, genul candidatului este per total un factor puțin luat în seamă de alegători. Nivelul pierderilor de gen a rămas constant față de alegerile locale precedente, păstrându-se specificul în funcție de tipul alegerilor, cu cele mai mici pierderi de gen la alegerea primarilor (2,0%), un nivel mediu la alegerile în consiliile locale (4,3%) și nivel maxim al pierderilor la consiliile raionale (11,2%).

Reflectarea în mass media

4. Analiza de conținut a producției mediatice oferă date care consolidează concluzia că frecvența femeilor în media în perioada campaniei electorale este mult sub nivelul prezenței acestora pe listele candidaților.

5. Datele colectate indică faptul că atât partidele politice, cât și instituțiile media (într-o măsură poate chiar mai pronunțată) promovează o prezență disproporțională a genurilor în produsele media. Disproporționalitatea genurilor în producția mediatică se manifestă atât în plan cantitativ (număr de apariții), cât și calitativ. Astfel, femeile, de cele mai multe ori, apar în emisiuni concentrate în alte domenii decât politic.

Averile

6. Averile candidatelor declarate pentru anul 2014 sunt mult mai modeste comparativ cu cele ale bărbaților, discrepanțele fiind mult mai mari decât chiar cele „tradițional” constatate în câmpul muncii sau în cazul pensiilor.

Percepții și stereotipuri

7. Analizele realizate până în prezent se pronunță în defavoarea percepțiilor precum că femeile au mai puține șanse de a fi alese pe motiv că alegătorii ar evita să le acorde vot de încredere. Studiul demonstrează că la alegerile unde este aleasă o persoană concretă (primar) pierderile de gen sunt mai mici decât în cazul listelor de persoane (consilii, parlament).

8. Femeile participă mai activ la alegeri (în calitate de alegători), punând la îndoială opinia, precum că electoratul feminin este mai puțin implicat/interesat/activ.

9. Opiniile generale despre prezența femeilor la conducere, deși conțin elemente „masculinizate”, în mare parte sunt neutre, iar măsurile de discriminare pozitivă pentru a încuraja o prezență mai mare a femeilor în politică, cum ar fi cotele obligatorii, sunt susținute de majoritatea alegătorilor. Și, totuși, problema persistă, iar cercul vicios, în care se încadrează procesele date rămâne a fi închis. Femeile în continuare manifestă mai puține ambiții de a intra în lupta pentru funcții electivă, cel puțin, pentru structurile administrațiilor locale sau de nivelul doi.

Platformele electorale

10. Nici un criteriu din cele analizate nu a acumulat mai mult de 5 de puncte din 10! Scorul mediu (2.04) este unul foarte mic și arată chiar un regres față de 2011 (2.54). Platformele electorale rămân la un nivel incipient în integrarea dimensiunii de gen.

11. Cel mai mare punctaj au fost acumulate la criteriul – **Proiecte de infrastructură sensibile la gen** – ceea ce înseamnă: proiecte de locuințe sociale, de infrastructură comunală (apă, canalizare), transport public, planuri de recreere și relaxare și proiecte de securitate personală în spațiul public (ex. iluminare stradală). Ca și în anul 2011, acest criteriu a obținut cea mai înaltă notă, deoarece este cel mai „vizibil” și problemele la acest capitol sunt cele mai evidente (drumuri proaste, iluminare stradală aproape inexistentă etc.). Cu toate acestea, nici criteriul respectiv, în majoritatea cazurilor, nu a fost abordat prin prisma egalității de gen: spre exemplu, s-a menționat în mai multe platforme necesitatea iluminării stradale, dar nu s-a menționat că aceasta este o problemă de securitate personală mai mare pentru femei decât pentru bărbați.

12. Următoarele 2 criterii care au acumulat cele mai multe puncte sunt: **Politici de Implicare a Comunității și Egalitatea de Gen ca valoare politică**. Este îmbucurător faptul că mai mulți candidați au menționat egalitatea de gen și/sau drepturile omului ca și valori politice, însemnând că ei/ele încearcă să preia discursul valoric centrat pe respectarea drepturilor omului. Cu toate acestea, în majoritatea cazurilor, candidații se limitează doar la retorică și nu elaborează propuneri concrete

de politici prin prisma egalității de gen și a drepturilor omului, nu utilizează date dezagregate pe gen și nu au obiective concrete pentru promovarea acestor valori.

13. Este pentru prima dată când **Politicile de Implicare a Comunității** acumulează un punctaj semnificativ (3.7). Acesta este unul din puținele progrese realizate în campania electorală din 2015. Deși candidații au abordat această temă în măsuri și prin metode diferite, totuși, majoritatea dintre ei (7/9) au fost deschiși pentru acest subiect. Este un fapt îmbucurător ce arată că clasa politică înțelege (sau, cel puțin, se preface că înțelege) importanța implicării comunității în luarea deciziilor și transparența în tot procesul decizional. Cu siguranță, activitățile societății civile din diferite domenii au contribuit la această schimbare.

14. Criteriul **Serviciile Publice sensibile la gen** a acumulat 0 puncte! E vorba de servicii pentru victimele violenței domestice și finanțarea sau co-finanțarea serviciilor destinate femeilor aflate în situații de risc. Nimeni nu s-a arătat preocupat de situația celor mai vulnerabile femei din Municipiul Chișinău.

