



Informe

Violencia contra la mujer: *la mirada desde los medios.*

Monitoreo de Medios de Comunicación

1

Elaborado por:



Asociación de Comunicadores Sociales

Con el apoyo de:



Índice

INTRODUCCION	03
I. RESULTADOS	04
II. CONCLUSIONES	43
III. RECOMENDACIONES Y PERSPECTIVAS	55
IV. BIBLIOGRAFIA	64

INTRODUCCIÓN

En los últimos años en el Perú, la violencia contra la mujer se ha visibilizado mucho más, mostrando sus múltiples expresiones. Entre el año 2009 y el 2011 se registraron 384 casos de feminicidio y 116 posibles feminicidios (Observatorio de Criminalidad del Ministerio Público: 2012).

Este año según declaraciones de la Ministra del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables se han registrado hasta la fecha 63 feminicidios y 76 tentativas. Asimismo, en las últimas estadísticas de los Centros de Emergencia Mujer (MIMP 2010), se registraron más de 6 mil casos de violencia contra la mujer a nivel nacional sólo durante los dos primeros meses del año, lo que revela la magnitud de esta problemática en nuestro país.

Frente a esta realidad los medios de comunicación, la familia, la escuela, la comunidad, las redes sociales, entre otros se sitúan como referentes de nuestras identidades, de los valores, usos y costumbres, de las formas en las que nos relacionamos con los otros y otras, con el entorno, y construimos nuestros imaginarios y aspiraciones personales de desarrollo. Pero en particular los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la socialización de género y en la configuración de la cultura ciudadana y de tolerancia cero a la violencia, pues tienen una gran presencia en la vida cotidiana de la gente y, a la vez, son centrales en la toma de decisiones.

Los medios de comunicación pueden crear un clima de opinión favorable a una nueva política pública orientada a la igualdad de género o los derechos específicos de las mujeres a partir del tratamiento de un caso de feminicidio o pueden naturalizarlo como uno más de los problemas.

Tienen la posibilidad de informar y orientar a la ciudadanía sobre la problemática de la violencia contra las mujeres para prevenirla y para atenderla de manera oportuna, así como dar cuenta y cuestionar socialmente el feminicidio, sin olvidar, además que pueden contribuir a transformar nuestra cultura permisiva de la violencia contra la mujer como forma de ejercicio de autoridad.

De allí la necesidad de investigar y analizar la forma en que los medios de comunicación abordan esta problemática social, los enfoques que utilizan, sus criterios para el tratamiento informativo, la calidad de la oferta informativa de los medios, los actores y temas que presentan y representan, pero también su rol en la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer en el Perú.

Por lo anterior el presente informe de “Monitoreo de Medios de Comunicación sobre el tema de Violencia contra la mujer” tiene como finalidad conocer la forma en que los medios de comunicación de mayor audiencia -televisión y prensa- abordan el tema de la violencia contra la mujer, estableciendo características y formas específicas de tratarlo en las noticias como en el lenguaje, en los formatos utilizados, en los temas asociados, en la cantidad de notas sobre el tema, en los actores(as) visibilizados(as) con la finalidad de iniciar reflexiones y recomendaciones para mejorar su rol y responsabilidad como actores sociales de la sociedad.

Esperamos que este documento sea útil para periodistas y directores de la gestión informativa en los medios. Apostamos al mismo tiempo a que éste sea útil a ONGs y facultades de periodismo y comunicación. Existen muchos interesados en debatir sobre el papel de los medios y su liderazgo mediático con respecto a su contribución a prevenir la violencia contra la mujer. Queremos ayudar a identificar y evidenciar los problemas para superarlos.

Los invitamos entonces a compartir los resultados obtenidos con apoyo de diversos cuadros elaborados para tal fin, las conclusiones y recomendaciones cruzando las variables y comparando las características y rol de los medios monitoreados, finalmente en los anexos se presenta el diseño de investigación, el libro de códigos, relación de titulares y resumen de noticias.

I. RESULTADOS

1.1. LA VIOLENCIA SE INSTALA EN LA TELEVISION Y SE RELATIVIZA EN LA PRENSA

Un primer resultado del monitoreo de medios de comunicación, tiene que ver con la comparación entre la cantidad de noticias que se emiten sobre los temas de violencia en general y violencia contra la mujer en los medios de comunicación. Como se puede observar en el siguiente cuadro, pese a que el volumen de noticias en general en la prensa es mayor que en la televisión, son los programas informativos de televisión los que tienen un mayor porcentaje de noticias relacionadas con la violencia en general y con la violencia contra la mujer en particular.

a. CANTIDAD DE NOTICIAS POR MEDIO DE COMUNICACIÓN Comparativo Televisión y Prensa						
Nombre del Medio	Violencia en general		Violencia contra la mujer		Total de noticias en la emisora o diario	
	N	%	N	%	N	%
Televisión	434	36.3	221	18.5	1196	100
Prensa en Lima	286	8.5	89	2.7	3346	100
Prensa en Piura	163	9.9	39	2.4	1649	100
Total	883	14.3	349	5.6	6191	100

En el caso específico de la Televisión, al comparar los tres noticieros, se puede ver que el programa “Abre los ojos” (Frecuencia Latina) da más peso a las noticias de violencia en general y violencia contra la mujer en particular, mientras que el programa “Primera Edición” (América Televisión) le da un menor peso. Ello pese a que el programa informativo de América Televisión tiene una mayor cantidad de noticias en general durante su emisión.

b. CANTIDAD DE NOTICIAS EN TELEVISIÓN Comparativo Programas Informativos en TV

Nombre del Medio	Violencia en general		Violencia contra la mujer		Total de noticias en la emisora	
	N	%	N	%	N	%
ABRE LOS OJOS (FRECUENCIA LATINA)	159	46.5	83	24.3	342	100
PRIMERA NOTICIA (ATV)	118	37	74	23.2	319	100
PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)	157	29.3	64	12	535	100
Total	434	36.3	221	18.5	1196	100

En el caso de la prensa de Lima, no hay diferencias significativas entre los 4 diarios analizados, en términos de la cantidad de noticias sobre violencia contra la mujer. Es así cómo, en el caso de El Comercio, pese a que tiene una cantidad de noticias muy superior a los otros tres diarios, son cantidades muy similares. Llama también la atención, de que pese a tener un alto número de noticias sobre violencia en general, el diario Ojo tiene un porcentaje similar a los otros diarios en relación a noticias relacionados con la violencia contra la mujer. Esto se puede observar en el siguiente cuadro:

c. CANTIDAD DE NOTICIAS EN PRENSA LIMA Comparativo Prensa de Lima						
Nombre del Medio	Violencia en general		Violencia contra la mujer		Total de noticias en el diario	
	N	%	N	%	N	%
DIARIO EL COMERCIO	74	5.2	24	1.7	1417	100
DIARIO OJO	94	13.0	25	3.5	722	100
DIARIO EL TROME	62	11.5	23	4.3	537	100
DIARIO PERU 21	56	8.4	17	2.5	670	100
Total	286	8.5	89	2.7	3346	100

En general podemos constatar que la televisión está reduciendo su agenda informativa al centrar en la violencia la problemática central (la tercera parte) de su quehacer. La violencia contra la mujer es parte de una agenda mayor que no logra trascender la noticia descriptiva del día, quitándole así la relevancia que su propia presencia expresa.

1.2. LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER DESDE LA CRONICA POLICIAL, SIN CONTENIDO SOCIAL

Al momento de comparar el tratamiento y la clasificación que le dan a las noticias de violencia contra la mujer se puede observar que, tanto en la prensa como en la televisión, la mayoría aparece como información “policial/delincuencial”. Este porcentaje se ha incrementado con respecto a monitoreos anteriores donde había más presencia de “política” vinculado a políticas públicas y normatividad asociada.

Sin embargo, hay algunos matices: en el caso de la televisión, los programas informativos el 84.6% de sus noticias relacionadas con violencia contra la mujer se presentan como información “policial/delincuencial” mientras que en el caso de la prensa escrita de Lima el 52.8% y de Piura el 38.5% respectivamente.

TIPO DE TEMÁTICA								
¿Cuál es el contenido de la noticia sobre Violencia contra la Mujer?								
Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Policial/delincuencial	187	84,6	47	52,8	15	38,5	249	71,3
Judicial	17	7,7	12	13,5	6	15,4	35	10,0
Problemática social	6	2,7	15	16,9	6	15,4	27	7,7
Espectáculo/farándula	3	1,4	11	12,4	3	7,7	17	4,9
Política/legislativo	7	3,2	2	2,2	6	15,4	15	4,3
Utilitarios / miscelánea	1	,5			2	5,1	3	,9
Familia hogar/ eventos sociales/economía/deportivos			2	2,2	1	2,6	3	,9
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

Así vemos una principal diferencia entre televisión y prensa, siendo esta última la que desarrolla un abordaje más integral pues aborda la “problemática social” (16.9%), “judicial” (13.5%).

Merece resaltarse como la situación de prensa de Piura, hay un porcentaje significativo de noticias de violencia contra la mujer (15.4%) que son abordadas como “política”, es decir, se les reconoce como un hecho de interés público-político, que trasciende la problemática social, policial y judicial a nivel local, lo que no ocurre en el caso de la prensa Lima y menos en el caso de la Televisión.

En general entonces vemos que la televisión reduce el contenido de las noticias a lo policial y delincuencial sin mayor abordaje de las causas y consecuencias para la sociedad de los temas que presenta. La prensa de Lima y en especial de regiones (Piura) aborda contenidos más amplios de políticas públicas, lo judicial (aunque no siempre vinculado a justicia sino a lo procedimental). No existe así una preocupación por los hechos y sus actores, su prevención y orientación.

1.3. TITULARES, BLOQUES, DURACION Y ESPACIO: EL LUGAR Y PRIORIDAD QUE OCUPA LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN LOS MEDIOS

Un aspecto importante en el trabajo diario de los medios de comunicación, es la decisión de seleccionar entre sus cientos de noticias, cuáles van a ser parte de sus titulares principales o van a ir en su portada o primera plana, ya que eso es lo que en primera instancia “engancha” a sus públicos, para que ellos luego decidan si continúan o no con el desarrollo de la noticia. Esto es importante, porque se supone que estas noticias deben ser seleccionadas teniendo en cuenta el grado de “interés” o de “importancia” para sus públicos. Una mala elección podría significar simplemente que sus públicos busquen otras opciones informativas, dentro del amplio espectro de posibilidades de oferta informativa existente.

De allí que cuando se revisan los resultados de este aspecto en el monitoreo de medios realizado, sea la televisión la que presenta un mayor porcentaje de noticias sobre violencia contra la mujer que aparecen en sus titulares (59.3%) mientras que en la prensa escrita es un porcentaje mucho menor (21.1%), tal como se observa a continuación:

UBICACIÓN EN LA PORTADA, PRIMERA PLANA O TITULARES						
¿Las noticias sobre Violencia contra la Mujer aparecen en la portada, primera plana o titulares principales del medio de comunicación?						
Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
No	101	78,9	90	40,7	191	54,7
Sí	27	21,1	131	59,3	158	45,3
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Sin embargo, tal como veremos más adelante (en el punto 1.17) el hecho de que la violencia contra la mujer aparezca en los titulares, portada o primera planta de la prensa escrita y la televisión no significa necesariamente que ello se haga con un enfoque de calidad y una perspectiva ética y de inclusión social (ya que la mayoría de los titulares son descriptivos, no llaman a la prevención o acción frente al tema, el término de feminicidio prácticamente no aparece en los titulares, etc.) y por otro lado, esa cobertura en los titulares, portadas o primeras planas tampoco se refleja en el tratamiento, la ubicación, el espacio y la extensión que se le da en sus páginas o sus bloques internos.

Asimismo, junto con su ubicación en los titulares, portada o primera plana, el otro aspecto que nos señala el grado de importancia asignada por el medio de comunicación a cierto tipo de noticias (en este caso, de violencia contra la mujer) es su ubicación a lo largo de las páginas del diario (prensa) o de los bloques de su programación (televisión).

En el caso de la prensa, es sabido que luego de los titulares, las páginas más importantes son las que siguen a la portada (porque se vinculan a los temas de coyuntura o con los titulares) y también las páginas centrales (porque tienen más espacio para desarrollar o profundizar la información). En el caso de la televisión es distinto, ya que el grado de importancia asignado tiene que ver con la reiteración de la noticia a lo largo de sus distintos bloques.

Teniendo en cuenta eso, llama la atención que en la prensa escrita, la mayoría de las noticias sobre violencia contra la mujer no se encuentren ubicadas en la página posterior a la portada ni en las páginas centrales, sino más bien en las páginas siguientes (54.7%) o posteriores a la central (31.3%), es decir, como cualquier otra noticia. En el caso de la televisión es distinto, ya que las noticias referidas a violencia contra la mujer son trabajadas a lo largo de sus distintos bloques, especialmente en el primer, segundo, tercer y quinto bloque. Como se puede observar, hay una mejor distribución a lo largo de sus bloques:

UBICACIÓN EN EL DIARIO O EN EL PROGRAMA TELEVISIVO						
¿En qué sección o bloque son ubicadas y desarrolladas las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Página posterior a la primera plana o portada	10	7,8			10	2,9
Páginas siguientes	70	54,7			70	20,1
Páginas centrales	8	6,3			8	2,3
Páginas posteriores a la central	40	31,3			40	11,5
Primer bloque			32	14,5	32	9,2
Segundo bloque			37	16,7	37	10,6
Tercer bloque			42	19,0	42	12,0
Cuarto bloque			15	6,8	15	4,3
Quinto bloque			30	13,6	30	8,6
Sexto bloque			13	5,9	13	3,7
Sétimo bloque			23	10,4	23	6,6
Octavo bloque			10	4,5	10	2,9
Noveno bloque			7	3,2	7	2,0
Decimo bloque			6	2,7	6	1,7
Onceavo bloque			1	,5	1	,3
Doceavo bloque			5	2,3	5	1,4
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Ahora bien, al analizar los resultados de la Prensa en Lima y la Prensa en Piura, este panorama no cambia. Sin embargo, en el caso de la Prensa Lima, un porcentaje significativo de noticias de violencia contra la mujer son colocadas en la página posterior a la primera plana o portada de los diarios, lo que indicaría un mayor peso o importancia en la agenda de estos medios.

Otro aspecto que indica el grado de importancia que asignan los medios de comunicación a las noticias sobre violencia contra la mujer, es el tamaño o extensión que le dan (caso de la prensa escrita) y el tiempo de duración de la noticia (caso de la televisión).

En el caso de la prensa escrita no hay diferencias entre la Prensa Lima y la Prensa Piura. En ambos casos las noticias sobre violencia contra la mujer son pequeñas en su tamaño o extensión: la mayoría de noticias tienen un tamaño que oscila entre “Menos de 50 cm²” (en Lima representa

el 46.1% y en Piura el 59.0%) y “De 50 a 200 cm²” (en Lima representa 21.3% y en Piura 28.2%) tal como se puede ver en el siguiente cuadro:

EXTENSIÓN						
¿Qué tamaño tiene las noticias sobre Violencia contra la Mujer?						
Comparativo Prensa Lima y Prensa Piura						
	Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%
Menos de 50cm ²	41	46,1	23	59,0	64	50,0
De 50 a 200 cm ²	19	21,3	11	28,2	30	23,4
De 201 a 310 cm ²	10	11,2	2	5,1	12	9,4
De 311 a 435 cm ²	9	10,1	2	5,1	11	8,6
Más de 1100cm ²	4	4,5	1	2,6	5	3,9
De 601a 850cm ²	3	3,4			3	2,3
De 4365 a 600cm ²	2	2,2			2	1,6
De 851 a 950 cm ²	1	1,1			1	,8
Total	89	100,0	39	100,0	128	100,0

En el caso de los programas informativos de televisión es distinto. La mayoría de noticias relacionadas con la violencia contra la mujer tienen una duración promedio o regular ya que oscilan entre “1m31s-2m30s”, “2m31s - 3m30s”. Incluso, un 20.4% de estas noticias tienen una duración más extendida (“5m31s a más”), lo que indica su importancia o prioridad para el medio televisivo. Esto puede verse en el siguiente cuadro:

DURACIÓN		
¿Qué tamaño tiene las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Televisión		
	N	%
2m31s - 3m30s	59	26,7
5m31s a más	45	20,4
1m31s - 2m30s	43	19,5
3m31s - 4m30s	24	10,9
0m3s - 1m00s	17	7,7
1m01s - 1m30s	17	7,7
4m31s - 5m30s	14	6,3
0m00s - 0m30s	2	,9
Total	221	100,0

En resumen podemos deducir que en televisión la duración no sería un serio problema que limite el abordaje de la problemática de la violencia contra la mujer pues se puede encontrar hasta más de 5 minutos para una noticia. Aún así los titulares reflejan el peso que le dan a las noticias de

violencia contra la mujer. Pero en el caso de la prensa si se caracteriza por brindarle espacios pequeños a las noticias, aunque no aparezca necesariamente en los titulares, no siendo una prioridad en la relación con sus públicos.

1.4. LA INFORMACION DEL HECHO SIN CONSTRUCCION DE OPINION

Un resultado a la vista es la primacía de los formatos informativos en las noticias sobre violencia contra la mujer. Más aún, se trata específicamente de la Nota Informativa como el principal formato utilizado para dar cuenta de estos hechos, tanto en la prensa (82.8%) como en la televisión (68.8%). Los otros formatos utilizados en menor medida son básicamente de opinión o interpretativos (Entrevista, Columna, Comentario, Artículo, Editorial, Reportaje). No se identifica el uso de otros formatos informativos que sean significativos en el marco de este monitoreo. Esto es importante señalar ya que hace que la información sobre estos temas sea más descriptiva que analítica, de opinión o interpretativa.

Ahora bien, habría que precisar, que en el caso de la televisión el uso de formatos informativos es menor que en la prensa escrita. De manera significativa, en la televisión también aparece la utilización de otros formatos de opinión e interpretativos como la Entrevista Individual o Colectiva (12.2%) y el Reportaje (10.9%).

FORMATO						
¿Las noticias sobre Violencia contra la Mujer se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Nota informativa	106	82,8	152	68,8	258	73,9
Entrevista individual, colectiva	8	6,3	27	12,2	35	10,0
Reportaje	3	2,3	24	10,9	27	7,7
Otros	3	2,3	17	7,7	20	5,7
Columna	4	3,1			4	1,1
Comentario	1	,8	1	,5	2	,6
Artículo	2	1,6			2	,6
Editorial	1	,8			1	,3
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

En el caso de los programas informativos de televisión, es interesante también señalar las diferencias entre ellos: por ejemplo, el programa “Abre los ojos” (Frecuencia Latina) es el que menos utiliza la Nota Informativa (55.4%) y por el contrario utiliza mas los otros formatos como la Entrevista Individual o Colectiva” (14.5%) y el Reportaje (26.5%). Caso contrario ocurre con los noticieros “Primera Noticia” (ATV) y “Primera Edición” (América Televisión) que utilizan fundamentalmente la Nota Informativa” en un 73.0% y 81.3% respectivamente.

