

Los medios de comunicación y la violencia de género

Miriam Larco Sicheri

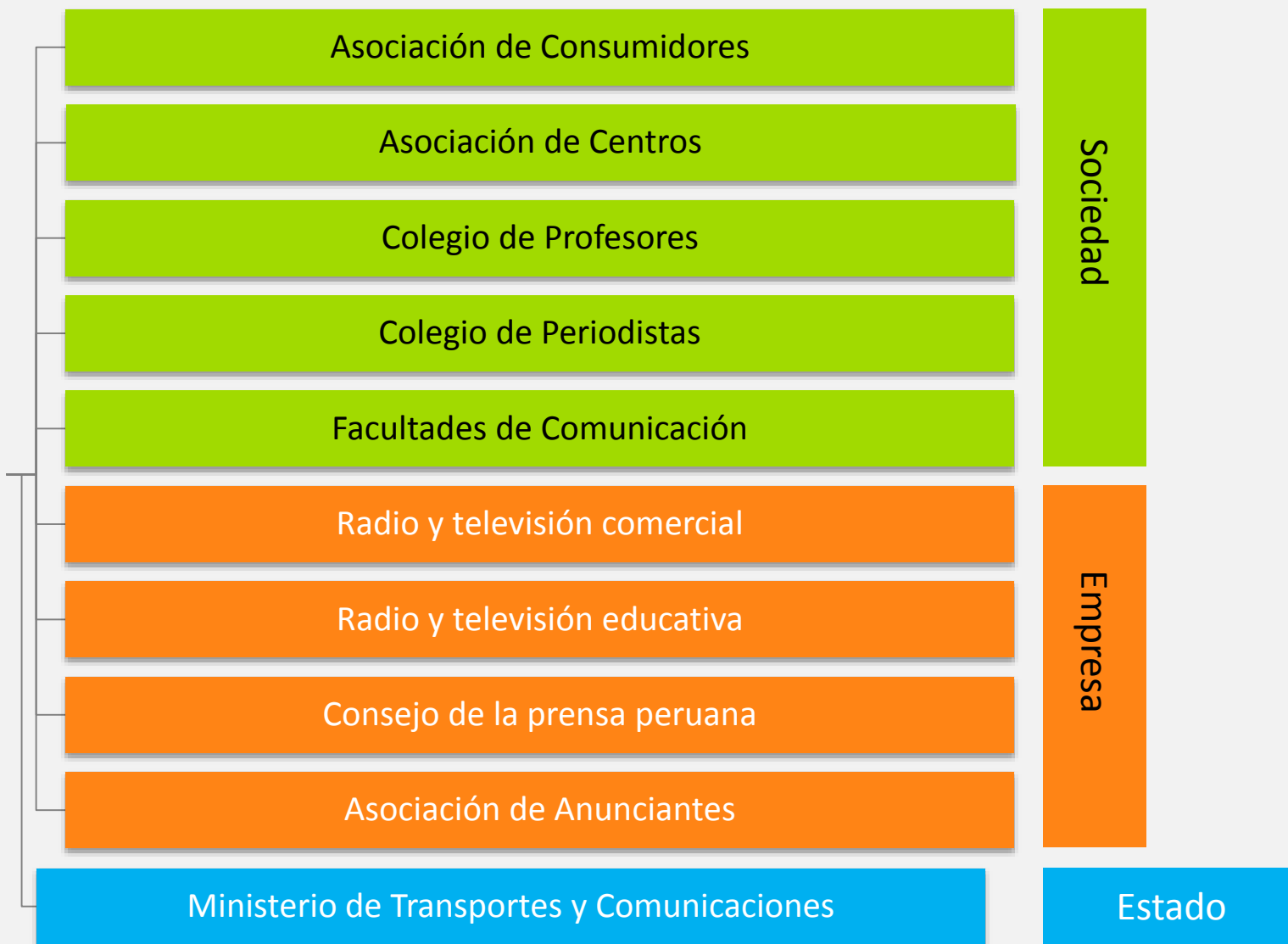
Directora

Consejo Consultivo de Radio y Televisión

CONCORTV

Perú





Premisas

- 1.- Que la libertad de expresión no es un derecho absoluto, esta 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.



