



**Tratamiento informativo
de los casos de Femicidio
en la prensa y TV**

**MONITOREO DE MEDIOS CON
ENFOQUE DE GÉNERO**





**Tratamiento informativo
de los casos de Femicidio
en la prensa y TV**

**MONITOREO DE MEDIOS CON
ENFOQUE DE GÉNERO**

La Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA presenta la serie **TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LOS CASOS DE FEMINICIDIO EN LA PRENSA Y TV - MONITOREO DE MEDIOS CON ENFOQUE DE GÉNERO**. Esta publicación se realiza desde el OBSERVATORIO DE MEDIOS en alianza con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y cuenta con el apoyo de la Unión Europea, AECID y Pan para el Mundo.

El **Observatorio de medios**, iniciativa de Calandria y el ConcorTV, tiene como objetivo promover y proponer mejoras en los medios de comunicación para el cumplimiento de la Ley de Radio y Televisión, sobre su rol en la prevención de la violencia contra la mujer y el grupo familiar.

CRÉDITOS

Título:

Tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y TV.

Editado por:

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria

Coordinación del estudio:

Marisol Castañeda

Presidenta de A.C.S. Calandria

Equipo de investigadores:

Análisis e interpretación

Fernando Palomino

Procesamiento estadístico

Magda Carrera

Codificación y digitación

Marilin Valdez, Kelly Rodríguez,

Rosario Pérez

Revisión de estilo:

Gildo Valero

Diseño y diagramación:

Gala Gastañeta

Impresión:

Sinco Industria Gráfica E.I.R.L.

Jr. Huaraz 449 - Breña

sincoindustriagrafica@gmail.com

Tiraje: 100 ejemplares

1ª edición febrero 2022

Depósito Legal: 2022-02098

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

Jr. Camaná 616 Cercado de Lima, Perú

Teléfono 6261600

www.gob.pe/mimp

CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN

Jr. Zorritos 1203 Cercado de Lima

Teléfono 6157800 Anexo 18014

www.concortv.gob.pe

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA

Jr. Tacna 1144-103

Teléfono 945143163

www.calandria.org.pe

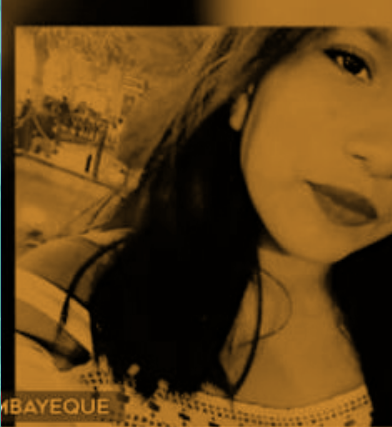
Cláusula de exención de responsabilidades

El contenido de la presente publicación es de responsabilidad exclusiva de la A.C.S.Calandria y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea, Aecid y Pan para el Mundo.



ÍNDICE

I. Introducción	7
II. Presentación del estudio	10
III. Metodología del estudio	14
IV. Análisis de resultados desde el enfoque de género	21
V. Análisis de resultados desde la ética y calidad periodística	59
VI. Reflexiones, conclusiones y recomendaciones	108



1

INTRODUCCIÓN



La violencia de género contra las mujeres es considerada un problema de salud pública y un atentado contra los derechos humanos por las consecuencias negativas que tiene en el desarrollo integral de las personas, especialmente de las mujeres jóvenes, las niñas y adolescentes¹. Se define como cualquier acción o conducta, basada en el género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico, incluso las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto en el ámbito público como en el privado².

Al respecto, la Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar, establece diferentes modalidades de violencia basada en el género. Dentro de estas, la expresión más extrema de la violencia contra las mujeres es el femicidio, esto es, “el homicidio de una mujer por su condición de tal, es decir, por el hecho de ser mujer, en el contexto de violencia familiar, coacción o acoso sexual, abuso de poder y discriminación”³.

De acuerdo con el INEI (2020)⁴, en el Perú la tasa de feminidios es de 0,8 muertes por cada 100 mil mujeres. El 56,02% de las mujeres víctimas de feminidios 30 años de edad. El mayor número de feminidios ocurrió en la vivienda compartida por la víctima con el victimario (30,7%). El 41,4% de las mujeres fueron asesinadas por su pareja o expareja. Estas cifras nos muestran la gravedad del problema en nuestra sociedad.

Erradicar la violencia contra las mujeres requiere de múltiples estrategias de intervención para incidir en los diversos factores que la generan y que originan las desigualdades de género, que están en la base de creencias

¹http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1253_PROM47.pdf. Consultado 24 de noviembre 2021

²Asamblea General de las Naciones Unidas. Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, 1993.

³<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-incorpora-el-articulo-108-a-al-codigo-penal-y-modifi-ley-n-30068-963880-1/> Consultado 24 de noviembre 2021.

⁴“Perú: Femicidio y Violencia contra la Mujer 2015-2020”. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1831/libro.pdf

y estereotipos que la minimizan, niegan o justifican, y que reproducen productos culturales materiales y simbólicos que reafirman o refuerzan la subordinación de lo femenino ante lo masculino.

Los esfuerzos del Estado peruano apuestan por lograr cambios culturales en diversos ámbitos de la sociedad, que contribuyan a disminuir estos casos de violencia. Uno de estos ámbitos son los medios de comunicación, agentes socializadores, que al igual que la escuela y la familia son transmisores de modelos culturales sobre las relaciones de género, y por ello tienen un rol importante en el cambio cultural, necesario para erradicar la violencia hacia las mujeres.

No se puede negar que los medios de comunicación han contribuido a visibilizar el problema de la violencia, incorporando el concepto de feminicidio en su agenda. Un cambio de discurso que ha ido en sintonía con la evolución que ha tenido el término feminicidio en el país a lo largo de los años. Hoy encontramos en la agenda de los medios este concepto que hasta hace unos años atrás era desconocido.

Con el objetivo de entender con más profundidad la manera cómo abordan los medios de comunicación las noticias sobre feminicidio en el país, se ha elaborado el presente estudio denominado “Tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y TV: monitoreo de medios de comunicación con enfoque de género”, que analiza las características de las noticias sobre feminicidio en la prensa escrita y la televisión con una perspectiva de género, considerando el contexto en que se producen las noticias, la ética y la calidad periodística, el tratamiento de la información, el encuadre de los hechos en el marco de la violencia de género, entre otros.

El estudio es el resultado de un acuerdo de colaboración entre el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y el Observatorio de Medios, impulsado por ConcorTV y Calandria, que procura contribuir con los medios de comunicación en la mejora del tratamiento y abordaje de las noticias sobre violencia de género hacia las mujeres, específicamente del feminicidio.

María Pía Molero Mesía
Viceministra de la Mujer
Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

hijos. Le dice "no sabes nada" o "siempre malograste todo". Julissa justifica los ataques porque él trabaja y llega cansado a casa. Julissa siente que sus hijos sufren y que todo es su culpa. A menudo piensa que sería mejor no seguir viviendo.

SIETE DE CADA OCHO MUJERES HAN SUFRIDO MALTRATO

En el 80% de los casos el agresor es su pareja o ex pareja. PÁGS. 2 Y 3



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

Los medios de comunicación son parte esencial de la esfera pública, por lo que se constituyen en factor de formación ciudadana y de legitimación del poder; colocan temas, visibilizan actores, legitiman prácticas, surten de conceptos y valores, formas de entender, concebir y comprender la democracia. Si bien los medios no determinan comportamientos, sí influyen en la medida que colocan temas de discusión en la sociedad.

Los medios de comunicación son relevantes porque a través de ellos se da cumplimiento a uno de los derechos fundamentales del ciudadano que es el acceso a información de calidad. Los medios tienen el deber de difundir contenidos de calidad que generen conciencia crítica en la ciudadanía y una opinión pública sobre los problemas del país.

En una sociedad democrática, los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa, cumplen la función de informar y educar a la ciudadanía. Es por ello que se incide de manera reiterativa en el cumplimiento de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, y en sus códigos de ética. Hoy en día los medios de comunicación han evolucionado y la ciencia ha permitido que lo tradicional transite hacia lo digital y cree los nuevos medios en los que se desarrolla la interacción comunicacional.

Es importante recalcar la función constructiva que tienen los medios de comunicación para la sociedad, pues son los que exponen los problemas sociales en la agenda pública y al mismo tiempo deben dar voz a quienes no la tienen. Dada la gran importancia y poder que ejercen sobre la ciudadanía, es necesario que los medios cuenten con una sociedad civil vigilante para que, de manera transparente, los contenidos emitidos a la ciudadanía estén dentro del marco de la ley, cumpliendo su verdadera función comunicativa.

Desde esta perspectiva, Calandria y CONCORTV impulsan el **Observatorio de medios** como un espacio que privilegie el análisis del discurso mediático, tanto desde el tratamiento de los temas como la representación de los actores sociales a fin de revelar su inclusión o discriminación. Pero también

consideramos que un observatorio puede orientar y educar a la ciudadanía para conformar una audiencia crítica y responsable de su consumo mediático, pues debe involucrarse con el uso de la información recibida. Por ello, la participación ciudadana es esencial para un observatorio; no puede ser solo un ejercicio académico, sino un espacio de análisis de la oferta, de calificación del consumo como involucramiento y ejercicio del derecho a la comunicación. El observatorio debe promover mejora de los medios y de las y los ciudadanos.

En esta perspectiva, el observatorio no se opone a los medios; busca más bien fortalecerlos porque así se promueve una ciudadanía activa. Los objetivos del observatorio de medios son:



• **Incidir en el cumplimiento de la ley de radio y televisión, desde una perspectiva ética y de calidad, comprometiendo a los medios en la prevención de la violencia contra la mujer en los programas informativos de entretenimiento y la publicidad en el marco del derecho a la comunicación.**



• **Proponer mejoras en los medios de comunicación sobre la forma en que dan cobertura, enfocan el tratamiento y generan contenidos en torno a la violencia de género y no discriminación.**



• **Interpelar los prejuicios y estereotipos hacia la mujer y las poblaciones vulnerables (NNA, jóvenes y adultos mayores) que refuerzan los patrones socioculturales que legitiman la violencia de género.**



• **Fortalecer los derechos de las y los ciudadanos a una comunicación de calidad brindando espacios para que opinen y propongan los cambios necesarios en la oferta mediática, en el consumo crítico y en la legislación pertinente.**

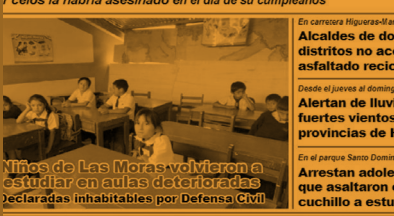
El presente estudio se realiza desde el Observatorio de medios, iniciativa del CONCORTV y Calandria, en alianza con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables con el fin de visibilizar la contribución de los medios a la prevención de la violencia de género. En tal sentido, su utilidad no se limita a la realización del estudio, sino que busca iniciar un diálogo con cada medio de comunicación para valorar sus avances y oportunidades de mejora.

La presente publicación recoge los hallazgos y resultados de la investigación, desde dos ejes: la calidad informativa y el enfoque de género, presentando análisis e interpretación en cada uno de ellos. Al final, propone reflexiones, conclusiones y recomendaciones que sirven para impulsar iniciativas que promuevan el ejercicio de una vida libre de violencia.

Marisol Castañeda

Presidenta

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria



3

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

3.1

Diseño y metodología del monitoreo de medios

El monitoreo de medios de comunicación es una técnica cuantitativa que se ha venido utilizando en los últimos años por diversos actores (instituciones gubernamentales, empresas, sociedad civil) y aplicando en diversos campos (procesos electorales, temáticas sociales, gestión gubernamental).

“Un monitoreo de medios implica hacer seguimiento y análisis de las noticias aparecidas en medios de comunicación (principalmente en la radio, diarios y televisión), lo que permite nutrir de información a los públicos interesados sobre determinados temas y actores para una toma de decisiones oportuna. El monitoreo de medios consiste en “el análisis de contenido que se efectúa por medio de la codificación, es decir, el proceso en virtud del cual las características relevantes de contenido de un mensaje se transforman a unidades que permiten su descripción y análisis precisos. Lo importante del mensaje se convierte en algo susceptible de describir y analizar. Para codificar es necesario definir el universo, las unidades de análisis y las categorías de análisis.” (Hernández, 2006, citado por Graham 2012, pag 12)⁵

“En términos simples, las noticias se convierten en la unidad de análisis donde se desglosan sus características principales (jerarquía, tiempo o extensión, actores involucrados, temas expuestos, enfoque en el tratamiento, etc.) según el objetivo de la investigación, para identificar cómo ha sido el tratamiento de determinado medio de comunicación o compararlo con otro.”⁶

⁵Graham, Lizzeth. Manual de monitoreo de medios. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. 2012.

⁶Ibíd.

El monitoreo puede enfocarse en tres niveles distintos:

1

Sobre el conjunto de la programación/ estructura del medio de comunicación

2

Sobre los programas o secciones del medio

3

Sobre temas específicos de las noticias (la noticia como unidad de análisis).

Para efectos del presente estudio, hemos optado por un monitoreo temático con relación a los casos de feminicidio ocurridos entre enero y junio del 2021.

a. Objetivos del Monitoreo de Medios

Objetivo General

Analizar las características de la oferta informativa de los medios de comunicación (Prensa y Televisión) sobre feminicidio en el período enero a junio 2021

Objetivos específicos

o Describir el tratamiento informativo dado por los medios de comunicación a las noticias sobre feminicidio (temas asociados, formatos utilizados, actores visibilizados, ubicación).

o Identificar los principales encuadres o frames utilizados en el tratamiento informativo de los casos de feminicidio.

o Reconocer las principales estrategias discursivas, estereotipos y prejuicios que contribuyen a la violencia contra la mujer y que son usados en el tratamiento de las noticias sobre feminicidio.

o Establecer los principales enfoques utilizados en el tratamiento de las noticias sobre feminicidio.

o Identificar los indicadores de calidad informativa utilizados en el tratamiento de las noticias sobre feminicidio.

o Reconocer la actitud y posición de los medios de comunicación frente a las noticias sobre feminicidio.

b. Temas y variables a analizar

Datos generales

- ¿A qué fecha corresponde la noticia?
- ¿En qué medio de comunicación aparecieron las noticias sobre feminicidio?
- ¿Dónde se producen las noticias?

Enfoque de feminicidio

- Forma de aplicación del concepto de feminicidio
- ¿Acerca de qué temáticas en particular sobre feminicidio se habla en los medios?

Actores de la noticia

- ¿Qué actor(a) es visibilizado(a) en la noticia sobre feminicidio? (principal)
- ¿Cuál es el rol que tiene el actor(a) principal o protagonista en la noticia?
- ¿Qué identidades de géneros y generacional predominan en la noticia?
- ¿Qué tipo de instituciones públicas que brindan servicios vinculados al feminicidio aparecen en la noticia?

Calidad y tratamiento de la noticia

- ¿Qué tipos de enfoques y valores se aplican al tema central de la noticia en los medios?
- ¿Qué tipo de encuadre, marco o frame se utiliza en el tratamiento informativo de la noticia? (sobre la situación o hecho presentado)
- ¿Qué tipo de encuadre, marco o frame se utiliza en el tratamiento informativo de la noticia? (sobre la responsabilidad de los actores)
- ¿Qué criterios y procedimientos periodísticos se han aplicado para garantizar la Calidad de la información?

Estereotipos y representaciones

- ¿Qué tipo de estrategias discursivas, prejuicios y estereotipos se usan en el tratamiento de la noticia sobre feminicidio?

Rol del medio en la cobertura

- ¿El medio de comunicación adopta una posición frente al hecho? (Prensa)
- ¿Los medios dan información u orientan sobre servicios donde hacer denuncias o consultas sobre casos de feminicidio?
- ¿Los medios utilizan información estadística, datos, en la construcción de la noticia sobre feminicidio?

Uso de recursos y fuentes de información

- ¿Las noticias se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas?
- ¿Se mencionan las fuentes informativas de la noticia?
- ¿Cuáles son los recursos visuales/audiovisuales utilizados en el tratamiento de la noticia?

c. Metodología y herramientas utilizadas:

El presente monitoreo contó con 6 etapas definidas:

ETAPAS	DESCRIPCIÓN
1. Selección de la muestra	Momento en que se revisa el universo y la muestra. En este caso de la información brindada por el MIMP desde el boletín informativo.
2. Etapa de Diseño	En la cual se establecen los objetivos, criterios, metodología y herramientas a utilizar para el monitoreo.
3. Etapa de organización y capacitación equipo del monitoreo	En la que se convoca, organiza y capacita a un equipo de comunicadoras como asistentes de investigación para apoyar en el recojo y registro de la información.
4. Etapa de recojo y registro de información	En la que las asistentes de investigación ingresan la información de cada noticia en la plantilla para el registro de la información.
5. Etapa de procesamiento de datos	En la que la información recogida por las asistentes de investigación es procesada, se elabora una base de datos y se cruza la información de acuerdo con las variables establecidas.
6. Etapa de elaboración de informe	En la que se elabora el informe final del monitoreo (resultados, conclusiones y recomendaciones)

Para efectos del monitoreo de medios se diseñan tres herramientas:

- Un libro de códigos en el que se detalla las variables y los códigos que los identifican, las cuales se van a utilizar.
- Una plantilla para el registro de la información, en la cual se ingresa la información recogida de cada noticia analizada.
- Una base de datos que sirva para procesar los resultados totales.

d. Características del universo y tamaño de la muestra

Se ha monitoreado un total de 12 medios de comunicación (07 de prensa y 05 de televisión). En total 413 noticias (203 de prensa y 210 de televisión), tal como se observa en la siguiente tabla:

**Tabla N° 1:
Medios de TV y prensa**

		%	Casos	%	Casos
TV	Frecuencia Latina (Canal 2)	14,04%	58	50,85%	210
	América Televisión (Canal 4)	20,82%	86		
	Panamericana (Canal 5)	7,51%	31		
	TV Perú (Canal 7)	3,39%	14		
	ATV (Canal 9)	5,08%	21		
Prensa	Diario Correo	15,01%	62	49,15%	203
	Diario Perú 21	7,99%	33		
	Diario Expreso	6,78%	28		
	Diario Ojo	6,78%	28		
	Diario La República	5,81%	24		
	Diario El Trome	4,12%	17		
	Diario El Comercio	2,66%	11		

Para fines de este reporte se ha considerado la presente muestra por los siguientes motivos:

- Los medios seleccionados en prensa y televisión son los de mayor alcance y rating.
- Los medios de TV seleccionados son de señal abierta sujetos a la Ley de Radio y Televisión.
- Solo se trabajó con medios de cobertura nacional, por su mayor lectoría/audiencia.

