



***Monitoreo de medios de comunicación
de cobertura local – nacional
Noviembre 2012***

**“Violencia contra la mujer:
la mirada desde los medios”**

FICHA TECNICA MONITOREO

Medios de comunicación	N°	Tipo de medio	Periodo	Horas/ediciones
TELEVISIÓN Lima	3	NOTICIEROS: América TV, ATV, Frecuencia Latina	SEPTIEMBRE-OCTUBRE: 24, 25, 26, 27 y 28 de Septiembre y 1ro de Octubre del 2012	18 horas de programas informativos en septiembre- octubre.
PRENSA ESCRITA Lima	4	Diarios Locales: Trome, Comercio, Ojo, Perú 21	OCTUBRE: 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21 de Octubre del 2012	9 ediciones de prensa en octubre X 4 = 36 ediciones.
PRENSA ESCRITA Piura	3	Diarios Locales: La Hora, Correo y El Tiempo.	OCTUBRE: 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21 de Octubre del 2012	9 ediciones de prensa en octubre X 3= 27 ediciones.

Una mirada a la problemática

- 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 2012 según declaraciones de la Ministra del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables se han registrado hasta la fecha 63 feminicidios y 76 tentativas.
- Según ex-procurador Ronald Gamarra, el Perú ocupa el puesto 16 a nivel mundial por denuncias de violencia sexual y el 1er puesto en Sudamérica. Entre 2008 y 2010 ha habido **71, 226 denuncias por violación (16 por día)**.
- Según Presidente del Poder Judicial César San Martín el 90% de denuncias de violaciones terminan en absolucón.

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.**

CANTIDAD DE NOTICIAS POR MEDIO

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

LAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN LA TV

- 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.

CANTIDAD DE NOTICIAS EN TELEVISIÓN

Nombre del Medio	Violencia en general		Violencia contra la mujer		Total de noticias en la emisora	
	N	%	N	%	N	%
ABRE LOS OJOS (NOTICIERO 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

LA CANTIDAD DE NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER ES BAJO EN LA PRENSA PIURA

- De 1649 noticias de diarios de Piura solo el 9.9% presenta noticias de violencia y el 2.4% violencia contra la mujer, abordando otras temáticas (políticas, de desarrollo).

