

TALLER

IGUALDAD DE GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

20
JUNIO
ICA



PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones



EL PERÚ PRIMERO

Premisas

1. Que la libertad de expresión **no es un derecho absoluto**, está indisolublemente unida al ejercicio legal, ético y responsable de la comunicación.
 2. Que no podemos ampararnos en la libertad de expresión para mentir, ofender, distorsionar, manipular, atentar contra la dignidad de la persona.
-

Constitución

Artículo 1°. La defensa de la persona humana y el respeto de su dignidad son el fin supremo de la sociedad y del Estado.

Artículo 2°. Toda persona tiene derecho (...)

A la igualdad ante la ley. Nadie debe ser discriminado por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole.

Normas nacionales

Constitución Política del Perú

Art. 2.1.- Derecho a la vida, identidad, integridad moral, psíquica y física, y al libre desarrollo y bienestar.

Art. 2.2.- Igualdad.

2.24b.- Libertad y seguridad personal.

2.24h.- Nadie puede ser víctima de violencia moral, psíquica o física, ni sometido a tortura o a tratos crueles inhumanos o humillantes.

Políticas Nacionales

Política Nacional de Igualdad de Género

Política nacional multisectorial, cuya conducción está a cargo del MIMP. Aprobada por Decreto Supremo N° 008 -2019, del 4 de abril de 2019.

Contempla **seis objetivos prioritarios**:

- 1) reducir la violencia hacia las mujeres;
 - 2) garantizar el ejercicio de los derechos a la salud sexual y reproductiva;
 - 3) garantizar el acceso y participación de las mujeres en espacios de toma de decisiones;
 - 4) garantizar el ejercicio de los derechos económicos y sociales de las mujeres;
 - 5) reducir las barreras institucionales que obstaculizan la igualdad en los ámbitos público y privado entre hombres y mujeres y
 - 6) reducir la incidencia de los patrones socioculturales discriminatorios en la población.
-

Convención para la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer

Artículo 5°.-

Los Estados partes tomarán las medidas adecuadas para:

- a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres con miras a alcanzar la eliminación de prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad y superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres.
-