Cabe mencionar que durante el presente estudio se realizaron las elecciones presidenciales, por lo cual se evidencia cómo los temas de violencia de género aparecen en la agenda electoral especialmente en el mes de Junio.

Finalmente, para fines de una lectura fluida en algunos gráficos y tablas se han priorizado los datos mas relevantes que expresan las principales tendencias. En algunos resultados se colocan los promedios generales acompañados de los datos diferenciados de TV y prensa.

Por lo anterior, los resultados no siempre suman el 100% pues se han editado los resultados de menor frecuencia.



ANÁLISIS DE RESULTADOS DESDE EL ENFOQUE DE GÉNERO

En este capítulo presentamos los resultados que expresan la forma en que los medios usan el término feminicidio, la posición que toman frente a este hecho, los roles que le asignan a la víctima y el feminicida, estereotipos que representan, entre otros aspectos.

4.1

FEMINICIDIO: Un concepto que se usa pero no se explica su sentido.

El uso del concepto de feminicidio es un aspecto relevante en el tratamiento de las noticias en la medida que reconoce esta realidad y no la confunde con otros casos de muertes de mujeres que ocurren a diario en el país (asesinatos, accidentes). Hasta hace algunos años, el concepto de feminicidio no estaba posicionado en la agenda de los medios de comunicación. Sin embargo, hoy se observa que casi en la totalidad de noticias sobre casos de feminicidio sí se utiliza este concepto. En la prensa escrita, se registra en el 100% de sus noticias; en cambio, en el caso de la televisión, en el 88.75%, tal como se observa a continuación:

Gráfico N° 1:
¿Se usa el concepto de feminicidio en la noticia?

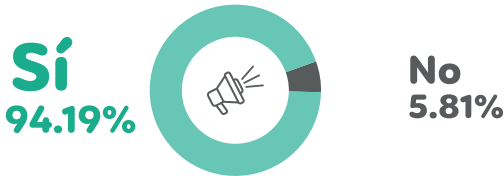
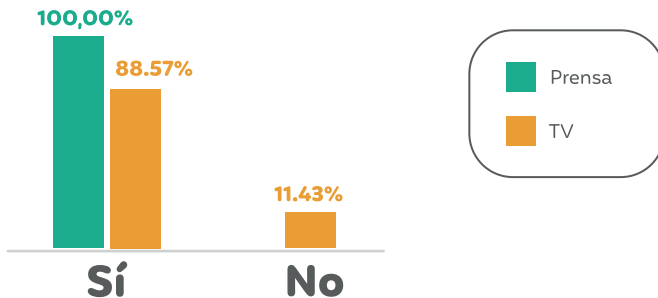


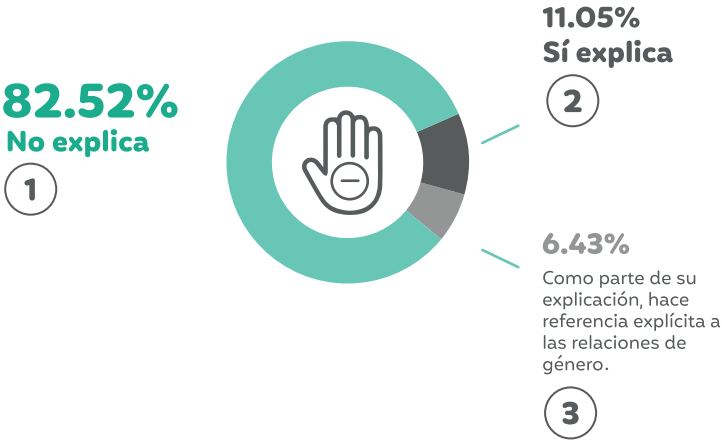
Gráfico N° 2:
¿Se usa el concepto de feminicidio en la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Sin embargo, al revisar la forma en que se utiliza el concepto de feminicidio, se observa que la mayoría de las noticias lo hace sin explicarlo (82.52%). Los casos en los que sí se explica la definición, es decir, en qué consiste, las situaciones en que aplica o porqué aplica son pocas (11.05%) y los casos en que la explicación refiere explícitamente a las relaciones de género (desigualdad, subordinación, machismo, odio y violencia) son aún menos (6.43%).

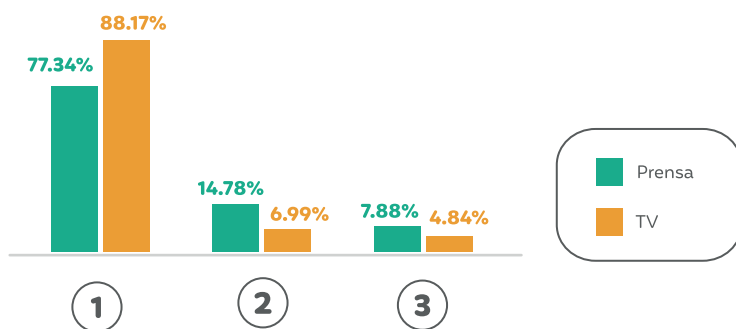
**Gráfico N° 3:
¿Se explica el concepto de feminicidio?**



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Se debe resaltar que en los programas de televisión analizados hay un mayor porcentaje de noticias en las cuales no se explica la definición de feminicidio o solo se lo menciona (88.17%) frente a la prensa (77.34%). Asimismo, en la prensa hay un mayor porcentaje de noticias en las que se menciona y explica en qué consiste el fenómeno (14.78%) y también en las que se hace referencia a las relaciones de género de subordinación, desigualdad, machismo y violencia (7.88%) frente a la televisión (6.99% y 4.84% respectivamente).

Gráfico N° 4:
¿Se explica el concepto de feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



DATO RELEVANTE

En el estudio del 2012⁷, el término de “feminicidio” se utilizaba en los titulares de televisión y prensa escrita solo en el 7.7% de las noticias.

4.2

FEMINICIDIO: Se asocia más a tipos de violencia y menos a la gestión pública.

Hay dos grandes temáticas o ejes temáticos sobre el feminicidio en los medios: uno de ellos es lo concerniente a la esfera de la gestión pública, lo que hace el gobierno y las autoridades; el otro es la problemática misma del feminicidio, la violencia y las formas que adquiere en estos casos. La observación de ambas temáticas arroja que el mayor peso o volumen informativo está en el eje correspondiente a la problemática del feminicidio y el tipo de violencia que se ejerce contra las mujeres (80.87%) frente al eje correspondiente a la gestión pública (19.13%).

⁷A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: Violencia contra la Mujer – La mirada de los medios. 2013. Monitoreo realizado en un total de 10 medios de comunicación (3 canales de televisión, 4 diarios limeños de cobertura nacional y 3 diarios regionales), en el cual se analizaron 349 noticias.

Al revisar el eje de la problemática del feminicidio y los tipos de violencia se concluye que la mayoría de las noticias se concentran en torno al asunto de la violencia física contra la víctima (63.20%), mientras que los otros tipos de violencia desaparecen en la narrativa de los casos. Es decir, toda la contextualización del hecho: los antecedentes, las causas o factores asociados, los hechos que lo preceden como la violencia psicológica contra la víctima (insultos, humillación), la violencia sexual contra la víctima (acoso sexual, violación sexual) o la violencia familiar (maltrato o agresión física y/o psicológica contra hijos o familiares cercanos de las víctimas) son invisibilizados.

También se corrobora que, en el eje del feminicidio desde la gestión pública, la mayor parte de las noticias se concentra en las políticas y planes de gobierno (nacional, regional o local), mientras que los otros aspectos de la gestión pública no se visibilizan (leyes y normas, campañas o actividades, denuncias).

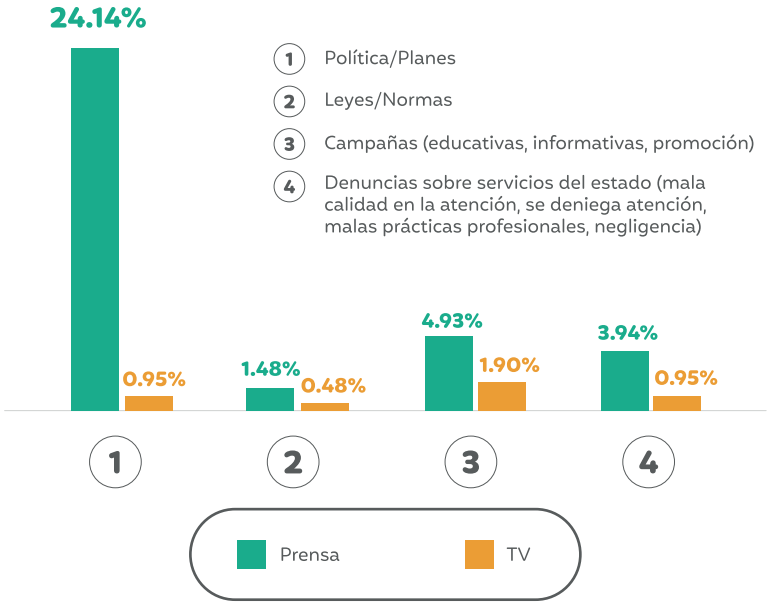
Tabla N° 2:
¿Cuáles son las temáticas del feminicidio?

	Total	Prensa	TV
Feminicidio desde la Gestión Pública	19.13%	34.48%	4.29%
Políticas/Planes	12.35%	24.14%	0.95%
Leyes/Normas	0.97%	1.48%	0.48%
Campañas (educativas, informativas, promoción)	3.39%	4.93%	1.90%
Denuncias sobre servicios del estado (mala calidad en la atención, se deniega atención, malas prácticas profesionales, negligencia)	2.42%	3.94%	0.95%
Tipo de violencia asociada o relacionada con el feminicidio	80.87%	65.52%	95.71%
Violencia física contra la víctima (maltrato o agresión física)	63.20%	52.71%	73.33%
Violencia psicológica contra la víctima (insultos, humillación)	0.97%	1.48%	0.48%
Violencia sexual contra la víctima (acoso sexual, violación sexual).	1.21%	1.97%	0.48%
Violencia familiar (maltrato o agresión física y/o psicológica contra hijos o familiares cercanos de las víctimas)	3.63%	6.90%	0.48%
Trata/ prostitución de las mujeres víctimas.	0.24%	0.49%	0.00%
Discriminación contra las mujeres víctimas.	0.24%	0.49%	0.00%
Otros	7.75%	0.00%	15.24%
No Precisado	0.73%	0.99%	0.48%
Ninguno	2.91%	0.49%	5.24%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Por otro lado, a nivel del tratamiento del feminicidio en la prensa y la televisión hay notorias diferencias. La primera de ellas es que la prensa le da mayor importancia a las noticias sobre feminicidio desde la gestión pública (34.48%), mientras que en la televisión ese porcentaje es mucho menor (4.29%). Con relación a este eje, en el caso de la prensa, también se observa un interés específico por las políticas y planes de gobierno relacionados con esta problemática (24.14%). Por otro lado, la televisión prioriza los contenidos asociados con la problemática y tipos de violencia que se ejercen en los casos de feminicidio (95.71%) frente a la cobertura que le da la prensa (65.52%). Además, con relación a este eje, se constata que los programas informativos de televisión priorizan los casos donde se resalta la violencia física contra la víctima, sea maltrato o agresión física (73.33%).

Gráfico N° 5:
¿Cuáles son las temáticas en los casos de feminicidio desde la gestión pública?



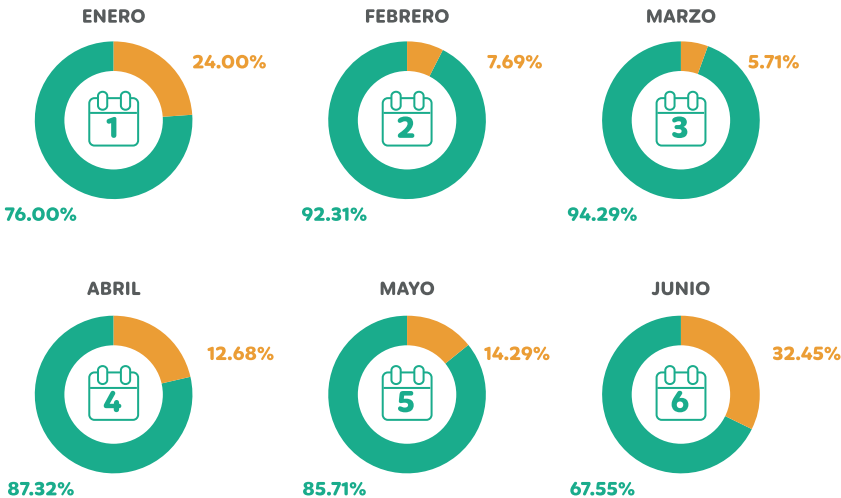
Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Se debe señalar que durante la revisión de los temas vinculados a feminicidio en los 6 meses del estudio se observó que el porcentaje de noticias vinculadas a la Gestión Pública se mantuvo relativamente estable desde enero hasta mayo, pero luego en junio, se incrementó significativamente. Por el contrario, las noticias relacionadas con el tipo de violencia ejercida tienen porcentajes altos en los meses de febrero, marzo, abril y mayo, pero disminuyen en el mes de junio, lo que posiblemente tenga que ver con el contexto electoral. Ello se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 6:
¿Sobré qué temáticas en particular sobre feminicidio se habla en los medios?



Gráfico N° 7:
¿Sobré qué temáticas en particular sobre feminicidio se habla en los medios? (Por mes)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

4.3

Ministerio del Interior/Policía y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, instituciones con mayor presencia en las noticias

Al indagar de manera específica acerca de las instituciones públicas que más se visibilizan en las noticias sobre feminicidio, se encuentra la Policía Nacional/Ministerio del Interior (34.62%), seguido del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (15.74%).

Tabla N° 3:
¿Qué tipo de instituciones públicas que brindan servicios vinculados al Feminicidio aparecen en la noticia?

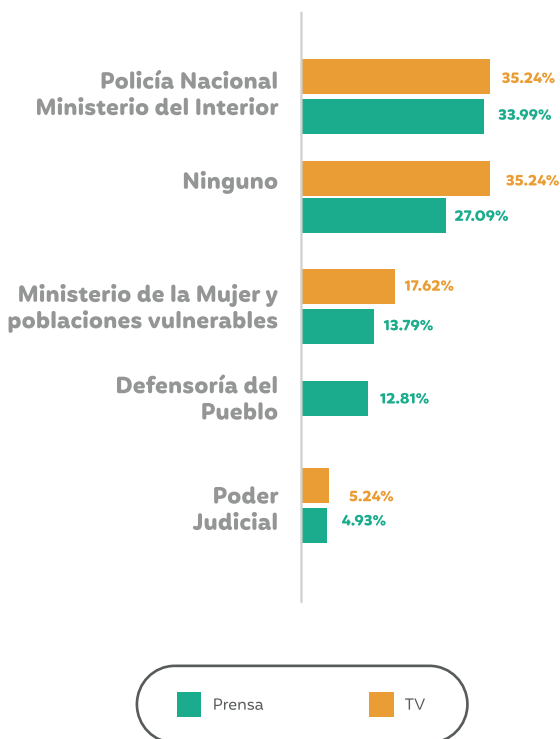
	Total
Policía Nacional/Ministerio del Interior	34.62%
Ninguno	31.23%
Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables	15.74%
Defensoría del Pueblo	6.30%
Poder Judicial	5.08%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

En menor medida aparecen otras instituciones públicas como la Defensoría del Pueblo (6.30%), el Poder Judicial (5.08%) y la Fiscalía de la Nación/Ministerio Público (3.15%). Otras instituciones como los Centros de Emergencia Mujer, el Congreso de la República, el Ministerio de Justicia, el Ministerio de Salud y las municipalidades están prácticamente ausentes en este tipo de noticias. Es importante tener en cuenta esto no solo por un la imagen proyectada y el posicionamiento institucional con relación al tema (lo cual debe ser evaluado por cada institución pública), sino también porque la mayoría de las instituciones que aparecen (salvo el MIMP y la Defensoría) actúa en forma posterior al feminicidio (Policía, Poder Judicial, Fiscalía) y no antes (con una lógica y estrategia preventiva). Se destaca que en el 31.23% de los casos NINGUNA INSTITUCIÓN es mencionada.

Se debe tener en cuenta también que los resultados a nivel de prensa y televisión son similares; no se observan diferencias significativas entre ellos.