FORMATO	
¿Las noticias sobre Violencia contra la Mujer se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas? Comparativo Programas de Televisión	

	ABRE LOS OJOS (FRECUENCIA LATINA)		PRIMERA NOTICIA (ATV)		PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nota informativa	46	55,4	54	73,0	52	81,3	152	68,8
Entrevista individual, colectiva	12	14,5	8	10,8	7	10,9	27	12,2
Reportaje	22	26,5	2	2,7			24	10,9
Otros	3	3,6	9	12,2	5	7,8	17	7,7
Comentario			1	1,4			1	,5
Total	83	100,0	74	100,0	64	100,0	221	100,0

En la prensa escrita también hay diferencias significativas: en el caso de la Prensa Lima, el diario El Comercio es el que presenta una mayor variedad en el uso de formatos informativos, de opinión e interpretativos: Nota Informativa (70.8%), Columna de Opinión (12.5%), Reportaje (8.3%), Entrevista y Artículo (4.2%). Caso contrario ocurre en el diario Perú 21, donde el 100% de la información relacionada con la violencia contra la mujer se presenta en el formato de Nota Informativa". Algo similar ocurre con los diarios Ojo (80%) y El Trome (82%), tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

FORMATO										
¿Las noticias sobre Violencia contra la Mujer se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas? Comparativo Diarios Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nota informativa	17	70,8	20	80,0	19	82,6	17	100,0	73	82,0
Entrevista individual, colectiva	1	4,2	2	8,0	1	4,3			4	4,5
Columna	3	12,5							3	3,4
Otros			2	8,0	1	4,3			3	3,4
Reportaje	2	8,3							2	2,2
Artículo	1	4,2	1	4,0					2	2,2
Comentario					1	4,3			1	1,1
Editorial					1	4,3			1	1,1
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

En el caso de la Prensa Piura también ocurre lo mismo: mientras que el diario El Tiempo es el que presenta una mayor variedad en el uso de formatos informativos, de opinión e interpretativos al

momento de presentar las informaciones sobre violencia contra la mujer, en el caso de los diarios Correo y La Hora es distinto, ya que casi toda la información se presenta como Nota Informativa:

FORMATO								
¿Las noticias sobre Violencia contra la Mujer se presentan en formatos que permiten la mayor profundización de los temas? Comparativo Diarios Piura								
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nota informativa	8	66,7	13	92,9	12	92,3	33	84,6
Entrevista individual, colectiva	3	25,0			1	7,7	4	10,3
Reportaje	1	8,3					1	2,6
Columna			1	7,1			1	2,6
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

El formato utilizado en el tratamiento de la noticia es relevante en la medida que ayuda a presentar no solo la información sino la opinión de las fuentes construyendo así una continuidad entre información y opinión ayudando a los públicos a comprender la problemática.

12

1.5. LA CENTRALIZACION INFORMATIVA Y SU LIMITADO ALCANCE REDUCE EL IMPACTO DE LAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Es interesante señalar que en la prensa escrita y la televisión, la mayor parte de las noticias sobre violencia contra la mujer ocurren o tienen como ámbito la ciudad de Lima: 88.2% para la televisión y 47.7% para la prensa escrita (sumando Prensa Lima y Prensa Piura).

En el caso de la televisión, el centralismo de la noticia en Lima es dramático, al punto que solo un 6.5% de las informaciones sobre violencia contra la mujer ocurren en el resto del país y un 5.4% se da en el ámbito internacional, lo que evidentemente no guarda proporción con la realidad.

En el caso de la Prensa Lima, evidentemente gran parte de las noticias de violencia contra la mujer se centran en Lima (56.2%) y en segundo lugar a nivel internacional (20.2%). En cambio en la Prensa Piura hay un tratamiento más equilibrado: 30.8% se da en Piura (ciudad), 28.2% en Lima, 25.6% a nivel internacional y un 7.7% en otras provincias de la región Piura, tal como se observa a continuación:

AMBITO GEOGRÁFICO								
¿Dónde se producen las noticias sobre Violencia contra la Mujer?								
Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
En Lima	195	88,2	50	56,2	11	28,2	256	73,4

Internacional	12	5,4	18	20,2	10	25,6	40	11,5
No precisado	3	1,4	12	13,5			15	4,3
Selva	7	3,2	5	5,6			12	3,4
Sierra	1	,5	2	2,2	2	5,1	5	1,4
Costa	3	1,4			1	2,6	4	1,1
En Piura (ciudad)			1	1,1	12	30,8	13	3,7
En otras provincias de la Región Piura					3	7,7	3	,9
En Piura (zonas rurales)			1	1,1			1	,3
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

En el caso específico de la Prensa Lima llama la atención que quienes dan más peso al ámbito de Lima sean los diarios Ojo (64%) y El Trome (69.6%). Asimismo, que el diario El Comercio le de mayor cobertura de las noticias de violencia contra la mujer en el ámbito internacional (41.7%) lo cual resulta desproporcionado frente a la realidad de Lima y el resto del país.

AMBITO GEOGRÁFICO										
¿Dónde se producen las noticias sobre Violencia contra la Mujer?										
Comparativo Diarios Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
En Lima	9	37,5	16	64,0	16	69,6	9	52,9	50	56,2
Internacional	10	41,7	2	8,0	1	4,3	5	29,4	18	20,2
No precisado	2	8,3	3	12,0	6	26,1	1	5,9	12	13,5
Selva	3	12,5	2	8,0					5	5,6
Sierra							2	11,8	2	2,2
En Piura (ciudad)			1	4,0					1	1,1
En Piura (zonas rurales)			1	4,0					1	1,1
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

En el caso específico de la Prensa Piura, es interesante que los resultados de los tres diarios de esta región sean similares. Hay un equilibrio en los ámbitos donde se dan u ocurren las noticias de violencia contra la mujer: Piura-ciudad (30.8%), Lima (28.2%) e Internacional (25.6%). Y salvo el diario El Correo que presenta varias noticias ocurridas en las zonas rurales de Piura y el resto del país, los otros dos medios casi no tienen información de otras zonas.

Pero tan importante como el lugar donde se producen las noticias es su alcance, la repercusión o impacto que tiene en la vida de los ciudadanos. Muchas veces, una noticia generada en un ámbito local puede tener repercusiones a nivel local, pero también a nivel regional o nacional y

viceversa (ej. las declaraciones de la Primera Dama, Nadine Heredia, sobre los derechos de las mujeres y la inclusión social, se generan en Lima pero tienen repercusión a nivel nacional).

El centralismo no se justifica en un país descentralizado y diverso, pero es una responsabilidad del tratamiento periodístico que las noticias sean de interés público, que más allá del ámbito en que se da se pueda establecer una conexión y utilidad para los públicos que lo escuchan y ven.

En esa línea llama la atención, que tanto en los programas informativos de televisión (61.1%) como en la prensa escrita (28.9%) la mayor repercusión de las noticias sobre violencia contra la mujer se da en el ámbito Comunal (barrio, comunidad, caserío), y en segundo lugar a nivel Nacional. Entonces difusión del hecho no es lo mismo que el impacto, alcance o repercusión que pueda tener más allá de los involucrados y ámbitos donde se realiza la noticia.

ALCANCE						
¿Cuál es la repercusión que tienen las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Comunal	37	28,9	135	61,1	172	49,3
Nacional	32	25,0	63	28,5	95	27,2
Local	29	22,7	9	4,1	38	10,9
Internacional	27	21,1	11	5,0	38	10,9
Regional			3	1,4	3	,9
No precisado	3	2,3			3	,9
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

En el caso de los programas de televisión, el 61.1% de las noticias repercuten en lo Comunal y el 28.5% en lo Nacional. En el caso de los programas de televisión, el que más acentúa la repercusión en el ámbito Comunal es el programa “Primera Edición” (América Televisión).

Lo interesante es que en el caso de la televisión se polariza el ámbito de la repercusión de la noticia: desde lo micro (lo comunal) a lo macro (lo nacional). Los espacios intermedios de articulación entre lo micro y lo macro, como lo local (4.1%) y lo regional (1.4%) casi no aparecen en las noticias.

1.6. LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER COMO PARTE DE LA AGENDA INFORMATIVA

Otro resultado que es importante destacar, en términos generales, es que las acciones o situaciones de violencia contra la mujer tienen mayor cobertura en la televisión (96.4%) que en la prensa escrita (78.9%). En cambio, las noticias sobre acciones o actividades que promueven la erradicación de la violencia contra la mujer tienen más cobertura en la prensa escrita (18.0%) que en la televisión (solo el 3.2%).

ASUNTOS O ISSUES

¿Sobre qué temáticas en particular sobre Violencia contra la Mujer se habla en los

medios? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Violencia contra la mujer	101	78,9	213	96,4	314	90,0
Tipos de acciones o actividades para erradicar violencia contra la mujer	23	18,0	7	3,2	30	8,6
Otros	4	3,1	1	,5	5	1,4
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Si bien, las acciones o actividades para promover la erradicación de la mujer tienen poca cobertura en los medios (en conjunto prensa y televisión, apenas un 8.6%), es importante resaltarlas ya que nos muestran un camino que los otros medios de comunicación deben imitar. Es así, que en términos generales (sumando prensa y televisión) las actividades que más se visibilizan son: actividades de incidencia política (4.3%), actividades de sensibilización y educativas (1.7%), actividades de debate, discusión o deliberación pública (1.1%), Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones (0.6%), actividades de movilización y protesta (0.6%) y actividades deportivas, recreativas (0.3%).

Por otro lado, tanto en la prensa escrita como en la televisión, la mayor parte de noticias sobre violencia contra la mujer son de “asesinato de mujeres/feminicidio” (57.0%), en segundo lugar de maltrato o agresión física y/o psicológica” (18.1%), acoso sexual/violación de mujeres (6.0%), tal como se observa a continuación:

15

ASUNTOS O ISSUES						
¿Sobre qué temáticas en particular sobre Violencia contra la Mujer se habla en los medios? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Asesinato de mujeres - feminicidio	34	26,6	165	74,7	199	57,0
Maltrato o agresión física y/o psicológica	27	21,1	36	16,3	63	18,1
Acoso sexual/violación de mujeres	12	9,4	9	4,1	21	6,0
Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	17	13,3	3	1,4	20	5,7
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	9	7,0	6	2,7	15	4,3
Discriminación contra las mujeres	8	6,3			8	2,3
Actividades de sensibilización y edu -	5	3,9	1	,5	6	1,7

comunicativas (campañas, ferias)						
Otros	4	3,1	1	,5	5	1,4
Actividades de debate, discusión o deliberación pública	4	3,1			4	1,1
Suicidio de la mujer	2	1,6			2	,6
Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones	2	1,6			2	,6
Actividades de movilización y protesta	2	1,6			2	,6
Trata/ prostitución de mujeres	1	,8			1	,3
Actividades deportivas, recreativas	1	,8			1	,3
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

En el caso de la televisión, se da más peso al “asesinato de mujeres/feminicidio” (74.7%) y en segundo lugar al “maltrato o agresión física y/o psicológica” (16.3%), y en menor medida los otros temas: “Acoso sexual/violación de mujeres” (4.1%), “Actividades de incidencia política” (2.7%), “Asaltos, robos, secuestros contra mujeres” (1.4%).

Asimismo, si comparamos los noticieros, vemos que el programa “Primera Edición” (América Televisión) es el que da más cobertura a los casos de “asesinato de mujeres/feminicidio” (81.3%), mientras que el programa “Abre los ojos” (Frecuencia Latina) es el que da mayor cobertura a noticias sobre “maltrato o agresión física y/o psicológica” (21.7%).

16

ASUNTOS O ISSUES								
¿Sobre qué temáticas en particular sobre Violencia contra la Mujer se habla en los medios?								
Comparativo Programas de Televisión								
	ABRE LOS OJOS (FRECUENCIA LATINA)		PRIMERA NOTICIA (ATV)		PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Asesinato de mujeres - feminicidio	57	68,7	56	75,7	52	81,3	165	74,7
Maltrato o agresión física y/o psicológica	18	21,7	10	13,5	8	12,5	36	16,3
Acoso sexual/violación de mujeres	4	4,8	2	2,7	3	4,7	9	4,1
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	1	1,2	4	5,4	1	1,6	6	2,7

Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	2	2,4	1	1,4			3	1,4
Otros			1	1,4			1	,5
Actividades de sensibilización y edu - comunicativas (campañas, ferias)	1	1,2					1	,5
Total	83	100,0	74	100,0	64	100,0	221	100,0

Por otro lado, en el caso de la prensa escrita, si se compara los resultados de la Prensa Lima y Prensa Piura, se verá que en el caso de la Prensa Lima hay una mayor cobertura de noticias de violencia contra la mujer (84.3%) frente a la Prensa Piura (66.7%). En cambio, las noticias sobre acciones o actividades para promover la erradicación de la violencia contra la mujer tiene una mayor cobertura en la Prensa Piura (33.3%) que en la Prensa Lima (11.2%).

En el caso de la Prensa Lima, los diarios que dan más cobertura a las noticias sobre violencia contra la mujer son el diario Ojo (92%) y El Trome (91%). Asimismo, los que dan más cobertura a las noticias de acciones o actividades para erradicar la violencia contra la mujer son el diario El Comercio (25%) y Perú 21 (11.8%).

De manera general, los diarios de Lima tienden a dar una mayor cobertura a las noticias sobre “asesinato de mujeres/feminicidio” (sumando los 4 diarios, da un 30.3%) frente a otros temas como “maltrato o agresión física y/o psicológica” (22.5%), “asalto, robos, secuestros contra mujeres” (12.4%).

De manera específica, los diarios de Lima que dan más cobertura a los casos de “asesinato de mujeres/feminicidio” son los diarios El Trome (47.8%) y Ojo (32.0%), mientras que los que dan mayor cobertura a noticias sobre “maltrato o agresión física y/o psicológica” son los diarios Ojo (32.0%) y El Comercio (25%). Cabe destacar que el diario Perú 21 tiene una cobertura más equilibrada sobre los diversos temas relacionados con violencia contra la mujer: “asesinato de mujeres/feminicidio” (17.6%), “maltrato o agresión física y/o psicológica” (17.6%), “asalto, robos, secuestros contra mujeres” (17.6%), acoso sexual/violación de mujeres (17.6%) y “discriminación contra las mujeres” (11.8%), tal como se puede observar:

ASUNTOS O ISSUES										
¿Sobre qué temáticas en particular sobre Violencia contra la Mujer se habla en los medios?										
Comparativo Diarios Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Asesinato de mujeres - feminicidio	5	20,8	8	32,0	11	47,8	3	17,6	27	30,3
Maltrato o	6	25,0	8	32,0	3	13,0	3	17,6	20	22,5

agresión física y/o psicológica										
Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	1	4,2	2	8,0	5	21,7	3	17,6	11	12,4
Acoso sexual/violación de mujeres	2	8,3	4	16,0	1	4,3	3	17,6	10	11,2
Discriminación contra las mujeres	2	8,3	1	4,0			2	11,8	5	5,6
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	3	12,5	1	4,0			1	5,9	5	5,6
Otros	1	4,2			2	8,7	1	5,9	4	4,5
Suicidio de la mujer	1	4,2			1	4,3			2	2,2
Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones	1	4,2							1	1,1
Actividades de movilización y protesta	1	4,2							1	1,1
Actividades de sensibilización y edu-comunicativas (campañas, ferias)	1	4,2							1	1,1
Actividades de debate, discusión o deliberación pública							1	5,9	1	1,1
Actividades deportivas, recreativas			1	4,0					1	1,1
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

En el caso de la Prensa Piura, los diarios que dan más cobertura a las noticias sobre violencia contra la mujer son el diario Correo (78.6%) y La Hora (69.2%). Asimismo, los que dan más cobertura a las noticias de acciones o actividades para erradicar la violencia contra la mujer son el diario El Tiempo (50.0%) y La Hora (30.8%).

Habría que precisar también que los 3 diarios de Piura, en conjunto, tienden a dar una cobertura equilibrada a los distintos tipos de noticias relacionadas con la violencia contra la mujer:

“asesinato de mujeres/feminicidio” (17.9%), “maltrato o agresión física y/o psicológica” (17.9%), “asalto, robos, secuestros contra mujeres” (15.4%) y “discriminación contra las mujeres” (7.7%). Asimismo, los tres diarios dan una cobertura significativa a aquellas actividades que promueven la erradicación de la violencia contra las mujeres: “Actividades de incidencia política” (10.3%), “Actividades de sensibilización y edu-comunicativas” (10.3%), “Actividades de debate, discusión o deliberación pública” (7.7%), entre otras:

ASUNTOS O ISSUES								
¿Sobre qué temáticas en particular sobre Violencia contra la Mujer se habla en los medios?								
Comparativo Diarios Piura								
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Maltrato o agresión física y/o psicológica	2	16,7	3	21,4	2	15,4	7	17,9
Asesinato de mujeres - feminicidio	2	16,7	2	14,3	3	23,1	7	17,9
Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	1	8,3	4	28,6	1	7,7	6	15,4
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	2	16,7			2	15,4	4	10,3
Actividades de sensibilización y edu - comunicativas (campañas, ferias)	1	8,3	2	14,3	1	7,7	4	10,3
Discriminación contra las mujeres	1	8,3	1	7,1	1	7,7	3	7,7
Actividades de debate, discusión o deliberación pública	2	16,7	1	7,1			3	7,7
Acoso sexual/violación de mujeres			1	7,1	1	7,7	2	5,1
Trata/prostitución de mujeres					1	7,7	1	2,6
Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones	1	8,3					1	2,6

Actividades de movilización y protesta					1	7,7	1	2,6
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

1.7. EL ACTOR PRINCIPAL EN LAS NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER SON LOS AGRESORES

Otro resultado interesante, es que los actores principales o protagonistas de las noticias sobre violencia contra la mujer (**de acuerdo a su rol y función**) son los mismos delincuentes y sospechosos de la agresión con un 34.7%, mientras que en un segundo lugar aparecen las ciudadanas con un 27.8% y en tercer lugar los ciudadanos con un 8.0% en la cobertura de los medios informativos escritos y televisivos. Es decir, se le da más peso y cobertura informativa a los victimarios que a las víctimas. Esto se puede observar en el siguiente cuadro:

ACTOR PRINCIPAL ¿Qué actores son visibles en las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Delincuentes y sospechosos	30	23,4	91	41,2	121	34,7
Ciudadanas	33	25,8	64	29,0	97	27,8
Ciudadanos	11	8,6	17	7,7	28	8,0
Especialistas de algún tema (legislativo, salud, educación, etc.)	4	3,1	17	7,7	21	6,0
Deportistas, artistas	12	9,4	4	1,8	16	4,6
Ministerio público	5	3,9	5	2,3	10	2,9
Poder ejecutivo	2	1,6	6	2,7	8	2,3
Periodistas y comunicadores	2	1,6	6	2,7	8	2,3
Medios de comunicación	1	,8	4	1,8	5	1,4
Poder judicial	4	3,1			4	1,1
Contraloría de la República	3	2,3	1	,5	4	1,1
Poder legislativo	2	1,6	1	,5	3	,9
Organismos internacionales (ONU, OEA, UNESCO, ETC.)	3	2,3			3	,9
Policía (local, metropolitana y nacional, etc.)	1	,8	2	,9	3	,9
Empresarios	3	2,3			3	,9
Otros	1	,8	1	,5	2	,6
Ninguno	1	,8	1	,5	2	,6

ONG'S, Colegios profesionales	2	1,6			2	,6
Fuerzas Armadas	2	1,6			2	,6
Funcionarios y empleados	1	,8			1	,3
Defensoría del pueblo	1	,8			1	,3
Iglesias	1	,8			1	,3
Agencias de cooperación extranjera	1	,8			1	,3
Embajadas	1	,8			1	,3
Instituciones de servicios públicos privados	1	,8			1	,3
Ex funcionarios			1	,5	1	,3
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Aquí llama la atención la débil presencia del estado en su conjunto como actor protagónico. Sumando sus diferentes niveles: gobierno central, gobiernos regionales y gobiernos locales, instituciones autónomas, Instituciones del orden, seguridad pública y defensa nacional, y sistema de justicia, solo representa el 10.4% del total de las noticias.

