



Saber más sobre el Programa Regional ComVoMujer y sus esfuerzos para prevenir la violencia contra las mujeres

La violencia contra las mujeres en el medio de los medios

Los medios de comunicación constituyen un impresionante mecanismo de socialización y juegan un rol fundamental para promover cambios en los pensamientos que justifican, toleran y legitiman las múltiples formas de violencia hacia las mujeres.

Los medios de comunicación además, pueden ser fuente o medio de transferencia de **violencia mediática** contra las mujeres cuando se presentan “imágenes distorsionadas de las mujeres, modelos de relaciones violentas aceptadas como naturales en telenovelas, frivolidad de los temas considerados femeninos, estereotipos de belleza, burla de personas homosexuales, mercantilización de los cuerpos femeninos, discriminación de mujeres que no responden a la imagen exigida por el mercado, eternamente jóvenes y sin arrugas”¹.

Otra forma de violencia hacia las mujeres especialmente relevante en el caso de los medios de comunicación, es la **violencia simbólica**, que se ejerce de manera sutil y está presente en manifestaciones culturales como leyendas, cuentos, refranes, música, chistes y bromas con una fuerte carga machista.

Es por estos factores que resulta indispensable que los medios de comunicación se conviertan en **poderosos aliados para la prevención de las violencias contra las mujeres**. Pueden proveer correctamente la información y promover la toma de conciencia de las personas, para lo cual resulta imprescindible la formación ético-profesional, fundada en valores como la igualdad y el respeto. Mediante capacitaciones de calidad que incorporen la perspectiva de género y no violencia,

pueden equiparse con instrumentos y conocimientos adecuados.

Los medios de comunicación son aliados clave para la prevención y combate a la violencia contra las mujeres, cuando sus actoras/es se encuentran sensibilizados/as y logran evidenciar y transmitir la necesidad del cambio de los patrones socio-culturales de género, especialmente a través de una cobertura mediática que incida en la conciencia individual y colectiva. En este sentido, los medios de comunicación y sus actoras/es clave pueden impulsar el diálogo sobre este tema, y mediante su canal se puede incidir, para lograr un periodismo de calidad, que aborde apropiadamente la problemática de violencia contra las mujeres más allá del sensacionalismo. Así, se genera un cambio de actitud positivo en la sociedad, para que ésta ya no sea vista como un asunto privado y “natural”, sino reconocida como un crimen, de alto impacto en las personas y el bienestar ciudadano, la economía y el desarrollo de los países.

Es precisamente por la capacidad de los medios de comunicación para impactar en la sociedad e influenciar en la opinión pública, que existen disposiciones normativas a nivel internacional como:

- El artículo 5 de la **Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW-1979)** que señala que “los Estados partes tomarán las medidas para: a. modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”.

¹ Cursos y guías. Capítulo 4. Las violencias contra las mujeres en los medios de comunicación. Radios Libres. Disponible en: <http://radioslibres.net/articulo/capitulo-4-las-violencias-contra-las-mujeres-en-lo/>



- También consta el Artículo 8 de la Convención de Belem do Pará (1994) obliga a los Estados parte a promover “en forma progresiva, medidas específicas, inclusive programas para: (...) g. alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y realzar el respeto y la dignidad de la mujer”.
- La Plataforma de Acción de Beijing indica en su artículo 255 que se debe “fomentar la participación en pie de igualdad en las responsabilidades familiares, mediante campañas en los medios de difusión que hagan hincapié en la igualdad de género y en la exclusión de los estereotipos basados en el género de los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres dentro de la familia, y que difundan información tendiente a eliminar (...) todas las formas de violencia contra la mujer (...)”.