Gráfico N° 8: ¿Qué tipo de instituciones públicas que brindan servicios vinculados al feminicidio aparecen en la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



DATO RELEVANTE

En el 2019⁸, las instituciones públicas que más se visibilizaban en las noticias eran la Policía Nacional (52.6%), la Fiscalía de la Nación/Ministerio Público (16.7%) y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (15.1%).

⁸A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2019. Monitoreo realizado en un total de 12 medios de comunicación limeños de cobertura nacional (7 diarios y 5 canales de televisión), en el cual se analizaron 192 noticias.

4.4

OPORTUNIDAD PERDIDA. Prensa y televisión no dan información sobre los servicios a los que se puede recurrir en casos de violencia de género.

El feminicidio no es un hecho aislado que ocurre de un día a otro, sino que es la culminación o la etapa final de todo un ciclo de violencia sistemático contra las mujeres. Desde esa perspectiva, es un hecho que se puede prevenir si es que se hace un seguimiento público a los casos de violencia de género o familiar, y si se toman las medidas adecuadas frente a los agresores y potenciales feminicidas. Lamentablemente, este enfoque preventivo no se aplica en muchas instituciones públicas que actúan reactivamente. Además, tampoco se aplica en el caso de los medios de comunicación, ya que, de ser así, estos ofrecerían más información u orientación sobre los servicios a los que se puede acudir.

Tabla N° 4:
¿Medios dan información u orientan sobre servicios donde hacer denuncias o consultas sobre casos de feminicidio?

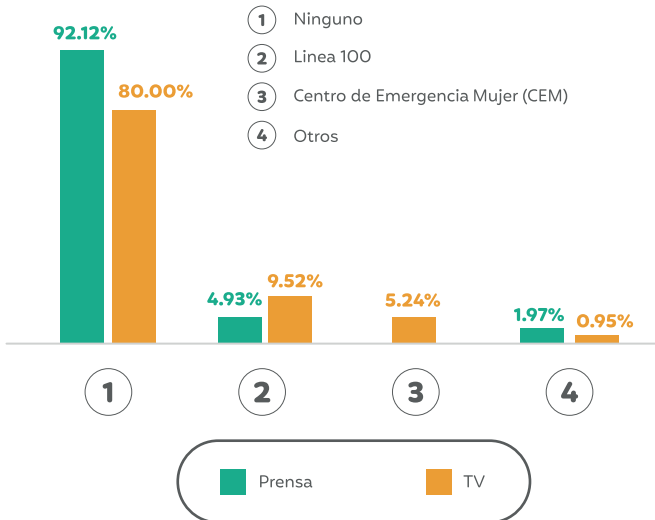
	Total
Ninguno	85.96%
Línea 100	7.26%
Centro de Emergencia Mujer (CEM)	2.66%
Otros	1.45%
Hogares de refugios temporales (HRT)	1.21%
No precisado	0.73%
Chat 100	0.48%
Línea 105 de la Policía Nacional del Perú	0.24%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Sin embargo, como se puede observar en la tabla N° 3, en el 85.96% de las noticias sobre feminicidio difundidas por la televisión y la prensa no se ofrece ninguna información u orientación sobre los servicios a los que pueden recurrir las y los ciudadanos en casos de denuncias o consultas sobre casos de violencia. Teniendo en cuenta que el feminicidio es un acto generalmente precedido de acciones de violencia física, psicológica o sexual, la orientación resulta valiosa para la labor preventiva, es decir, para actuar “antes de” y no “después de” ocurrido el crimen.

Solo un pequeño porcentaje de noticias menciona algún servicio público, entre ellos la Línea 100 (7.26%) o el Centro de Emergencia Mujer (2.66%); los demás servicios no aparecen. En este caso no se observan diferencias significativas en el tratamiento de la noticia dada por la televisión y la prensa, salvo que, en algunos casos, la televisión muestra una mayor predisposición para difundir estos servicios como la Línea 100 (9.52%) o el Centro de Emergencia Mujer (5.24%).

Gráfico N° 9:
¿Medios dan información u orientan sobre servicios donde hacer denuncias o consultas sobre casos de feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

4.5

LOS ENFOQUES Y VALORES: Enfoque de Justicia y enfoque Social

En los resultados del monitoreo se puede observar que los enfoques y valores asociados que predominan son el de Justicia (cuando la noticia enfatiza la sanción del hecho, la reparación de las víctimas, no a la impunidad) y el Social (cuando la noticia hace alusión a la problemática social, se plantea como un drama social) en 28.09% y 22.28% respectivamente. Esto es importante, ya que generalmente las noticias sobre feminicidio se encuadran desde una perspectiva judicial-policial-delincuencial y no social.

En un segundo nivel se ubican los enfoques relacionados con Políticas Públicas (cuando la noticia se refiere a los actores como sectores vulnerables que deben ser protegidos e incluidos en las políticas públicas o resalta la acción del Estado en el diseño e implementación de políticas públicas a nivel local, regional y nacional) y de Género (cuando hace alusión al machismo, a las relaciones desiguales de poder, subordinación y dependencia de la mujer frente al hombre, la discriminación contra la mujer) en 13.08% y 11.62% respectivamente. Llama la atención que el enfoque de género solo represente el 11.62%, enfoque que permitiría explicar y contextualizar mejor la noticia.

En el tercer nivel aparecen con menor porcentaje otros enfoques como los de Derechos Humanos (cuando la noticia enfatiza o valora la vida de las personas, el respeto a la libertad de las personas, la dignidad, la tolerancia y la igualdad) con 3.15% y el enfoque Intercultural (cuando en la noticia se resalta al origen o las características culturales del actor de la noticia, al contexto cultural, a la lengua o idioma nativo, a su grupo étnico-lingüístico, a la necesidad de una mayor inclusión cultural en las políticas y programas públicos) con 0.24%. El escaso porcentaje de estos enfoques nos señala, por un lado, un vacío en la medida en que no se relaciona el feminicidio

con el ejercicio de derechos fundamentales de toda persona (Derechos Humanos) y, por otro lado, una visión urbana, homogénea y/o estandarizada en el tratamiento de los casos de feminicidio que no tiene en cuenta la alta diversidad cultural existente en el país.

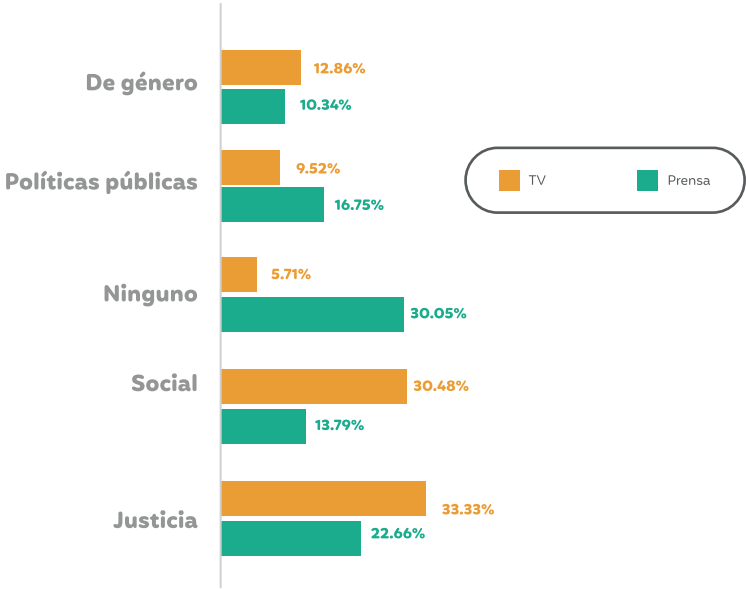
Tabla N° 5:
¿Qué tipos de enfoques y valores aplican al tema central de la noticia en los medios?

	Total
Justicia	28.09%
Social	22.28%
Ninguno	17.68%
Políticas públicas	13.08%
De género	11.62%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Se evidencia también algunas diferencias y coincidencias en el uso de enfoques por parte de la televisión y la prensa. Mientras que la televisión prioriza el enfoque de Justicia (33.33%) y Social (30.48%) y, en menor medida, el de Género (12.86%), la prensa más bien prioriza el de Justicia (22.66%), Políticas Públicas (16.75%) y, en menor medida, el enfoque Social (13.79%) y de Género (10.34%).

Gráfico N° 10:
¿Qué tipos de enfoques y valores aplican al tema central de la noticia en los medios?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

4.6

El FEMINICIDIO como responsabilidad individual descontextualiza la problemática social

Como lo hemos señalado anteriormente, en la producción de las noticias, las y los periodistas utilizan determinados encuadres, marcos interpretativos o *frames*. Hay varios tipos de encuadres que resaltan la responsabilidad individual o la colectiva en los hechos: el primero enfatiza la responsabilidad individual (la búsqueda del culpable) y el segundo, la responsabilidad

social compartida frente a esta problemática (entre los diferentes actores: gobierno, medios, sociedad civil).

Al individualizar la responsabilidad del agresor frente al hecho (buscar culpables), el problema se ve como un hecho aislado, descontextualizado y generalmente solo se resalta los motivos del agresor. Por el contrario, enfatizar las responsabilidades colectivas (del Estado, sistema de justicia, la familia, la escuela) plantea la necesidad de diseñar e implementar políticas públicas y una acción coordinada del estado-sociedad para prevenir o erradicar dichas prácticas, basadas en la equidad de género y los derechos de las mujeres, la educación contra la violencia y el machismo, las experiencias exitosas y la capacidad de resiliencia de las mujeres para superar estas situaciones, etc. Asimismo, el enfoque que plantea las responsabilidades colectivas generalmente define una posición crítica del emisor frente a estos problemas y asume un compromiso institucional.

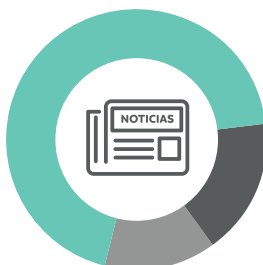
El uso predominante del encuadre que “busca y señala culpables individuales” no permite una real comprensión de la problemática, ya que descontextualiza el problema y presenta el hecho como acciones individuales aisladas. Esto ocurre porque al usar este tipo de encuadres se organiza, selecciona, resalta y/o excluye determinados aspectos de la noticia. Se determina así si el hecho es presentado como un problema individual o si es un problema social que nos compete a todos y todos, lo cual orienta la acción de las personas que lo leen.

En tal sentido, al analizar los encuadres o *frames* relacionados con la responsabilidad individual o colectiva-social de los actores involucrados en el feminicidio, se constata un predominio del encuadre que establece una responsabilidad o culpa individual del actor de la noticia, sea una persona o institución, con un 69.25%. En cambio, el uso del encuadre o *frame* que establece una responsabilidad o culpa social-colectiva alcanza solo el 16.95%. A nivel de la prensa y la televisión no se observan diferencias significativas en este punto.

Gráfico N° 11:
¿Qué tipo de encuadre, marco o frame se utiliza en el tratamiento informativo de la noticia? (sobre la responsabilidad de los actores)


69.25%
INDIVIDUAL

1




16.95%
SOCIAL COLECTIVA

2

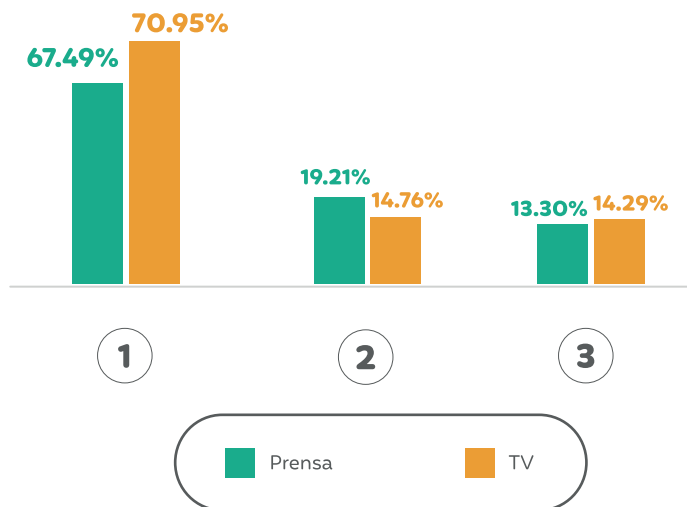


13.80%
No utiliza ningún
frame de los señalados
anteriormente.

3

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Gráfico N° 12:
¿Qué tipo de encuadre, marco o frame se utiliza en el tratamiento informativo de la noticia? (sobre la responsabilidad de los actores)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



DATO RELEVANTE

En el estudio del 2019⁹ el uso de los encuadres o frames que establecían una responsabilidad individual en el feminicidio era de 60.4% y en el monitoreo actual se incrementa a 69.25%.

Por otra parte, los principales actores de la noticia enmarcados o encuadrados con una responsabilidad individual son los agresores/feminicidas con 55.93% de las noticias sobre feminicidio. En menor medida aparecen otros actores como el gobierno nacional con 7.02%. Asimismo, el uso de encuadres o frames que señalan a los agresores/feminicidas como culpables en forma individual es más utilizado por la televisión (63.33%) que por la prensa (48.28%).

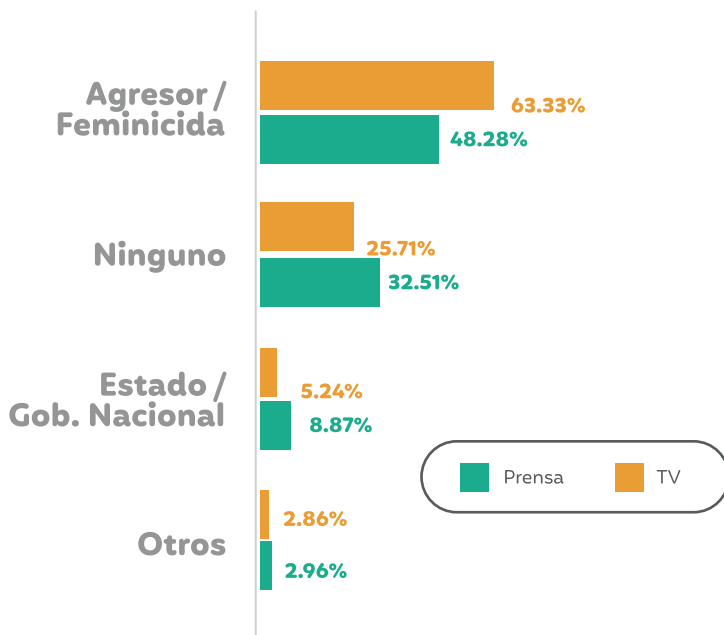
⁹A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2019. Monitoreo realizado en un total de 12 medios de comunicación limeños de cobertura nacional (7 diarios y 5 canales de televisión), en el cual se analizaron 192 noticias.

Tabla N° 6:
¿En los marcos o encuadres que señalan una responsabilidad individual qué actores aparecen como responsables?

	Total
Agresor / Femicida	55.93%
Ninguno	29.06%
Estado / gobierno nacional	7.02%
Otros	2.91%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Gráfico N° 13:
¿En los marcos o encuadres que señalan una responsabilidad individual qué actores aparecen como responsables?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

4.7

PROTAGONISTAS DE LAS NOTICIAS: Hombres y adultos tienen mayor presencia en noticias de feminicidios.

El análisis del perfil o características del actor protagonista de la noticia es importante porque, por un lado, nos permite identificar si en el tratamiento de la noticia se releva o visibiliza a las víctimas de feminicidio, dada la naturaleza del hecho, o si, por el contrario, aparecen otros actores. Asimismo, resulta útil para identificar si en ese proceso se discrimina o excluye a algunos actores centrales de la noticia.

En el caso de las noticias analizadas se comprueba el predominio de actores masculinos (44.7%), generalmente identificados con los agresores/feminicidas y, en menor medida, los actores de género femenino (39.47%, generalmente identificados con las víctimas). Es decir, el mayor protagonismo lo tienen los feminicidas y no las víctimas.

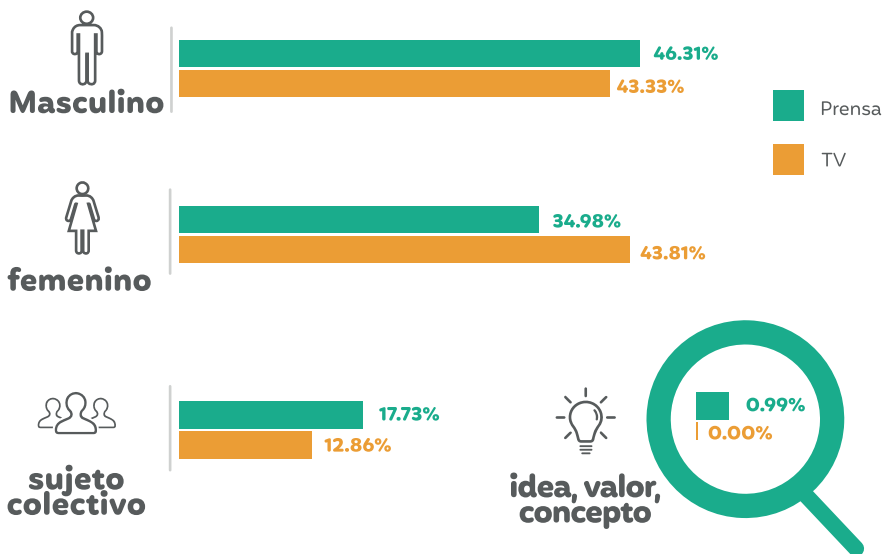
¿Porqué entonces sería deseable un mayor protagonismo de las mujeres víctimas?

Porque el presentar la información destacando como protagonista a la víctima nos permita abordar el enfoque de derecho a una vida libre de violencia, identificar las etapas previas al feminicidio, visibilizar un proyecto de vida trunco, entre otros aspectos. Cuando el feminicida es el protagonista se aborda la perspectiva policial, describiendo lo que hizo y cómo lo hizo, abordando desde el morbo y el sensacionalismo.