Llama también la atención que los gobiernos regionales y locales prácticamente no aparezcan como actores principales en las noticias de violencia contra la mujer (0.3%), siendo estos los niveles de representación política, de gobierno y gestión de políticas públicas, más cercanos a la población. Además de que en los espacios regionales y locales se están impulsando normas, planes y programas de prevención y atención de la violencia contra la mujer, en muchos casos en asocio con la sociedad civil.

Asimismo, la débil presencia de los actores vinculados al Sistema de Justicia (Poder Judicial, Ministerio Público-Fiscalía de la Nación, Policía Nacional y Defensoría del Pueblo) que apenas suman entre todos 5.2% como protagonistas en las noticias, cuando ellos deberían tener mayor presencia y visibilidad por sus roles y funciones públicas.

Por otro lado, los actores de sociedad civil (organizaciones sociales, ongs, universidades, iglesias, colegios profesionales, movimientos ciudadanos y otros) casi no aparecen como protagonistas de la noticia con apenas un 0.9%, al igual que los organismos internacionales (agencias de cooperación, embajadas, organismos internacionales) con un 1.4%, siendo estos sectores de la sociedad civil los que desarrollan continuamente actividades y acciones, programas y proyectos, a favor de los derechos de la mujer y para erradicar la violencia contra las mujeres.

Por otro lado, los comunicadores, periodistas y medios de comunicación son actores principales en un 3.7% del total de noticias sobre violencia contra la mujer. Por su parte, las empresas prácticamente no aparecen: los empresarios son actores en un 0.9% y las Instituciones de servicios públicos privados con un 0.3.

Al momento de ver los resultados por tipos de medios, se puede observar que el protagonismo de los delincuentes y sospechosos en las noticias de violencia contra la mujer es alto en la

televisión (41.2%) frente a la prensa de Lima (24.7%) y de Piura donde este protagonismo es menor (20.5%).

Asimismo, se observa que en la prensa de Piura se da más protagonismo a los actores del Sistema de Justicia (Ministerio Público, Poder Judicial, Defensoría del Pueblo y Policía) con un 20.5%, mientras que en la televisión y la prensa de Lima es mucho menor: 3.2% y 3.4% respectivamente.

ACTOR PRINCIPAL								
¿Qué actores son visibles en las noticias sobre Violencia contra la Mujer?								
Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Delincuentes y sospechosos	91	41,2	22	24,7	8	20,5	121	34,7
Ciudadanas	64	29,0	25	28,1	8	20,5	97	27,8
Ciudadanos	17	7,7	10	11,2	1	2,6	28	8,0
Especialistas de algún tema (legislativo, salud, educación, etc.)	17	7,7	3	3,4	1	2,6	21	6,0
Deportistas, artistas	4	1,8	10	11,2	2	5,1	16	4,6
Ministerio público	5	2,3			5	12,8	10	2,9
Poder ejecutivo	6	2,7	2	2,2			8	2,3
Periodistas y comunicadores	6	2,7	2	2,2			8	2,3
Medios de comunicación	4	1,8	1	1,1			5	1,4
Poder judicial			2	2,2	2	5,1	4	1,1
Contraloría de la República	1	,5			3	7,7	4	1,1
Poder legislativo	1	,5	2	2,2			3	,9
Organismos internacionales (ONU, OEA, UNESCO, ETC.)			1	1,1	2	5,1	3	,9
Policía (local, metropolitana y nacional, etc.)	2	,9	1	1,1			3	,9
Empresarios			3	3,4			3	,9
Otros	1	,5			1	2,6	2	,6
Ninguno	1	,5	1	1,1			2	,6
ONG'S, Colegios profesionales			2	2,2			2	,6
Fuerzas Armadas					2	5,1	2	,6
Funcionarios y empleados					1	2,6	1	,3
Defensoría del					1	2,6	1	,3

pueblo								
Iglesias			1	1,1			1	,3
Agencias de cooperación extranjera					1	2,6	1	,3
Embajadas					1	2,6	1	,3
Instituciones de servicios públicos privados			1	1,1			1	,3
Ex funcionarios	1	,5					1	,3
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

1.8. LAS MUJERES SON LAS PROTAGONISTAS EN LAS NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA

Otro aspecto que es importante analizar es el tipo de género del actor principal de las noticias. En ese sentido habría que precisar que a diferencia del cuadro anterior (donde aparecen básicamente las ciudadanas que son víctimas de la agresión) en este caso se toma en cuenta el género de todos los protagonistas. Es decir, no solo aparecen las mujeres víctimas o agredidas, sino también las mujeres que salen en los medios de comunicación representando otro rol o función (ej. mujeres autoridades, funcionarias públicas, representantes de instituciones y organizaciones, empresarias, periodistas, etc.).

En ese sentido, al observar el género del actor principal o protagonista (referente de información y opinión) en las noticias sobre violencia contra la mujer, se observa que mayoritariamente es “Femenino” con un 50.1% (sumando ambos medios) y en segundo lugar “Masculino” con un 39.3% de las noticias. Los sujetos colectivos aparecen en tercer lugar con un significativo 10.6%.

GÉNERO DEL ACTOR PRINCIPAL						
¿Qué géneros predominan en las noticias sobre Violencia contra la Mujer?						
Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Femenino	73	57,0	102	46,2	175	50,1
Masculino	37	28,9	100	45,2	137	39,3
Sujeto colectivo	18	14,1	19	8,6	37	10,6
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Si bien, tanto la prensa escrita (57.0%) como la televisión (46.2%) coinciden en que el actor protagónico de la noticia es “Femenino”, sin embargo, en el caso de la televisión se puede observar que el porcentaje de noticias entre los actores “Femenino” (46.2%) y “Masculino” (45.2%) es más equilibrado que en la prensa escrita, donde los actores “Femeninos” tienen más peso.

Asimismo, si se compara la Prensa Lima y la Prensa Piura, se puede observar que en este último caso hay más protagonismo de los actores “Colectivos” (20.5%) al punto de equipararse al protagonismo de los actores “Masculinos”, todo lo cual se puede ver en el siguiente cuadro:

GÉNERO DEL ACTOR PRINCIPAL								
¿Qué géneros predominan en las noticias sobre Violencia contra la Mujer?								
Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Femenino	102	46,2	50	56,2	23	59,0	175	50,1
Masculino	100	45,2	29	32,6	8	20,5	137	39,3
Sujeto colectivo	19	8,6	10	11,2	8	20,5	37	10,6
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

1.9. ADULTOS Y JÓVENES SON LOS ACTORES PRINCIPALES EN LAS NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

La mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer tienen como actores principales a las y los adultos (43.8%) y en segundo lugar a las y los jóvenes (37%), mientras que en el caso de las niñas/niños/adolescentes (4.6%) y tercera edad (2.6%) casi no aparecen. Lo que llama la atención, por un lado, es el creciente protagonismo de los jóvenes como actores principales en las noticias sobre violencia contra la mujer. Pero también, la poca visibilidad de otros grupos vulnerables como son las niñas, las adolescentes y las ancianas.

Asimismo, en el caso de la televisión se le da un mayor peso a los actores jóvenes, mientras que en la prensa escrita a las y los adultos.

GENERACIÓN DEL ACTOR PRINCIPAL								
¿Qué generaciones predominan en los actores que aparecen en las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Adulto	86	38,9	46	51,7	21	53,8	153	43,8
Joven	101	45,7	21	23,6	7	17,9	129	37,0
Sujeto colectivo	20	9,0	12	13,5	9	23,1	41	11,7
Niño(a)/ adolescente	10	4,5	5	5,6	1	2,6	16	4,6
Tercera Edad	4	1,8	4	4,5	1	2,6	9	2,6
Idea, valor, concepto			1	1,1			1	,3
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

1.10. LOS MEDIOS PROMUEVEN LA VICTIMIZACIÓN DE LAS MUJERES

En el caso del rol que cumple el actor protagonista de las noticias sobre violencia contra la mujer, tanto la televisión como la prensa escrita le asignan un mayor peso a la “Víctima” (26.6%). Sin embargo, tanto el “Denunciado/acusado” (24.6%) y el “Agresor” (15.2%) tienen un porcentaje alto o significativo. Es decir, la persona que es señalada por el medio de comunicación como el presunto acusado o agresor tiene en conjunto un 39.8%, muy superior al de la “Víctima”, lo que puede resultar contradictorio, ya que quienes trasgreden las leyes, vulneran derechos y ejercen violencia contra las mujeres, tienen más peso y visibilización en los medios de comunicación que las propias víctimas.

En ese sentido, la mayor parte de los actores protagonistas de la noticia sobre violencia contra la mujer, son precisamente la víctima y el victimario, la agredida y el agresor (ambos suman el 66.4% de las noticias). No se visibilizan otros actores con roles más positivos y proactivos, es decir, los medios no visibilizan como protagonista a los actores que tienen algo que decir para prevenir o erradicar la violencia contra la mujer, no visibilizan a las mismas mujeres que han superado exitosamente esta situación, ni tampoco actores que puedan contar experiencias de gestión y políticas públicas exitosas en otras zonas del país o internacional sobre este tema.

Ahora bien, los actores que cumplen una función de fuente de información y opinión ante los medios de comunicación, en ese caso el “Denunciante” (10.3%), el “Opinante” (9.2%) y el “Informante” (6.6%), y que generalmente lo constituye el entorno de la víctima (familiares, amigos, vecinos) tienen en conjunto un peso significativo como protagonistas: 26.1%. Pero, como sucede en estos casos, generalmente estos son actores que aparecen luego de la agresión o victimización de las mujeres, es decir, cumplen un rol en forma posterior o luego de los hechos (y no antes, para prevenirlos).

ROL DEL ACTOR PROTAGONISTA						
¿Cuál es el rol que tiene el actor protagonista en la noticia sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa Escrita y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Es una víctima	35	27,3	58	26,2	93	26,6
Denunciado, acusado	13	10,2	73	33,0	86	24,6
Es un agresor	29	22,7	24	10,9	53	15,2
Denunciante	15	11,7	21	9,5	36	10,3
Opinante	9	7,0	23	10,4	32	9,2
Informante	9	7,0	14	6,3	23	6,6
Justifica	4	3,1	3	1,4	7	2,0
Participante	6	4,7	1	,5	7	2,0
Es un sujeto de ayuda	4	3,1	2	,9	6	1,7
Concilia	3	2,3			3	,9
Rol familiar	1	,8	2	,9	3	,9
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

En el caso de los programas informativos de televisión, los porcentajes son bastante similares. Sin embargo, “Primera Noticia” (ATV) es el programa que menos peso le da a la relación entre víctima y victimario, y por el contrario se nota un mayor énfasis en los otros actores (“Opinante”, “Denunciante”, “Informante”, “Justifica”, “Rol Familiar”, entre otros):

ROL DEL ACTOR PROTAGONISTA									
¿Cuál es el rol que tiene el actor protagonista en la noticia sobre Violencia contra la Mujer?									
Comparativo Programas de Televisión									
	ABRE LOS OJOS (NOTICIERO FRECUENCIA LATINA)		PRIMERA NOTICIA (ATV)		PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Denunciado, acusado	29	34,9	24	32,4	20	31,3	73	33,0	
Es una víctima	21	25,3	14	18,9	23	35,9	58	26,2	
Es un agresor	13	15,7	3	4,1	8	12,5	24	10,9	
Opinante	8	9,6	12	16,2	3	4,7	23	10,4	
Denunciante	5	6,0	10	13,5	6	9,4	21	9,5	
Informante	5	6,0	5	6,8	4	6,3	14	6,3	
Justifica	1	1,2	2	2,7			3	1,4	
Rol familiar			2	2,7			2	,9	
Es un sujeto de ayuda	1	1,2	1	1,4			2	,9	
Participante			1	1,4			1	,5	
Total	83	100,0	74	100,0	64	100,0	221	100,0	

En el caso de los diarios de Lima, el que menos peso le da a la relación entre víctima y victimario, es el diario El Comercio, y por el contrario, es el que enfatiza más los roles protagónicos de los otros actores (“Denunciante”, “Opinante”, “Informante”, “Justifica”, “Concilia”, entre otros):

ROL DEL ACTOR PROTAGONISTA										
¿Cuál es el rol que tiene el actor protagonista en la noticia sobre Violencia contra la Mujer?										
Comparativo Diarios de Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Es una víctima	8	33,3	8	32,0	6	26,1	6	35,3	28	31,5
Es un agresor	4	16,7	9	36,0	6	26,1	2	11,8	21	23,6
Denunciante	2	8,3	3	12,0	4	17,4	2	11,8	11	12,4
Opinante	2	8,3	2	8,0	2	8,7	1	5,9	7	7,9
Denunciado, acusado			2	8,0	2	8,7	3	17,6	7	7,9
Informante	2	8,3	1	4,0	1	4,3	1	5,9	5	5,6
Justifica	3	12,5					1	5,9	4	4,5

Concilia	2	8,3			1	4,3			3	3,4
Es un sujeto de ayuda	1	4,2			1	4,3			2	2,2
Participante							1	5,9	1	1,1
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

En el caso de Piura, el diario que más enfatiza la relación entre la víctima y el victimario es el diario Correo. Por el contrario, el diario que menos protagonismo les da es el diario La Hora, y el que más peso les da a los otros actores protagonistas de la noticia, tal como se observa a continuación:

ROL DEL ACTOR PROTAGONISTA								
¿Cuál es el rol que tiene el actor protagonista en la noticia sobre Violencia contra la Mujer?								
Comparativo Diarios de Piura								
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Es un agresor	3	25,0	3	21,4	2	15,4	8	20,5
Es una víctima	1	8,3	4	28,6	2	15,4	7	17,9
Denunciado, acusado	1	8,3	5	35,7			6	15,4
Participante	3	25,0	1	7,1	1	7,7	5	12,8
Denunciante	1	8,3			3	23,1	4	10,3
Informante	2	16,7			2	15,4	4	10,3
Opinante			1	7,1	1	7,7	2	5,1
Es un sujeto de ayuda	1	8,3			1	7,7	2	5,1
Rol familiar					1	7,7	1	2,6
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

1.11. LAS CIUDADANAS APARECEN COMO ACTOR REFERIDO EN LAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

En el caso de las y los actores referidos (que es mencionado pero no protagónico en la noticia) es interesante ver cómo, al igual que ocurre con los actores protagónicos, el que tiene más peso es el grupo de las ciudadanas (43%), en segundo lugar los delincuentes y sospechosos (30.9%) y en tercer lugar los ciudadanos (5.4%).

Más bien, las que casi no aparecen son las instituciones del estado o de la sociedad civil, salvo algunas vinculadas al Sistema de Justicia como el Ministerio Público-Fiscalía de la Nación (3.4%) y la Policía (1.7%) que aparecen en menor medida.

También es interesante señalar, que los ciudadanos (varones) aparecen diferenciados, ya que casi siempre aparecen como los victimarios o agresores. Esto es importante remarcar, ya que

generalmente las noticias sobre violencia contra la mujer solo plantean la dicotomía entre el agresor (varón) y la víctima (mujer), pero no van más allá de eso.

En ese sentido, por ejemplo, no se plantea la participación y el involucramiento de muchos ciudadanos varones que están en contra de la violencia contra la mujer, pero no tienen un espacio en los medios de comunicación para protestar o expresar su opinión. Asimismo, porque es importante remarcar que en esta lucha para erradicar la violencia contra la mujer, tanto las mujeres como los varones deben estar del mismo lado y no aislados (como si esto solo fuera un problema de las mujeres y no de los varones), ya que es una problemática que nos compromete a todos.

Finalmente destacar, que en el caso de la Prensa Piura se da más peso a los actores del Sistema de Justicia (Ministerio Público-Fiscalía de la Nación, Policía Nacional y Defensoría del Pueblo), lo que no ocurre en la Televisión ni en la Prensa Lima.