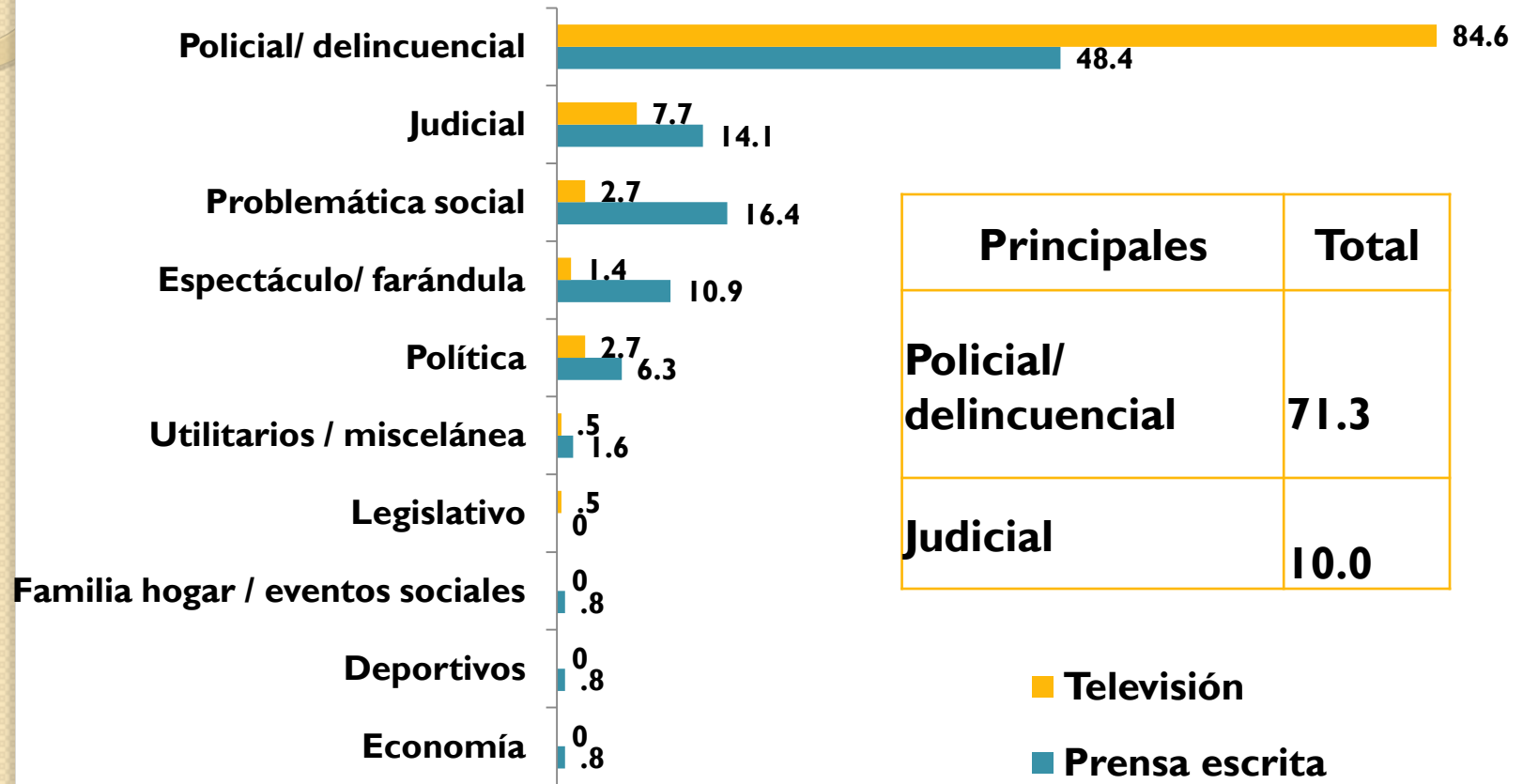
CANTIDAD DE NOTICIAS EN PRENSA PIURA

Nombre del Medio	Violencia en general		Violencia contra la mujer		Total de noticias en el diario	
	N	%	N	%	N	%
DIARIO EL TIEMPO (PIURA)	47	7.7	12	2.0	611	100
DIARIO CORREO (PIURA)	55	10.3	14	2.6	532	100
DIARIO LA HORA (PIURA)	61	12.1	13	2.6	506	100
Total	163	9.9	39	2.4	1649	100

LA MAYORIA DE NOTICIAS SON POLICIAL/DELINCUENCIAL Y JUDICIAL

- Tanto en la prensa como en la televisión, la mayoría de noticias sobre violencia contra la mujer aparece como **información “policial/delincuencial” y “judicial”**.
- En el caso de la TV, los programas informativos el 84.6% de sus noticias se presentan como información “policial/delincuencial” mientras que en el caso de la prensa escrita solo un 48.4%.