Libertad de expresión NO IMPLICA OMNIPOTENCIA



**Derecho de los otros
Seguridad Nacional, Orden Público, Salud o moral pública**

¿Qué hemos hecho?



Desde el marco normativo

Convención Interamericana
para Prevenir, Sancionar y
Erradicar la violencia contra la
mujer. Ratificada 2/4/1996
(Convención de Belem Do Pará
1994)



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



Normas nacionales

Ley 28983, Ley de igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres

D.S. 006-97-JUS Texto Único Ordenado de la Ley 26260 y su reglamento D.S. 002-98-JUS Ley de Protección Frente a la Violencia Familiar (25/2/1998)



Planes Nacionales MIMP

Plan Nacional contra la Violencia hacia la mujer 2009-2015, aprobado por DS 003-2009-MIMDES 2009.

Plan Nacional de Igualdad de Género 2012-2017

Objetivo Estratégico 2: Fortalecer una cultura de respeto y valoración de las diferencias de género

Resultado 2.3 Emisión de mensajes no sexistas mejoran el tratamiento informativo y la imagen de la diversidad de las mujeres en los medios de comunicación.



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 en la RTV

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



Proyecto de Ley

Art. 46.- Obligaciones generales de los medios de comunicación

Los medios de comunicación, en la difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizan, con la correspondiente **objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos.** En particular, tienen especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones.



Proyecto de Ley

Los servicios de radiodifusión públicos y privados permiten el **uso de la franja educativa del 10% de su programación** para que, en el horario de protección familiar, las instituciones públicas articuladas en el Sistema nacional para la prevención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres y los Integrantes del Grupo Familiar desarrollen contenidos vinculados a la sensibilización, prevención, atención, protección, sanción y reeducación, para la erradicación de la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.



CONCORTV – Propiciando buenas prácticas

Estudios

Talleres dirigidos a comunicadores a nivel nacional

Talleres dirigidos a estudiantes de comunicación a nivel nacional

Eventos públicos descentralizados

Boletines

Red Académica

Redes Sociales en la difusión de noticias o quejas

Información permanente y actualizada



INVESTIGACIONES Y CONSULTORÍAS ESPECIALIZADAS

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



SOCIEDAD

EMPRESA

ESTADO



TALLERES, CONVERSATORIOS, SEMINARIOS 15 en 10 ciudades A 1244 COMUNICADORES Y ESTUDIANTES

INFORMACIÓN AL CIUDADANO - WEB 2.0
Especiales Web, Redes sociales, boletines



Temáticas: Responsabilidad Social de los Medios, Niñez, Género, Personas Adultas Mayores, Discriminación, etc.

le y de radio y televisión

MUJER Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

99.5% de la población usa TV

3:30 h

94% del total de horas de programación

55%

82% Violencia

73% Palabras groseras

73% Discriminación

61% Desmidos Sexo

Programación de calidad en la TV

¿Qué opinan los peruanos sobre la TV?

49% La TV es el medio más entretenido

73% Los noticieros se aproximan del día a día

Programación en TV para niños y responsabilidad empresarial. Entrevista a Tatiana Morla

Rodrigo León: "Los atenciones no pueden asumir el rol de vigilancia de los costaridos"

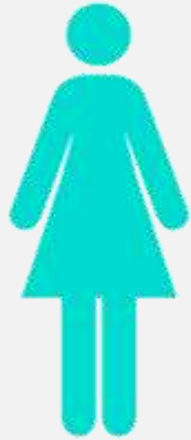
www.concortv.gob.pe

Los Mundos Cambiando

f /concortv

@concortv

¿Cómo muestra la televisión a...?