ACTOR REFERIDO								
¿A qué actores se refieren en las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Actor que es mencionado pero no protagónico. Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura.								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ciudadanas	101	45,7	31	34,8	18	46,2	150	43,0
Delincuentes y sospechosos	83	37,6	21	23,6	4	10,3	108	30,9
Ciudadanos	8	3,6	11	12,4			19	5,4
Ministerio público	3	1,4	2	2,2	7	17,9	12	3,4
Medios de comunicación	11	5,0					11	3,2
Deportistas, artistas			9	10,1			9	2,6
Otros			3	3,4	4	10,3	7	2,0
Policía (local, metropolitana y nacional, etc.)	3	1,4	2	2,2	1	2,6	6	1,7
Empresarios	5	2,3	1	1,1			6	1,7
No precisado			3	3,4	1	2,6	4	1,1
Periodistas y comunicadores	4	1,8					4	1,1
Ninguno			1	1,1	1	2,6	2	,6
Defensoría del pueblo	1	,5			1	2,6	2	,6
Ex funcionarios	2	,9					2	,6
Poder ejecutivo			1	1,1			1	,3
Poder legislativo			1	1,1			1	,3
Alcalde provincial					1	2,6	1	,3
ONG'S, Colegios profesionales, etc.			1	1,1			1	,3
Organismos			1	1,1			1	,3

internacionales (ONU, OEA, UNESCO, ETC.)								
Instituciones de servicios públicos y privados					1	2,6	1	,3
Especialistas de algún tema (legislativo, salud, educación, etc.)			1	1,1			1	,3
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

1.12. LA TELEVISIÓN INTERPRETA MÁS LOS HECHOS QUE LA PRENSA ESCRITA

En relación al tratamiento informativo, es interesante la comparación entre televisión y prensa escrita: si bien ambos enfatizan la descripción de los hechos (televisión 67.4% y la prensa en su conjunto 85.9%), la televisión también analiza e interpreta los hechos en un 32.6% de las noticias, lo que es bastante significativo. Por otro lado, al comparar la Prensa Lima y Prensa Piura no se encuentra diferencias sustantivas en el tratamiento de las noticias sobre violencia contra la mujer:

TRATAMIENTO INFORMATIVO								
¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sólo se describe el hecho, simple redacción de acciones	149	67,4	76	85,4	34	87,2	259	74,2
Analiza e interpreta el hecho	72	32,6	13	14,6	5	12,8	90	25,8
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

Ahora bien, al analizar específicamente los programas informativos de televisión, es interesante señalar que en el caso de “Abre los ojos” (Frecuencia Latina) el porcentaje de noticias analizadas e interpretadas es mucho más alto (47%) que en los otros dos noticieros:

TRATAMIENTO INFORMATIVO				
¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Programas de Televisión				
	ABRE LOS OJOS (NOTICIERO FRECUENCIA LATINA)	PRIMERA NOTICIA (ATV)	PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)	Total

	N	%	N	%	N	%	N	%
Sólo se describe el hecho, simple redacción de acciones	44	53,0	54	73,0	51	79,7	149	67,4
Analiza e interpreta el hecho	39	47,0	20	27,0	13	20,3	72	32,6
Total	83	100,0	74	100,0	64	100,0	221	100,0

En el caso de la Prensa Lima sucede algo similar: el diario El Comercio es el que tiene mucho más noticias de violencia contra la mujer que son analizadas e interpretadas (41.7%) frente a los otros diarios limeños (Ojo, El Trome y Perú 21):

TRATAMIENTO INFORMATIVO										
¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Diarios Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Sólo se describe el hecho, simple redacción de acciones	14	58,3	25	100,0	21	91,3	16	94,1	76	85,4
Analiza e interpreta el hecho	10	41,7			2	8,7	1	5,9	13	14,6
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

30

Igualmente, en el caso de la Prensa Piura, el diario que le da un peso significativo al análisis e interpretación de los hechos es el diario El Tiempo (25%) a diferencia de los otros dos diarios (Correo y La Hora):

TRATAMIENTO INFORMATIVO									
¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Diarios Piura									
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Sólo se describe el hecho, simple redacción de acciones	9	75,0	13	92,9	12	92,3	34	87,2	

Analiza e interpreta el hecho	3	25,0	1	7,1	1	7,7	5	12,8
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

1.13. LOS MEDIOS UTILIZAN DIVERSOS MARCOS PARA EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Un resultado del monitoreo, es que en la mayoría de las noticias, los medios utilizan algún tipo de “marco o frame” para su tratamiento informativo (53.30%) y en un porcentaje menor no los utilizan (46.7%).

Esto es importante señalar, ya que los “marcos o frames” son “los marcos interpretativos de la realidad que ayudan a entenderla mejor” (Rodríguez-Castromil: 2010). Las y los periodistas al elaborar las noticias no nos cuentan los hechos tal como ocurren en la realidad, sino que lo hacen “encuadrándolos” o enfocándolos desde su propia experiencia. Es decir los interpretan. De allí que es importante saber si en la elaboración de las noticias hay o no marcos de interpretación definidos.

Como se puede observar, el principal marco o frame utilizado por los medios es la explicación o contextualización del hecho (23.2%), seguido de la dramatización del hecho (15.8%). En menor medida se resalta la situación como conflicto (10.4%), se hace un juicio moral (7%), se muestra un aspecto lúdico de la noticia (5%) y se advierte las consecuencias del hecho (0.3%). Esto es importante resaltar, ya que la contextualización de las noticias sobre violencia contra la mujer permite entender mejor esta problemática, y sirve de base para que el periodismo pueda promover una cultura de respeto a los derechos de las mujeres y una educación ciudadana para prevenir, evitar y combatir la violencia contra la mujer.

Por otro lado, son los programas informativos de televisión los que utilizan más la explicación o contextualización del hecho con un 29.4%, a diferencia de la prensa escrita que solo lo utiliza en un 12.5% de las noticias de violencia contra la mujer.

MARCOS (Frames) DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO						
¿Mediante qué enfoque de tratamiento informativo están presentadas las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
No utiliza ningún frame	70	54,7	93	42,1	163	46,7
Hay una explicación de fondo del tema, se contextualiza, señalando las causas del hecho.	16	12,5	65	29,4	81	23,2
Se dramatiza el hecho	20	15,6	35	15,8	55	15,8
Se resalta una situación de conflicto, pelea o disputa	11	8,6	23	10,4	34	9,7

Se hace un juicio moral del hecho (referido al bien y mal)	4	3,1	3	1,4	7	2,0
Muestra un aspecto lúdico de la noticia (como un hecho curioso o gracioso)	5	3,9			5	1,4
Otros	2	1,6	1	,5	3	,9
Advierte las consecuencias económicas, sociales o políticas que el hecho pueda causar			1	,5	1	,3
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

En el caso específico de los programas informativos de televisión, es interesante resaltar que todos en mayor o menor medida, trabajan la información explicándola o contextualizándola: “Abre los ojos” (Frecuencia Latina) con un 31.3%, “Primera Noticia” (ATV) con un 32.4% y “Primera Edición” (América Televisión) con un 23.4%.

Asimismo, el programa que más apela a la dramatización del hecho es “Primera Edición” (América Televisión) con un 21.9%.

MARCOS (Frames) DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO								
¿Mediante qué enfoque de tratamiento informativo están presentadas las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Programas de Televisión								
	ABRE LOS OJOS (NOTICIERO FRECUENCIA LATINA)		PRIMERA NOTICIA (ATV)		PRIMERA EDICION (AMERICA TELEVISION)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
No utiliza ningún frame	33	39,8	32	43,2	28	43,8	93	42,1
Hay una explicación de fondo del tema, contextualizando, señalando las causas del hecho.	26	31,3	24	32,4	15	23,4	65	29,4
Se dramatiza el hecho	14	16,9	7	9,5	14	21,9	35	15,8
Se resalta una situación de conflicto, pelea o disputa	8	9,6	8	10,8	7	10,9	23	10,4
Se hace un juicio moral del	1	1,2	2	2,7			3	1,4

hecho (referido al bien y mal)									
Advierte las consecuencias económicas, sociales o políticas que el hecho pueda causar			1	1,4				1	,5
Otros	1	1,2						1	,5
Total	83	100,0	74	100,0	64	100,0	221	100,0	

En el caso específico de los diarios de Lima, el diario El Comercio es el que más trata de explicar y contextualizar los hechos en las noticias de violencia contra la mujer (41.7%), frente a los otros diarios que casi no lo hacen. Asimismo, los diarios que más dramatizan los hechos de violencia contra la mujer son el diario Ojo (36.0%) y el diario El Trome (26.1%).

MARCOS (Frames) DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO										
¿Mediante qué enfoque de tratamiento informativo están presentadas las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Diarios de Lima										
	DIARIO EL COMERCIO		DIARIO OJO		DIARIO EL TROME		DIARIO PERU 21		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
No utiliza ningún frame	10	41,7	12	48,0	12	52,2	13	76,5	47	52,8
Se dramatiza el hecho	1	4,2	9	36,0	6	26,1	1	5,9	17	19,1
Hay una explicación de fondo del tema, contextualizando, señalando las causas del hecho.	10	41,7			1	4,3	1	5,9	12	13,5
Se resalta una situación de conflicto, pelea o disputa			4	16,0	3	13,0	1	5,9	8	9,0
Se hace un juicio moral del hecho (referido al bien y mal)	2	8,3			1	4,3			3	3,4
Muestra un aspecto lúdico de la noticia (como un	1	4,2							1	1,1

hecho curioso o gracioso)										
Otros							1	5,9	1	1,1
Total	24	100,0	25	100,0	23	100,0	17	100,0	89	100,0

En el caso específico de los diarios de Piura, se caracterizan porque la mayor parte de sus noticias no utilizan un marco o frame (sumando los tres diarios da un 59%). En algunos casos, como el Diario El Tiempo, se trata de explicar o contextualizar los hechos (25%), lo que los otros diarios casi no hacen.

Lo que llama la atención es que en los tres diarios se trabaja un porcentaje significativo de las noticias de violencia contra la mujer mostrándolo como un aspecto lúdico de la noticia (hecho curioso o gracioso), lo que en conjunto da un 10.3% del total de este tipo de noticias.

Finalmente, el medio que más trabaja las noticias en forma dramatizada (15.4%) o resaltándolo como un conflicto (15.4%) es el diario La Hora.

MARCOS (Frames) DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO								
¿Mediante qué enfoque de tratamiento informativo están presentadas las noticias sobre Violencia contra la Mujer? Comparativo Diarios de Piura								
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
No utiliza ningún frame	8	66,7	8	57,1	7	53,8	23	59,0
Hay una explicación de fondo del tema, contextualizando, señalando las causas del hecho.	3	25,0	1	7,1			4	10,3
Muestra un aspecto lúdico de la noticia (como un hecho curioso o gracioso)	1	8,3	2	14,3	1	7,7	4	10,3
Se resalta una situación de conflicto, pelea o disputa			1	7,1	2	15,4	3	7,7
Se dramatiza el hecho			1	7,1	2	15,4	3	7,7
Se hace un juicio moral del hecho (referido al bien y mal)					1	7,7	1	2,6

Otros			1	7,1			1	2,6
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

1.14. LA TELEVISIÓN PROMUEVE MÁS EL DEBATE PÚBLICO

Un aspecto interesante a resaltar, es que al comparar el posicionamiento del medio frente las noticias de violencia contra la mujer, si bien tanto en la televisión y la prensa escrita hay una tendencia predominante para “exponer o informar” (84.5% en conjunto), lo cierto es que la televisión es la que se muestra más abierta a promover el debate público sobre estos temas (17.2%) frente a la prensa escrita (5.5%).

Asimismo, en ambos casos, tanto la televisión como la prensa escrita casi no fiscalizan ni interpellan al estado sobre la violencia contra la mujer, lo que tiene que ver más con un trabajo de incidencia pública-política (colocar estos temas en la agenda del estado, de los medios y de la opinión pública en general), es decir, construir una agenda pública más inclusiva. Esto se puede observar a continuación:

POSICIÓN DEL MEDIO RESPECTO A LA INFORMACIÓN						
¿Qué posición toma el medio al presentar un hecho sobre Violencia contra la Mujer?						
Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Expone o informa de hechos	118	92,2	177	80,1	295	84,5
Promueve el debate público	7	5,5	38	17,2	45	12,9
Fiscaliza e interpele en la gestión pública	2	1,6	5	2,3	7	2,0
Otros	1	,8	1	,5	2	,6
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

1.15. LA RELACIÓN ENTRE VÍCTIMAS Y VICTIMARIOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Como se puede observar en el siguiente cuadro, la mayor parte de las noticias sobre violencia contra la mujer, tanto en la prensa escrita como en la televisión (47.6%) corresponde a acciones realizadas por la pareja/conviviente/esposo y ex – pareja de las mujeres, y en menor medida a otros actores.

Llama también la atención el alto porcentaje de noticias no precisadas en el caso de la Prensa Piura (48.7%), ya que este es un aspecto importante para contextualizar-entender la noticia. Esto podría deberse a criterios periodísticos: de valoración (no consideran de importancia o utilidad este tipo de información) o de veracidad-objetividad-confiabilidad de sus fuentes (ya que generalmente cuando ocurren estos casos, en primera instancia no se tiene certeza del responsable de la agresión contra las mujeres, solo indicios o sospechas, que luego podrán ser confirmadas o no por la investigación fiscal y policial posterior).

RELACIÓN ENTRE AGRESOR Y VICTIMA								
En las noticias sobre violencia contra la mujer ¿Qué tipo de relación tiene el agresor con la víctima? Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Pareja/conviviente /esposo	140	63,3	22	24,7	4	10,3	166	47,6
No precisado	34	15,4	24	27,0	19	48,7	77	22,1
Delincuente agresor	13	5,9	18	20,2	7	17,9	38	10,9
Padre/Padrastro/ Madre/Madrasta	20	9,0	8	9,0	4	10,3	32	9,2
Hijo/Hijastro	3	1,4	6	6,7	4	10,3	13	3,7
Desconocido sin especificar			7	7,9	1	2,6	8	2,3
Compañero de trabajo	4	1,8	2	2,2			6	1,7
Vecino	5	2,3					5	1,4
Tío/ Primo	1	,5	1	1,1			2	,6
Docente/Profesor	1	,5					1	,3
Hermano			1	1,1			1	,3
Total	221	100,0	89	100,0	39	100,0	349	100,0

Teniendo en cuenta que la mayor parte de las noticias sobre violencia contra la mujer se dan en el marco de una relación (pareja/convivencia/esposos), es importante indagar por cómo los medios informan sobre el momento de la relación de pareja en que se da u ocurre la violencia contra la mujer.

Tal como se puede observar en el siguiente cuadro, la mayoría de noticias en televisión (85.7%) se ubican en la etapa de la separación de la pareja, mientras que en la prensa escrita es distinto, ya que se ubica en la etapa del matrimonio/convivencia (sumando la prensa de Lima y Piura da un 50.0%). Es decir, haya o no haya ruptura de la relación de pareja, igual los varones ejercen violencia contra la mujer, debido a la concepción predominante de que la mujer es un “objeto de su propiedad” sobre quien ejercen control y dominio.

Llama nuevamente la atención en este cuadro, el alto número de noticias no precisadas en el caso de la Prensa Piura, lo que no es casual e indica la aplicación de un enfoque o criterio periodístico para el recojo y tratamiento de este tipo de información.

MOMENTO DE LA RELACIÓN DE PAREJA EN QUE SE DA LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER								
¿En qué etapa de la relación se da el hecho de violencia? Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura								
	Televisión		Prensa Lima		Prensa Piura		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Etapa de separación (ex pareja)	120	85,7	3	13,6			123	74,1

Etapa de matrimonio/convivencia	4	2,9	12	54,5	1	25,0	17	10,2
No precisado	11	7,9	3	13,6	3	75,0	17	10,2
Etapa enamoramiento	5	3,6	2	9,1			7	4,2
Etapa de noviazgo			2	9,1			2	1,2
Total	140	100,0	22	100,0	4	100,0	166	100,0

Otro aspecto importante es el tiempo transcurrido en la relación de pareja al momento de producirse los hechos de violencia contra la mujer. Lamentablemente, este es un aspecto que la mayoría de noticias no recoge ni precisa, tanto en el caso de la prensa escrita (92.3%) y la televisión (79.3%). Esto tampoco es casual, ya que ello responde a un determinado enfoque y tratamiento de la información periodística.

PERÍODO DE TIEMPO DE LA RELACIÓN DE PAREJA						
¿Cuánto tiempo de la relación al momento de producirse la violencia contra la mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
No precisa	24	92,3	111	79,3	135	81,3
1 a 5 años			19	13,6	19	11,4
0 a 1 año			7	5,0	7	4,2
10 a más	2	7,7	2	1,4	4	2,4
5 a 10 años			1	,7	1	,6
Total	26	100,0	140	100,0	166	100,0

Finalmente, el otro aspecto que es importante destacar es el ámbito en que ocurre la violencia contra la mujer. Tanto en la televisión (45.7%) como en la prensa escrita (61.5%), la mayoría de noticias tiene como ámbito principal el Espacio Privado.¹

Sin embargo, hay diferencias: mientras que en la televisión casi la totalidad de noticias de violencia contra la mujer ocurren en el Espacio Privado (45.7%) y en el Espacio Público-Privado (50.0%), en el caso de la prensa escrita estas se distribuyen entre el Espacio Privado (61.5%), el Espacio Público-Privado (15.4%) y el Espacio Público (7.7%), tal como se observa a continuación:

ÁMBITO EN QUE OCURRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

¹Para efectos del presente estudio, hemos diferenciado tres tipos de espacios: el Espacio Privado (vivienda o casa de la víctima o de sus familiares), el Espacio Público Privado (referido a espacios públicos cerrados como locales, oficinas, fábricas, institutos o universidades, donde las víctimas desarrollan sus actividades cotidianas) y el Espacio Público (referido básicamente a espacios públicos abiertos como calles y avenidas, parques y plazas donde las víctimas se desplazan sin desarrollar una actividad específica).

¿En qué ámbito ocurre la violencia contra la mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Espacio privado	16	61,5	64	45,7	80	48,2
Espacio público – privado	4	15,4	70	50,0	74	44,6
No precisado	4	15,4	5	3,6	9	5,4
Espacio público	2	7,7	1	,7	3	1,8
Total	26	100,0	140	100,0	166	100,0

1.16. ¿DE QUE CALIDAD DE LA INFORMACIÓN HABLAMOS?

En este punto se van a revisar 4 aspectos relacionados con la calidad de la información periodística en las noticias sobre violencia contra la mujer. Como se sabe, el uso de diversas fuentes informativas, la pluralidad de opiniones, el seguimiento de la información y su relación con otras informaciones o temas similares, son criterios periodísticos básicos para garantizar la calidad de la información en las noticias². Sin embargo, en la mayoría de los casos estos no se aplican:

- En relación al uso de diversas fuentes informativas: en el 64.8% del total de noticias no se aplica: en el caso de la prensa escrita es mucho más alto (75%) que en la televisión (58.8%).
- En relación a la pluralidad de opiniones: esto no se aplica en la mayoría de las noticias (66.8%). Nuevamente, este porcentaje es más alto en la prensa escrita (78.1%) que en la televisión (60.2%).
- En relación al seguimiento de la información: a la mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer no se le hace seguimiento (55%). Sin embargo, esto se da más en la prensa escrita (79.7%) que en la televisión (40.7%).
- Sobre la relación con otras informaciones similares: tampoco se aplica en la mayoría de los casos (94.3%). Aquí, los resultados de televisión y prensa son similares.