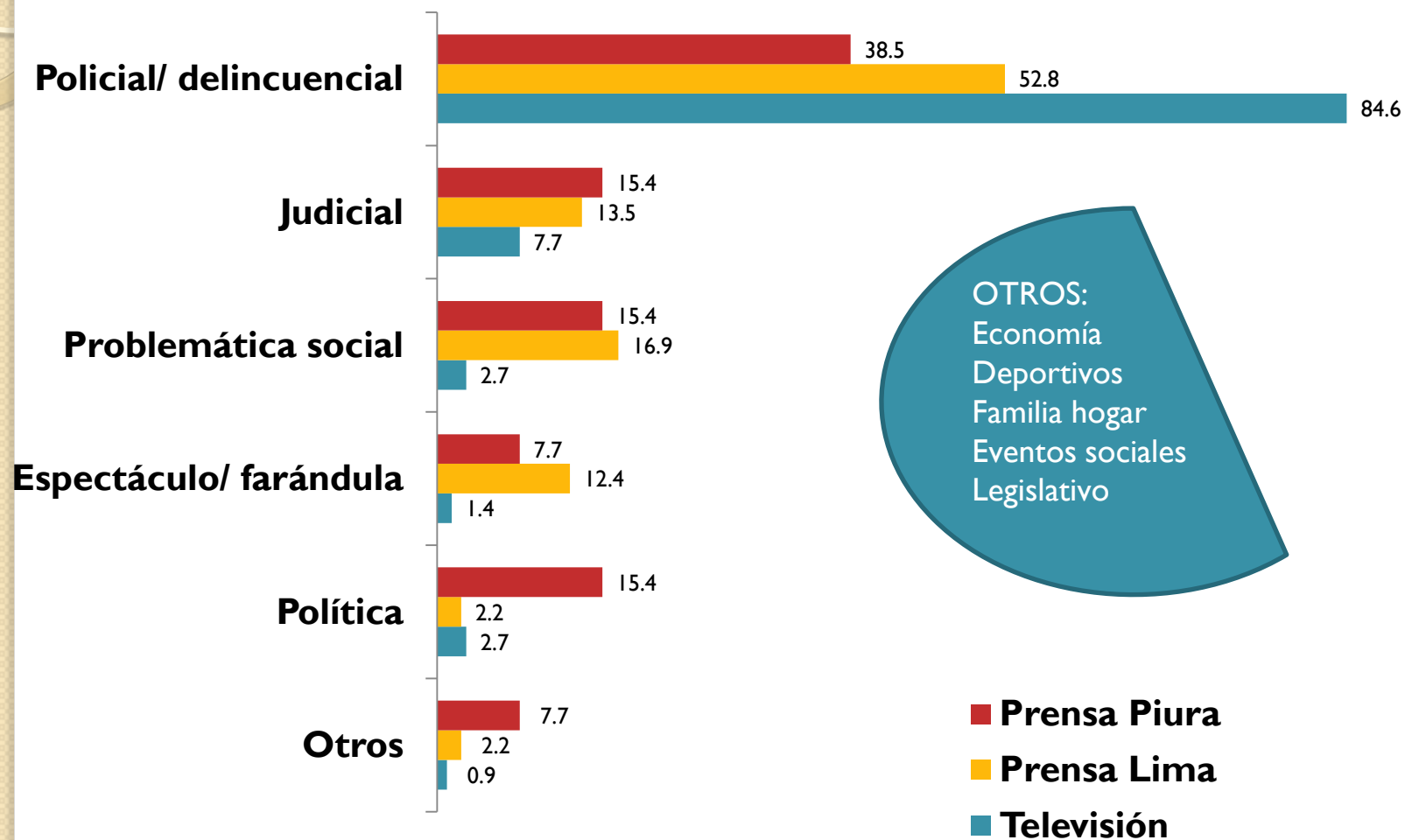
I. TIPO DE TEMÁTICA: PRENSA Y TV



LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER COMO PROBLEMÁTICA SOCIAL Y POLITICA

- Es interesante también resaltar que tanto en el caso de la prensa de Piura (15,4%) y Lima (16,9%) de noticias de violencia contra la mujer presentadas como “problemática social”.
- Asimismo, hay un porcentaje significativo de noticias en la Prensa Piura(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 la Televisión