15 Ca și în campania electorală din 2011, politicile pentru aceste categorii de persoane au rămas în afara vizorului candidaților și candidatelor. Iar aceasta este o temă suprem de importantă pentru asigurarea egalității de gen și absența ei în platformele politice arată lipsa de maturitate și curaj a clasei politice, care preferă să ignore subiectul dat.

16. Foarte rar când platformele consideră necesitățile specifice ale diferitor categorii ale populației (vârstnici, familii tinere etc.), în marea majoritate a cazurilor tratând electoratul ca pe o masă omogenă. Aceeași situație a fost semnalată și în campania electorală locală 2011 și în campaniile naționale 2010 și 2014. Este o problemă care persistă în politica moldovenească – politicienii nu înțeleg că diferiți cetățeni ai Moldovei au necesități și oportunități *diferite* și abordările acestor probleme trebuie focusate și ajustate respectiv.

ANEXA 1: Criterii de evaluare a dimensiunii de gen în platformele electorale

Nr.	Criterii de evaluare	Punctaj maxim	De căutat în:	Explicații
1	Sistem de cote existent în cadrul partidului	10	* statut * lista de candidați	Se vor căuta informații despre: * existența unui sistem de cote (preferabil de 40%) în statut/documente de funcționare ale partidului (3 p) * respectarea cotelor în lista de candidați (3 p) * respectarea cotelor în lista de candidați pe locuri eligibile (primele 20 poziții) (4 p)
2	Angajament pentru reprezentare echitabilă de gen în pozițiile decizionale după alegeri	10	* platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * prevederi cu referire la asigurarea reprezentării echilibrate a femeilor și bărbaților la nivel de consilieri municipali, șefi de departamente, șefi ai agențiilor locale (5p) * prevederi vizând instituirea mecanismelor legale (de ex., a cotelor de până la 40%) (5p) de reprezentare echilibrată a femeilor și bărbaților în structurile decizionale la nivelul administrației locale
3	Angajament ferm de a consolida politicile și cadrul instituțional local pentru egalitatea de gen	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * prevederi vizând consolidarea implementării strategiei locale pentru egalitatea de gen în MD (de ex., creșterea finanțării pentru proiecte sensibile la gen) (5 p) * prevederi cu referire la finanțarea de lungă durată și consecventă a politicilor locale de egalitate de gen (4p)
4	Specificarea egalității de gen ca valoare susținută politic	10	*statut *platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * susținerea egalității de gen în documentele partidului (6p) * respectarea drepturilor omului ca valoare politică susținută de partid (considerând că drepturile femeilor se subsumează drepturilor omului) (4p)
5	Infrastructură de sănătate și educație	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * îmbunătățirea infrastructurii de sănătate la nivel local (3p) * îmbunătățirea infrastructurii de educație la nivel local (3p) * oferta de educație și infrastructură educațională

				pentru preșcolari (creșe și grădinițe) (3p) * accesibilitatea infrastructurii de sănătate și educație (1p)
6	Politici și infrastructură pentru asistență socială	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * specificații legate de susținerea/ facilități acordate familiilor monoparentale (2p) * specificații legate de susținerea/ facilități acordate familiilor cu mai mulți copii/ care îngrijesc de persoane cu dizabilități – (2p) * specificații legate de susținerea/ facilități acordate persoanelor vârstnice aflate în situații de risc (2p) * existența unui plan de acțiune de îmbunătățire a infrastructurii pentru acordarea de asistență socială (4p)
7	Politici economice sensibile la gen	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * proiecte de creare a locurilor de muncă pentru ambele genuri la nivel local (3p) * specificații legate de promovarea antreprenoriatului în rândul femeilor la nivel local (3p) * facilități pentru obținerea creditelor/ finanțării pentru dezvoltarea afacerilor inițiate de femei (3p) * introducerea de noi date/ cercetări despre tendințele sectorului de afaceri prin perspectiva de gen (1p)
8	Proiecte de infrastructură sensibile la gen	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: *proiecte de construcție a locuințelor sociale și specificații despre acordarea lor (2 p) * procentul de proiecte de infrastructură rutieră comparativ cu cele de alimentare cu apă, canalizare și gazificare, transport public (2 p) *specificații vizând susținerea infrastructurii pentru combaterea violenței domestice (2 p) * Specificații ce țin de îmbunătățirea infrastructurii de recreere și relaxare (2 p) * specificații cu referire la asigurarea siguranței și securității personale în spațiul public (2)
9	Politici de implicare a comunității	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * specificații vizând consultarea comunității în planificarea urbanistică la nivel local (4p) * existența unui plan de acțiuni pentru implicarea activă a comunității și a factorilor interesați (inclusiv ONG-uri) în planificarea urbanistică (4p) * specificații cu referire la măsuri concrete de

				stimulare a implicării comunității în planificarea urbanistică (2p)
10	Servicii publice sensibile la gen	10	*platforma electorală	Se vor căuta informații despre: * finanțarea unor servicii destinate victimelor violenței domestice (4p) * finanțarea unor servicii destinate femeilor aflate în situații de risc (familii monoparentale, persoane vârstnice singure sau fără adăpost, etc.) (4p) * asigurarea (co-)finanțării pentru serviciile de acest gen operate de organizații neguvernamentale (2p)