Por otro lado, los sujetos colectivos aparecen en un 15.25% de las noticias analizadas.

Se debe remarcar que en la prensa (cuando los protagonistas son las instituciones y organizaciones) hay un mayor predominio de actores del género masculino (46.31%) y que los actores de género femenino son protagonistas en un 34.98% de las noticias.

Gráfico N° 14: ¿Qué identidades de géneros predominan en la noticia?

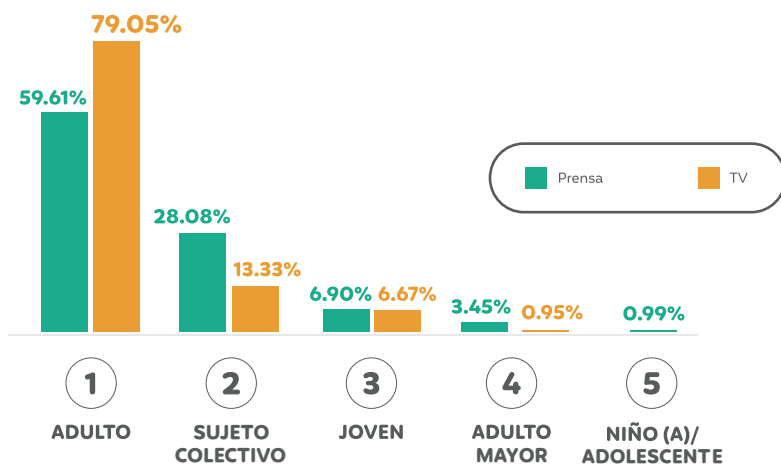


Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Por otro lado, en las noticias también se observa el predominio de las y los adultos como actores protagonistas con un 69.49%, mientras que los sujetos colectivos aparecen en segundo lugar con 20.58%. Por el contrario, las y los jóvenes, así como las y los adultos mayores, niñas, niños y adolescentes tienen una escasa presencia en las noticias. Esto se puede deber a que, en la cobertura y tratamiento de la noticia de feminicidio, se asigna un mayor protagonismo a los feminicidas.

Se debe indicar también que la presencia de las y los adultos es significativamente en el caso de la televisión (79.05%) frente al de la prensa (59.61%).

¿Qué grupos generacionales predominan en la noticia?



DATO RELEVANTE

En el estudio del 2019¹⁰ los actores de género femenino eran protagonistas en la mayoría de las noticias 54.2% y en segundo lugar aparecían los de género masculino (31.3%).

¹⁰A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2019. Monitoreo realizado en un total de 12 medios de comunicación limeños de cobertura nacional (7 diarios y 5 canales de televisión), en el cual se analizaron 192 noticias.

4.8

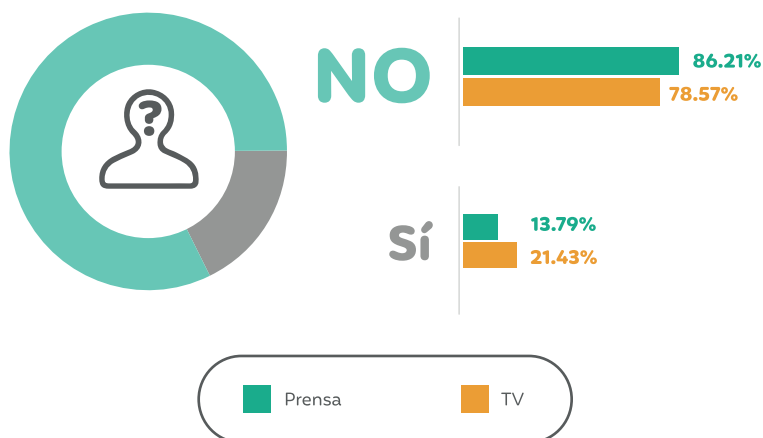
CUMPLIMIENTO DE LA LEY: No se cumple con velar por la integridad de la víctima de feminicidio

Se ha podido comprobar que, en la gran mayoría de noticias (82.32%), los medios de prensa y televisión analizados no cumplen con velar por la integridad y anonimato de la víctima (identificándola solo con iniciales o seudónimos); por el contrario, emplean sus datos verdaderos, lo cual afecta su dignidad y expone a sus familiares, hijos e hijas. Entre los medios analizados (86.21%).

Al respecto, se debe tener en cuenta que la **Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes de grupo familiar**, establece en su artículo 46, sobre las obligaciones generales de los medios de comunicación, que “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”¹¹.

¹¹Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.

Gráfico N° 15:
¿Medios cumplen con velar por integridad y anonimato de la víctima de feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

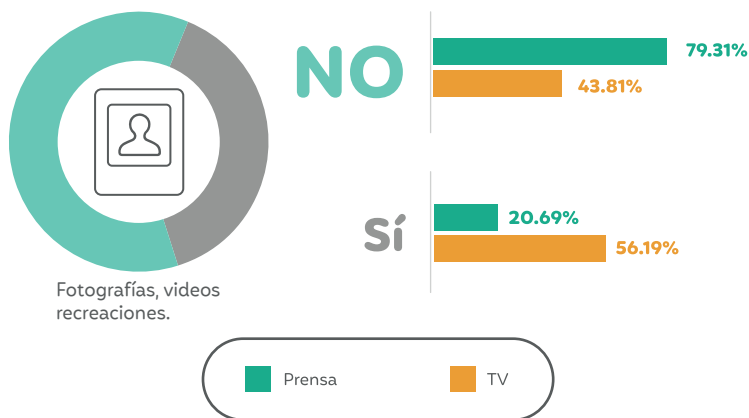
4.9

LA TELEVISIÓN, EL MEDIO QUE MÁS EXPONE a las mujeres víctimas

En la tercera parte de las noticias sobre feminicidio aparecen imágenes (fotografías, videos, recreaciones con nombre, entre otros) de las mujeres víctimas, lo cual afecta la dignidad e intimidad de estas, así como también la de sus familiares, hijas e hijos.

En tal sentido, se observa que el medio que más expone imágenes de las mujeres víctimas de feminicidios es la televisión con un 56.19%.

Gráfico N° 16: ¿La imagen de la víctima aparece en el recurso visual/ audiovisual?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Más aún, al analizar cómo se presenta la imagen de la mujer en estos recursos visuales, se observa que en el 18.89% de las noticias se muestran imágenes del rostro de la víctima (mujer joven, adulta, adulta mayor) sin proteger su identidad y en el 15.25% se presentan contenidos violentos (detalles del cuerpo o cadáver de la víctima, objetos con los que se perpetró el feminicidio o detalles del lugar donde ocurrió).

Esto no solo está legalmente prohibido, sino que es éticamente cuestionable. En el Artículo 125 del reglamento de la **Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar**, sobre las obligaciones de los medios de comunicación en relación con las víctimas se señala explícitamente que:

Los medios de comunicación contribuyen a la formación de una conciencia social sobre la problemática de la violencia contra las mujeres e integrantes del grupo familiar y la enfocan como una violación de los derechos humanos que atentan contra las libertades y derechos fundamentales de las víctimas. Para el tratamiento informativo adecuado, la prensa considera las siguientes pautas:

1

Informan de manera integral sobre la problemática.

2

La información que brindan debe ser veraz, completa, y mostrar las consecuencias para la víctima, su entorno y para la persona denunciada, y destacan que en ningún caso estas conductas tienen justificación.

3

Respetan el derecho de las víctimas a guardar silencio y a salvaguardar su intimidad.

4

Contribuyen a velar por la integridad personal de la víctima y no exponerla a los juicios y/o prejuicios de su comunidad, para ello procura referirse a ellas con iniciales o seudónimos.

5

Acompañan las noticias con la información de las instituciones a las que las víctimas pueden recurrir para buscar apoyo.

6

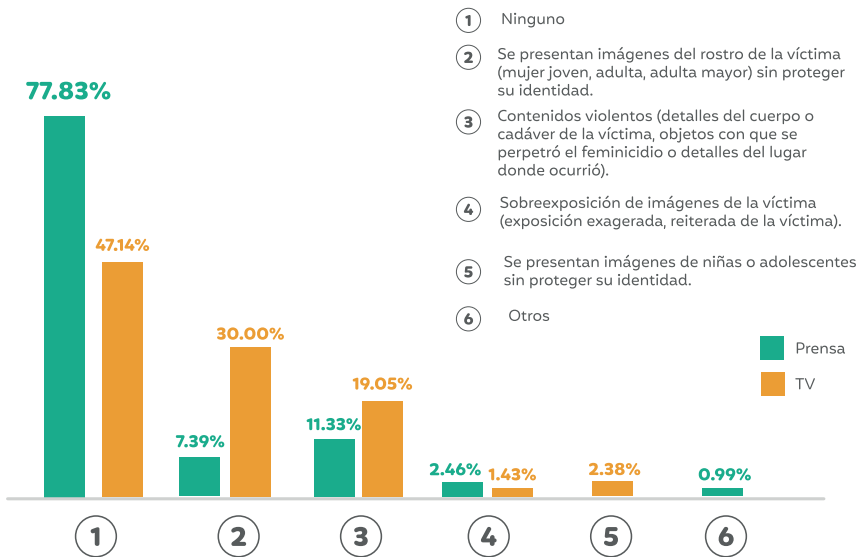
Evitan la revictimización durante la entrevista a la víctima o presentación de la problemática.

7

En función al interés superior del niño, se encuentran impedidos de recabar información directamente, a través de cualquier medio, de las niñas, niños y adolescentes víctimas de violencia¹²

Gráfico N° 17:

¿Cómo se presenta la imagen de la mujer en estos recursos visuales?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

¹² DS 004-2019-MIMP que modifica Reglamento de la Ley 30364 sobre Violencia contra la Mujer (2019).

4.10

UN PASO ADELANTE: Noticias presentaron poco lenguaje sexista.

El lenguaje sexista y discriminatorio contra las mujeres se caracteriza por el uso de palabras o frases ofensivas o peyorativas, por hacer comentarios sobre su aspecto físico, belleza, juventud, usar apodosos o sobrenombres, hacer comentarios u opiniones discriminatorias, resaltar atributos estereotipados de la víctima y el victimario, etc.

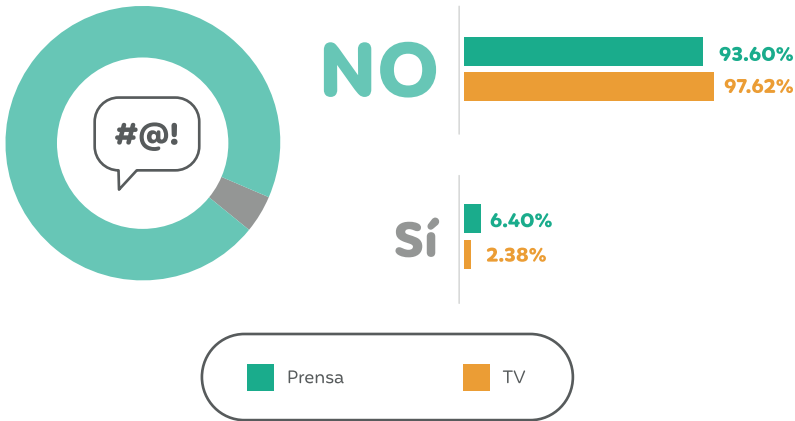
Para la identificación del lenguaje sexista usado en las noticias, se tuvo en cuenta la siguiente tipología¹³ :

<ul style="list-style-type: none">• Se resalta el físico, belleza, edad o forma de vestir de la víctima (bonita, guapa, joven).	<ul style="list-style-type: none">• Se discrimina a la víctima (por su condición de mujer, social, económica, edad, lugar de origen o procedencia, uso de lengua o idioma propio).
<ul style="list-style-type: none">• Se usa sobrenombre o apodo para referirse a la víctima (la tía, la abuela), referirse a la víctima en forma peyorativa o con una intención negativa de desprecio o falta de respeto (no muy agraciada).	<ul style="list-style-type: none">• Se plantea comparación estereotipada entre víctima-victimario (él era un empresario exitoso y ella una ama de casa, él es un político destacado y su esposa se dedicaba a su familia, él era mayor que ella por 20 años).
<ul style="list-style-type: none">• Se sugiere explícita o implícitamente que hubo sexo consentido y no agresión sexual o violación (en los casos de feminicidio precedido de violencia sexual, se sugiere que eran pareja, esposos, enamorados y no se aclara que esto era un delito).	<ul style="list-style-type: none">• Se resalta atributos estereotipados del victimario o la víctima (hombre poderoso, fuerte, agresivo, dominante, inteligente, exitoso, deportista versus mujer débil, dependiente, sumisa, abnegada, insegura, con inestabilidad emocional, frívola, superficial).

¹³Tipología elaborada de manera previa al estudio, en base a un análisis de titulares de noticias sobre violencia contra la mujer y feminicidio..

En ese sentido, un dato interesante que surge de los resultados obtenidos es que en la gran mayoría de noticias no se utiliza un lenguaje sexista o discriminatorio contra las mujeres víctimas de feminicidio (95.64%). Al comparar prensa y televisión vemos que los porcentajes son similares, aun cuando en la televisión esta situación se incrementa ligeramente (97.62%) frente a la prensa (93.60%).

Gráfico N° 18:
¿En la noticia se utiliza un lenguaje sexista y discriminatorio contra las mujeres?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

REPRESENTACIÓN DE VÍCTIMAS DE FEMINICIDIO. La relación con el agresor/feminicida

Indagar sobre las representaciones presentes en el tratamiento de las noticias sobre feminicidio es importante porque nos permite identificar los roles de género asignados a hombres y mujeres.

En el caso particular de este estudio, se puede comprobar que los roles de género en los que más aparecen las mujeres víctimas de feminicidio son aquellos que establecen su relación con el agresor/feminicida, es decir, como esposa, pareja, expareja, enamorada, amiga, colega, vecina, conviviente, amante, pareja ocasional, novia, concubina (37.53%). Otro de los roles de género en los que aparece la mujer se relaciona a las actividades que realizaba la víctima sea como ama de casa, estudiante, profesional, técnica, funcionaria, empleada, empresaria, trabajadora, vendedora u otros (12.59%). En menor medida aparecen otros roles como el social en la familia (madre, hija, nieta, sobrina, tía, abuelita u otros), el asociado a su edad o pertenencia a un grupo etario (niña, adolescente, joven, adulta y adulta mayor, asociado a su nacionalidad (venezolana, colombiana u otros), asociado con actividades estigmatizadas socialmente (bailarina, mesera, prostituta, drogadicta, etc) a su condición social o económica (pobre, de escasos recursos, emprendedora, de clase baja, media o alta) o asociada con delitos y/o actividades ilegales (delincuente, pandillera, traficante, proxeneta), tal como se observa a continuación:

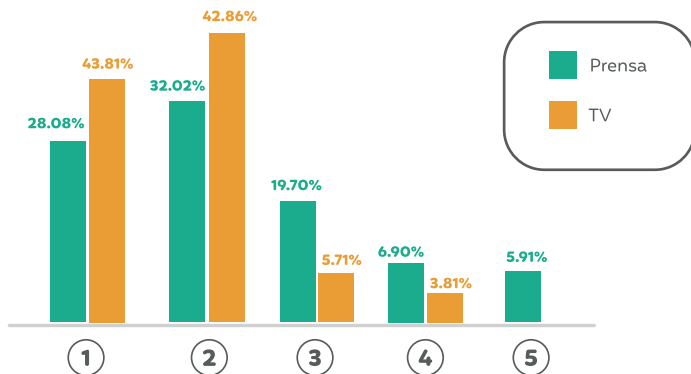
Tabla N° 7:
¿Qué representaciones y roles de la víctima de feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?

	Total
La víctima aparece asociada a su relación con el agresor/feminicida.	37.53%
Ninguno	36.08%
La víctima aparece asociada a las actividades que realiza.	12.59%
La víctima aparece asociada a su rol social en la familia.	5.33%
La víctima aparece asociada por su edad o pertenencia a un grupo etario.	2.94%
La víctima aparece asociada por su nacionalidad.	1.94%
No precisado	1.21%
Asociada con actividades estigmatizadas socialmente.	0.73%
Otros	0.73%
La víctima aparece en su condición social o económica.	0.48%
La víctima aparece asociada con delitos o actividades ilegales.	0.48%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Es importante destacar también los roles de género asignados en cada medio de comunicación; mientras que en la televisión se enfatiza más la relación con el agresor/feminicida (42.86%), en la prensa se suelen asociar los roles con relación a las actividades que realizaba la víctima personalmente y con su familia (6.90%).

Gráfico N° 19:
¿Qué representaciones y roles de la víctima de feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?



- ① Ninguno
- ② La víctima aparece asociada a su relación con el agresor/feminicida.
- ③ La víctima aparece asociada a las actividades que realiza.
- ④ La víctima aparece asociada a su rol social en la familia.
- ⑤ La víctima aparece asociada por su edad o pertenencia a un grupo etario

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



DATO RELEVANTE

En el estudio del 2019¹⁴ la víctima aparecía asociada por su edad o pertenencia a un grupo etario 35.9%, y, por otro lado, asociada por su relación con el agresor 34.9%.

¹⁴A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2019. Monitoreo realizado en un total de 12 medios de comunicación limeños de cobertura nacional (7 diarios y 5 canales de televisión), en el cual se analizaron 192 noticias.

4.12

REPRESENTACIÓN DE AGRESORES Y VICTIMARIOS: aparecen representados en las noticias por su relación con la víctima.