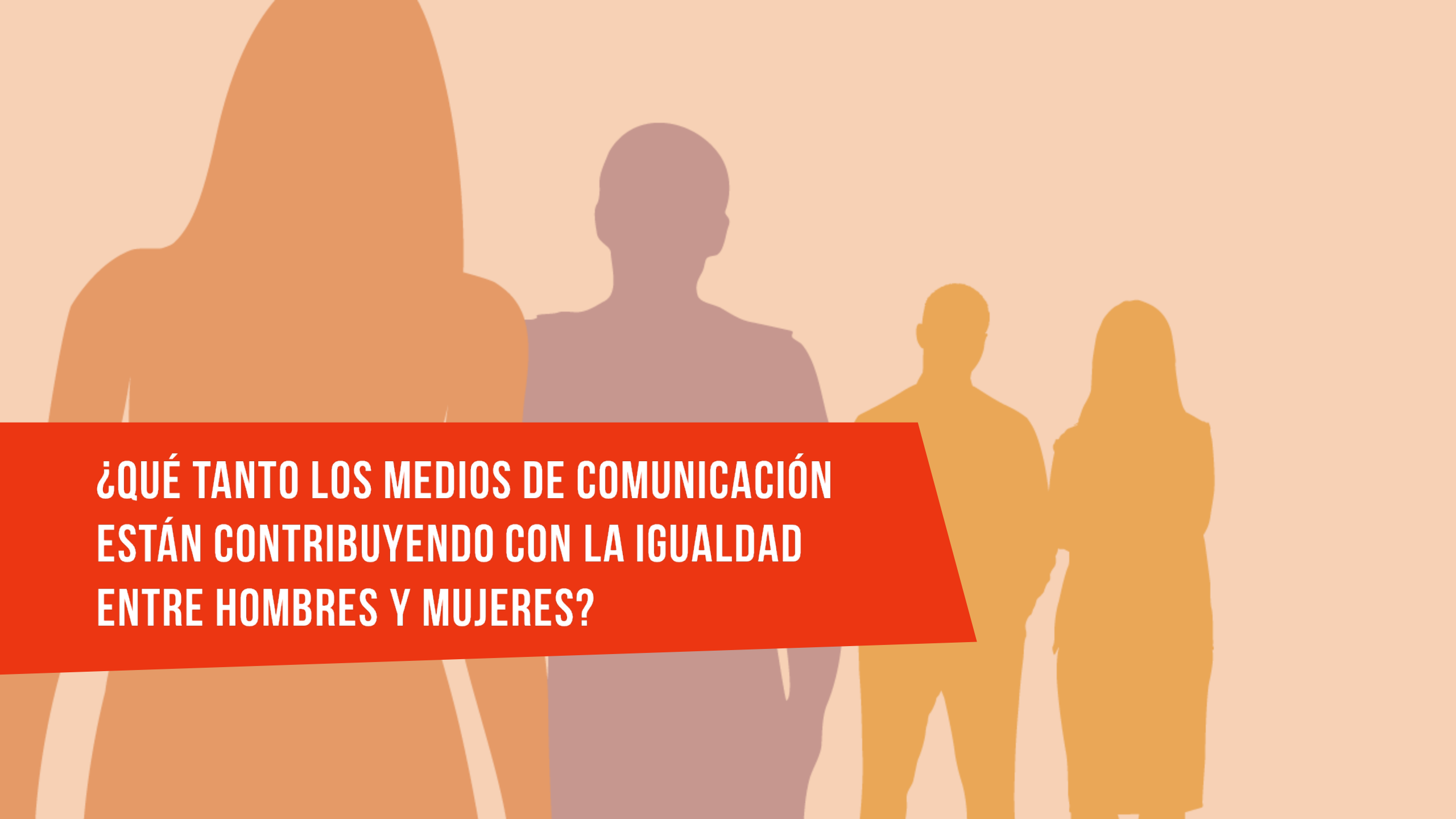
Ley 28278, Ley de Radio y Televisión

Horario Familiar

Art. 40°.- La programación que se transmita en el Horario Familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas.

Códigos de Ética

Ley 28278, Ley de Radio y Televisión y su reglamento, establece la obligación para los radiodifusores de radio y TV de elaborar **Códigos de Ética** acordes con la finalidad de los servicios de radiodifusión que presten, pudiendo presentarse en forma individual o asociada.



**¿QUÉ TANTO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
ESTÁN CONTRIBUYENDO CON LA IGUALDAD
ENTRE HOMBRES Y MUJERES?**

Identidad

Barker

La identidad se va formando en base a la interacción que tenemos con otras personas y elementos de la sociedad. Nuestra identidad o imagen de nosotros mismos parte de cómo nos vemos y cómo nos ven.



NATAN

PUBLICIDAD

<< ESTÁ DURA >>

<< ESTÁ MACIZA >>

ESO DIRÁN DE TU CASA,
SI LA CONSTRUYES
CON LARK

LADRILLOS
LARK
Calidad que se impone





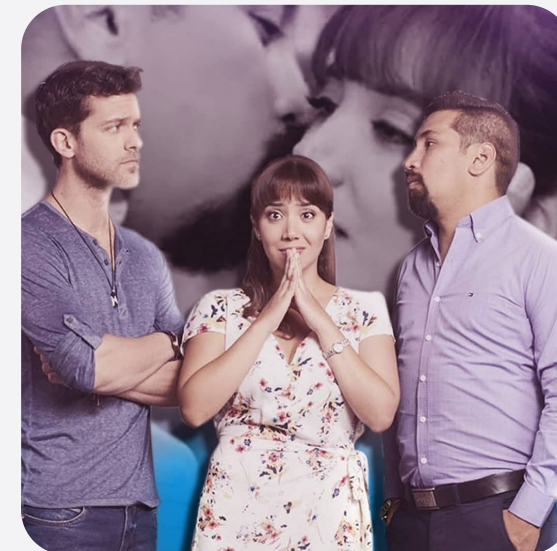
Programas de humor



¿Qué se dice de la mujer?