I. TEMÁTICA POR TIPO DE MEDIO

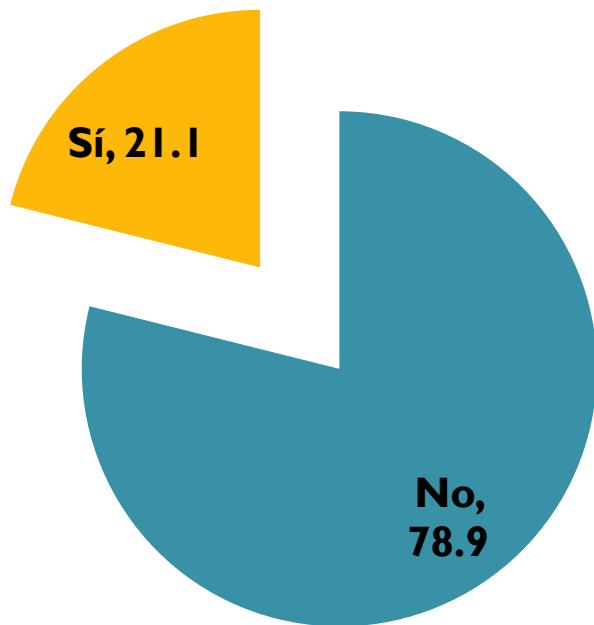


LA TELEVISIÓN COLOCA MAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN SUS TITULARES

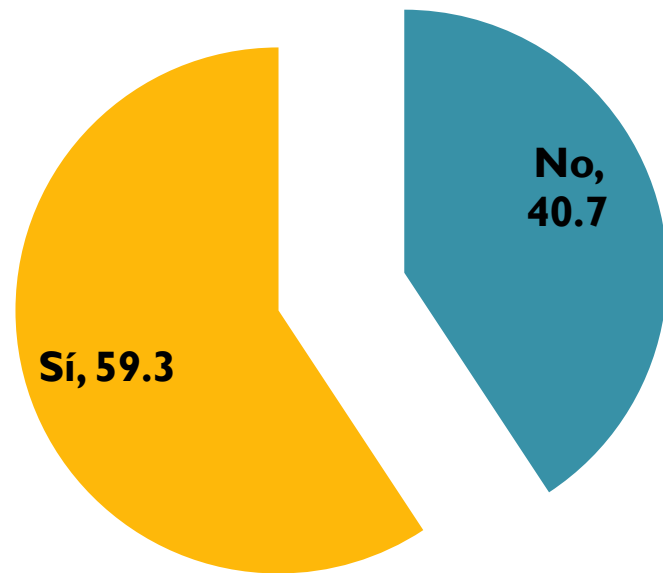
- Un aspecto importante en el trabajo diario de los medios de comunicación, es la decisión de seleccionar entre sus cientos de noticias, cuáles van a ser parte de sus titulares principales o van a ir en su portada o primera plana, ya que eso es lo que en primera instancia “engancha” a sus públicos, para que ellos luego decidan si continúan o no con el desarrollo de la noticia.
- En ese sentido la TV es la que presenta un mayor porcentaje de noticias en sus titulares (59.3%) mientras que en la prensa escrita es un porcentaje mucho menor (21.1%),

2. UBICACIÓN EN LA PORTADA, PRIMERA PLANA O TITULARES

Prensa escrita



Televisión



EN LAS NOTICIAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER SE USAN MAS LOS FORMATOS INFORMATIVOS

- En las noticias sobre violencia contra la mujer se usan más los formatos informativos. La Nota Informativa es 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 como la 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 interpretación.**

5. FORMATO

	Televisión	Prensa Lima	Prensa Piura	Total
Nota informativa	68.8	82.0	84.6	73.9
Entrevista individual, colectiva	12.2	4.5	10.3	10.0
Reportaje	10.9	2.2	2.6	7.7
Otros	7.7	3.4		5.7
Columna		3.4	2.6	1.1
Comentario	.5	1.1		.6
Artículo		2.2		.6
Editorial		1.1		.3
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

EN PIURA HAY DIFERENCIAS EN EL USO DE LOS FORMATOS

- En el caso de la Prensa Piura también ocurre lo mismo que con El Comercio en Lima: 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.