Por otro lado, se evidencia que, en la mayoría de las noticias, el rol del victimario o responsable del feminicidio aparece asociado a su relación con la víctima, sea como esposo, pareja, expareja, enamorado, amigo, colega, vecino, conviviente, amante, pareja ocasional, novio u otros (42.37%).

Otros roles en los que aparece el victimario o responsable del feminicidio están asociados a las actividades que realiza (estudiante, profesional, técnico, funcionario, empleado, empresario, trabajador, vendedor, deportista, artista, político u otros), con delitos o actividades ilegales (delincuente, pandillero, asesino, violador, traficante, proxeneta), con su edad o pertenencia a un grupo etario (adolescente, joven, adulto, adulto mayor, muchacho) o su rol social en la familia (padre, hijo, nieto, sobrino, tío, papá, abuelo u otros).

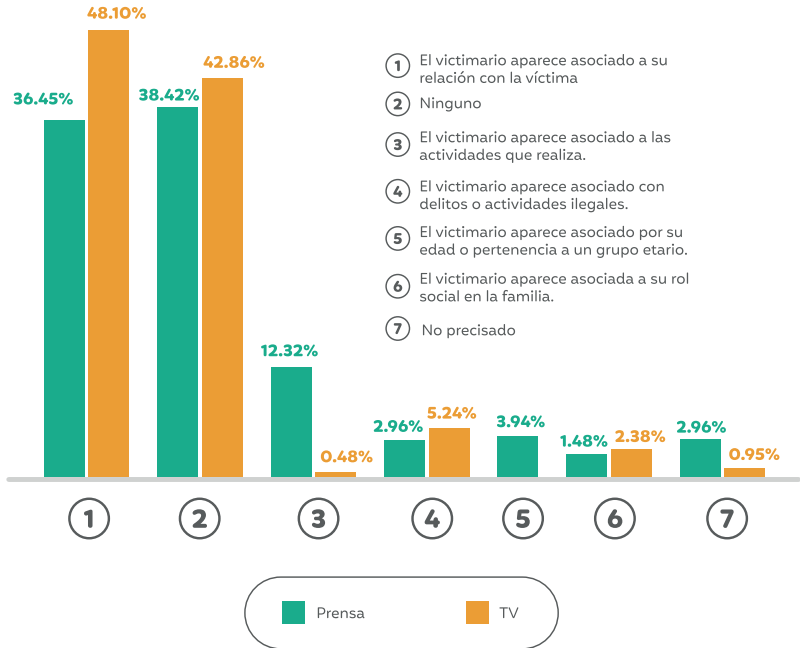
Tabla N° 8:
¿Qué representaciones y roles de la victimario o responsable del feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?

	Total
El victimario aparece asociado a su relación con la víctima	42.37%
Ninguno	40.68%
El victimario aparece asociado a las actividades que realiza.	6.30%
El victimario aparece asociado con delitos o actividades ilegales.	4.12%
El victimario aparece asociado por su edad o pertenencia a un grupo etario.	1.94%
El victimario aparece asociada a su rol social en la familia.	1.94%
No precisado	1.94%
El victimario aparece asociado por su nacionalidad.	0.73%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Se observa también algunas diferencias y similitudes entre televisión y prensa. La televisión enfatiza más el rol del victimario/responsable del feminicidio por su relación con la víctima. La prensa también enfatiza este vínculo (36.45%), así como las actividades que realizaba la víctima (12.32%), tal como se aprecia en el gráfico:

Gráfico N° 20:
¿Qué representaciones y roles de la victimario o responsable del feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO: estrategias discursivas, prejuicios y estereotipos que refuerzan la violencia contra la mujer

Los avances en los estudios del discurso permiten señalar que los discursos se insertan y expresan relaciones de poder que ocurren en diferentes ámbitos de la vida cotidiana (familia, trabajo) y generalmente se asocian con determinadas creencias, estereotipos y/o prejuicios de las personas. De allí la importancia de analizar las estrategias discursivas utilizadas por las y los periodistas en las noticias de feminicidio.

Para la identificación de las estrategias discursivas, prejuicios o estereotipos usados en las noticias, se tuvo en cuenta la siguiente tipología¹⁵:



- **Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que justifican el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida:** ej. se encontraba bajos los efectos del alcohol o las drogas; es loco, desequilibrado o emocionalmente inestable; fue un crimen pasional (la mató por amor o por celos, porque le pidió el divorcio o la separación), porque no le quiso dar plata; fue un homicidio emocional (por emoción violenta); el feminicida tuvo una infancia violenta o fue violentado sexualmente de niño; etc.



- **Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que justifican el feminicidio desde el punto de vista de la víctima:** ej. ella lo provocaba; tenía un comportamiento transgresor, impropio, inadecuado, imprudente o de riesgo; infidelidad; forma de vestir o arreglarse (uso de minifalda, escotes, llama la atención, se pone en un escaparate); actividades sociales que realizaba la víctima (fue a una reunión o fiesta, estaba a horas

¹⁵Tipología elaborada de manera previa al estudio, en base a un análisis de titulares de noticias sobre violencia contra la mujer y feminicidio, y validada en los diferentes monitores de medio con enfoque de género realizadas por Calandria.

inadecuadas en la calle, toma o bebe con amigas o amigos); la mujer aparece como propiedad del hombre; la mujer es asociada a la promiscuidad sexual (tenía varios enamorados, varias parejas sexuales); etc.



• **Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que desvalorizan a la mujer:** ej. se despersonaliza a la víctima; se les considera como sujetos anónimos y no como sujetos de derechos (aparece cuerpo de mujer, encuentran cadáver de mujer, encuentran mujer asesinada, hallan mujer asesinada en hostal); no se destaca, su rol e importancia en la sociedad, sus capacidades, aportes, sueños y expectativas; el feminicidio es tratado en forma general, superficial, breve; se les presenta como personas dependientes, de baja autoestima; etc.



• **Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que relativizan la violencia contra la mujer:** ej. se presenta el hecho como una cuestión privada, domestica, conyugal, de familia o de pareja; se recurre a expresiones como discusión doméstica, pelea de pareja o violencia conyugal; se utiliza como fuentes directas a familiares de la víctima y vecinos para reforzar esta idea; se trivializa el tema (se le da poca relevancia al feminicidio en el tratamiento de la noticia); se presenta el feminicidio como un confuso incidente o un hecho poco claro; uso de sarcasmo, humor negro o lenguaje coloquial (jerga, sobrenombres, apodos a las víctimas o victimarios); se describen detalles irrelevantes o morbosos que desvían la atención del eje principal de la noticia; etc.



• **Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer:** ej. víctima aparece como un dato o una estadística más (un caso más, otro caso de feminicidio, el feminicidio número 40); se presenta como un hecho recurrente, repetitivo; se presentan como casos aislados o sin conexión (hechos realizados por individuos aislados, se busca culpables, pero, no se reflexiona

sobre las responsabilidades del estado y la sociedad y la necesidad de políticas públicas); se invisibiliza el contexto situacional que desencadena el feminicidio; no se explican causas ni consecuencias (no se aborda las relaciones de poder desiguales y de subordinación de la mujer respecto al hombre y la cultura machista; en el tratamiento del tema se omite las implicancias del feminicidio para los familiares de las víctimas, las y los huérfanos de madre); etc.

A partir de los resultados del estudio se establece que en 4 de cada 10 noticias sobre feminicidio se utiliza alguna estrategia discursiva, prejuicio y/o estereotipo que refuerza la violencia contra la mujer. Entre ellas se pueden identificar las estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer (14.29%) y, en menor medida, las que relativizan la violencia contra la mujer (8.47%), las que justifican el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida (7.51%), las que desvalorizan a la mujer (4.60%) y las que justifican el feminicidio desde el punto de vista de la víctima (1.21%), tal como se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla N° 9:
¿Qué representaciones y roles del victimario o responsable del feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?

	Total	Prensa	Tv
Ninguno	62.95%	48.77%	76.67%
Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer.	14.29%	26.60%	2.38%
Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que relativizan la violencia contra la mujer.	8.47%	7.39%	9.52%
Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que justifican el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida.	7.51%	8.87%	6.19%
Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que desvalorizan a la mujer.	4.60%	4.43%	4.76%
Estrategias discursivas, prejuicios y/o estereotipos que justifican el feminicidio desde el punto de vista de la víctima	1.21%	2.46%	0.00%
Otros	0.97%	1.48%	0.48%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Si bien la televisión y la prensa tienen similares porcentajes en el uso de varias de estas estrategias discursivas, llama la atención la diferencia significativa en el uso de las estrategias discursivas que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer: 2.38% en el caso de la televisión y 26.60% en el caso de la prensa.

Se debe señalar también que al analizar las estrategias discursivas a lo largo de los seis meses del estudio se encontró que algunas estrategias se incrementan significativamente. Es así como el empleo de estrategias que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer aumentó en enero, febrero y marzo. Y aquellas estrategias que justifican el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida se incrementaron en febrero, marzo y abril. Lo que llama la atención es que en todos estos casos, el porcentaje de noticias que utilizaban estas estrategias discursivas disminuyó significativamente en el mes de junio, mes en que se realizó la segunda vuelta electoral (6 de junio), a pesar que las noticias sobre feminicidio aumentaron.

Gráfico N° 21: ¿Qué representaciones y roles de la victimario o responsable del feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?

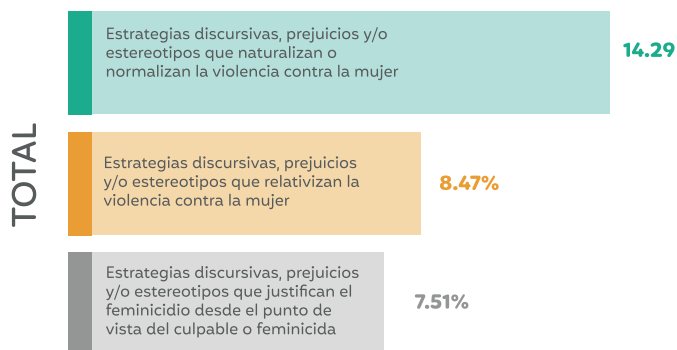


Gráfico N° 22: ¿Qué representaciones y roles de la victimario o responsable del feminicidio aparecen en el tratamiento de la noticia?

Estrategias discursivas

Prejuicios y/o estereotipos que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



DATO RELEVANTE

En el 2019¹⁶ predominaban dos tipos de estrategias discursivas que bajan este 2021.

- Las que naturalizaban o normalizaban la violencia contra la mujer 19.8%, baja a 14.29% el 2021.
- Las que justificaban el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida 12.5% baja a 7.51%.

¹⁶A.C.S. Calandria. Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2019. Monitoreo realizado en un total de 12 medios de comunicación limeños de cobertura nacional (7 diarios y 5 canales de televisión), en el cual se analizaron 192 noticias.



5

ANÁLISIS DE RESULTADOS DESDE LA ÉTICA Y CALIDAD PERIODÍSTICA

5.1

COBERTURA INFORMATIVA DEL FEMINICIDIO: Nuevos liderazgos en televisión y prensa

En la cobertura informativa del feminicidio se puede observar hasta tres tendencias distintas: 1) aquellos medios de comunicación que le dan alta prioridad a la cobertura de estos casos (América Televisión, Latina y Diario Correo), 2) aquellos medios que le dan una prioridad intermedia (Panamericana Televisión, Diario Perú 21, Diario Expreso, Diario Ojo) y 3) aquellos medios que dan una baja prioridad al feminicidio en sus noticias (ATV, TV Perú, Diario La República, Diario El Trome y Diario El Comercio).

Se debe indicar también que el porcentaje de noticias analizadas en televisión es similar al de la prensa, por lo que eso no influye en la cobertura de los medios, tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla N° 10:
¿Cuáles son los medios analizados que abordaron las noticias sobre feminicidio?

		%	%
Televisión	América Televisión (Canal 4)	20.82%	50.85%
	Frecuencia Latina (Canal 2)	14.04%	
	Panamericana (Canal 5)	7.51%	
	ATV (Canal 9)	5.08%	
	TV Perú (Canal 7)	3.39%	
Prensa	Diario Correo	15.01%	49.15%
	Diario Perú 21	7.99%	
	Diario Expreso	6.78%	
	Diario Ojo	6.78%	
	Diario La República	5.81%	
	Diario El Trome	4.12%	
	Diario El Comercio	2.66%	

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Cabe resaltar que el 2019 eran Frecuencia Latina y diario La República los medios que lideraban la cobertura televisiva y de prensa, respectivamente, para este año, América Televisión y el diario El Correo se han posicionado como los medios líderes en el país.

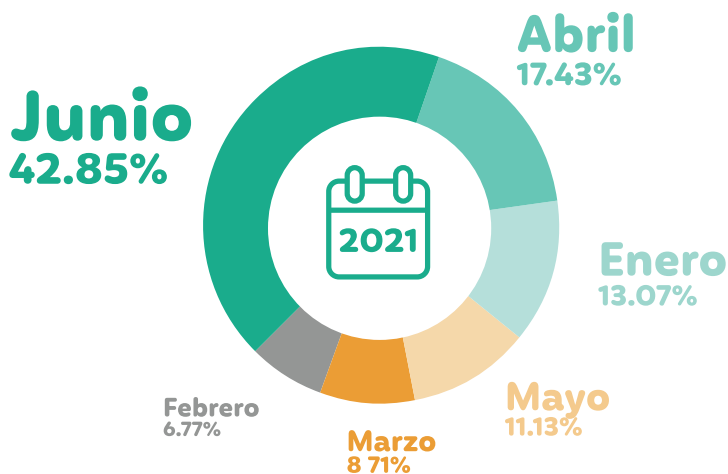
5.2

Producción informativa sobre feminicidio durante la COYUNTURA ELECTORAL

De los resultados en este estudio se observa que la coyuntura electoral influye en la mayor o menor difusión del feminicidio en los medios. Es así como en los dos meses clave para el proceso electoral, abril (Primera vuelta) y junio (Segunda vuelta) se incrementa de manera significativa el porcentaje de noticias sobre feminicidio.

Más aún, se pudo observar que la gran mayoría de noticias sobre feminicidio se difundieron en junio del 2021. En concreto, 4 de cada 10 noticias analizadas se concentraron en el mes de junio, lo que llama la atención. Esto posiblemente se deba a la coyuntura electoral y las declaraciones polémicas que ofreció sobre el feminicidio el candidato Castillo durante su campaña electoral en Puno (31 de mayo del 2021) “el feminicidio es producto de la ociosidad que genera el mismo Estado”, lo que generó una amplia discusión y crítica acerca del tratamiento político del feminicidio en el país. Esto se puede observar en el siguiente cuadro:

Gráfico N° 23:
¿Cuánta producción informativa sobre feminicidio existió?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.3

ALCANCE DE LA NOTICIA: El centralismo limeño

Indagar en torno al lugar donde ocurre y se produce la noticia de feminicidio es un aspecto clave en la investigación. En primer lugar, porque se trata de alguna manera de medios de comunicación que se supone son “medios de cobertura nacional”. Lo cierto es que esa idea de “medios nacionales” entra en cuestión al analizar su oferta informativa sobre este tema, ya que una cosa es que tengan la capacidad de ser difundidos a nivel nacional y otra muy distinta su capacidad de cobertura, de llegada y recojo de la información a nivel nacional. Incluso aquellos medios que tienen equipos o corresponsales en regiones, en la mayoría de los casos, solo transmiten noticias que ocurren en las ciudades capitales de las regiones y muy pocas desde las diferentes

provincias de cada una de ellas. De allí que esa percepción de que los “medios nacionales” son en realidad “medios limeños” se acentúa con cada investigación que analiza la procedencia de su información.

Esto es importante porque transmitir solo lo que pasa en las ciudades y capitales de regiones es también difundir una “visión urbana del mundo”, la cual contribuye a invisibilizar a las poblaciones y actores rurales, poblaciones que en muchas regiones son significativas. Por ejemplo, de acuerdo con el Censo 2017, hay varias regiones con un alto porcentaje de población rural como lo son Huancavelica (70.4%), Cajamarca (65.5%), Amazonas (59.4%), Apurímac (55.1%), Huánuco (48.9%), Puno (47.2%), Ayacucho (42.9%), Cusco (40.3%), etc¹⁷. De esta manera, la visión urbana del mundo que se trasmite desde los “medios nacionales” no corresponde a la realidad del país.

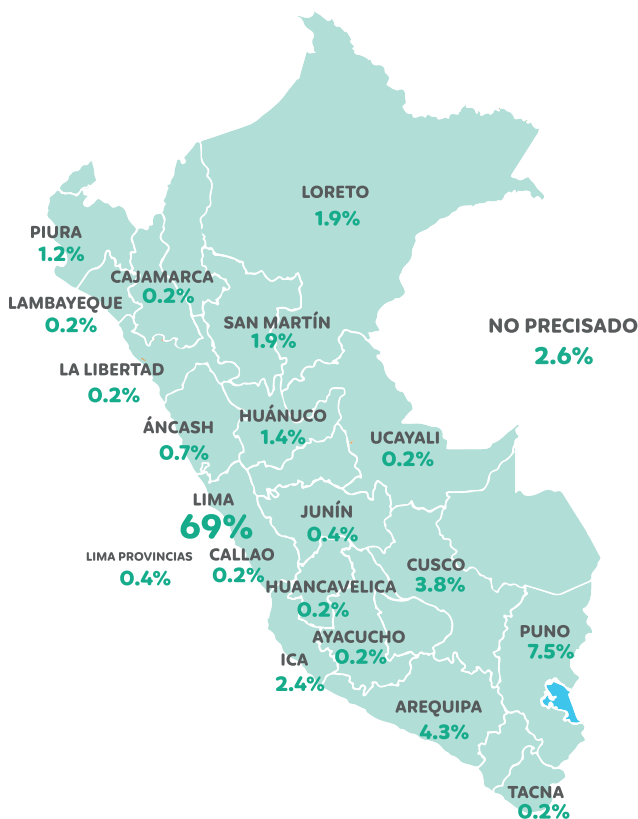
Esto “se contrasta” también con los avances en las tecnologías de información y comunicación en las últimas décadas. En los años 70 y 80 era difícil comunicarse, ya que no existían los avances de hoy. Básicamente, la comunicación era por telefonía fija y por correo postal, y las transmisiones vía satélite eran costosas. Hoy, entrando a la tercera década del siglo XXI, tenemos internet, redes sociales, televisión por cable, plataformas digitales televisivas, telefonía celular, etc. Es decir, diversidad de formas para transmitir desde las regiones es mayor y sus costos se abaratan cada año. La pregunta entonces es: ¿por qué no se hace? ¿Es por un criterio económico y de rentabilidad?