- Mujeres golpeadas “la mujeres cholas serranas somos bien duras”
 - Mujeres en situaciones sexuales (manoseadas)
 - Mujeres objeto – carnada
 - Cuerpo seccionado
 - Mujeres infieles
-

Series/telenovelas



Informativos



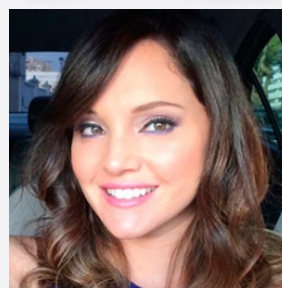
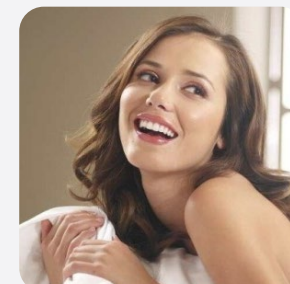
¿Qué se dice de la mujer?

- Mujeres exitosas (premiadas)
 - Mujeres públicas (Periodistas, Ministras)
 - Mujeres transgresoras de la ley (Rosario Ponce)
 - Esposas madres o hijas
 - Líderes de opinión
 - Mujeres víctimas
- Notas de interés sobre tema para las mujeres

La rutina periodística impide que se refleje la presencia real de la mujer en los diversos ámbitos de la sociedad.

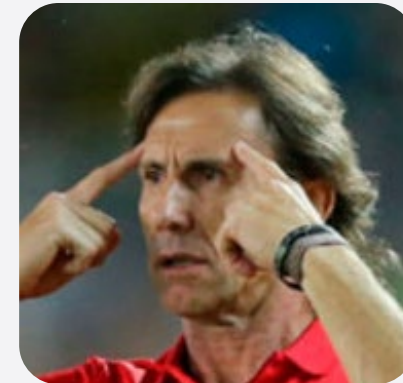
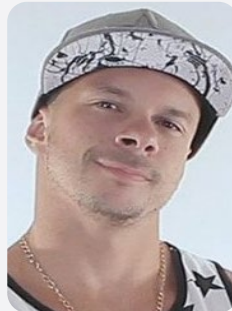
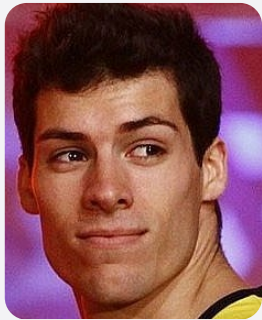
madre - esposa - linda
luchadora - artista joven,
mala, chismosa, intelectual,
líder, calabacita.

Conviven



padre - esposo – guapo - luchador - artista
joven – malo – chismoso – chistoso -
polémico intelectual – líder – exitoso -
talentoso

Conviven



Datos

“Los hombres ocupan la gran mayoría de cargos directivos y gerenciales en las siete regiones, en **un 74.1% y un 72.7% respectivamente**”

Informe mundial de la condición de la mujer en los medios

“El **76%** de las personas sobre las que se escuchan en radio o se ven en TV o se leen en las noticias impresas **son hombres**. La imagen del mundo se presenta en las noticias sigue siendo predominantemente masculina”

Proyecto ¿Quién figura en las noticias?

Fuente: Monitoreo Global de medios 2010.

Violencia de género prioritaria sólo desde el escándalo.

Centrado en política y acontecimientos policiales.

La mujer como atracción sexual mediática.

El debate tiene un papel secundario.

Desempeño actual de los medios

Constitución Política del Perú

“**Artículo 14.-** Educación para la vida y el trabajo. Los medios de comunicación social. [...]