5. FORMATO

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

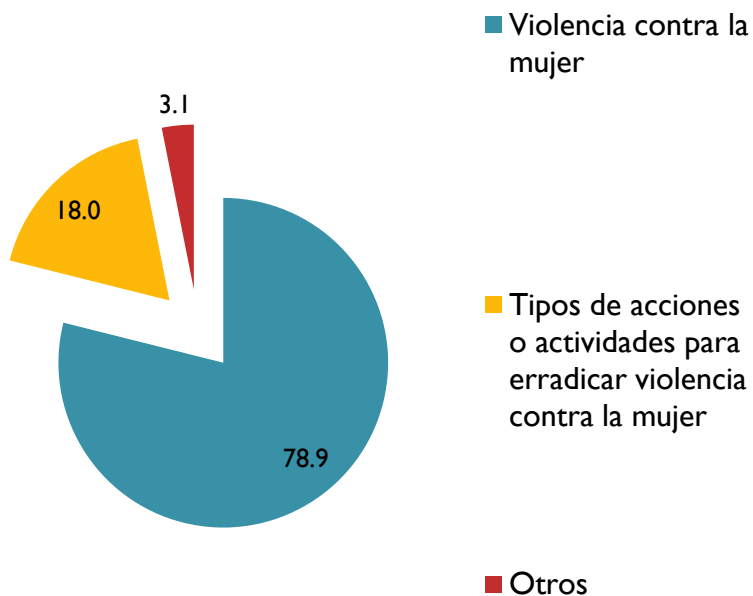
	DIARIO EL TIEMPO (PIURA)		DIARIO CORREO (PIURA)		DIARIO LA HORA (PIURA)		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nota informativa	8	66,7	13	92,9	12	92,3	33	84,6
Entrevista individual, colectiva	3	25,0			1	7,7	4	10,3
Reportaje	1	8,3					1	2,6
Columna			1	7,1			1	2,6
Total	12	100,0	14	100,0	13	100,0	39	100,0

No se muestran las acciones contra la violencia de género

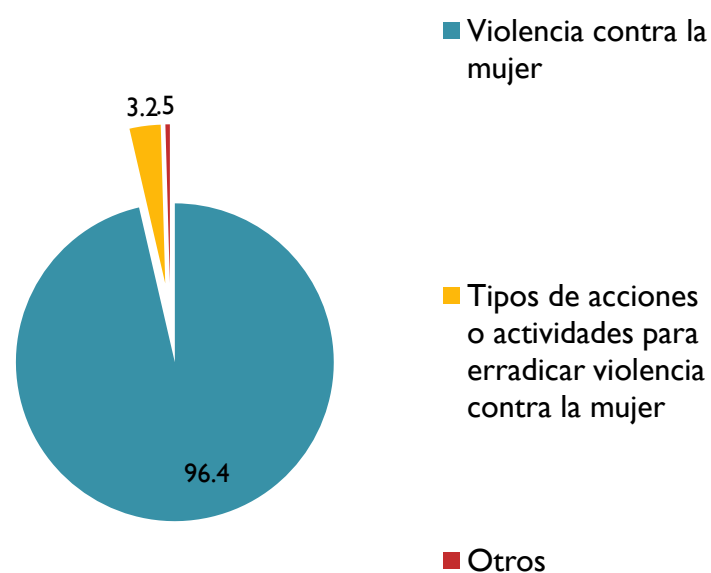
- Otro resultado que es importante destacar, en términos generales, es que las acciones o situaciones de violencia contra la mujer tienen mayor cobertura en la televisión (96.4%) que en la prensa escrita (78.9%).
- En cambio, las noticias sobre acciones o actividades que promueven la erradicación de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

8. ASUNTOS O ISSUES

Prensa escrita



Televisión



- 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%).