En este aspecto, los resultados del monitoreo constatan que las noticias sobre feminicidio que los medios deciden informar se encuentran en Lima Metropolitana (69.01%). También se da cobertura a algunas regiones como Puno (7.51%), Arequipa (4.36%), Cusco (3.87%). Sin embargo, en las demás regiones del país la problemática del feminicidio está invisibilizada.

¹⁷INEI. Perú: Crecimiento y distribución de la población total, 2017. Población censada más población omitida. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas. Lima, diciembre 2018.

Cabe resaltar que la televisión tiene un mayor porcentaje de noticias que la prensa en algunas regiones como Puno (9.05%), Arequipa (5.71%), Cusco (5.24%), lo cual sigue siendo poco significativo, tal como se observa a continuación:

Gráfico N° 24:
¿Cuál es el alcance de las noticias sobre feminicidio?



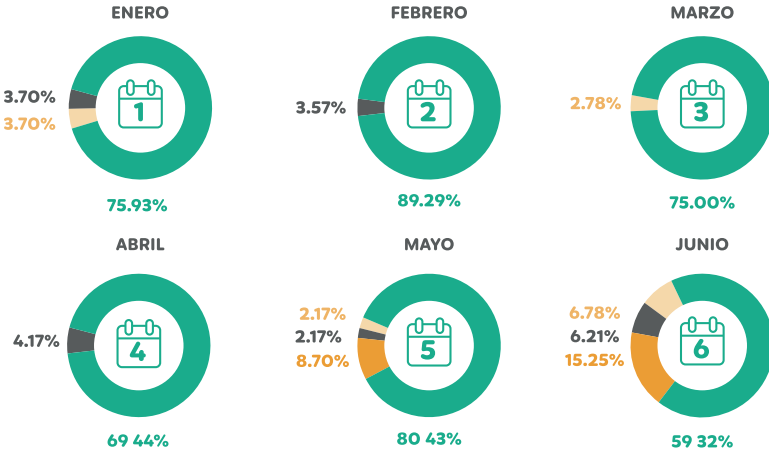
Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Al respecto, se debe indicar que, al momento de analizar y comparar la producción de noticias por meses, se observa un incremento significativo en las noticias generadas en Puno, pero también en otras regiones del sur andino, como Arequipa y Cusco. El hecho de que la producción de noticias en Puno prácticamente se haya duplicado en el mes de junio y en regiones cercanas puede tener relación directa con el contexto electoral y las polémicas declaraciones del candidato Castillo durante su campaña electoral en Puno. Como se observa, esto no afectó la producción informativa en Lima durante ese mes, pese a que concentra la mayor cantidad de noticias producidas a nivel nacional.

Gráfico N° 25:
¿Dónde se producen las noticias?



Gráfico N° 26:
¿Dónde se producen las noticias? (Por mes)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.4

ACTORES PROTAGONISTAS EN LAS NOTICIAS

Un aspecto importante para analizar en las noticias sobre feminicidio son los “actores protagonistas o principales” que aparecen en cada noticia. Esto permite identificar no solo a qué actores les dan mayor relevancia los medios en el tratamiento de la noticia, sino también a quienes se invisibiliza y/o discrimina.

Es importante subrayar que el actor protagónico o principal de la noticia no necesariamente es la “fuente de la información” de la noticia, sino que es quien obtiene mayor relevancia en el desarrollo de la noticia. Junto al actor protagónico o protagonista aparecen otros actores referidos o secundarios en la misma noticia, por lo que es importante diferenciar unos de otros.

En los resultados del presente estudio se observa que el mayor porcentaje de noticias se concentra en dos grandes grupos: 1) Población con 58% del total de noticias y 2) partidos políticos con 21.60%.

Se detecta también el predominio de dos actores protagónicos en las noticias sobre feminicidio: por un lado, los feminicidas (22.33%) y, por otro lado, las y los candidatos (20.15%). En menor medida aparecen las mujeres víctimas (15.05%), las y los especialistas de algún tema asociado (8.01%) y familiares de la víctima como madres y padres, abuelas/os, hermanas/os, tías/os (5.34%).

Es interesante constatar que la presencia de los distintos ministerios y/o sectores públicos es limitada: 1) Ministerio del Interior y Policía (5.82%), Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (4.61%), Defensoría del Pueblo (3.64%). Otras instituciones públicas están prácticamente invisibilizadas.

Es importante destacar que la televisión es el medio que da mayor protagonismo a las y los candidatos (30%) frente a la prensa (10%). Por otro lado, la prensa da mayor relevancia a los feminicidas (26%) en comparación que la televisión (19%).

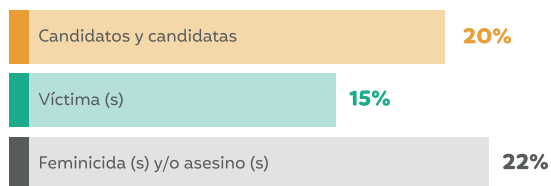
Tabla N° 11:
¿Qué actor(a) es visibilizado(a) en la noticia sobre feminicidio? (actor protagónico o principal).

	Total	Prensa	Tv
Población (ciudadanía, víctimas, feminicidas, familiares, especialistas)	58%	65%	52%
Partidos políticos	21.60%	14%	30%
Actores del poder ejecutivo (presidencia, PCM, ministerios)	6.55%	5%	8%
Instituciones autónomas	3.88%	6%	1%
Instituciones del orden, seguridad pública y defensa nacional (policía, ejército)	3.88%	4%	6%
Actores del poder legislativo (congreso)	1.46%	2%	0%
Empresas privadas y públicas	1.70%	0%	0%
Actores del poder judicial	0.97%	2%	0%
Instituciones de la sociedad civil (ong, universidades, iglesias)	1.21%	1%	1%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

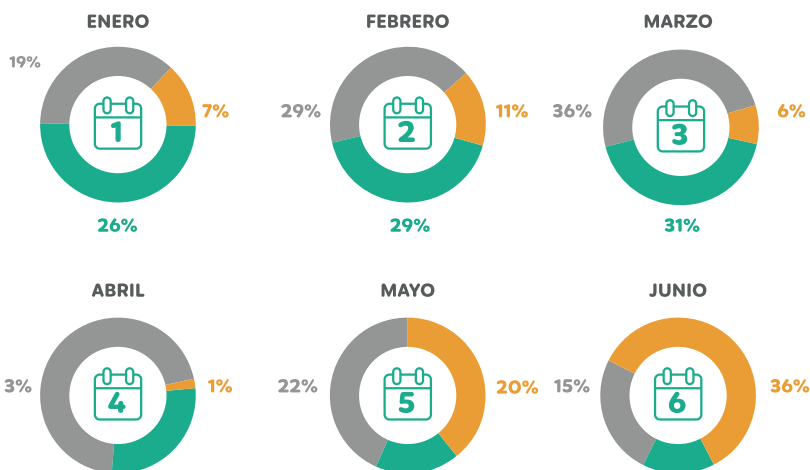
Al observar la presencia de los actores protagónicos durante los 6 meses del estudio, se vio que la presencia de las y los candidatos se incrementó significativamente en el mes de junio. Es decir, ocurrió en los días posteriores a los que el candidato Castillo hizo declaraciones polémicas sobre el feminicidio durante su campaña en regiones. Se puede observar que este incremento solo ocurre entre las y los candidatos, pero no entre otros actores. Como se puede ver en el siguiente gráfico, ni los feminicidas ni las víctimas incrementaron su presencia como actores protagonistas en ese mismo mes, sino que, por el contrario, disminuyeron su visibilidad.

Gráfico N° 27:
¿Qué actor(a) es visibilizado(a) en la noticia sobre feminicidio? (actor protagónico o principal).



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Gráfico N° 28:
¿Qué actor(a) es visibilizado(a) en la noticia sobre feminicidio? (actor protagónico o principal). (Por mes)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.5

Actores referidos: la población

Es importante también analizar quienes son los “actores referidos” en las noticias, es decir, los actores que son mencionados o aparecen en “un segundo plano” (y que no son los protagonistas o principales).

Se observa que el mayor porcentaje de noticias se concentra en el grupo de la Población con 84.26%. Es decir, en 8 de cada 10 noticias sobre feminicidio, el actor referido pertenece al grupo de la Población, lo que plantea un sesgo en la construcción de la noticia, ya que no aparecen como protagonistas, sino en un segundo plano.

Tabla N° 12:
¿A qué otro actor(a) se refiere en las noticias?
Actor(a) que es mencionado, pero no es protagónico

	Total	Prensa	Tv
Actores del poder ejecutivo (presidencia, PCM, ministerios)	1.69%	2.96%	0.48%
Actores del poder legislativo (congreso)	0.48%	0.99%	0.00%
Actores del poder judicial	0.73%	1.48%	0.00%
Partidos políticos	9.93%	7.88%	11.90%
Instituciones autónomas	0.24%	0.49%	0.00%
Instituciones de la sociedad civil (ongs, universidades, iglesias)	0.48%	0.49%	0.48%
Instituciones del orden, seguridad pública y defensa nacional (policía, ejército)	0.48%	0.99%	0.00%
Empresas privadas y públicas	1.69%	0.99%	2.38%
Población (ciudadanía, víctimas, feminicidas, familiares, especialistas)	84.26%	83.74%	84.76%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

De manera específica, los “actores referidos” que más aparecen en las noticias son precisamente las mujeres víctimas (34.62%), seguidas de los feminicidas (27.36%) y de las y los candidatos (9.69%). Es decir, el orden de prioridad se invierte (si lo comparamos con los resultados de los actores protagonistas de la noticia).

Se observa también que, en el caso de los actores referidos, la prensa les da mayor peso a las víctimas (46.31%) que la televisión (23.33%). Asimismo, la televisión les da mayor presencia a los feminicidas como actor referido (44.29%) frente a la prensa (9.85%), lo que llama la atención por la diferencia entre ambos. Esto refuerza la idea anterior de que la prensa y la televisión tienen tratamientos informativos diferenciados con relación al feminicidio.

Tabla N° 13:
¿Quiénes son los actores referidos de las noticias?

	Total	Prensa	TV
	84.26%	83.74%	84.76%
Víctima(s)	34.62%	46.31%	23.33%
Feminicida(s) y/o asesino(s)	27.36%	9.85%	44.29%
Ciudadanos y ciudadanas	5.81%	7.88%	3.81%
Hijos o hijas de las víctimas.	0.48%	0.99%	0.00%
Otros familiares de la víctima (padres y madres, abuelos/as, hermanos/as, tíos/as u otros).	1.69%	2.46%	0.95%
Delincuentes y/o sospechosos	3.63%	3.45%	3.81%
Especialistas de algún tema (legislativo, salud, educación, etc.)	0.24%	0.00%	0.48%
Deportistas, artistas	2.18%	1.97%	2.38%
Ex- Autoridades y Ex-funcionarios públicos	0.48%	0.99%	0.00%
Otros	1.21%	0.49%	1.90%

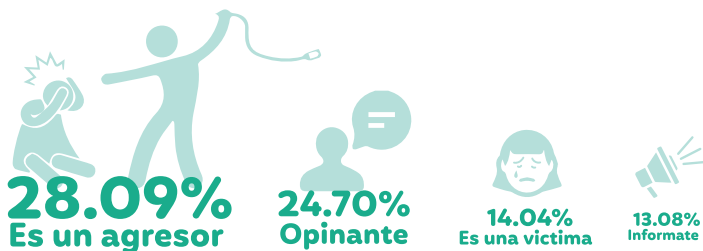
Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.6

Roles predominantes: Victimario y opinante

En relación con el rol que tiene el actor principal o protagonista en la noticia, los que más aparecen son los roles del agresor/victimario (28.09%) y de las personas que opinan sobre el hecho (24.70). Mientras que los roles de las víctimas (14.04%) y de las personas que informan (13.08%) aparecen en un segundo nivel.

Gráfico N° 29:
¿Qué rol cumple el actor principal?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Se debe señalar que, al analizar el rol de los actores protagónicos de la noticia durante los seis meses del estudio, los roles de agresor/victimario y víctima se mantuvieron hasta el mes de mayo, pero en junio disminuyeron significativamente. Por el contrario, en el mes de junio el rol de opinante prácticamente se duplicó en las noticias, tal como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 30:

¿Cuál es el rol que tiene el actor principal o protagonista en la noticia?

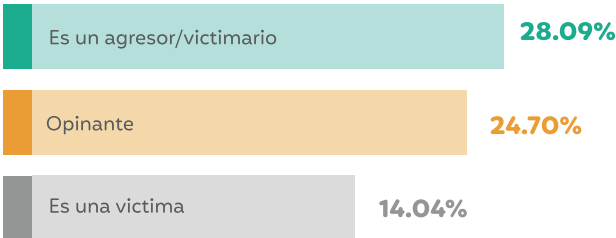
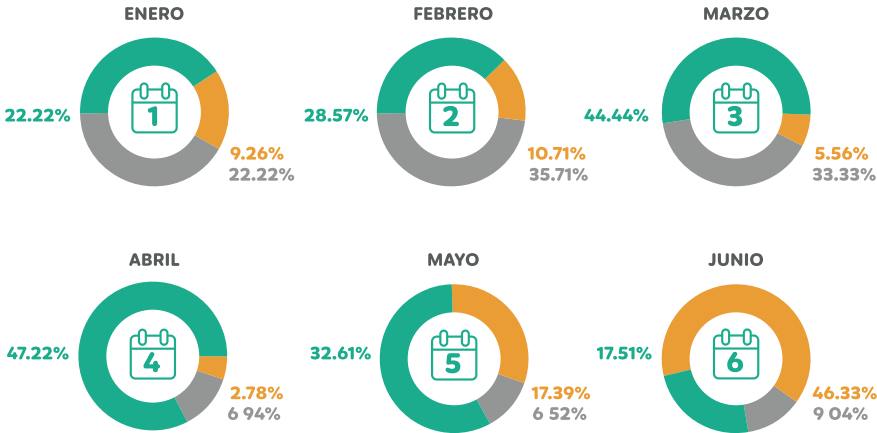


Gráfico N° 31:

¿Cuál es el rol que tiene el actor principal o protagonista en la noticia? (Por mes)

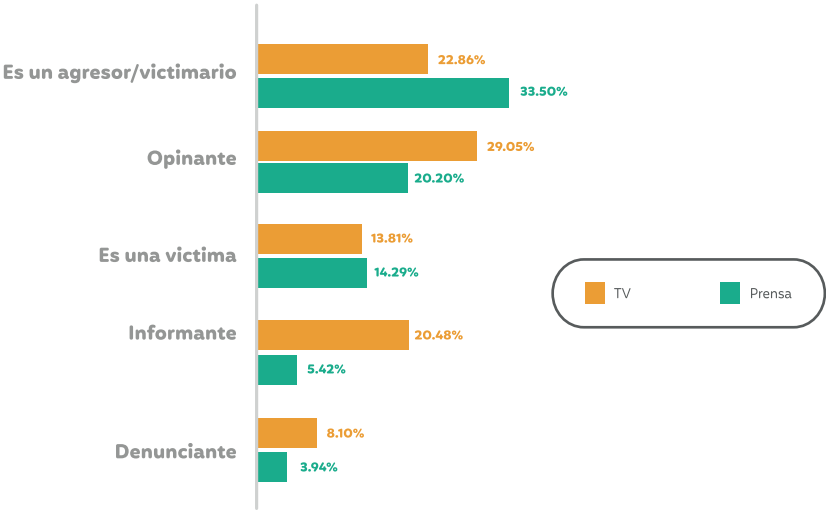


Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

También es importante destacar que, a nivel de los medios, la prensa representa en mayor medida el rol del agresor/victimario en las noticias de feminicidio (33.50%) en comparación con la televisión (22.86%). Asimismo, los roles del opinante (29.05%) e informante (20.48%) son representados en una mayor cantidad de noticias de la televisión que de la prensa (20.20% y 5.42% respectivamente). De otro lado, la televisión representa más el rol del denunciante (8.10%) que la prensa (3.94%), aunque los porcentajes son poco significativos.

Gráfico N° 32:

¿Cuál es el rol que tiene el actor principal o protagonista en la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.7

El tratamiento informativo SIN PROFUNDIDAD NI ANÁLISIS

La forma como se enfoca y trabaja la noticia, así como el uso de determinados formatos periodísticos, determinan si esta solo se reduce a una simple descripción de hechos o acciones o a una información donde se analiza e interpreta el hecho. Esto es fundamental en la discusión acerca de la “calidad informativa”. ¿Cuál es la diferencia entre una forma u otra de tratamiento? Que generalmente las informaciones tratadas en forma descriptiva oscilan entre la brevedad y la superficialidad, y muchas veces esta información no tiene una utilidad práctica para la vida cotidiana de sus públicos.