Los medios de comunicación social **deben colaborar** con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural de la nación.”

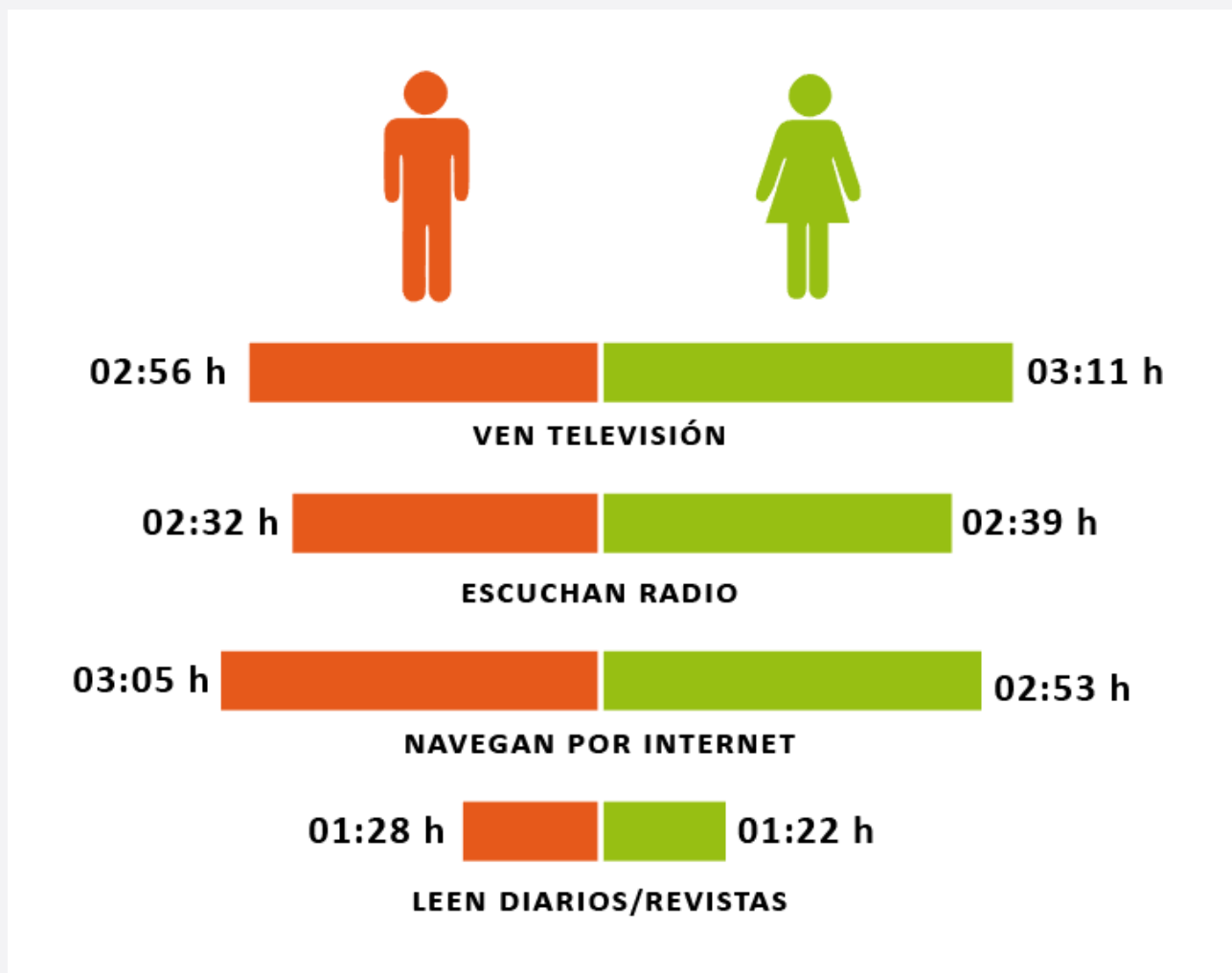


ALGUNAS CIFRAS

Fuente: Estudio de Consumo Televisivo y Radial 2017. Muestra: 9.714 personas, 1.216 en Lima y Callao y aproximadamente 447 en cada una de las 19 ciudades restantes.