En concordancia con la normativa internacional también empiezan a emitirse disposiciones similares a nivel nacional:

- En Bolivia la ley Nº 348 *integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia* establece que el Ministerio de Comunicación, en el ámbito de sus competencias, adoptará la siguiente medida: Diseño e implementación de una estrategia nacional de comunicación, que incluya campañas en medios masivos, dirigida a informar y sensibilizar sobre las causas, formas y consecuencias de la violencia contra las mujeres, así como a desestructurar estereotipos patriarcales de subordinación y de desvalorización de las mujeres, considerando la diversidad cultural y destinando para este fin los mismos recursos que asigna a la publicidad sobre temas estratégicos para el desarrollo nacional (Art. 22).
- En Ecuador la *Constitución de la República*, determina que la ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la pro-

gramación de los medios de comunicación y prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos (Art. 19), garantizando la protección a niños/as y adolescentes frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos por cualquier medio, que promuevan la violencia o la discriminación racial o de género (Art. 46 Inc. 7). A su vez el *Código Orgánico Integral Penal* establece lo que se entiende por difusión de contenidos discriminatorios (Art. 61) y establece la expresa prohibición de la difusión a través de todo medio de comunicación social de los mismos (Art. 62).

- En Paraguay, el *Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2008 – 2017* en el capítulo II: cultura de igualdad habla sobre la importancia de los medios de comunicación y busca “promover cambios culturales que tiendan a formar conciencia sobre las brechas de género existentes y hacia la eliminación de los estereotipos basados en la asignación de roles de mujeres y hombres”. Este plan trabaja con siete líneas de acción y numerosos lineamientos.
- En el Perú, el *Plan Nacional de Igualdad de Género 2012-2017*, dentro de su objetivo estratégico 2: fortalecer una cultura de respeto y valoración de las diferencias de género, ha establecido como un resultado esperado la “emisión de mensajes no sexistas que mejoren en el tratamiento informativo y la imagen de la diversidad de las mujeres en los medios de comunicación”. También el *Plan Nacional contra la Violencia hacia la Mujer 2009-2015* ha establecido toda una línea de actividades y resultados esperados con los medios de comunicación en el marco de su objetivo estratégico 3: Identificar y promover la transformación de patrones socio-culturales que legitiman, toleran y exacerbaban la violencia hacia la mujer con la finalidad de establecer nuevas formas de relaciones entre mujeres y hombres.

¿Cómo cubrir casos sobre violencia contra la mujer?



El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV)² del Perú es un órgano consultivo especializado cuya finalidad es propiciar buenas prácticas en la radio y televisión peruana. Esta entidad creada a partir de la Ley de Radio y Televisión (2004) inició funciones en el

2005 y en base al manual “Pautas para el Tratamiento Informativo Adecuado de la Violencia contra la Mujer en los Medios de Comunicación Social” del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2012) ha establecido 10 pautas para el tratamiento informativo adecuado de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación.

² Más información sobre CONCORTV y sus productos, con base a los cuales se ha elaborado este acápite, se encuentra disponible en la página web: www.concortv.gob.pe

1° Valorar la información de la violencia en su real dimensión y contextualizar la noticia.

Cualquier tipo de violencia contra la mujer debe enfocarse como una violación de los derechos humanos. También es importante mostrar las consecuencias de la violencia a la hora de contextualizar la noticia.



2° Acudir a las opiniones de personas expertas.

Expertas y expertos evitan revictimizar la situación cuando tocan el tema, así como también desentrañan las raíces ideológicas de la violencia.



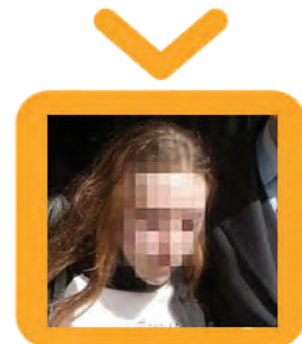
3° Respetar la dignidad de la afectada, su dolor y el de sus familiares.

Se recomienda obtener testimonios de los/las involucrados/as una vez que estén recuperados/as emocionalmente para evitar el morbo y respetar la privacidad.



4° Preservar la imagen de la afectada en la TV.

Importante proteger la identidad de la víctima, guardar anonimato de los lugares donde vive o recurre para no exponerla a juicios y/o prejuicios de su comunidad y por motivos de seguridad.



5° Difundir casos de mujeres que salen de una situación de violencia y logran rehacer su vida.