Esto se puede observar con detalle en el siguiente cuadro:

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN					
¿Qué criterios y procedimientos periodísticos se han aplicado para garantizar la Calidad de la información? Comparativo Televisión, Prensa Lima y Prensa Piura					
		Televisión	Prensa Lima	Prensa Piura	Total
20. Calidad de la información: uso de diversas fuentes informativas	No	58.8	76.4	71.8	64.8
	Sí	41.2	23.6	28.2	35.2
21. Calidad de la información:	No	60.2	80.9	71.8	66.8

² A estos criterios, se debe agregar también la “contextualización de las noticias”, un aspecto que ha sido abordado anteriormente en el punto 2.17 sobre el uso de marcos o frames interpretativos en el tratamiento informativo de las noticias sobre violencia contra la mujer.

pluralidad de opiniones	Sí	39.8	19.1	28.2	33.2
23. Calidad de la información: seguimiento de la información	No	40.7	79.8	79.5	55.0
	Sí	59.3	20.2	20.5	45.0
24. Calidad de la información: relación con otras informaciones similares	No	95.0	91.0	97.4	94.3
	Sí	5.0	9.0	2.6	5.7

1.17. LOS TITULARES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOLO DESCRIBEN, PERO NO CUESTIONAN NI PREVIENEN LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

Como se puede observar en la mayoría de los casos (82.2%) los titulares de los medios de comunicación (televisión y prensa escrita) solo describen los hechos de violencia. No la cuestionan o confrontan, no la previenen, ni tampoco promueven los derechos de las mujeres.

En el resto de los titulares (17.80%) se califica la violencia como algo cotidiano (5.7%), se da a conocer una iniciativa o actividad a favor de la mujer (3.7%) y se relativiza la violencia utilizada por el agresor (2.9%), entre otros.

TIPOLOGÍA DE TITULARES						
¿De qué manera los titulares de las noticias en los medios de comunicación califican los hechos de Violencia contra la Mujer? Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
Solo describe el hecho	90	70,3	197	89,1	287	82,2
Se ve la violencia como algo cotidiano o normal	12	9,4	8	3,6	20	5,7
Titular que nos habla de alguna iniciativa o actividad en defensa de los derechos de la mujer	8	6,3	5	2,3	13	3,7
Se relativiza violencia utilizada por el agresor por su estado emocional	6	4,7	4	1,8	10	2,9
Se relativiza violencia por agresor por uso de drogas, alcohol	2	1,6	2	,9	4	1,1
Se relativiza violencia por el agresor por pérdida del trabajo o problemas económicos	2	1,6	2	,9	4	1,1
Se critica la violencia contra la mujer	2	1,6	2	,9	4	1,1

Otros	3	2,3			3	,9
Se justifica la violencia del hombre por un acto de la mujer	2	1,6			2	,6
Se previene la violencia contra la mujer	1	,8	1	,5	2	,6
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Asimismo, el término de “Feminicidio” no se utiliza todavía en la mayoría de los titulares de la televisión y prensa escrita (92.3%), pese a que es un término que se viene utilizando continuamente en los últimos años tanto a nivel de la población como de las autoridades, así como en la discusión pública de políticas para erradicar la violencia contra la mujer (leyes, incremento de sanciones, programas). Esto se puede observar a continuación:

TIPOLOGÍA DE TITULARES						
¿El término “Feminicidio” se utiliza en los titulares de las noticias en los medios de comunicación relacionados con hechos de Violencia contra la Mujer?						
Comparativo Prensa y Televisión						
	Prensa escrita		Televisión		Total	
	N	%	N	%	N	%
No	115	89,8	207	93,7	322	92,3
Sí	13	10,2	14	6,3	27	7,7
Total	128	100,0	221	100,0	349	100,0

Es decir, pese a que el 54.7% de noticias sobre el tema de violencia contra la mujer en general aparecen en los titulares, portadas o primera plana de los medios de comunicación monitoreados (en la televisión constituye el 59.3% mientras que en la prensa escrita es 21.1%)³, solo una pequeña parte de estos titulares utiliza específicamente el término “Feminicidio”. Esta brecha podría explicarse debido a que no todas las noticias sobre violencia contra la mujer son noticias de casos de asesinatos de mujeres o feminicidios necesariamente.

Sin embargo, si bien las noticias sobre el “asesinato de mujeres/feminicidio” en los medios monitoreados representan el 57% del total de noticias sobre violencia contra la mujer (sumando prensa escrita y televisión)⁴ solo el 7.7% de estas noticias aparece como titulares, portada o primera plana de estos medios. Es decir, no guarda coherencia o proporción el alto porcentaje de noticias sobre feminicidios y el bajo porcentaje de ellas que aparecen en los titulares, portada o primera plana de los medios de comunicación monitoreados.

1.18. ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE PRENSA Y TELEVISIÓN

³ Se puede ver el detalle del porcentaje de noticias sobre violencia contra la mujer en los titulares, primera plana o portada de los medios monitoreados en el punto 1.3.

⁴ Se puede ver el detalle del porcentaje de noticias sobre asesinato de mujeres/feminicidio en las noticias sobre violencia contra la mujer en general en el punto 1.6.

A partir del análisis de los titulares de las 349 noticias sobre violencia contra la mujer en prensa escrita y televisión, se han podido observar los siguientes aspectos:

a. Escasos cuestionamientos directos a violencia contra la mujer

Observamos que, tanto en la prensa escrita como en la televisión, desde sus titulares, se asume poco una posición a favor de la igualdad de género, ni tampoco parece existir un compromiso con la urgencia de disminuir y desaparecer la violencia contra la mujer que sigue creciendo, tanto en nuestro país como en el mundo.

Sí bien encontramos muchas noticias dedicadas a las mujeres violentadas, se nota una presentación simplista de sucesos graves que dañan a muchas mujeres, los que están expresadas en 349 noticias recopiladas en este análisis, horrorizando emotivamente a lectores(as) y televidentes. No parecen existir posiciones cuestionadoras básicas y sólidas, salvo en algunos escasos casos. Pero no lleva a profundizar ni a explicar lo expansivo de esta situación cuestionándola. Es decir, el discurso presentado genera más miedo que posición crítica que genere prevención y atención oportuna. La crítica y la protesta contra esa violencia no están expresadas en sus titulares, tampoco se evidencia su adhesión por la igualdad de género y el respeto a la mujer. No llegan a construir un discurso básico de opinión, menos aún se cuestiona al salvaje machismo que se expresa en cada suceso ocurrido, a propósito de la cercanía al día internacional de la eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Así el porqué de lo que ocurre no se expresa, los titulares no asumen ni sugieren análisis severos, se está muy lejos del discurso contra la violencia de género y el feminicidio. La igualdad y la desigualdad no están confrontadas. Tampoco se nota un no directo ante la violencia contra la mujer. Lo emocional escandaloso pesa más en el discurso noticioso. En muchos casos el origen de la agresión machista a la mujeres terciada por cierta convicción de que así es la vida y en otros casos porque se supone que es necesario. El varón machista y agresor aparece poco críticamente. No se expresan cambios a conquistar.

No se busca atraer al público para que reflexione y valore lo ocurrido. La carencia de opinión en el titular genera miedo y distanciamiento. Tampoco hay perspectivas ni sugerencias de cambios posibles. Menos aún se consideran valores claves de respetos mutuos. Así no se asume el deber ser ni se promueve salidas frente a tales violencias contra las mujeres. Se estancan en lo terrible que pasó. Tanto que se induce a creer que así es la vida generando miedo y resignación. Los valores básicos parecen estar por fuera del periodismo. La victimización de la mujer está presente en muchas aseveraciones, en algunos casos se sugiere que se lo merece, en otros porque sus derechos no se conocen o no existen. Se las culpabiliza atribuyéndoles directa o indirectamente la culpa de la agresión.

Los titulares suelen ser simplistas, buscando atraer al lector(a) o espectador(a) para que se escandalice, poco para que piense y descubra los errores que nos rodean, buscando su lectura o su ubicación lavándose las manos, porque se piensa que lo ocurrido “no es conmigo”. Ese es el discurso que a veces se justifica desde una subvaloración de la mujer. Dimensión que tiene que ver con la ubicación que se le da a la mujer sin mostrar su capacidad de opinión. Pero hay diferencias entre titulares de Piura, Lima y en la televisión peruana.

b. Titulares por la igualdad en Piura desde la prensa escrita

Las aseveraciones son más directas y transparentes en frases como “Detenidos por ocultar mujeres”. También se adjetiva al calificar a un varón como chantajista. Se presenta un festival “Por la Igualdad” y “Contra la violencia de la mujer”. Se hace visible a las mujeres líderes por la equidad, como Beatriz Merino y Hillary Clinton. Se repudia la violencia doméstica. O se plantea directamente lo sucedido en el titular: “corta el rostro a su pareja” o directamente se evidencia a la mujer que fue violentada. Se sugiere buscar igualdad de oportunidades. También se releva a una mujer no atendida en el hospital ante una herida de bala disparada por un varón. Se nota un compromiso con la igualdad de género, cuestionando con precisión tal violencia.

c. Titulares lejanos a la igualdad en la prensa escrita de Lima

La mayoría de noticias evade directa o indirectamente el asumir una posición contra la violencia de género. Se expresa el escándalo relatando golpes, denuncias, abusos, sentencias, acosos, robos, infidelidades y muchas situaciones terribles. Todo un escenario de escándalo poco pensado y examinado. Lo sintético está en el suceso de una violencia escandalosa en sí, sin darle una perspectiva de análisis y opinión sintética. En ciertas noticias se coloca insultos a varones agresores y nada más, evadiendo una posición frente a la violencia de género en sí. Muchos titulares se detienen en la acción violenta sin expresar su rechazo. No se genera reflexión. Se usa más una apelación a la cólera que una crítica seria.

Sin embargo, hay algunas afirmaciones que resaltan a mujeres líderes, se levanta leyes a favor de la igualdad que legaliza el aborto en Uruguay y una marcha de novias contra la violencia en Santo Domingo, quedando claro que algo así no ha sucedido en el país. Es como si se afirmara la resignación frente a este problema periodístico. La mayoría de los titulares dan la impresión de una subvaloración del público lector reduciendo crítica y análisis. Tiene más importancia el conseguir adhesiones emotivas de escándalo sin motivación reflexiva. Se apela a lo emocional, no se invita a pensar y a prevenir.

d. Titulares para el escándalo en la televisión

En este caso suelen aparecer titulares largos y no sintéticos como en la prensa escrita, teniendo posibilidades de buscar de manera más amplia su posición. No se percibe un discurso sintetizador más bien se convierte en uno excesivamente amplio, haciéndolo siempre público y escandaloso, más emotivo que reflexivo.

Surgen varios titulares contra la “Violencia contra la mujer”, desde iniciativas o actividades en defensa de ellas y la igualdad de género. Una segunda tendencia se refiere a enfatizar y comprometer a las mujeres víctimas contra la violencia masculina en la mayoría de los casos, presentando a mujeres que cuestionan la violencia contra la mujer. Lamentablemente la prevención casi no se enuncia.

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

2.1. CONCLUSIONES

2.1.1. En relación al enfoque y tratamiento informativo aplicado

- La primera conclusión, es que si bien los distintos medios de comunicación monitoreados (prensa escrita y televisión) presentan noticias sobre violencia en general y violencia contra la mujer en particular, la televisión les da mucho mayor cobertura que la prensa escrita. Y eso ocurre, pese a que el volumen o cantidad de noticias de la prensa escrita es casi cuatro veces que lo monitoreado en la televisión. En ese sentido, hay una tendencia clara en el tratamiento informativo de la televisión para priorizar este tipo de noticias. Ello se puede deber a varias razones:
 - a. Se considera que este tipo de informaciones es de utilidad o importancia para sus públicos.
 - b. Se considera que este tipo de informaciones genera interés o “vende”, ayuda a posicionar mejor al medio y darle mayor rating.
 - c. Se aplican ambos criterios.

Más allá de eso, lo cierto es que en los últimos años, numerosos estudios e investigaciones sobre la televisión han señalado que este medio incentiva la violencia, y no solo a través de sus programas informativos, sino a través del conjunto de su programación (telenovelas, dibujos animados, publicidad, entre otros). Pero también es cierto, que otros estudios paralelamente han demostrado que los públicos no son meros receptores vacíos y pasivos de los mensajes y contenidos que ofrecen los medios, sino que se apropian de esas significaciones y las resignifican, las interpretan y reinterpretan, producen y reproducen sentidos continuamente, y establecen relaciones de influencia e intercambio con los medios de comunicación, aún en condiciones de desigualdad.

Como bien lo señala Alfaro; “el que lee, ve y escucha, procesa lo que consume desde la experiencia y los conflictos que vive, involucrando a otros sujetos, sus cercanos, instalándose en sus procesos de socialización... de lo que se trata entonces no es de repetir esa condena fácil y superficial, sino más bien definamos a esa interlocución, averiguando como se está procesando cotidianamente la violencia que aparece en la vida, pero también en televisión, la radio, el periódico y la revista...la mujer y la lectura que ella efectúa de los medios es lo que hoy nos interesa analizar....ella usa social y psicológicamente lo que recibe. Le sirve para reconocerse con sus iguales y confrontarse con los otros. Se apropia, se convence y se critica.”(Alfaro: 1991).

- La segunda conclusión, relacionada con la anterior, es que la televisión está reduciendo dramáticamente su “agenda y oferta informativa” al centrarse en la “violencia” y convertirla en la temática central de su quehacer cotidiano (las noticias sobre violencia en general constituyen más de la tercera parte de las noticias que transmiten en total). En

ese sentido, la violencia contra la mujer es un tema que forma parte de una agenda mayor del medio televisivo, pero que no logra trascender la noticia descriptiva del día, quitándole así la relevancia que su propia presencia y cobertura expresa en el medio televisivo.

- Otra conclusión es que en el caso de la prensa escrita (Piura y Lima) la cobertura de noticias de violencia en general y violencia contra la mujer es mucho menor que en la televisión, lo cual puede deberse a varias razones. Por ejemplo, en el caso de Lima se da la situación de que algunos medios escritos, pese a tener una mayor cantidad de noticias en total o de noticias sobre violencia en general, tienen un porcentaje similar de noticias sobre violencia contra la mujer que los otros diarios. Es decir, no se sobredimensiona la violencia contra la mujer (lo cual puede ser un criterio ético y periodístico). Y por otro lado, en el caso de Piura, en la medida que estos diarios no centran su quehacer en los temas de violencia o de violencia contra la mujer, tienen mayor espacio y cobertura para abordar otros temas. Es decir, el criterio es trabajar con una agenda política o de desarrollo más amplia.
- Una conclusión tiene que ver con el hecho de que la mayor parte de las noticias sobre violencia contra la mujer en los medios de comunicación monitoreados se ubican como información policial/delincuencial y judicial (que en conjunto suman 81,3%). En el caso de la televisión este porcentaje es mucho más alto ya la información policial/delincuencial y judicial suman 92.3%, es decir, casi el total de este tipo de noticias, lo que evidencia que detrás de ello hay la aplicación de un determinado enfoque y criterios para la selección, abordaje y tratamiento de las noticias referidas a la violencia contra la mujer.

Ahora bien, esto se relaciona con una tendencia en la televisión en los últimos años, en la cual gran parte de su oferta informativa se orienta hacia estos contenidos, al punto que algunos críticos e investigadores señalan que los noticieros de TV se han “judicializado” o se han convertido en “programas policiales” dada la gran cantidad de información tratada en este sentido. Es decir, esto no es solo un fenómeno aislado que afecta a las noticias sobre violencia contra la mujer, sino que es parte de un proceso mayor, de un conjunto de cambios que vienen ocurriendo en la televisión peruana en los últimos años. Una hipótesis, es que esto tiene que ver con cambios generacionales y migraciones dentro de los medios; por un lado, en los últimos años se han producido recambios generacionales, tanto a nivel periodístico como de los propietarios que fundaron los principales medios televisivos, lo que ha dado paso a nuevos enfoques, criterios y formatos periodísticos más ligeros y descriptivos en la televisión. Y por otro lado, tiene que ver con procesos de migraciones internas o rotaciones de periodistas en los medios; por ejemplo, varios de los periodistas televisivos que hoy son jefes de información o forman parte de los equipos de los noticieros, han sido antes periodistas de prensa o radio especializados en “policiales”, por lo que ello influye en su forma de enfocar y tratar las noticias.

- Por otro lado, el hecho de que la prensa escrita, especialmente la prensa en Piura, le asigne un mayor peso a la “problemática social” y la “política/legislativo” en el tratamiento de las noticias sobre violencia contra la mujer, evidencia, por un lado, que esto no es una tendencia general en todos los medios de comunicación, y por otro lado, que es una tendencia que se puede revertir, pero que es necesario hacer cambios en los enfoques y criterios de tratamiento periodísticos.
- Ahora bien, si sumamos el hecho de que: 1) la mayor parte de las noticias sobre violencia contra la mujer en los medios de comunicación monitoreados (prensa escrita y televisión) se ubican como información policial/delincuencial y judicial, 2) la mayor parte de la información sobre este tema es descriptiva, 3) en la mayoría de los casos no se utilizan marcos interpretativos o “frames” (es decir, no se les contextualiza, explica o analiza adecuadamente), 4) en la mayoría de los casos no se hace seguimiento a este tipo de noticias, eso configura una situación en la que los casos de violencia contra la mujer aparezcan como noticias irrelevantes, indiferenciadas, sin un sentido o perfil definido (“una más del montón”) y no como algo que debemos priorizar en nuestra agenda.
- Otra conclusión es que la “problemática social de la violencia no se releva”, sino más bien “los hechos policiales”, lo cual circunscribe la violencia a un tema procedimental (policía, poder judicial) y no se muestra las características de esta problemática que tiene que ver con las relaciones entre hombres y mujeres, la magnitud del problema, sus características, causas y consecuencias o las limitaciones en el acceso y la calidad de servicios para las mujeres. Es decir en la medida que no se trabaja como una “problemática social” no es posible generar una sensibilización y conciencia crítica en la población respecto a la violencia contra la mujer. En ese sentido, no está mal el tratamiento de un caso de violencia como tal. El asunto es qué aspectos del caso se “levantan” o visibilizan como hecho noticioso, que rol y valoración se hace de la mujer y del hombre, como se explican las causas y consecuencias, a quién se responsabiliza del hecho, etc. Por eso debe pasarse del “informe de un caso” al “análisis e interpretación de la problemática”, contextualizando y dando cuenta de la magnitud y características de la violencia contra las mujeres en el país, de la respuesta institucional. Quedarse en la descripción o denuncia del caso sugiere que este hecho es episódico, anecdótico, casual, relativizando su importancia como hecho social.
- Asimismo, el hecho de las noticias sobre violencia contra la mujer se enfoquen básicamente desde lo policial/delincuencial y judicial, lo que hace es presentar una visión de la realidad desde “los hechos consumados”, es decir, una realidad que aparentemente no se puede cambiar, ya que de lo contrario se enfocaría más desde las políticas públicas para prevenir o erradicar dichas prácticas, desde el desarrollo social y humano, la educación contra la violencia y a favor de la inclusión social y los derechos de las mujeres, las experiencias exitosas o la capacidad de resiliencia de las mujeres para superar estas situaciones, etc. En ese sentido, más que promover la sensibilización de la opinión pública y su orientación a la acción para generar cambios sociales-políticos concretos, lo que se hace es, por un lado, acentuar un sentimiento de temor-miedo por la inseguridad ciudadana que existe, y por otro lado un sentimiento de impotencia e

impunidad frente a la injusticia, ya que la justicia aparece como un sistema institucional burocrático y procedimental, con normas y leyes que no se cumplen, y donde los agresores o victimarios evaden su responsabilidad, no se reinseran en el sistema ni se re-socializan, no tienen sanción, y en muchos casos continúan reincidiendo en estos delitos como parte de un círculo vicioso. La justicia aparece pues disociada con los valores de la igualdad y la democracia, en el sentido de lo que es o debe ser igual para todos. La justicia se percibe así como un sistema burocrático y procedimental, que no funciona y no ayuda a resolver la problemática de violencia contra la mujer, en lugar de constituirse en un espacio para la resolución de los conflictos en la sociedad y en un pilar básico para el funcionamiento del sistema democrático en nuestro país.