TOTAL

Horas promedio dedicadas a cada medio (L - V)



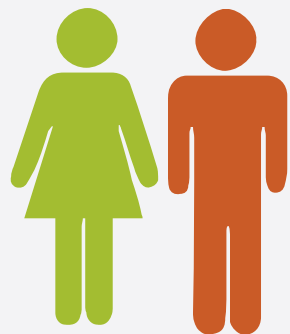
Evaluación



El **52%** de peruanos/as opinan que la TV es el medio más **sensacionalista**.

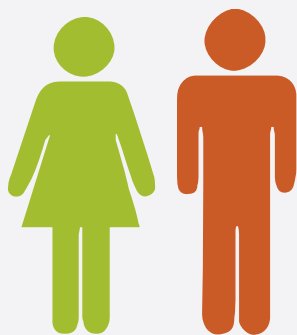
[Ica: 60%]

Contenido inadecuado en la TV



El **57%** de mujeres y hombres señala la presencia de **contenido violento** en la TV.

[Ica: 28%]

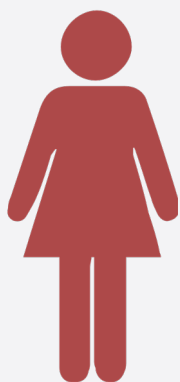


El **28%** de mujeres y hombres señala la presencia de **escenas de sexo/desnudos muy sugerentes.**

[Ica: 24%]

Opinión

El **63%** de mujeres y hombres opina que la televisión muestra una **imagen negativa de la mujer.**

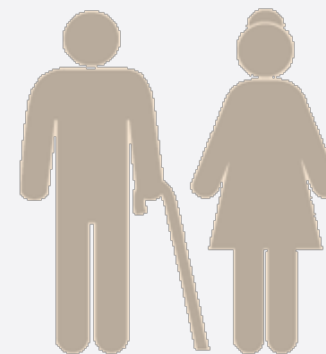


63%
negativa

(Ica: 62%)



56%
negativa



56%
negativa

Ley 28278, Ley de Radio y Televisión

Artículo II Principios para la prestación de los servicios de radiodifusión:
La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad.

(...)

La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.

La promoción de los valores y la identidad nacional.

La responsabilidad social de los medios de comunicación.

El respeto al Código de Ética.

El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.

Código de Ética de la SNRTV

Artículo 5º La autorregulación consiste en vigilar la calidad de la información que se brinda a través de la comunicación comercial, además de preservar y acrecentar la credibilidad de la misma. De igual forma, **es tarea de la autorregulación el mantener vigentes y actuales los valores, principios fundamentales** y reglas de la actividad que, para los propósitos de este documento se limitan a aquellos que rigen la relación con el público espectador y consumidor: a) Veracidad; b) **Respeto a la dignidad de la persona humana**; y c) Responsabilidad social. Todo ello dentro del marco de responsabilidad con la sociedad peruana y en atención a sus particulares circunstancias económicas, culturales y educativas.

Compromisos internacionales

VI INFORME Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW)

El Comité pide al Estado parte **que (...) inste a los medios de comunicación a que promueva cambios culturales en la publicidad y en la programación de entretenimiento en relación a los roles y responsabilidades que desempeñan mujeres y hombres** de acuerdo a lo previsto en el artículo 5 de la Convención. Asimismo el Comité recomienda que se desarrollen políticas y se implementen programas que garanticen la eliminación de los estereotipos asociados a roles tradicionales en la familia, el empleo, la política y la sociedad.



/concortv @concortv

www.concortv.gob.pe