Importante difundir ejemplos de mujeres que han salido delante de la problemática para que otras personas usen esos casos como referencia.



6° Realizar el seguimiento de casos.

Se debe informar la historia de manera integral. Es decir, el desempeño de los/as operadores/as de justicia, el desenlace de la historia, la sanción o no sanción judicial del agresor, etc.



7° Facilitar información útil.

Acompañar las notas con un cuadro de teléfonos de las instituciones a las cuales las personas pueden recurrir para buscar apoyo.



8° Identificar la figura del agresor y no justificarlo.

Esto ayuda a que otras mujeres puedan conocer el perfil de una persona agresora y a tomar conciencia de diferentes situaciones de riesgo.



9° Plantear enfoques novedosos.

Se propone abordar la problemática desde un enfoque de prevención y promoción de estilos de vida en armonía.



10° Recurrir a las herramientas disponibles en la Web como protocolos, pautas y manuales.

Toda información debe ir acompañada con posibles soluciones, informes, fuentes para promover la participación ciudadana.



Estas pautas parten de un análisis del desempeño actual de los medios ...



Violencia de género prioritaria sólo desde el escándalo.

Centrado en política y acontecimientos policiales.

La mujer como atracción sexual mediática.

Pocas periodistas con cargos importantes en los medios de comunicación

El debate tiene un papel secundario.

... y apuntan, desde un enfoque positivo, a lo que los medios pueden aportar para cambiar esta situación:

Convertir la violencia de género en un tema de agenda.

Instalar el diálogo. Conocer a sus audiencias y fomentar el debate.

Las mujeres no como víctimas sino como protagonistas de la equidad de género.

Aumentar las investigaciones

Periodistas mujeres con mejores ubicaciones en los medios.

Programación que reivindica la imagen y rol de la mujer

Incorporar a varones comprometidos con la igualdad de género

Red de periodistas por la equidad de género

Equidad de género como compromiso de su propia autorregulación

En este momento en varios países, diversas instituciones y organismos están editando decálogos y manuales de urgencia que dan pautas profesionales sobre cómo tratar adecuadamente un tema tan complejo. En ese sentido es indispensable empezar a generar un diálogo político, entre los Estados, los medios de comunicación y la sociedad civil para de esa forma contribuir a un cambio de actitudes y comportamientos que deriven en la transformación hacia patrones socio-culturales más equitativos y justos.

Medidas que se están aplicando

Así como en Perú surgen entidades como CONCERTV, en Bolivia, representantes del Estado, medios de comunicación y la sociedad civil se van reuniendo periódicamente para elaborar un **protocolo sobre cómo se debe abordar el tema de violencia contra las mujeres desde los medios de comunicación.**

El Ministerio de la Mujer de Paraguay cuenta con el Observatorio de Comunicación y Género, el cual se ha encargado de hacer estudios e investigaciones sobre el tratamiento que hacen los medios de comunicación sobre la imagen de la mujer y violencia contra ellas.

Para generalizar:

Se trata de un tema de **responsabilidad elemental de los medios de comunicación** en el marco de la función social que deben cumplir, donde las reglas de oro son: no juzgar a la afectada ni justificar al agresor, rechazar pública y enérgicamente todas las formas de violencia hacia las mujeres bajo cualquier circunstancia y actuar siempre con respeto (respetándose, respetando y exigiendo respeto para todas las personas). Los medios de comunicación y sus periodistas son o deberían ser parte del cambio, generando iniciativas que sensibilicen y creen conciencia en la sociedad hasta ponerle fin a la violencia hacia las mujeres.

Programa Regional ComVoMujer –
Combatir la Violencia contra
las Mujeres en Latinoamérica

Implementada por:
Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la sociedad
Bonn y Eschborn, Alemania

Pasaje Bernardo Alcedo 150,
Edificio Peruval, Piso 4,
San Isidro, Lima 27, Perú
Tel.: +51-1-4421101 ó 4420736
comvomujer@giz.de
www.mujereslibresdeviolencia.usmp.edu.pe



Implementada por



Aliado estratégico



Canal Libre de Violencia



Canal Libre de Violencia



@ComVoMujer