8. ASUNTOS O ISSUES

	Televisión	Prensa Lima	Prensa Piura
Asesinato de mujeres - feminicidio	74.7	30.3	17.9
Maltrato o agresión física y/o psicológica	16.3	22.5	17.9
Acoso sexual/violación de mujeres	4.1	11.2	5.1
Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	1.4	12.4	15.4
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	2.7	5.6	10.3
Discriminación contra las mujeres		5.6	7.7
Actividades de sensibilización y edu - comunicativas (campañas, ferias)	.5	1.1	10.3
Otros	.5	4.5	
Actividades de debate, discusión o deliberación pública		1.1	7.7
Suicidio de la mujer		2.2	
Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones		1.1	2.6
Actividades de movilización y protesta		1.1	2.6
Trata/ prostitución de mujeres			2.6
Actividades deportivas, recreativas		1.1	
Total	100	100	100

DIFERENCIAS PRENSA LIMA Y PIURA

- 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 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%).

LOS AGRESORES SON LOS PROTAGONISTAS DE LAS NOTICIAS

- 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.

9. ACTOR PRINCIPAL (POR ACTOR DETALLADO)

Otros:
Poder legislativo
Organismos internacionales (ONU, OEA, UNESCO, ETC.)
Policía (local, metropolitana y nacional)
Empresarios
Otros
Ninguno
ONG'S, Colegios profesionales,
Fuerzas Armadas
Funcionarios y empleados
Defensoría del pueblo
Iglesias
Agencias de cooperación extranjera
Embajadas
Instituciones de servicios públicos privados
Ex funcionarios

	Televisión	Prensa Lima	Prensa Piura	Total
Delincuentes y sospechosos	41.2	24.7	20.5	34.7
Ciudadanas	29.0	28.1	20.5	27.8
Ciudadanos	7.7	11.2	2.6	8.0
Especialistas de algún tema (legislativo, salud, educación, etc.)	7.7	3.4	2.6	6.0
Deportistas, artistas	1.8	11.2	5.1	4.6
Ministerio público	2.3		12.8	2.9
Poder ejecutivo	2.7	2.2		2.3
Periodistas y comunicadores	2.7	2.2		2.3
Medios de comunicación	1.8	1.1		1.4
Poder judicial		2.2	5.1	1.1
Contraloría de la República	.5		7.7	1.1
Otros	2.7	13.5	23.1	7.7
Total	100	100	100	100

LOS ACTORES AUSENTES (I)

- 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.

LOS ACTORES AUSENTES (2)

- 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.

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.

NO SE VISIBILIZAN ACTORES POSITIVOS Y PROACTIVOS

- 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).
- 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.

16. POSICIÓN DEL MEDIO RESPECTO A LA INFORMACIÓN



FRENTE A ESTA SITUACIÓN LOS MEDIOS PUEDEN...

- Informar y orientar a la ciudadanía sobre la problemática de la violencia contra las mujeres para prevenirla y para atenderla de manera oportuna, dar a conocer las normas y servicios.
- Crear un clima de opinión favorable al conocimiento de la política pública orientada a la igualdad de género o los derechos específicos de las mujeres.
- Contribuir a construir una agenda pública donde el tema se trate de manera educativa y preventiva
- Cuestionar y transformar nuestra cultura permisiva de la violencia contra la mujer como forma de ejercicio de autoridad y poder (machismo, patriarcado).

NECESITAMOS INDAGAR Y MONITOREAR LAS PRACTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- La forma en que los medios de comunicación abordan esta problemática social y la valoración que le dan.
- Los enfoques que utilizan
- Sus criterios para el tratamiento informativo
- La calidad de la oferta informativa de los medios
- Los actores visibilizados y los roles que les asignan
- Los temas que presentan y representan y los temas asociados
- El lenguaje y los formatos utilizados
- La posición del medio frente al tema

- **Los malos tratos a mujeres o violencia de género, suelen asociarse con ambientes marginales.**

Se sugiere dar a conocer que este tipo de violencia, existe en todas las clases sociales y al mismo tiempo, se puede contribuir a reforzar la autoestima de las víctimas.