- En términos generales, el uso abrumador de la “nota informativa” como el principal formato informativo, tanto en la televisión como en la prensa, señala por un lado la escasez y la pobreza en la oferta de los medios de comunicación que tienen numerosos formatos informativos para utilizar y no lo hacen, lo que podría deberse a una actitud “facilista” en la construcción de la información (no hay creatividad ni innovación en los formatos y géneros periodísticos), pero también a un problema de enfoque (la nota informativa como paradigma informacional) y la falta de capacitación-especialización de muchos periodistas que solo reproducen lo básico de las técnicas periodísticas.

Ahora bien, esta primacía del género informativo en general y del formato de la nota informativa en particular, señala una tendencia en los medios de comunicación desde hace varias décadas atrás. Esto no es nuevo, pero en el caso del tema de la violencia contra la mujer representa una limitación, ya que no permite una profundización en la comprensión e interpretación de los hechos. Esto se puede deber a varias razones:

- a. Los medios no asumen o toman una posición al respecto: los medios se asumen como neutros, solo describen, narran, toman distancia del hecho, pero no quieren opinar ni interpretar lo que sucede y por qué sucede.
 - b. Los medios tienen otras formas de hacer llegar su opinión: por ejemplo, en el caso de la prensa a través de sus suplementos dominicales o de fin de semana, y en el caso de la televisión cuentan con otros programas informativos, tipo revistas o magazines, en los cuales utilizan otros formatos de opinión e interpretativos (ej. reportajes).
- Otra conclusión en relación al tratamiento de la violencia contra la mujer en los medios, es que este es un problema en crecimiento, que afecta sobre todo a las adolescentes y jóvenes mujeres, y que no está siendo abordada en toda su dimensión. Los medios de comunicación no abordan las “diversas expresiones” de la violencia contra la mujer, que tienen como causa común las relaciones de poder asimétricas entre hombres y mujeres, y la cultura machista. Por ejemplo, generalmente se centran en los hechos más violentos y de asesinato/feminicidio, pero no dan cuenta de otros problemas sociales graves y cotidianos como la trata de mujeres y la explotación sexual comercial infantil (ESCI), la violencia sexual, el acoso en los centros laborales y de estudios, la violencia en el hogar, la violencia hacia las mujeres que tienen cargos políticos o desempeñan funciones públicas, la violencia en la calle. Y si lo hacen, es de una manera descriptiva, sin análisis,

interpretación y propuestas. De allí la necesidad también de promover el uso de otros formatos de opinión, interpretativos y participativos (caso del reportaje, que involucra varios géneros periodísticos y puede ser muy útil para este fin).

- Una conclusión adicional, es que en las noticias sobre violencia contra la mujer, el actor principal o protagonista de la noticia es el agresor/victimario y no la víctima. Llama la atención que siendo la mujer quien sufre la violencia, es el hombre, el personaje que más destaca en los medios de comunicación. Como dicen, “hasta cuando asesina a una mujer, el hombre es el actor principal”. Este enfoque invisibiliza a la mujer que es vulnerada en sus derechos y que es la más afectada en la problemática de violencia. Evidentemente aquí no solo hay un problema de enfoque y tratamiento periodístico, sino también está en juego una perspectiva ética y de valores en los medios (valores universales como la justicia, la igualdad y la equidad, el respeto a las diferencias y la tolerancia, y también la solidaridad con los sectores más vulnerables de nuestra sociedad).
- Otra conclusión tiene que ver más con los actores que “no aparecen” como actores protagonistas y/o principales de las noticias. En ese sentido destaca la poca presencia del estado (salvo algunas instituciones del sistema de justicia como la Fiscalía de la Nación, la Policía, el Poder Judicial y la Defensoría del Pueblo que aparecen en menor medida sumando un 5.2%). En este caso no queda claro si la visibilización de algunos actores del sistema de justicia como la Fiscalía de la Nación y la Policía en las noticias sobre violencia contra la mujer obedecen a una estrategia de comunicación deliberada o más bien su presencia se debe al rol y función específica que desempeñan en estos casos (es decir, porque están obligados por ley), aunque al parecer es esto último. Asimismo, la presencia de otras instituciones del estado relacionadas con el tema como los Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MINDES) y del Ministerio de Justicia (MINJUS), y de otros ministerios, queda subsumido dentro del pobre porcentaje que obtiene el Poder Ejecutivo con apenas un 2.3% de protagonismo en las noticias de violencia contra la mujer, lo que pone en cuestión la promocionada inclusión social impulsada desde el gobierno, por lo menos a nivel mediático (una cosa es que desarrollen programas, proyectos y actividades al respecto y otra muy diferente es que eso se visibilice y se comunique a la población de manera eficiente y efectiva).
- Asimismo, llama la atención la poca presencia de las organizaciones de mujeres, ongs e instituciones de sociedad civil que trabajan a favor de la no violencia contra la mujer o por los derechos de la mujer. De allí la necesidad de diseñar estrategias de trabajo articuladoras y alianzas que les permitan a los medios de comunicación enriquecer su oferta mediática con información sobre cómo el estado y la sociedad civil responden frente a la violencia y actúan para prevenirla (ejemplo, dando cuenta de dónde acudir, que ruta seguir, qué hacer en caso de violencia y de otro lado, relevando la co-responsabilidad estado-sociedad civil frente a la violencia).
- Otra conclusión es que los medios de comunicación monitoreados no promueven la visibilización y participación de los ciudadanos varones. En la mayoría de los casos, estos aparecen básicamente asociados a la violencia contra las mujeres (como agresores,

victimarios, delincuentes o sospechosos), pero es muy escaso el porcentaje de noticias donde los ciudadanos varones que no son agresores o victimarios. Es decir, la mayoría de ciudadanos varones no tienen un espacio en los medios de comunicación para protestar o expresar su opinión sobre la violencia contra la mujer. Esto es muy importante destacar, ya que en el marco de una estrategia más integral y de alianzas más amplias, tanto las mujeres como los varones deben estar del mismo lado y no aislados (como si esto solo fuera un problema de las mujeres y no de los varones), ya que es una problemática que nos compromete a todos.

- Una conclusión más está referida a la relación entre víctimas y victimarios en los medios de comunicación. En ese sentido, llama la atención el alto porcentaje de noticias no precisadas en el caso de la Prensa Piura (48.7%), ya que este es un aspecto importante para contextualizar-entender mejor la noticia. Esto podría deberse a diversas razones:
 - a. Criterios periodísticos de valoración: no se considera de importancia o utilidad este tipo de información para la construcción de la noticia.
 - b. Criterios periodísticos de veracidad-objetividad-confiabilidad de sus fuentes: generalmente cuando ocurren estos casos, en primera instancia no se tiene certeza del responsable de la agresión contra las mujeres, solo indicios o sospechas, que luego podrán ser confirmadas o no por la investigación fiscal y policial posterior (de allí que muchas veces, la responsabilidad de los sospechosos o acusados es puesto en “condicionante”). El problema, es que como se ha demostrado en el monitoreo, la mayoría de los medios no hacen seguimiento a este tipo de noticias, por lo que solo se quedan en aspectos descriptivos, sin llegar a profundizar en el análisis de estos hechos.
- Una conclusión más es que, de acuerdo a los resultados del monitoreo, la mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer se dan en los espacios privados (la casa de la víctima o de sus familiares). En ese sentido, el ámbito privado, el ámbito de la casa o del hogar, hace mucho tiempo que dejó de ser un espacio seguro para las mujeres y las y los niños. Ello pone en cuestión también el rol de la familia. En muchos casos, la familia ya no es un espacio donde se brinde protección y cuidado de sus miembros, que es un rol importantísimo para la formación de los seres humanos. Por el contrario, el primer espacio de reproducción de la desigualdad y la violencia es la familia, la cual se extiende a otros espacios de socialización, por lo que cuando una mujer establece una relación de pareja, el espacio de la intimidad y el hogar se convierte a la vez en un espacio de vulneración constante de sus derechos (por ejemplo, la mayor parte de casos de violencia sexual contra mujeres y niñas no se dan por acción de personas extrañas, sino de su entorno familiar).
- Hay que destacar que las mujeres adultas seguidas de las jóvenes y adolescentes son los grupos de edad en los que predomina más los casos de violencia de género, y que de alguna manera se refleja en los medios de comunicación. Esto está directamente relacionado con el ciclo de vida de la mujer en estas edades, ya que inician su vida en pareja y están en etapa reproductiva. En ese sentido, los hombres ejercen control sobre

el cuerpo, la sexualidad y la vida de las mujeres por el hecho de ser sus parejas o ex parejas, ya que los hombres se auto-perciben como superiores a las mujeres, y asumen a las mujeres como objetos de su propiedad. De manera tal que cuando ellas deciden separarse, están retando su poder y autoridad, por lo cual los hombres reafirman su poder y superioridad ejerciendo la violencia (con lo cual le recuerdan a la mujer “su lugar en la relación”). Asimismo, es necesario entender, que aunque la mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer se dan generalmente durante la relación pareja/convivencia/matrimonio o luego de su ruptura (donde generalmente se dan las acciones más violentas y extremas), lo cierto es que esto se da también durante la etapa previa del enamoramiento o noviazgo (las etapas del enamoramiento y el noviazgo suman 18.2% en la prensa de Lima), de allí la necesidad de trabajar en la prevención y con diversos grupos de edad, porque la violencia va escalando hasta acabar en el asesinato de la mujer.

- En relación a los titulares, si bien la mayoría son descriptivos, se puede observar que aparecen diversos elementos, destacando aquellos donde se busca relativizar la responsabilidad del agresor (aludiendo problemas mentales, consumo de alcohol, pérdida de trabajo) o justificarlo por un acto de la mujer (es decir, responsabilizar a la mujer de los actos de violencia contra ella misma). De esto se ha escrito bastante: naturalizar, justificar, relativizar, son formas de subvalorar la problemática de la violencia contra la mujer, como violación de los derechos humanos y desconocer las causas estructurales de la desigualdad de género.
- Se concluye también, que la televisión en casi un 60% de sus titulares da a conocer la violencia contra la mujer, pero estos lo levantan o visibilizan como un “hecho de violencia y sangre”, ya que los casos que se presentan son de tentativas de feminicidio o violencia física extrema y son reiterativos para ganar audiencia (apelando al morbo). No necesariamente aportan a educar a la población, para comprender y censurar la violencia contra la mujer, para promover el derecho a una vida libre de violencia, para colocar preocupaciones sobre el sistema de protección de las mujeres, etc. Por el tiempo y espacio que le dedican al tratamiento del tema, los medios de comunicación bien podrían cumplir este rol informativo y educativo.
- Una conclusión relacionada con el Feminicidio, es que pese a que en los medios se da cobertura a un alto porcentaje de noticias sobre casos de “asesinatos de mujeres/feminicidio” esto no se refleja en los titulares. Como lo hemos señalado anteriormente, si bien las noticias sobre el “asesinato de mujeres/feminicidio” en los medios monitoreados representan el 57% del total de noticias sobre violencia contra la mujer (sumando prensa escrita y televisión)⁵ solo el 7.7% de estas noticias aparece como titulares, portada o primera plana de estos medios. Es decir, no guarda coherencia o proporción el alto porcentaje de noticias sobre feminicidios y el bajo porcentaje de ellas que aparecen en los titulares, portada o primera plana de los medios de comunicación monitoreados. Queda claro entonces, que este tipo de noticias no son valoradas en toda

⁵ Se puede ver el detalle del porcentaje de noticias sobre asesinato de mujeres/feminicidio en las noticias sobre violencia contra la mujer en general en el punto 1.6.

su dimensión o consideradas importantes en la mayoría de los casos por los medios de comunicación monitoreados como para ser parte de sus titulares, portada o primera plana.

2.1.2 Sobre la calidad de la información en los medios de comunicación

- Otra conclusión que se desprende del monitoreo de medios, es que tanto en la televisión como en la prensa escrita hay un déficit en la aplicación de criterios para garantizar la calidad de la información. Nos referimos al uso de diversas fuentes informativas, la pluralidad de opiniones, la contextualización de la noticia, el seguimiento de la información y su relación con otras informaciones o temas similares, que son criterios periodísticos básicos para garantizar la calidad de la información en las noticias. Sin embargo, en la mayoría de los casos estos no se aplican. Puede haber varias razones que explican esto:
 - a. El enfoque y tratamiento periodístico aplicado: el hecho de enfocar los hechos de manera descriptiva y superficial, sin profundizar en el análisis e interpretación.
 - b. Problemas de formación-educativos: muchos periodistas son prácticos o empíricos, y otros requieren una mayor capacitación y especialización.
 - c. La dinámica y lógica de los medios: la producción diaria e incesante de informaciones, hace que no se prioricen la interpretación y el análisis de las noticias, sea por cuestiones de tiempo, de prioridades, de espacios para discutir internamente estos temas, etc.

- Una conclusión complementaria a la anterior, es que esto tiene que ver con mejorar la oferta informativa de los medios, pero también con mejorar la demanda ciudadana, que básicamente “se conforma con lo que le dan” o lo que hay en el mercado. Hay un juego dialéctico en la relación entre los medios de comunicación y la ciudadanía, un doble juego de reciprocidad y condicionamiento entre la oferta y la demanda. En ese sentido, no solo hay que mejorar la calidad de la oferta informativa de los medios de comunicación, sino también la calidad de la demanda informativa ciudadana para que ello genere sinergias y cambios en los medios. Para ello hay que cualificar la demanda de los y las ciudadanas, mejorar su perspectiva crítica, el conocimiento de sus derechos comunicativos, el conocimiento de experiencias en otros países donde existe una mejor calidad informativa en los servicios públicos y privados de comunicación.

- Otra conclusión relacionada con la utilización de los marcos interpretativos (frames) y el bajo porcentaje de noticias que son contextualizadas (apenas el 23.2% del total de noticias sobre violencia contra la mujer). Esto es importante destacar, ya que como hemos señalado anteriormente, los “marcos o frames” son “los marcos interpretativos de la realidad que ayudan a entenderla mejor” (Rodríguez-Castromil: 2010). Las y los periodistas al elaborar las noticias no nos cuentan los hechos tal como ocurren en la realidad, sino que lo hacen “encuadrándolos” o enfocándolos desde su propia experiencia. Es decir los interpretan. De allí que es importante saber si en la elaboración de las noticias hay o no marcos de interpretación definidos.

“En este sentido, los encuadres actúan como esquemas simplificados del mundo que nos rodea, y responden a la definición e interpretación que hacen los individuos de ciertas situaciones (Goffman, 2006). Esta perspectiva, aplicada a los procesos comunicativos, plantea que las audiencias aprenden a adoptar como suyos los encuadres que perciben sobre las noticias que aparecen en los medios de comunicación. Esta elaboración cognitiva estaría relacionada con la propia labor de destacar unas noticias por encima de otras a las que se les concede menor importancia, ofreciendo mayor cobertura, visibilidad y relevancia. De este modo será una perspectiva particular de un tema la que se defina como problema (diagnóstico de la situación), se identifique una posible causa, una evaluación moral y su solución (Entman, 1989; 1993).” (Rodríguez-Castromil: 2010).

¿Cuál es la importancia estratégica de este tema? Pues que desde hace varias décadas, en el marco de la corriente teórica de la “Agenda-Setting”, se han desarrollado numerosos estudios e investigaciones que han establecido una co-relación entre los temas trabajados por los medios de comunicación y los temas de discusión en la agenda pública-política, entre la forma en que abordan los medios estos temas y la forma en que son percibidos por la ciudadanía. De hecho, “los temas enunciados como problemas de la sociedad lo son, en parte, por su reflejo, cobertura y tratamiento en los medios de comunicación” (Rodríguez-Castromil: 2010). Evidentemente, esto no es algo mecánico ni automático ni determinante, ya que como sabemos las audiencias o públicos no cumplen un rol de receptores pasivos, sino más bien un rol activo en la producción y reproducción de sentidos, en la interpretación y reinterpretación de los hechos que nos ofrecen cotidianamente los medios de comunicación y también porque existen otros “filtros sociales” (familia, amigos, redes, líderes, instituciones) que también cumplen un rol en el proceso de formación de la opinión individual de los sujetos y la construcción de la opinión pública a nivel local o nacional.

Lo interesante de ello, es que pocas veces nos detenemos a establecer una relación entre los procesos micros y los procesos macros, entre la forma en que los medios de comunicación tratan las noticias sobre violencia contra la mujer cotidianamente y la forma en que ello influye en la formación de la opinión pública. Más aún, la relación entre el enfoque y encuadre de las noticias aplicado cotidianamente por los medios de comunicación y las decisiones de las autoridades y funcionarios gubernamentales en la gestión pública, el diseño de políticas y la implementación de programas y servicios para promover los derechos y la inclusión de las mujeres. Asimismo, la relación entre la forma en que los medios de comunicación visibilizan y abordan las noticias de violencia contra la mujer y como ello influye en la construcción de una agenda pública inclusiva y el fortalecimiento de la democracia en el país.