En cambio, las noticias que son tratadas con mayor análisis e interpretación de los hechos apuntan a que el público consumidor del medio tenga mayores y mejores elementos para formarse un juicio u opinión propia al respecto. Por ejemplo, se contextualiza de mejor manera los hechos (causas, consecuencias), se apela a diferentes fuentes informativas y también de opinión (pluralidad), se dan orientaciones y recomendaciones (a donde ir,

Gráfico N° 33:

¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia?



84.99%
Sólo se describe el hecho

simple descripción de acciones



15.01%
Analiza e interpreta el hecho

(analiza las causas, razones, efecto, consecuencias del hecho noticioso)

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

que hacer en los casos de violencia o feminicidio), se establecen proyecciones y tendencias de esta problemática (uso de datos, estadísticas). Es decir, información más completa y que resulta útil para los públicos al momento de establecer una posición y orientar sus decisiones cotidianas. En esa línea, se constata que la gran mayoría de noticias sobre feminicidio solo describe el hecho (84.99%), mientras que el análisis e interpretación de los hechos es escaso (15.01%). Esta situación es mayor en el caso de la prensa (87.19%) frente a la televisión (82.86%).

Gráfico N° 34:

¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia en la prensa?



PRENSA

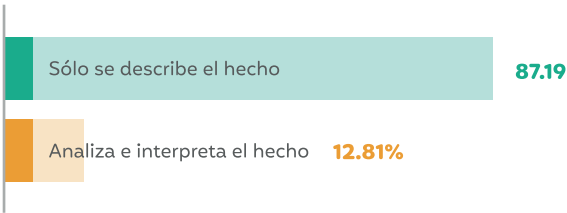
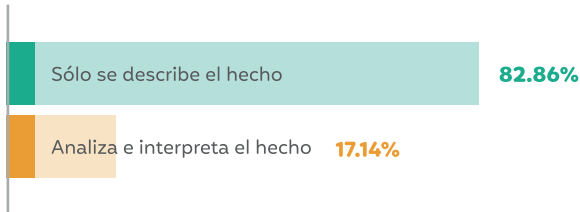


Gráfico N° 35:

¿En qué nivel de tratamiento periodístico es presentada la noticia en la TV?



TV



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

FUENTES INFORMATIVAS: familiares o amigos de la víctima

En el periodismo se prioriza la veracidad de la noticia y para ello aplica una serie de principios y técnicas que le permiten aproximarse a ella (verificación y contraste, confiabilidad de fuentes).

Las fuentes no son solo “simples recursos” para el periodismo, sino que la labor del periodista está condicionada por el tipo de fuentes que utiliza. La calidad de la información depende del tipo de fuente que se utilizan. Es así como se pueden identificar diversos tipos de fuentes: primarias y secundarias, confidencial y anónima, exclusivas y compartidas, orales y documentales, información fuera de registro, oficiales y no oficiales, etc.

El uso de varias fuentes informativas tiene sus ventajas: permite cruzar y verificar la información, ser más precisos y tener una información más completa. El problema es que muchas veces, las y los periodistas solo utilizan una sola fuente, lo cual influye en la calidad de la información que se proporciona a la ciudadanía. Esto “no sería problema si tal fuera de interés público y, sobre todo, si contaran además con otras fuentes para verificar y completar sus noticias. La noticia de una sola fuente no logra llegar al meollo de la cuestión o no alcanza a completar la historia, sino que pasan por alto puntos de vista alternativos y perspectivas relevantes para los lectores (O’Neill, O’Connor 2008: 492 citado en Rodríguez Rey, Ana. 2015)¹⁸”.

Con relación al uso de “fuentes informativas”, hay que diferenciarlas del “actor de la noticia”. El actor es el agente o el sujeto de los sucesos o hechos de la noticia, mientras que la fuente es la que provee información sobre la noticia. En algunos casos, el actor puede ser la fuente informativa, pero en otros casos la fuente informativa puede ser citada por el actor de la noticia.

¹⁸Rodríguez Rey, Ana; Enguix Gonzáles, Alicia; Rojas Torrijos, José Luis; García Gordillo, María del Mar. La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 21, Núm. Especial. Universidad Complutense. Madrid. Noviembre (2015).

Las fuentes informativas aparecen atribuidas a un tercero (un sujeto, institución). La fuente informativa siempre es externa al medio de comunicación (los periodistas, reporteros o conductores no son fuente de la noticia). En tal sentido, la fuente informativa siempre es citada por el medio de comunicación, no por otra “fuente informativa”.

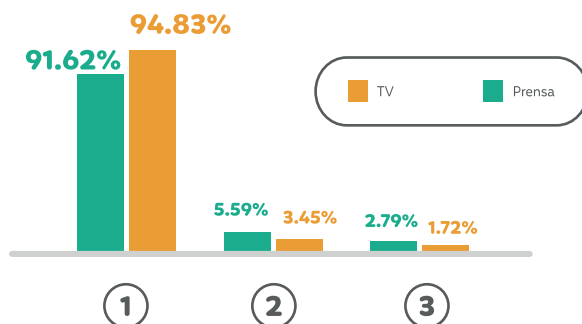
Para efectos del presente estudio, diferenciamos tres tipos de fuentes: 1) fuentes atribuidas/atribución directa (se identifica el nombre la persona o institución), 2) fuentes reservadas/atribución reservada (menciona datos parciales o generales de la fuente, de donde viene o de que sector es la fuente, son las llamadas fuentes confidenciales o consultadas) y 3) fuentes anónimas/no atribuido (no se identifica la fuente).

En tal sentido, se verifica que en la gran mayoría de los casos se identifican las fuentes atribuidas (personas o instituciones), siendo los porcentajes en la televisión (94.83%) y la prensa (91.62%) similares.

Gráfico N° 36:
¿Se identifican a las fuentes informativas?



Gráfico N° 37:
¿Se identifican las fuentes informativas?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Por otra parte, si bien se constata que la principal fuente informativa de los casos de feminicidio son los familiares o amigos de la víctima (15.50%), aparecen otras fuentes en menor medida como es el caso del Ministerio del Interior/Policia (13.32%), algún documento que puede ser un informe, ley, norma, estudio, sondeo de opinión, investigación (10.41%). El Ministerio de la Mujer aparece como fuente solo en un 8.47% de los casos, tal como se observa en el cuadro:

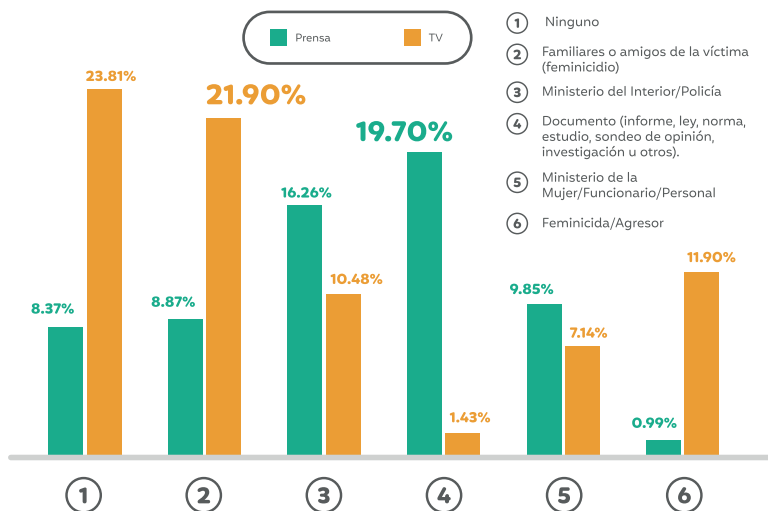
Tabla N° 14:
¿Cuál es la fuente informativa principal de la noticia?

	Total
Ninguno	16.22%
Familiares o amigos de la víctima (feminicidio)	15.50%
Ministerio del Interior/Policía	13.32%
Documento (informe, ley, norma, estudio, sondeo de opinión, investigación u otros).	10.41%
Ministerio de la Mujer/Funcionario/Personal	8.47%
Feminicida/Agresor	6.54%
Otros	6.30%
Otra autoridad o funcionario público	5.08%
Especialista en el tema	4.36%
Testigo del hecho	3.63%
Ministerio Público/Fiscal	3.15%
Sobreviviente	2.66%
Poder Judicial/Juez/a	2.66%
No precisado	1.69%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

También es importante observar las diferencias entre televisión y prensa en el uso de las distintas fuentes informativas: mientras que la televisión usa más a los familiares o amigos de la víctima (21.90%) y al feminicida/agresor como fuente informativa. La prensa, por el contrario, prioriza el uso de documentos (19.70%), el Ministerio del Interior/Policía (16.26%) y el Ministerio de la Mujer (9.85%) como fuente informativa.

Gráfico N° 38:
¿Cuál es la fuente informativa principal de la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.9

La nota informativa, formato periodístico por excelencia

Otro aspecto clave para analizar en la oferta informativa de los medios sobre el feminicidio son el tipo de formatos periodísticos que utilizan.

Hay diferentes tipos de formatos, como los usados en el periodismo informativo, de opinión o interpretativo, que generalmente son los más utilizados. Algunos son formatos cortos, breves y descriptivos (como la nota informativa, aunque también se da la nota ampliada). Otros son formatos más largos (informe, reportaje, entrevista, crónica) que permiten una mejor explicación y profundización de los hechos. El mayor o menor uso de determinados tipos de formatos permite entender, por ejemplo, si la mayor

parte de las noticias es tratada en forma descriptiva y superficial o si, por el contrario, con mayor análisis y profundidad o son explicadas de mejor manera.

Además, se debe remarcar que en el periodismo existe multiplicidad de géneros y formatos, que cada tipo de medios (prensa, radio y televisión) tienen formatos propios, pero también compartidos, y que en las últimas décadas, la cantidad de formatos periodísticos se ha incrementado debido a los cambios tecnológicos, a la creación del periodismo digital y transmedia, los formatos híbridos, etc. Entonces, si solo se usan determinados tipos de formatos en la industria informativa, no se debe a que “solo existen esos formatos periodísticos”, sino a otro tipo de razones (por ej. que unos formatos son más baratos y en su producción ahorran más tiempo que otros). En tal sentido, el aspecto económico y la rentabilidad son dos de los factores (no los únicos) que influyen a la hora de definir qué tipos de formatos y de contenidos se priorizan en los medios o programas informativos de televisión.

Bennett ha señalado: “hay diversas razones para pensar que las tendencias de contenidos no se limitan a reflejar la demanda de mercado. Por el contrario, hay una explicación más realista de la transformación de los formatos de los medios y los hábitos de consumo público: las noticias dramatizadas, de bajo presupuesto y centradas en personas, son no tanto la consecuencia de una demanda popular, como el producto que resulta más rentable producir. Otros formatos informativos pueden ser populares, pero no tan rentables.

Lo que yo deduzco de porqué los programas de baja calidad superan con mucho en número a los de alta calidad es que, sencillamente, son más rentables de producir. Las empresas matrices no están perdiendo dinero con las noticias de alta calidad; lo que pasa es que no están ganando tanto como cuando bajan los niveles de su producto. Desde este punto de vista, las malas noticias no son lo que la gente elige, son lo que les ofrecen”¹⁹.

En tal sentido, se comprueba que en las noticias sobre feminicidio hay un predominio de la Nota Informativa como el principal formato utilizado

¹⁹Bennett, W. Lance. La globalización, la desregulación de los mercados de medios de comunicación y el futuro de la información pública. En: José Vidal Beneyto. La Ventana Global: Ciberespacio, Esfera Pública Mundial y Universo Mediático. UNESCO. 2002.

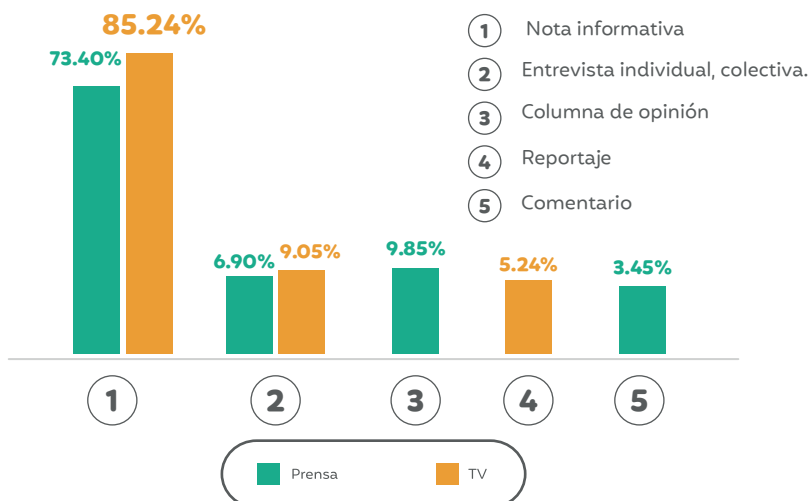
(79.42%), y en menor medida aparecen otros formatos periodísticos como la Entrevista (7.99%) y la Columna de Opinión (4.84%), tal como se observa en la siguiente tabla:

Tabla N° 15:
¿Las noticias se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas?

	Total
Nota informativa	79.42%
Entrevista individual, colectiva.	7.99%
Columna de opinión	4.84%
Reportaje	2.66%
Comentario	1.69%
Otros	1.69%
Editorial	1.21%
Crónica	0.48%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Gráfico N° 39:
¿Las noticias se presentan en formatos que permiten una mayor profundización de los temas?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.10

Posición del medio: Actitud reactiva frente a los hechos, sin posición definida frente al feminicidio

En los medios de comunicación, las noticias cubren un espectro muy amplio de temáticas. Algunas no requieren necesariamente un enfoque preventivo, pero otras sí. Por ejemplo, las problemáticas Sociales como la violencia contra la mujer, familiar, feminicidio, requieren que los medios tomen una posición frente a esas problemáticas y “no solo informen o describan los hechos”. Existen varios medios de comunicación a nivel internacional y nacional, han tomado posición desde sus espacios para combatir las diferentes formas de violencia contra las mujer, y ayudado a visibilizar a movimientos como “Me Too” en EE.EE y “Ni una Menos” en Perú.

Entonces, la posición del medio y de los periodistas, así como su ubicación (antes o después de que ocurren los hechos) determina qué tan efectiva puede ser su contribución a la sensibilización y comprensión de la opinión pública sobre determinadas problemáticas. No basta con difundir la información sobre feminicidios; hace falta también el modo como se enfocan y tratan estas noticias. Una cosa es tratar la información con un enfoque sensacionalista (crónica roja, policial) y donde se resalta al feminicida más que a la víctima y donde esta se reduce a una estadística más. Otra muy distinta es enmarcar la noticia desde una actitud preventiva (señalando que se puede hacer antes de que ocurra el feminicidio brindando información sobre servicios de atención a quienes estén en una situación de violencia), con un enfoque que destaca la calidad informativa y donde se resalta más el lado humano y social de la víctima y se respeta su intimidad y dignidad. En la práctica, lo primero puede ser contraproducente y más bien reforzar determinadas creencias, estereotipos o prejuicios sobre las mujeres.

En el caso de la violencia contra la mujer y el feminicidio como su máxima expresión, los medios de comunicación tienen más bien una lógica reactiva, ya que reaccionan “después de” y “no antes de” que agredan a las mujeres, tal como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 40:
Ubicación y actitud de los medios de comunicación: Femicidio



* Elaboración propia: En base a esquema desarrollado por Jenny Vásquez (OPS)

En los resultados del Monitoreo se confirma que esta actitud reactiva del medio frente a los casos de femicidio es la que predomina (61.02%). Es decir, el tratamiento de la noticia enfatiza o se centra en la descripción del hecho luego de ocurrido el crimen, aplicando la política de los “hechos consumados”. Esta actitud se evidencia en las pocas noticias de promoción de servicios y sensibilización ciudadana o incluso las de femicidio que se centran en el hecho policial y no se aprovecha para evidenciar la necesidad de prevenir y no llegar a esta etapa.

En cambio, el porcentaje de noticias con un enfoque preventivo, centrado en la importancia de prevenir la violencia contra la mujer, es decir, actuar antes de que sucedan los hechos de violencia o adoptar medidas y políticas públicas preventivas, es escaso (13.80%).

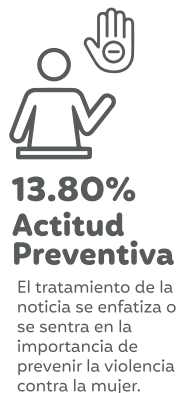
Gráfico N° 41:
¿Cuál es la actitud del medio de comunicación en el tratamiento de la noticia frente al feminicidio?