- **No son noticias convencionales.**

Los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, constituyen un problema social, un atentado contra sus derechos humanos y nos concierne a todos y a todas.

- **No son un asunto privado, ni doméstico, tampoco un suceso fortuito o desgraciado.**

Estas noticias se deberán contextualizar como violencia contra las mujeres. Por tanto es conveniente ubicarlas en las secciones de locales o sociedad en caso de los medios gráficos y nunca como sucesos policíacos.

- **También es importante considerar el bloque de noticias que rodean a la que se presenta.**

Un caso de violencia de género a continuación de una noticia sobre un ajuste de cuentas entre mafiosos, un incendio o un accidente, induce a una lectura muy diferente a la pedagogía social que se pretende.

Hay que evitar, igualmente, la mezcla de noticias de violencia de género con otras informaciones que frivolan o degradan la imagen de las mujeres.

- **Esforzarnos en dar tratamientos informativos diferentes y de motivación ciudadana.**

Debemos dar cobertura todas las noticias de violencia de género – distinguiendo por grupos de edad- tanto las que critiquen deficientes actuaciones como las que aporten posibles soluciones.

Dar a conocer que un asesinato, violación sexual o una agresión han tenido su castigo, ayuda a evitar los malos tratos.

- **Debemos evitar que la audiencia se acostumbre a ver estas noticias como algo normal.**

Por lo tanto, evitaremos fórmulas de “un caso más”, “otro caso de...”, y sí remarcando, por ejemplo, los aspectos que podrían haberlo evitado.

- **Aportar material de apoyo para la cabal comprensión de la violencia de género, con énfasis en mujeres adolescentes.**

Se tratará de contextualizar la información - ¿Por qué ocurre? ¿Cuáles son las implicancias o efectos? - y buscar ramificaciones del problema: salidas, nuevos proyectos, campañas.

- **Identificar la figura del agresor.**

Conviene extremar la cautela en esta cuestión, ya que un error de identidad puede tener consecuencias imprevisibles que conviene evitar.

Si está debidamente confirmada la información, es importante dejar claro quién es el agresor y quién la víctima.

Y más importante aún es definir claramente cómo es el maltratador, su manera de actuar y su comportamiento público o privado, porque ello ayuda a que muchas mujeres puedan tomar conciencia de su situación de riesgo.

- **Cautela en la identificación de la víctima.**

Las imágenes sólo deben divulgarse con el consentimiento de la víctima.

- **Cabe preguntarse sobre la conveniencia de mostrar los efectos de los malos tratos.**

Debe realizarse una reflexión a fondo sobre la oportunidad de mostrar, o no, la imagen de víctimas mortales de violencia de género.

Divulgar las secuelas podría ser una buena herramienta para hacer pedagogía social, pero en todo caso debe prevalecer el respeto a la integridad moral de las víctimas.

- **Un lenguaje puramente informativo y una buena dosis de sensibilidad.**

Resulta imprescindible escapar de las frases hechas, comentarios frívolos o clichés.

La utilización de un lenguaje violento desvirtúa las razones de la agresión.

- *Frases del estilo "certera puñalada", "cadáver ensangrentado", "había una gran mancha de sangre", dirigen la atención a aspectos colaterales, incompatibles con los motivos reales de la agresión.*

- **El secreto mayor: cuidar los adjetivos.**

Este tipo de noticias requiere cuidar al máximo la redacción.

Utilizar adjetivos como "celoso" o "bebedor" para definir al agresor nos acercan a la exculpación.

Decir de la víctima, por ejemplo, que "era joven y guapa", "salía con amigas" o "tenía un amante" desvían el foco de lo verdaderamente importante y nos acerca también a la disculpa o la comprensión del maltratador. Traslada la responsabilidad a la mujer.

No olvidar los aspectos humanos de la víctima y obviar los comentarios que la pueden desprestigiar o que desvíen la atención