72%

Imagen negativa



63%

Imagen negativa

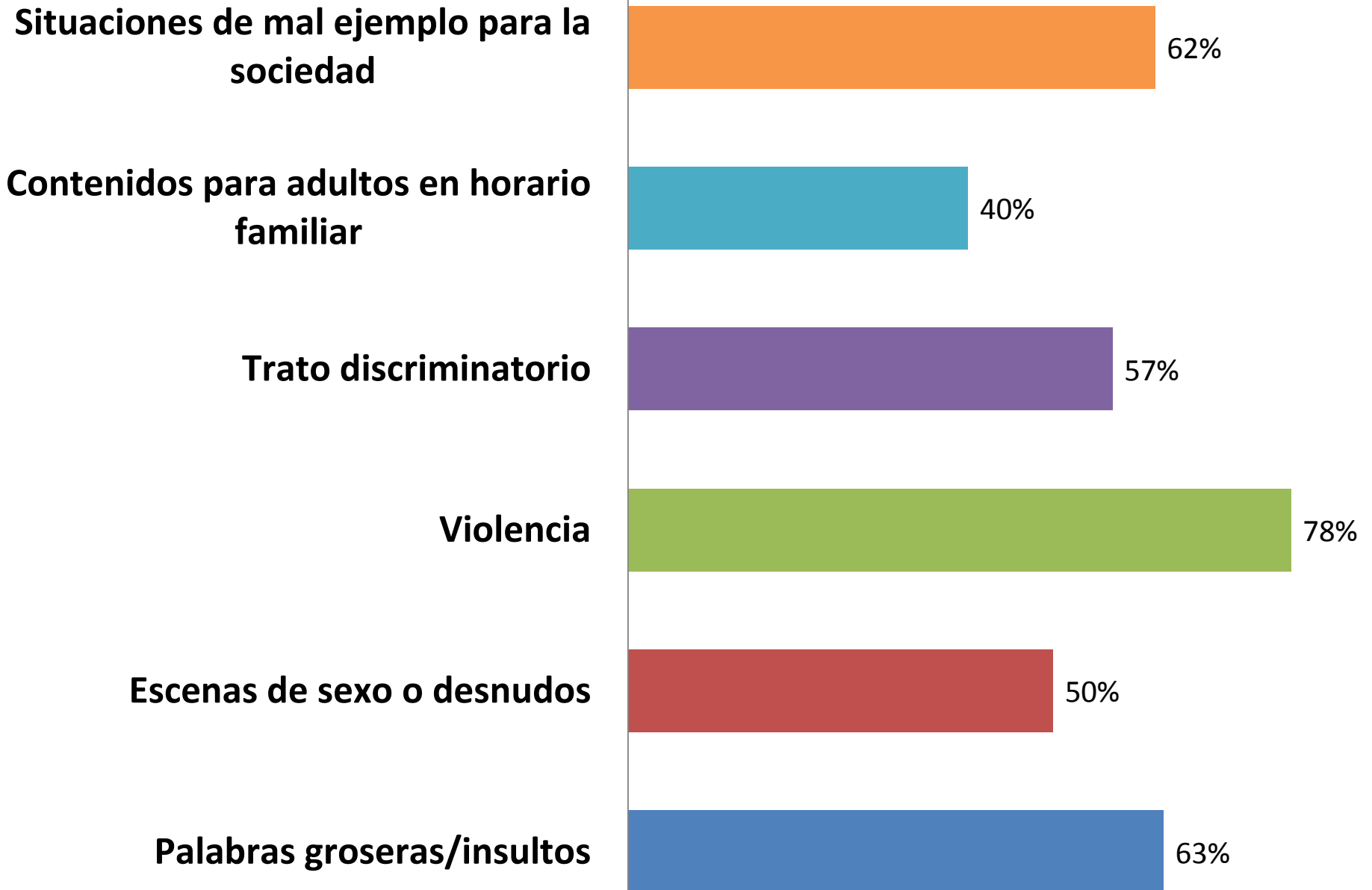


65%

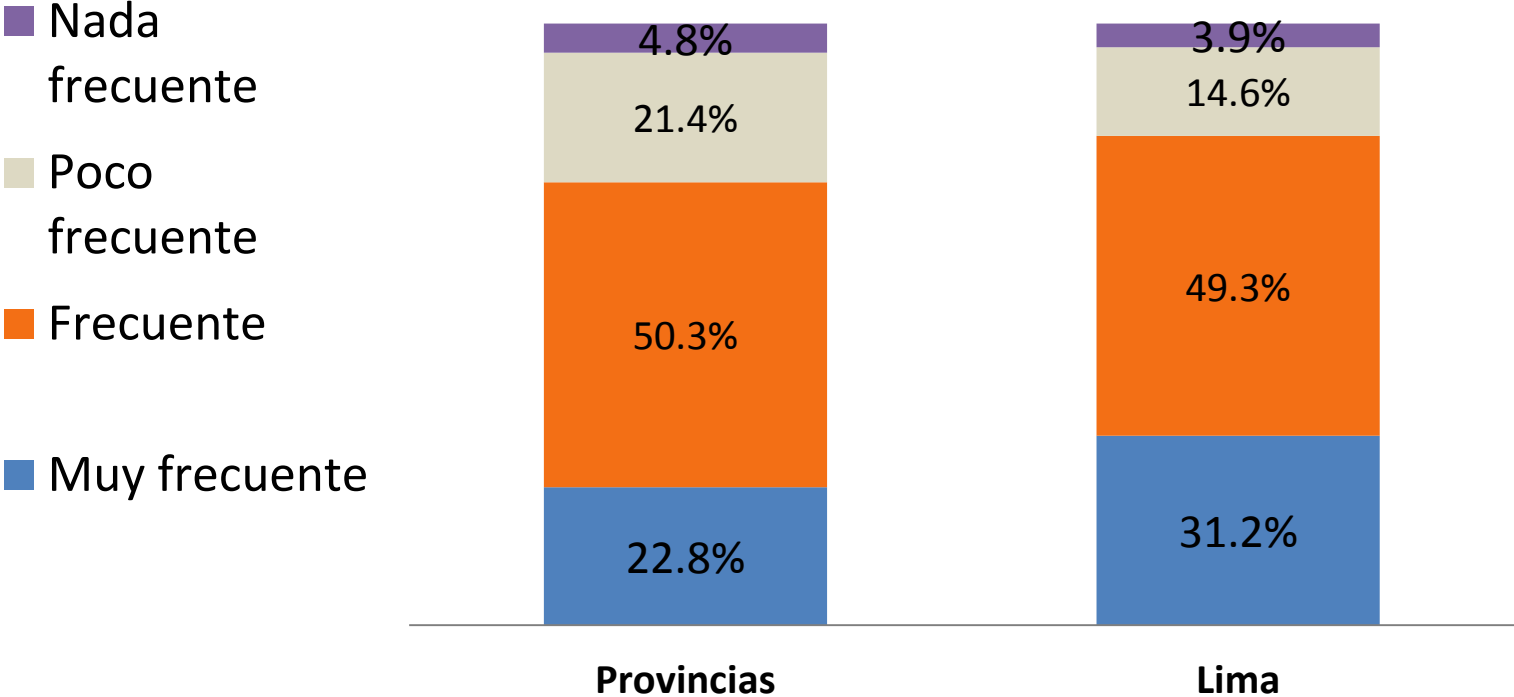
Imagen negativa

Periodo de campo: Lima: mayo y junio de 2015. Provincia: junio y julio de 2015. Universo: hombres y mujeres de 18 años a más. Encuesta realizada a 9.266 personas, 1.121 en Lima y Callao y aprox. 407 en cada una de las 20 ciudades restantes | Lima Consulting - CONCERTV