2.1.3 En relación al rol de los medios de comunicación (prensa escrita y televisión)

- La primera conclusión a resaltar en este punto, es que en la mayoría de las noticias sobre violencia contra la mujer, no hay postura clara de los medios de comunicación frente a la vulneración de los derechos de las mujeres. Los medios en su mayoría no se manifiestan en desacuerdo o plantean una opinión crítica que contribuya a reforzar una cultura de

rechazo a la violencia de género. En ese sentido, es necesario entender, que aunque la mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer se dan generalmente durante la relación de pareja/convivencia/matrimonio es luego de “la ruptura” donde generalmente se dan las acciones más violentas y extremas. Es decir, cuando la mujer decide terminar la relación es asesinada: el mensaje a la sociedad es contundente, la mujer no puede escapar de la relación, sino solo con la muerte. ¿Frente a ello que plantean en concreto los medios? Básicamente la descripción descontextualizada de los hechos, el dato frío y la estadística de los números, la búsqueda de la “pepa” de la noticia o del mejor ángulo que venda la noticia a los públicos lectores y televidentes. No se enfoca desde la problemática social ni desde las políticas públicas, y generalmente no se promueve la orientación a la acción para contribuir a resolver esta problemática (salvo un pequeño porcentaje de noticias positivas que dan cuenta de las acciones y actividades realizadas por los diferentes actores para prevenir o erradicar la violencia contra la mujer).

- Una conclusión en relación al rol de la prensa escrita y la televisión, es que el enfoque y tratamiento que le dan a las noticias sobre violencia contra la mujer corresponden a un estilo o tipo de periodismo más tradicional, objetivista y neutro, básicamente informativo y descriptivo. No se utilizan o aplican otros formatos de opinión, participativos e interpretativos (como si ocurre, por ejemplo, en la radio) pero tampoco se buscan otras formas de relacionamiento y articulación con sus públicos y con los actores involucrados en esta problemática.

De allí que es importante retomar los enfoques, experiencias y aportes de las diversas corrientes del Periodismo Cívico (también conocido con otros nombres como periodismo civil, ciudadano, participativo, de fuente abierta, comunitario, público, etc.) que frente al modelo de periodismo tradicional vigente promueven más bien un periodismo más interpretativo, de análisis y de opinión, con amplia participación ciudadana y combinando el uso de medios con los espacios públicos. Lo interesante del periodismo cívico es que establece una relación directa entre la labor política de los medios de comunicación y el fortalecimiento de la democracia, la discusión y debate de los temas de “interés público” y la construcción de una agenda pública inclusiva. A diferencia del periodismo tradicional, el periodismo cívico no centra su actividad solo en lo informativo, sino que trata más bien de generar participación, debate y opinión política sobre los temas de interés común y la forma en que el estado y la ciudadanía intervienen para resolverlos. A ellos no les interesa quedarse en la mera información y descripción neutra de los hechos, sino que promueven un rol político activo de los medios de comunicación en la construcción de ciudadanía y el fortalecimiento de la democracia.

Los integrantes de esta corriente critican el paradigma vigente del periodismo tradicional-liberal, el cual presupone la existencia de una esfera pública funcionando eficientemente, en el marco de la cual los asuntos de “interés común” son continuamente reconocidos y discutidos por los ciudadanos y sus autoridades, concertando, estableciendo arreglos y mecanismos institucionales para la solución de sus problemas. Por ello, desde la perspectiva del periodismo tradicional-liberal se piensa que es suficiente con presentar noticias, publicar editoriales y entrevistas, manteniendo una

posición neutra, objetiva y distante de los hechos, sin involucrarse en la acción política directa. Sin embargo esto no es así, el sistema democrático no garantiza *per se* un funcionamiento eficiente y eficaz de esta esfera pública, por lo que es necesario que los medios de comunicación se involucren en la deliberación pública, en vez de quedarse en el registro de los hechos que otros producen. Como dice Jay Rosen, uno de sus principales teóricos: “ya tenemos información, ahora lo que nos hace falta es democracia” (Carrasco: 2003).

En ese sentido, debemos remarcar que el enfoque crítico del periodismo cívico guarda mucha relación con lo que pasa en el Perú actualmente, no solo porque es evidente la debilidad de la esfera pública como espacio de relacionamiento, diálogo y deliberación entre ciudadanos y autoridades para resolver los asuntos de interés común, sino también por la ineficiencia e ineficacia de las instituciones del estado para enfrentar la violencia contra la mujer (especialmente el sistema de justicia y el educativo) y para promover sus derechos e inclusión social (mediante programas, proyectos y servicios de calidad), por lo que su aplicación podría significar un cambio significativo en este campo.

- Una segunda conclusión, es que al margen del mayor o menor peso que le den en televisión y prensa escrita a las noticias sobre violencia contra la mujer, esto no llega a tener un impacto positivo en la sociedad ni en las políticas públicas, en el sentido de promover cambios que contribuyan a su erradicación o lograr la inclusión e igualdad de las mujeres. De allí que necesitemos un periodismo que tenga más impacto en las políticas públicas y en la realidad social. Generalmente los periodistas que defienden la cantidad y la forma en que se presentan las noticias sobre la violencia contra la mujer en los medios de comunicación, señalan que lo hacen porque es de interés y utilidad para los ciudadanos y ciudadanas, ya que eso les ayuda a tener conciencia de la problemática, a prevenir estas situaciones y, a su vez, que las autoridades tomen conciencia y hagan algo para resolverla. Si esto fuera cierto, con la cantidad de noticias sobre violencia en general y violencia contra la mujer con que nos han “bombardeado” los medios de comunicación todos los días en los últimos 20 o 30 años, seguramente ya se habría conseguido eliminar este problema de la sociedad o por lo menos reducirlo significativamente. Lamentablemente, eso no ha ocurrido así, sino todo lo contrario, en los últimos años se ha incrementado dramáticamente la espiral de violencia contra la mujer. Lo que nos lleva a pensar que no es suficiente con informar sobre lo que pasa en la realidad, sino intentar cambiarla. Y para ello, los medios de comunicación deben cambiar su rol y función (diseñando e implementando políticas internas con enfoque de género, colocando el tema de la violencia contra la mujer en su propia agenda, contribuyendo a generar una agenda pública inclusiva), pero también relacionarse y establecer alianzas con otros actores del estado y la sociedad que trabajan en esta misma línea.
- Otra conclusión, a partir del rol asignado a los protagonistas de las noticias, es que si se suma tanto los actores protagonistas (víctima y victimario) y los que cumplen una labor de opinión e información frente a los medios de comunicación, se tiene que todos ellos son actores que aparecen o se visibilizan a partir de un hecho concreto (la violencia

contra la mujer). Es decir, no antes sino después del hecho de violencia. En ese sentido, podemos afirmar que la mayor parte de los medios de comunicación tienen una “actitud reactiva” frente a los actos o acciones de violencia contra la mujer: operan durante o a partir del hecho (la agresión o victimización) o en forma posterior a esta. Cuando en realidad, deberían hacerlo antes, actuar antes de que se produzcan los hechos de violencia (en forma preventiva, proactiva y prospectivamente), para contribuir a erradicar la violencia contra la mujer. De allí la necesidad de preguntarnos sobre el rol y aporte concreto de los medios de comunicación al desarrollo y fortalecimiento de la democracia en nuestro país. Es evidente que no basta con informar o entretener, se requiere un nuevo posicionamiento de los medios como actores del desarrollo y la democracia.

- Una conclusión más tiene que ver con la posición del medio de comunicación frente a la información sobre violencia contra la mujer. Como se ha observado anteriormente en los resultados, en la mayoría de las noticias se expone o informa los hechos (84.5%) y en menor medida se promueve el debate público (12.9%) y se fiscaliza e interpela la gestión pública (2.0%). La promoción del debate público es un aspecto importante y constituyente del sistema democrático, ya que a través de él, los y las ciudadanas pueden canalizar sus demandas y propuestas ante los decisores políticos y promover una cultura de la transparencia en la gestión pública. De allí, que es importante discutir los alcances y límites del sistema político-institucional representativo que tenemos para enfrentar con eficiencia y eficacia esta problemática social, ya que la percepción que se genera desde las noticias difundidas en los medios, es que la respuesta institucional es ineficaz y eso desalienta el acceso de las mujeres a la justicia. Y por otro lado, se deben recuperar los aportes del debate sobre el fortalecimiento de la democracia en los últimos años, incorporando y combinando propuestas que involucren a los medios de comunicación en los asuntos públicos. Por ejemplo, desde el enfoque de la Democracia Deliberativa se reconoce la importancia de generar nuevos espacios de relacionamiento, debate y discusión pública entre las autoridades y los ciudadanos e involucrando a los medios de comunicación. En el Perú, tanto los medios privados como los medios educativos y comunitarios han impulsado diversos mecanismos de consulta y participación ciudadana: desde la consulta ciudadana realizada por la Municipalidad de Lima y RBC Televisión en la década de los 90 para decidir la aprobación de obras públicas, hasta las recientes audiencias públicas impulsadas por el Comercio en diversas zonas del país; desde los procesos de consulta ciudadana en las zonas de conflicto minero-ambiental hasta las experiencias de periodismo cívico (ferias ciudadanas y video-debates en las plazas públicas), los medios de comunicación han demostrado capacidad para promover el debate y la deliberación pública y contribuir a la solución de los problemas.
- Una conclusión adicional, a partir de los actores que no se visibilizan mucho en las noticias sobre violencia contra la mujer (especialmente niñas, adolescentes y ancianas) es que los medios de comunicación deben contribuir a generar y construir una “agenda pública del desarrollo inclusiva”, es decir un espacio en el que puedan participar y opinar no solo las autoridades y los técnicos o especialistas en el tema, sino la ciudadanía en su conjunto, especialmente las mismas ciudadanas afectadas por los hechos de violencia. En ese sentido, lo que se debe buscar no solo es tener el espacio para aparecer en las

noticias, sino también cambiar el enfoque y tratamiento periodístico de los roles asignados a las mujeres (pasivas, víctimas), centrados en la descripción del hecho y la coyuntura, sin contextualización e interpretación de los hechos, por un enfoque más preventivo, proactivo y prospectivo.

III. RECOMENDACIONES Y PERSPECTIVAS

3.3.1 Recomendaciones específicas (por tipo de actor)

3.3.1.1 Recomendaciones en relación a los medios de comunicación

- Una primera recomendación, es que los medios de comunicación deben hacer una evaluación interna de su oferta informativa y de opinión en relación a la violencia contra la mujer, desde una perspectiva auto-reflexiva crítica, en relación a dos aspectos que son directamente de su responsabilidad: 1) el enfoque y tratamiento informativo de las noticias y 2) la aplicación de criterios para garantizar la calidad periodística de la información y opinión que difunden. Para ello pueden utilizar los resultados obtenidos en estudios e investigaciones (como los del presente monitoreo) pero también es necesario que diseñen y apliquen “indicadores” que les permitan monitorear y evaluar de mejor manera lo que hacen.
- La segunda recomendación es que se ubiquen los puntos fuertes y débiles de cada medio de comunicación. Como se ha podido observar en el presente monitoreo cada medio tiene una forma particular de enfocar y tratar el tema de violencia contra la mujer, de manera tal que si bien hay tendencias generales que se pueden establecer sobre el comportamiento de los medios, lo cierto es que también cada uno tiene características específicas, y es desde esta especificidad que se deben diseñar estrategias y procedimientos para mejorar su oferta informativa y de opinión sobre el tema.
- En tercer lugar, deben articularse y formar alianzas con diversos actores públicos y privados involucrados en el tema: en el caso del estado, las instituciones públicas como el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MINDES) y los actores del Sistema de Administración de Justicia: Ministerio de Justicia (MINJUS), Ministerio Público-Fiscalía de la Nación, Defensoría del Pueblo y Policía Nacional, pueden proveer a los medios de la data necesaria para analizar e interpretar esta problemática, pero también pueden dar información sobre las acciones e iniciativas que se desarrollan desde el estado. En el caso de las instituciones de sociedad civil (ongs, universidades, agencias de cooperación, organizaciones y movimientos ciudadanos) pueden facilitarles también información, pero especialmente criterios y herramientas para un abordaje crítico de esta problemática, con enfoques y aportes interdisciplinarios que ofrezcan nuevas luces sobre ella, y experiencias innovadoras-creativas-exitosas que pueden aplicarse en el diseño de las políticas públicas. Asimismo, se deben establecer mecanismos de diálogo directo entre medios e instituciones públicas para identificar los “cuellos de botella” y problemas en la relación. Por ejemplo, los periodistas se quejan de que las instituciones públicas no tienen información o esta no es de calidad (actualizada, completa, ordenada), y que

muchas veces no se las dan por diversos motivos (políticos, falta de transparencia, ineficiencia y/o corrupción) y que las autoridades y funcionarios públicos manejan la información pública como si fuera un “bien o propiedad privada”.

- Otra recomendación es que las y los periodistas deben asumir la violencia de género como una problemática social que afecta fundamentalmente a las mujeres, que vulnera sus derechos humanos y tienen como causas estructurales las relaciones de poder asimétricos entre hombres y mujeres y una cultura machista y violenta instalada en la sociedad, que va a suponer un esfuerzo educativo y de sensibilización a largo plazo, pero que si no se empieza desde ahora esa cultura se seguirá reproduciendo. En ese sentido, es importante realizar cambios en el enfoque, tratamiento de la noticia y calidad informativa, ya que muchas veces los medios en lugar de ayudar a promover cambios, lo que hacen es reforzar las concepciones machistas y las relaciones de género hegemónicas, justificando el comportamiento masculino o responsabilizando a las mujeres o victimizándolas. La mejora del tratamiento supone contextualizar la información, brindar elementos para su comprensión como problemática social (más allá del caso específico que se informa), dar cuenta de su magnitud y consecuencias para la vida de las mujeres y para la sociedad, utilizando los formatos informativos, de opinión, interpretación y participativos más pertinentes para colocarlo como un tema de interés común en la agenda pública.
- Otro aspecto es proporcionar información útil sobre los servicios públicos y privados que brindan atención y orientar a la población, sobre cómo acceder a ellos y el procedimiento a seguir. En ese sentido también se debe reforzar la mirada crítica frente a la gestión pública. Los resultados del monitoreo evidencian que en la mayoría de los casos los medios no asumen una posición clara de fiscalización e interpelación de la gestión pública (apenas un 2.0%) pese a que el sistema de protección social, legal y judicial de las mujeres no es eficiente y desalienta a las usuarias en la continuidad del proceso. Asimismo, el estudio da cuenta de la poca presencia de las instituciones públicas como referente de información, cuando podría ser muy interesante que el ente rector y las entidades públicas pertinentes den orientación especializada sobre el tema, así como sobre los avances y limitaciones de la respuesta estatal.
- Se recomienda que los medios de comunicación cambien su actitud frente a la violencia contra la mujer y violencia en general: es decir, pasar de una actitud “reactiva”, en la que los medios reaccionan solo cuando se producen situaciones de violencia contra la mujer, a una actitud de “prevención” y atención oportuna de los casos. Es decir, actuar antes y no después de que una mujer sea asesinada por su pareja o ex-pareja.
- También contribuir a dar cuenta de los avances normativos y sanciones en casos de “feminicidios”, ayudando a posicionar este concepto en la opinión pública, toda vez que estos cambios normativos y el propio concepto de feminicidio son recientes y requieren de una difusión amplia y sostenida entre la población.

- Asimismo, se recomienda reforzar la visibilización del aporte de las redes de hombres que trabajan por construir nuevas masculinidades y están desarrollando actividades públicas para manifestarse frente a la violencia machista. Es importante destacar que se requiere del aporte del conjunto de la sociedad, y estas iniciativas aportan a cambiar las concepciones y prácticas de lo que es “ser hombre”, mostrando el rechazo a la violencia contra las mujeres y proponiendo nuevas relaciones de género.

3.3.1.2 Recomendaciones en relación a las instituciones públicas (Estado)

- En relación a las instituciones públicas se recomienda mejorar su visibilización y posicionamiento en los medios de comunicación en relación al tema de la violencia contra la mujer. Los bajos porcentajes de presencia de las instituciones públicas como protagonistas de las noticias, deja la sensación de que es poco lo que se está haciendo al respecto o que, en el mejor de los casos, lo que se está haciendo no se comunica adecuadamente. Esto implica necesariamente un mayor acercamiento con los medios de comunicación y un cambio en su enfoque y estrategia de relacionamiento. Generalmente las instituciones públicas se muestran más preocupadas en cómo mostrar su imagen y difundir sus actividades institucionales, que en dar a conocer como estas están contribuyendo de manera significativa a cambiar la realidad o solucionar la problemática social de las mujeres. Están más interesadas y preocupadas en la forma cómo aparece el responsable de su institución en los medios, que averiguar si la información proporcionada resulta de utilidad e interés para la ciudadanía. De allí que muchas veces dentro de las instituciones públicas tienen más peso los famosos asesores de imagen institucional (que en la práctica solo son asesores de imagen de la autoridad o funcionario de turno) que los responsables de las áreas de comunicaciones o prensa que se encargan de manejar la relación con los medios de comunicación y colocar los temas de interés público.
- Una segunda recomendación es que se requiere que las instituciones públicas tengan políticas y estrategias de comunicación definidas en torno a temas de desarrollo (como la problemática social o la violencia contra las mujeres), y no solo estrategias de comunicación corporativas, las cuales se centran en su visibilidad y posicionamiento institucional. Son dos políticas y estrategias distintas. En ese sentido, estas políticas y estrategias de comunicación orientadas a temas de desarrollo deben ser de conocimiento público y difundido, por ejemplo a través de su página web, de manera tal que la ciudadanía y las instituciones de sociedad civil puedan conocerlos, pero también la posibilidad de comentarlos y aportar en su diseño, pero también vigilar su implementación. En ese sentido, hay que señalar que muchas veces las instituciones públicas que aparecen como protagonistas de la noticia, no lo hacen por una preocupación o interés particular en el tema, sino que lo hacen en el ejercicio de su función, es decir están obligadas por mandato de ley. Entonces, son dos cosas distintas: la primera expresa un interés y compromiso institucional frente a la problemática social de la mujer y la otra solo el cumplimiento de su función (lo que de no hacerlo les podría acarrear sanciones administrativas). Pero en ambos casos, ello no garantiza que esta

visibilización en los medios obedezca a una política y estrategia definida, a compromisos y metas establecidas, por lo que se requiere más transparencia en este caso.