Presencia de contenidos inadecuados en la televisión



Presencia de violencia en la televisión



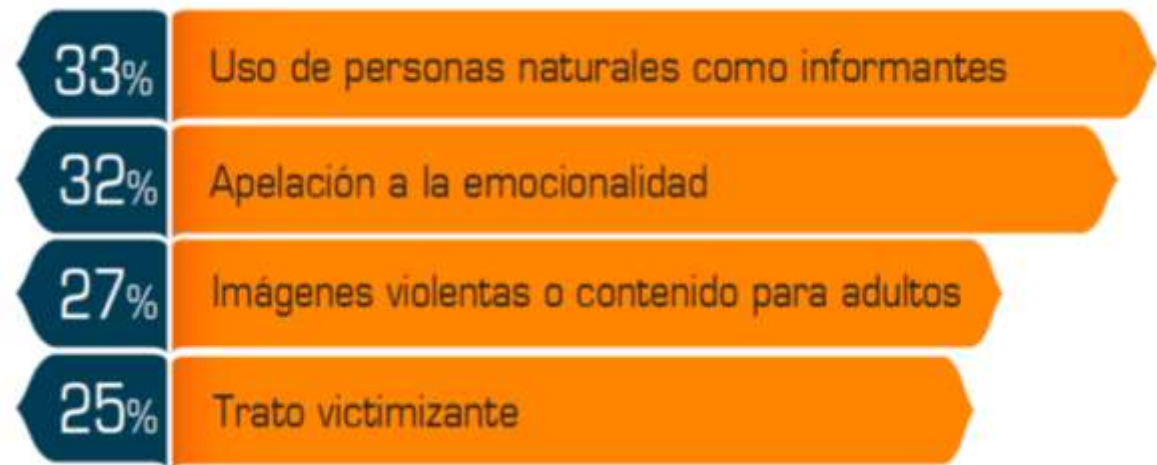
CONCORTV – LIMA CONSULTING 2015. Estudio Cuantitativo sobre Consumo Radial y Televisivo. Muestra: 9.266 personas en 21 ciudades del país.

Análisis de noticiarios

Principales áreas temáticas



Faltas a la ética periodística recurrentes en noticiarios





90

HOMBRE DESFIGURA A SU PAREJA EN PRESENCIA DE HIJA DE 3 AÑOS



HOMBRE ARROJA AGUA HIRVIENDO A EX PAREJA

06:25 PORQUE ELLA NO QUERÍA TENER RELACIONES



PIURA

SUJETO MASACRA A SU PAREJA POR CELOS



06:07



MUJER ES DESFIGURADA Y APUÑALADA QUINCE VECES POR EXPAREJA



CASI ME MATA A MARTILLAZOS. UNA PERSONA NO REACCIONA ASI

EL FEMINICIDIO EN EL PERÚ

09:42



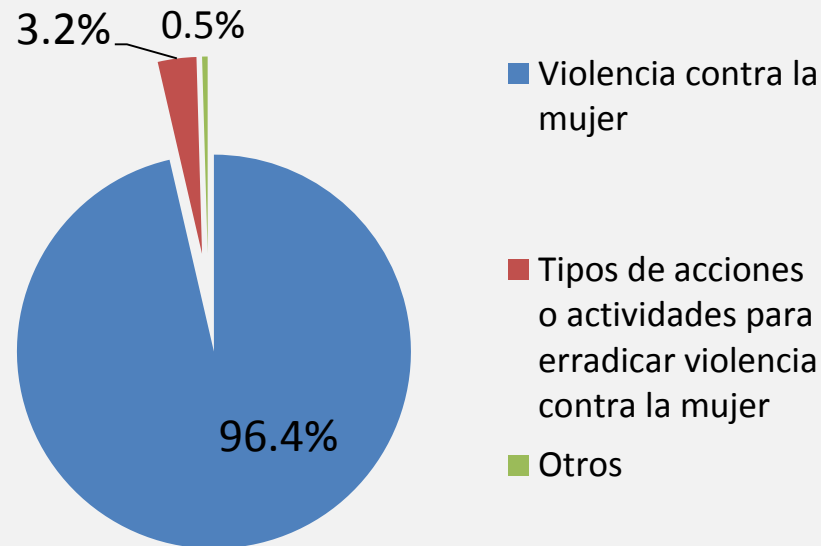
CUSCO: MADRE E HIJO FUERON

22:31 ASESINADOS EN SU VIVIENDA



Temas que se tratan: violencia vs prevención

Televisión



Fuente: Monitoreo de Medios de Comunicación de cobertura local - nacional. Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA 2012

La agenda informativa de violencia se centra en...

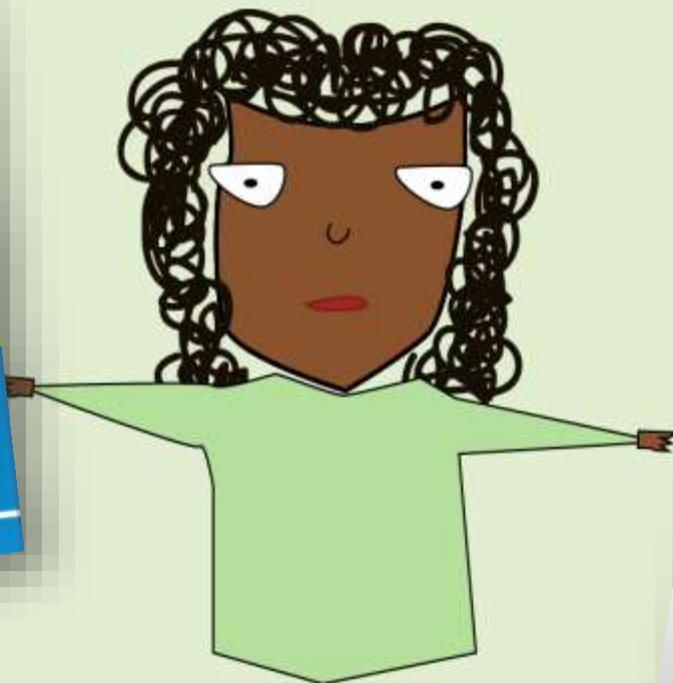
	Televisión
Asesinato de mujeres - feminicidio	74.7
Maltrato o agresión física y/o psicológica	16.3
Acoso sexual/violación de mujeres	4.1
Asaltos, robos, secuestros contra mujeres	1.4
Discriminación contra las mujeres	
Suicidio de la mujer	
Trata/ prostitución de mujeres	
Actividades de incidencia política (leyes, propuestas)	2.7
Actividades de sensibilización y edu - comunicativas (campañas, ferias)	.5
Actividades de debate, discusión o deliberación pública	
Seminarios, charlas, talleres, capacitaciones	
Actividades de movilización y protesta	
Actividades deportivas, recreativas	
Otros	.5
Total	100.0

Fuente: Monitoreo de Medios de Comunicación de cobertura local - nacional. Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA 2012

Taller a Estudiantes



10. Consultar herramientas disponibles en la web: Protocolos, pautas, manuales



Día Internacional de la Mujer

Imagen de la mujer en la TV

¿Qué opinan hombres y mujeres?

■ imagen negativa
■ imagen positiva

Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión | CONCORTV 2013



- De lunes a viernes, las mujeres dedican 3:30 horas al visionado de TV, 02:52 horas a escuchar radio y 01:22 horas a navegar en Internet.
- Para el 55% de peruanas, la televisión nacional continúa reflejando una imagen negativa de la mujer, 5% menos que la cifra registrada en el 2011.

[revisar más >>](#)

Especiales para descargar



Recomendaciones para el tratamiento informativo de casos sobre violencia contra la mujer en los medios de comunicación



Infografía "Mujer y Medios de Comunicación"



DESTACADOS



¿La televisión tiene cara de igualdad?

¿Qué tanto los medios de comunicación, como empresas, están contribuyendo con la igualdad entre hombres y mujeres? Reflexiones sobre el importante papel que pueden realizar los medios a favor de la igualdad de género.

[leer más >>](#)

Campaña publicitaria busca prevenir violencia hacia la mujer

En febrero, Laboratorios Bagó del Perú lanzó una campaña publicitaria para su producto Anaflex Mujer, en cuyos spots se emiten mensajes orientados a prevenir la violencia hacia la mujer.



[leer más >>](#)



TV Perú transmitirá programación especial por el Día Internacional de la Mujer

Iniciativa busca reflexionar sobre el papel y aporte de la mujer en diversas esferas: social, político, tecnológico, artístico, etc.

[leer más >>](#)

Autorregulación



Por hacer...

1. Voluntad Política por cumplir y hacer cumplir la Ley y los Planes Nacionales
2. Generar conciencia sobre la responsabilidad de las instituciones mediáticas en la promoción de imágenes sociales, culturales, simbólicas sobre lo que es ser hombre y ser mujer en nuestra sociedad contemporánea.
3. Estimular a los responsables programáticos para elaborar e implementar directrices y códigos de conducta responsable.
4. Sensibilizar (informar y educar) sobre las causas y efectos de la violencia de género, estimulando el debate público sobre el tema.
5. Incorporar en los planes de estudios de las carreras universitarias la perspectiva de género
6. Monitorear a los medios en el tratamiento adecuado .
7. Fomentar la participación ciudadana