- Una tercera recomendación tiene que ver con que las mismas instituciones públicas trabajen con otros enfoques, por ejemplo, con el enfoque de periodismo cívico, de manera tal que diseñen estrategias de comunicación que involucren a los medios, pero también a la ciudadanía a través de diversos mecanismos participativos, combinando el uso de medios y también el de espacios públicos con el apoyo de los medios de comunicación y periodistas. Por ejemplo, experiencias de audiencias públicas convocadas con el apoyo de los medios de comunicación o consultas ciudadanas que si bien no plantean un compromiso vinculante con el estado, lo que si pueden hacer es promover el debate y la deliberación pública sobre estos temas.

3.3.1.3 Recomendaciones en relación a las instituciones de sociedad civil

- En el caso de sociedad civil, la recomendación es similar a la de las entidades públicas: las organizaciones e instituciones como las ongs, agencias de cooperación, universidades, organizaciones y movimientos que promueven los derechos y la inclusión social de las mujeres, deben mejorar su visibilización y posicionamiento en los medios de comunicación en relación al tema de la violencia contra la mujer. Los bajos porcentajes de presencia de las instituciones de sociedad civil como protagonistas de las noticias, deja la sensación de que es poco lo que se está haciendo al respecto o que, en el mejor de los casos, lo que se está haciendo no se comunica adecuadamente. Esto implica necesariamente un mayor acercamiento con los medios de comunicación y un cambio en su enfoque y estrategia de relacionamiento. Asimismo, una mejor comprensión de la lógica de producción de los medios de comunicación, sus temas de interés, y los criterios que priman en su enfoque y tratamiento periodístico. Finalmente la creación de espacios donde puedan dialogar y discutir en relación a los temas de interés comunes y también los problemas de relacionamiento que existen entre ambos.
- En el caso específico de las universidades e institutos donde existen Facultades o Escuelas de Comunicación es importante propiciar cambios en la malla curricular y en los contenidos de los cursos de la especialidad de Periodismo (nivel de pre-grado). En primer lugar, porque los periodistas deben tener también conocimientos sobre investigación social (enfoques y métodos cuantitativos y cualitativos) y no solo sobre producción del medio, de manera que los periodistas puedan realizar estudios, diagnósticos y validaciones de sus propias programaciones y productos comunicativos con un enfoque técnico y social, pero que además desarrollen un enfoque de crítica y autocrítica sobre la labor que realizan. Asimismo en lo referido a la producción de medios se debe enfatizar más el manejo de géneros y formatos periodísticos para romper con el esquema de la nota informativa (se utilizan en la mayoría de las noticias que cubren y no tienen otras formas de presentarlas que contribuyan a su mejor entendimiento e interpretación). Esto implica necesariamente poner en cuestión y cambiar el paradigma informativo tradicional por uno más centrado en la construcción de opinión, la promoción del debate, la deliberación pública y la participación ciudadana en los asuntos de interés público.

También se deben diseñar e implementar cursos sobre realidad y problemática social donde se apliquen enfoques de inclusión social (de género, generacional, intercultural), se aborden temas concretos como la violencia contra la mujer y se desarrollen investigaciones sobre el enfoque y tratamiento de estas problemáticas en los medios. En relación a los cursos de deontología y ética periodística se deben plantear el análisis de casos concretos, promover el intercambio con periodistas que ya vienen trabajando en los medios que puedan compartir con los estudiantes los dilemas éticos a los que se enfrentan cuando abordan temas como la violencia contra la mujer, así como reflexionar sobre la relación entre la ética periodística y la calidad de la información, el rol y la responsabilidad social de los medios frente a la problemática social del país y cómo pueden contribuir a su solución.

- En el caso de las universidades, a nivel de cursos de especialización y post grado, se debe ampliar la oferta de diplomados y maestrías sobre la relación entre medios de comunicación, género e inclusión social, en el marco del cual se pueda abordar la problemática social de las mujeres en general y de la violencia contra ellas en particular. Esta oferta se debe sustentar en un conjunto de alianzas interinstitucionales (con instituciones públicas y de sociedad civil especializadas en estos temas). Asimismo debería tener como base para su estructuración tres ejes de análisis y construcción de conocimientos: 1) el enfoque y tratamiento informativo de los medios de comunicación, 2) criterios para garantizar la calidad informativa, y 3) rol y responsabilidad social de los medios de comunicación.

3.3.2. PERSPECTIVAS

- En relación al mismo estudio de monitoreo de medios, consideramos que este debe ser un punto de partida para un proceso mayor de investigación (tal vez un programa de investigación de más largo aliento) que a través de un enfoque y metodología inter y transdisciplinaria enriquezca y confronte los resultados y conclusiones obtenidas. Ello parte del hecho, de que un estudio de monitoreo de medios de comunicación, como cualquier otra investigación, tiene parámetros y limitaciones definidos, por lo que se requiere la realización de otros estudios complementarios para confirmar o precisar los resultados y conclusiones obtenidas. Si bien el monitoreo nos da algunas respuestas provisionales, por otro lado ha planteado o abierto nuevas interrogantes que no pueden ser respondidas en el marco de este mismo estudio, sino que requieren la aplicación de otros enfoques y técnicas complementarias. Por ejemplo, un análisis de tipo semiótico sobre los titulares y contenidos de las noticias ayudaría a precisar mejor la interpretación de las mismas. Asimismo, un estudio histórico (no historiográfico) con enfoque de género y generacional que nos permita indagar sobre los cambios operados en los medios de comunicación en estos últimos años y que condicionan la forma en que enfocan y tratan determinados temas y noticias como las vinculadas con la violencia contra la mujer (desde las fusiones corporativas hasta el recambio generacional y los procesos de migraciones o rotaciones internas de los periodistas de unos y otros medios). También un estudio correlativo o comparativo que nos permita conocer la relación entre el trabajo de

los medios de comunicación en la creación de una agenda pública y los impactos directos en la gestión y políticas públicas (comparar la oferta y agenda de los medios con la agenda y decisiones adoptadas por las instituciones públicas, la forma en que las instituciones públicas comunican e informan sobre esta problemática y la forma en que los medios la enfocan, tratan y difunden, identificar problemas o limitaciones al trabajo de los periodistas como el acceso a la información pública). También se puede ampliar la muestra del presente estudio a otro tipo de medios informativos (radio, internet) que permita complementar esta visión.

- Otra recomendación, es que los resultados y conclusiones obtenidos deben ser confrontados con los responsables, comunicadores y periodistas que trabajan en los medios de comunicación a nivel local y nacional, de manera que ello sirva para: 1) sensibilizarlos en el tema, 2) discutir y confrontar opiniones, estableciendo los puntos de consenso y discrepancia, 3) recoger demandas y aportes concretos que enriquezcan el presente estudio, 4) contribuir a una valoración positiva de este tipo de estudios para el trabajo periodístico (reconociendo su importancia y utilidad), 5) identificar problemas o limitaciones para su labor informativa, y 6) servir de plataforma para la realización de otras actividades conjuntas con los periodistas en relación al tema de los derechos e inclusión de las mujeres y la erradicación de la violencia contra ellas. Esto se puede hacer mediante diversos mecanismos y técnicas que permitan la discusión colectiva (talleres, paneles, mesas redondas) o técnicas individuales que permitan recoger las opiniones de los actores involucrados (ej. entrevistas a directores y periodistas de medios de comunicación).
- Asimismo, los resultados y conclusiones del monitoreo deben complementarse y confrontarse con estudios similares con la ciudadanía y representantes de instituciones públicas (autoridades y funcionarios) involucrados directamente en la problemática de la violencia contra la mujer mediante la aplicación de métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas (encuesta o sondeo de opinión, entrevistas y/o grupos focales). La idea básica es que estos estudios exploratorios (junto con los de los periodistas) nos permitan tener certezas sobre las percepciones y opiniones de estos tres sectores (ciudadanía, directivos y periodistas de medios, autoridades y funcionarios públicos) sobre la problemática de violencia contra la mujer y establecer los criterios y procedimientos con los que construyen su propia agenda (similitudes y diferencias en los temas priorizados, enfoques aplicados, valores en juego, etc.) de manera que ello en su conjunto nos permita tener una idea de la forma en que se construye la opinión pública a nivel local y nacional en torno a esta problemática.
- También es necesario reforzar o fortalecer las iniciativas de la ciudadanía, sociedad civil o del estado para establecer un sistema de monitoreo y evaluación del comportamiento de los medios frente a la problemática de la violencia contra la mujer u otras que vulneren sus derechos o limiten su inclusión social (por ejemplo, iniciativas como el Observatorio de Medios promovido por A.C.S. Calandria u otros similares) que permitan: 1) medir avances y retrocesos en el comportamiento y prácticas desarrolladas por los medios de comunicación, 2) identificar posibles cambios en procesos y contextos, 3)

identificar nuevas tendencias y problemas, 4) identificar fortalezas y debilidades de cada medio de comunicación, 5) establecer criterios, procedimientos y protocolos para que cada medio de comunicación pueda superar sus debilidades o aprovechar sus fortalezas para mejorar su enfoque y tratamiento del tema y la calidad de su oferta informativa.

- Complementario a lo anterior, es importante también avanzar o profundizar en el diseño de “indicadores” que puedan servir tanto para el monitoreo externo que puedan realizar las instituciones de sociedad civil y del estado, como para el monitoreo interno que puedan hacer los mismos propietarios, directivos y periodistas de los medios de comunicación. En el marco de los talleres de socialización y discusión de los resultados del monitoreo con los periodistas se ha planteado una propuesta inicial que debe ser desarrollada con participación de los mismos propietarios, directivos y periodistas.
- En los estudios complementarios a realizar, se debe identificar también las resistencias al cambio en los medios de comunicación: por ejemplo, tanto en los talleres de socialización y discusión con periodistas, así como en las entrevistas realizadas con periodistas que están promoviendo los resultados y conclusiones del monitoreo, se han podido observar dos tipos de actitudes:
 - a. La primera actitud es la “escéptica” o “derrotista”: se plantea que las propuestas de cambios en los medios de comunicación son idealistas o utópicas, que no es posible realizar ningún tipo de cambio en los medios de comunicación, sea porque hay demasiados intereses y presiones internas y externas que impiden los cambios o porque a los medios no les interesan los cambios. Esta actitud contrasta con los resultados obtenidos en el monitoreo donde diversos medios presentan distintos niveles de avances y fortalezas que se deben resaltar y seguir profundizando. Asimismo, no guarda relación con la realidad, ya que en las últimas décadas los medios de comunicación si han realizado diversos cambios en su oferta informativa y de opinión, en los géneros y formatos que utilizan, en las relaciones que establecen con la ciudadanía, las instituciones de sociedad civil y del estado, así como en los temas de su agenda. Entonces, al margen de que estos cambios sean planificados o no, de consenso o con resistencias, se han dado al igual que en otras instituciones públicas o privadas. Las instituciones y empresas como los medios de comunicación no son “ahistóricas” e inmutables al cambio.
 - b. La segunda actitud es la que presupone que los medios de comunicación no tienen ninguna responsabilidad en los contenidos que emiten como parte de su oferta informativa y de opinión (¿Por qué debemos cambiar? ¿Por qué debemos promover el desarrollo o visibilizar la problemática de la mujer? ¿Por qué comprometernos con este tema?). Es decir, los medios son entidades supra-históricas, que están más allá del bien y del mal, no tienen responsabilidades o deberes (solo derechos), no se les puede evaluar o criticar, y por lo tanto no se les puede plantear cambios ya que ello sería atentar contra la libertad de prensa y de expresión. Lo cierto es que estamos en el siglo XXI, y este tipo de argumentos no guardan ninguna relación con lo que pasa en la realidad. Hasta donde sabemos, el día de hoy se aplica el criterio de que todas las instituciones y empresas privadas se deben hacer responsables sobre lo que producen

y comercializan (y eso es válido para las empresas mineras hasta los medios de comunicación). Y los usuarios y consumidores tienen todo el derecho de reclamar sobre los productos que consumen (incluyendo los productos comunicativos y culturales). De lo contrario no se justificaría los diversos esfuerzos de los gremios periodísticos por conformar Comités de Ética para auto regular los comportamientos y contenidos en los medios, la implementación de los Códigos de Ética que de acuerdo a ley se deben implementar en los medios audiovisuales desde el 2004, las experiencias como las del Defensor del Lector u Ombussman o las experiencias de las mismas empresas privadas auspiciadoras de publicidad en los medios, por ejemplo de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) y el semáforo ético o de las entidades públicas como el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) que han cumplido un papel muy importante en nuestro país e incluso los avances a nivel internacional en el reconocimiento de los derechos a la comunicación e información (no solo de los medios, sino también de la ciudadanía) como derechos importantes para el crecimiento económico, la transparencia institucional y el fortalecimiento de la democracia. Pero además, los medios de comunicación ya están comprometidos con el tema de la violencia en general y la violencia contra la mujer en particular. Por ejemplo, en el caso de la televisión más de la tercera parte del total de las noticias (36.3%) corresponden a violencia en general y de ello una parte significativa se relaciona con violencia contra la mujer (18.5%). De manera tal que los medios sí están comprometidos con este tema, y lo que se les está planteando es simplemente que mejoren la calidad de lo que ya vienen haciendo.

Más aún cuando desde hace más de dos décadas se vienen configurando tres tendencias a nivel mundial que ejercen presión sobre las empresas en general y sobre los medios de comunicación en particular: 1) la primera es la exigencia de una mayor responsabilidad social, 2) la segunda es una exigencia de un enfoque y abordaje ético de la información y opinión de los medios, y 3) la tercera tiene que ver con una mayor exigencia en la calidad de la oferta informativa y de opinión de los medios. En ese sentido, donde los medios de comunicación y periodistas plantean mayores resistencias es en relación al enfoque de responsabilidad social y a la perspectiva ética, ya que indican que esa no es su función o su responsabilidad. Sin embargo, ese argumento presenta muchas debilidades desde el enfoque ético y de calidad informativa (que es donde se debe incidir). ¿Por qué? Porque la mayor o menor calidad informativa es un aspecto que es responsabilidad directa de los medios y periodistas, es un aspecto que no pueden eludir, ya que son ellos los que diseñan, planifican, recogen, producen, editan y difunden las noticias. Aquí no hay responsabilidad compartida, solo de ellos.

Asimismo, porque generalmente los medios de comunicación y periodistas plantean tres argumentos centrales para defender lo que hacen y cómo lo hacen: 1) señalan que ellos no producen la violencia sino que solo “reproducen lo que ocurre en la realidad”, lo que es totalmente falso ya que lo que hacen los medios es “interpretar la realidad”, es decir, nos muestran una parte de esa realidad, la cual ha sido enfocada, filtrada y tratada a través de sus propias experiencias, intereses, enfoques y valores. Eso queda

bastante claro al analizar en el monitoreo la ubicación de los medios frente a las noticias de violencia contra la mujer, la cobertura, el espacio y tiempo que le dedican a esta problemática, la visibilización o no en los titulares, la ubicación en determinadas páginas o bloques de programación, la forma en que enfocan, “levantan” y tratan la información, la forma en que dan más protagonismo a los agresores o victimarios en lugar de las víctimas, la falta de aplicación de criterios básicos de calidad periodística (cruce de fuentes informativas, pluralidad de fuentes, seguimiento de la noticia, contextualización de la noticia), etc. 2) señalan que lo que hacen y la forma en que lo hacen (en este caso, el enfoque y tratamiento de problemáticas como la de la violencia contra la mujer) obedece, por un lado, a la necesidad de informar y alertar a la ciudadanía, de manera que se puedan prevenir estas situaciones, y por otro lado, a que las autoridades y decisores políticos tomen “cartas en el asunto” y hagan algo al respecto. De ser cierto esto, con el poder que han adquirido los medios de comunicación y el “bombardeo” cotidiano de este tipo de noticias sobre violencia contra la mujer en los últimos 20 o 30 años, seguramente ya habríamos erradicado este problema del planeta o por lo menos lo habríamos reducido significativamente, y sin embargo eso no ha ocurrido, sino todo lo contrario, se ha incrementado dramáticamente. Por lo tanto, hay algo que está mal en este planteamiento, algo que nos obliga a revisar los roles, funciones y responsabilidades de los medios en esta problemática (entre otros actores, ya que se trata siempre de una responsabilidad compartida por la ciudadanía, la sociedad civil y el estado). Finalmente, porque la calidad de la información no está separada de la dimensión ética del periodismo; son como “dos caras de una misma moneda”. Como lo ha señalado muy bien Iván Darío Restrepo “Allí donde hay un trabajo periodístico de calidad, hay también una mirada y una perspectiva ética”. De manera tal que la mayor o menor calidad periodística en la producción informativa evidencia también el grado de responsabilidad y compromiso ético de los periodistas. 3) Finalmente, algunos también señalan que los medios son negocios, empresas privadas dedicadas a la actividad económica y con un “fin de lucro” (no un fin social o de desarrollo), por lo que ellos no tienen que asumir ningún enfoque, posición o punto de vista sobre el tema de la violencia contra las mujeres o cualquier otro tema. Sin embargo esto evidencia un doble discurso: por todos es sabido que los medios de comunicación cuando tienen un interés particular corporativo (de su empresa o empresas asociadas en otros ramos) si intervienen y promueven el debate y la discusión pública, colocan y visibilizan determinados temas e incluso hacen campañas sostenidas de varios días con el objetivo de cambiar o aprobar leyes, mantener, colocar o sacar una autoridad y/o funcionario público, influir en los decisores políticos, manejar los temas de la agenda pública o desviar la atención con temas de distracción, más conocidos como los “psicosociales” (y por lo tanto tratar de orientar las decisiones políticas en un determinado sentido), etc. De manera tal que este no es un argumento válido.

IV. BIBLIOGRAFIA UTILIZADA

- Acurio Cáceres, Tatiana. Artículo “¿Es posible mejorar el tratamiento mediático de la violencia contra la mujer? Reflexiones desde el abordaje en prensa del feminicidio. En “Periodismo y violencia de género: tolerancia cero. Miradas y propuestas desde Perú. A.C.S. Calandria y Universitat Jaume-I. 2010.
- Carrasco, Sabrina. Artículo “Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas”. Alojada en la web de Cambio Cultural. Junio, 2003. En: <http://www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm>
- Henríquez, Narda; Alfaro, Rosa María. Libro “Mujeres, Violencia y Derechos Humanos”. A.C.S. Calandria – IEPALA. 1991
- Observatorio de Criminalidad (Ministerio Público-Fiscalía de la Nación). Boletín Semanal Femicidio en el Perú 2009 – 2011. Febrero 2012.
- Rodríguez, Raquel; Castromil, Anton. Artículo “La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: Transmisión, influencia y atribución de responsabilidad”, en Revista ZER, Vol. 15 - Núm. 29, 2010.