1



2

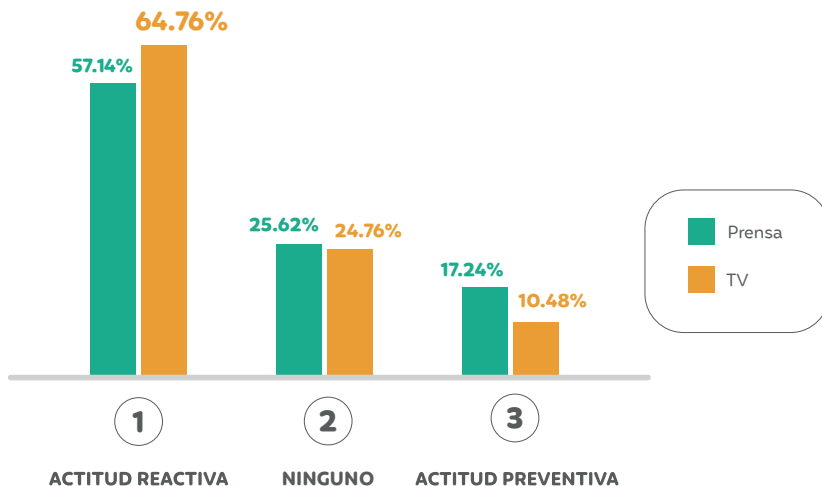


3

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Además, la actitud reactiva frente a los casos de feminicidio se incrementa en la televisión (64.76%) mientras que la lógica preventiva en el tratamiento de la noticia se incrementa en la prensa (17.24%) tal como se observa en el siguiente cuadro y gráfico:

Gráfico N° 42:
¿Cuál es la actitud del medio de comunicación en el tratamiento de la noticia frente al feminicidio?

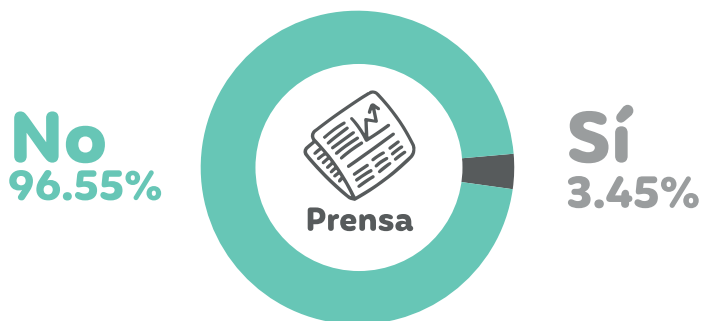


Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Asimismo, en el caso específico de la prensa, se observa que en la gran mayoría de los casos no adoptan una posición frente a la problemática del feminicidio o los casos denunciados (96.55%).

Habría que precisar que la posición oficial del medio escrito generalmente se plantea a través de determinados formatos periodísticos que utiliza (editorial, columnas o artículos de opinión de miembros del directorio del medio) y solo en un 3.45% de las noticias se adopta una posición definida. En el caso de la televisión es distinto, ya que generalmente no utilizan el formato Editorial y los programas informativos están separados de los programas periodísticos de opinión. En estos últimos predominan ciertos formatos de opinión, como la entrevista y el comentario, aunque estos solo representan el punto de vista del conductor/responsables del programa, pero no la del medio de comunicación en su conjunto.

Gráfico N° 43:
¿El medio de comunicación adopta una posición frente al hecho?
(Prensa)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.11

Encuadrando la cobertura del feminicidio

El analizar los marcos interpretativos, encuadres o *frames* que utilizan los periodistas en las noticias es importante ya que estos son “los marcos interpretativos de la realidad que ayudan a entenderla mejor”²⁰. 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 o encuadres definidos.

²⁰Rodríguez, Raquel; Castromil, Anton. La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: Transmisión, influencia y atribución de responsabilidad. Revista ZER, Vol. 15, N° 29, 2010. Citado en. Monitoreo con enfoque de desarrollo: Violencia contra la Mujer – La mirada de los medios. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, Octubre 2013.

“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 citado en Rodríguez Raquel 2013)”²¹.

Es otras palabras, la labor informativa de los medios de comunicación no consiste en “hacer un resumen de las noticias” tal cual ocurre en la realidad para sus públicos, sino más bien ofrecer una interpretación arbitraria y subjetiva, en base a los intereses de los medios con relación al tema de la noticia, pero también en base a la propia experiencia personal, valores, sistema de creencias, estereotipos y prejuicios de las y los periodistas que elaboran esa información. Aquí no hay “objetividad”, entendida como algo que preexiste y que es un objetivo al cual se busca llegar. Como bien lo ha señalado Alsina, esta idea se basa en la creencia de que la realidad existe al margen del accionar de las personas. Es decir “se parte del principio de que la realidad existe de forma objetiva, independiente del sujeto.”²²

¿Qué de objetivo puede tener la selección una noticia? ¿En base a qué criterios “objetivos” los jefes de información, editores y periodistas deciden qué es noticia y qué no es noticia? Más aun, ¿qué de objetivo tiene la edición de una noticia? ¿En base a qué criterios “objetivos” deciden recortar una parte de la entrevista o testimonio y dejar de lado otra parte? ¿Y cuándo se selecciona una fuente informativa y no otra? ¿De qué objetividad estamos hablando?

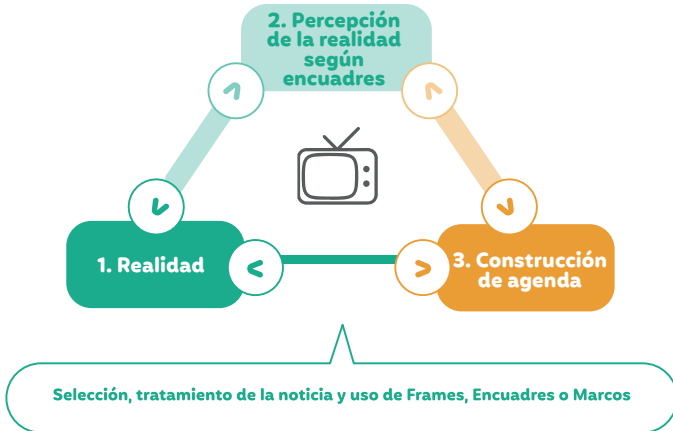
²¹Ibíd.

²²Alsina, Miguel Rodrigo. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona. 1993.

De repente es necesario recordar lo que señalaban Kovach y Rosenstiel al respecto: “Esta es una de las razones de que la discusión sobre objetividad del periodista se haya convertido en una trampa. El término sido tan mal utilizado y ha ocasionado tantos equívocos que la discusión suele desviarse de lo esencial... Originalmente no era el periodista quien en principio debía ser objetivo, sino su método... Como veremos, esta “verdad periodística” es también más que una mera fidelidad a los hechos. Es un proceso de selección que se desarrolla entre el artículo inicial de una serie y la interacción entre lectores y periodistas. Este primer principio del periodismo —su desinteresada búsqueda de la verdad— es lo que en última instancia lo diferencia de otras formas de comunicación”²³

Si bien, los medios de comunicación cumplen una labor estratégica en la construcción de la agenda pública, en ese proceso sesgan la información de acuerdo con los encuadres o frames que utilizan, tal como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 44:
Proceso de Construcción de Agenda Mediática



²³ Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A. 2004.

Al respecto, en los resultados del Monitoreo se constata que en las noticias de feminicidio predomina el uso del encuadre o *frame* de conflicto, pelea o disputa (23.73%) y en un segundo nivel aparecen tres encuadres: el encuadre donde hay una explicación de fondo del tema, que señala las causas del hecho (17.19%), el encuadre de interés humano donde se dramatiza el hecho (11.62%) y el encuadre que advierte los impactos o consecuencias económicas, sociales o políticas del hecho (10.41%).

Tabla N° 16:
¿Qué tipo de encuadre, marco o frame se utiliza en el tratamiento informativo de la noticia? (Sobre la situación o hecho presentado)

	Total
No utiliza ningún encuadre, marco o frame de los señalados anteriormente.	26.88%
Se resalta una situación de conflicto, pelea o disputa	23.73%
Hay una explicación de fondo del tema, señalando las causas del hecho.	17.19%
Interés humano - Se dramatiza el hecho	11.62%
Advierte los impactos o consecuencias económicas, sociales o políticas que el hecho pueda causar	10.41%
Se hace un juicio moral del hecho (referido al bien y mal, lo bueno y lo malo, o estereotipos morales acerca del comportamiento de la víctima)	5.81%
Muestra un aspecto lúdico de la noticia (como un hecho curioso o gracioso)	4.36%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

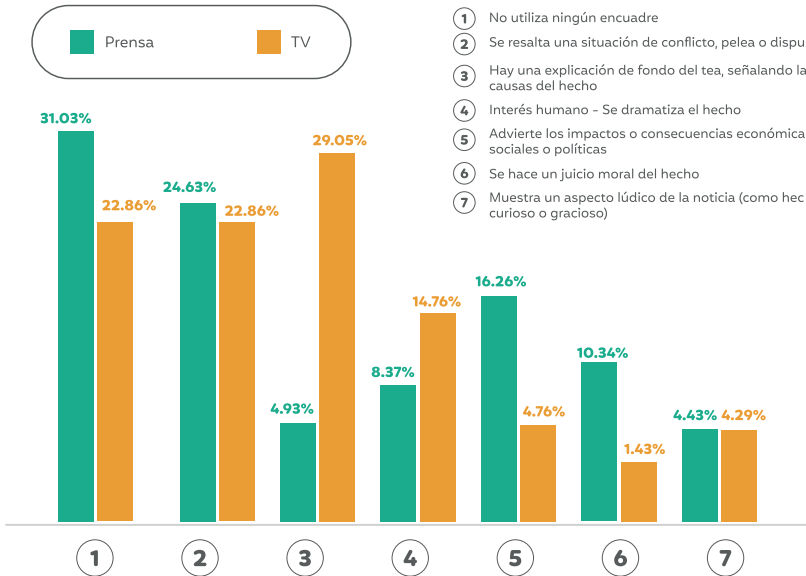
En los resultados también se observa el uso varios tipos de encuadres o frames que se utilizan en los diarios y programas televisivos analizados. Por ejemplo, la aplicación del encuadre del “conflicto” (23.73%) es común en las noticias sobre conflictos sociales o guerras donde el uso de este encuadre cobra sentido, ya que estos siempre tienen que ver con la incapacidad de ponerse de acuerdo entre las partes en conflicto (intereses distintos). Sin embargo, en los casos de feminicidio, esa lógica no aplica, ya que su naturaleza es distinta. Aquí el enfrentamiento, la pelea o la disputa que se representa en

la noticia se relaciona con el ejercicio y abuso del poder, con la inequidad en las relaciones de género y una cultura machista que objetualiza y cosifica a la mujer como si fuera propiedad de los varones. Además, el feminicidio es la última etapa de una serie de situaciones de violencia ejercida contra las mujeres en forma previa (violencia verbal, psicológica, física). Sin embargo, en la gran mayoría de noticias esta situación y problemática no se visibiliza ni se explica adecuadamente.

¿Por qué ocurre esto? Porque en la gran mayoría de las noticias analizadas no hay una adecuada contextualización y explicación de las causas del feminicidio. Y en el caso donde se aplica el encuadre o *frame* para identificar si “Hay una explicación de fondo del tema” (17.19%), generalmente esta explicación es muy superficial y descriptiva, y otras veces más bien refuerza estereotipos y prejuicios contra las mujeres, relativizando el hecho o eximiendo de responsabilidad al feminicida. Este tipo de explicaciones superficiales y estereotipadas sobre las “posibles causas” del feminicidio se pueden observar en muchos titulares como “Él no aceptaba que ella ya tenía otra relación amorosa”, “En el Día de la Mujer, hombre llegó hasta puesto de su cónyuge y quiso obligarla a cerrar el negocio”, lo cual solo representa un adelanto de la forma en que van a desarrollar este concepto al interior de la información.

Por otro lado, la aplicación del encuadre o *frame* de “Interés humano” (11.62%) generalmente dramatiza la situación buscando sensibilizar a los públicos o audiencias sobre el feminicidio, pero fundamentalmente buscando establecer “una conexión emocional” con ellos. En este tipo de noticias predomina un estilo y lenguaje narrativo, ya que la idea es contar la noticia como si fuera “una historia de alto impacto emocional”, entrevistando o recogiendo el testimonio de los actores de la noticia (sobrevivientes del feminicidio, familiares y amigos de las víctimas).

Gráfico N° 45: ¿Qué encuadres o frames se aplican en las noticias de feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Asimismo, el uso del encuadre o frame que “Advierte los impactos o consecuencias económicas, sociales o políticas que el hecho pueda causar” (10.41%) se enfoca más bien en los efectos que el feminicidio va a tener en la familia, en el clima de inseguridad ciudadana, en el incremento de la violencia, en la educación y el sistema de justicia, etc.

En esa línea, es interesante destacar que el mayor uso de los formatos donde “Hay una explicación del tema de fondo” (29.05%), de “Conflicto” (22.86%) y de “Interés humano” (14.76%) ocurre en la televisión. En cambio, la prensa prioriza el uso de los encuadres de “Conflicto” (24.63%), el que “Advierte los impactos o consecuencias” (16.26%) y el que “hace un juicio moral del hecho” (10.34%).

5.12

Roles del presentador(a)/conductor(a) y del reportero(a)/corresponsal

El rol o papel que asume el(la) presentador(a)/conductor(a) y el(la) reportero(a)/corresponsal de un programa de televisión tiene que ver con el estilo del programa y su posición. Esto nos permite ver la diferencia entre uno u otro programa, entre quienes transmiten una información importante y adoptan una posición al respecto, y entre los que dan esa información como si fuera cualquier otra noticia intrascendente.

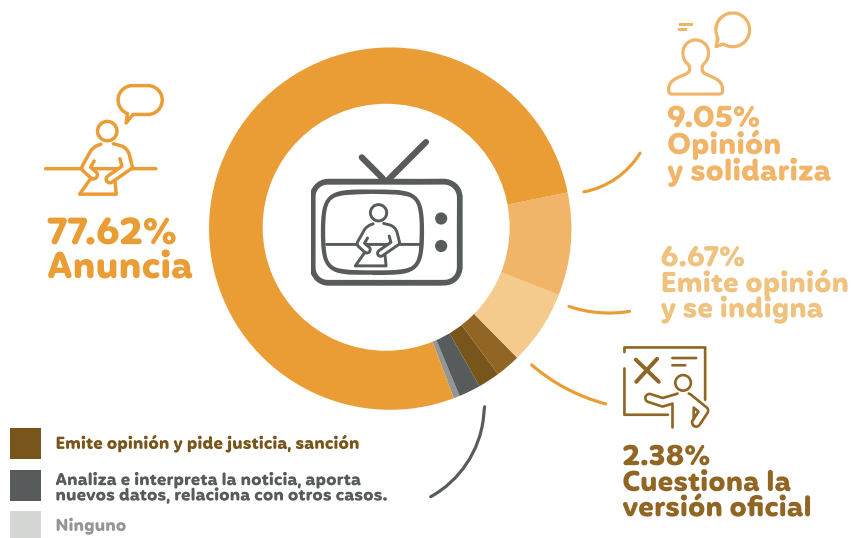
En este caso, se observa que tanto el(la) presentador(a)/conductor(a) y el(la) reportero(a)/corresponsal en televisión cumplen básicamente un rol de presentadores o anunciadores de la noticia (77.62% y 80.95%, respectivamente).

Tabla N° 17:
¿Cuál es el rol del periodista/reportero/corresponsal que presenta o narra la noticia en el programa? (Televisión)

	Total
Anuncia o presenta la noticia.	80.95%
Ninguno	4.76%
Analiza e interpreta la noticia, aporta nuevos datos, relaciona con otros casos	4.29%
Emite opinión y se solidariza con la víctima o su familia	3.81%
Emite opinión y se indigna	2.38%
Cuestiona la versión oficial, de las autoridades, testigos u otros actores involucrados	1.90%
Emite opinión y pide justicia, sanción	1.43%
Otros	0.48%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

**Gráfico N° 46:
¿Cuál es el rol del presentador(a) / conductor(a) del programa?
(Televisión)**



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Otros roles aparecen en menor medida: el(la) presentador(a)/conductor(a) emite opinión y se solidariza con la víctima o su familia (9.05%) y emite opinión y se indigna (6.67%). Por su parte, el(la) reportero(a)/corresponsal tiende a analizar e interpretar la noticia, aportar nuevos datos y relacionar con otros casos (4.29%).

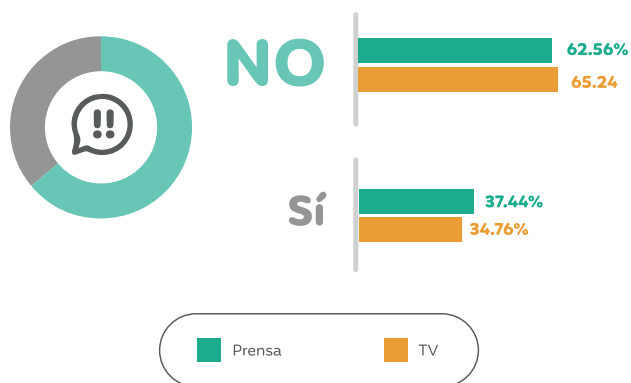
5.13

La tercera parte de las noticias sobre feminicidio utiliza un enfoque sensacionalista

Se ha podido verificar que en el 36.08% de las noticias sobre feminicidio analizadas se utiliza un enfoque sensacionalista con la finalidad de “espectacularizar la noticia”, presentarla como un hecho curioso, enfocada en el detalle morboso y sangriento, en el detalle intrascendente (y no en el fondo del asunto) o también exagerando, magnificando y sobredimensionando el hecho informado.

De acuerdo con los resultados del estudio, el porcentaje de noticias donde se aplica un enfoque sensacionalista es similar en la televisión (34.76%) y la prensa (37.44%).

Gráfico N° 47:
¿En la noticia se utiliza un enfoque sensacionalista?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

En el caso de las noticias con un enfoque sensacionalista, se constata diversas formas de abordar las noticias de feminicidio. Para el caso del presente estudio se tuvo en cuenta la siguiente tipología²⁴:

- **Se usa verbos o palabras que resaltan la violencia de la acción:** matar, descuartizar, acuchillar, estrangular, quemar, golpear, asesinar, incinerar, cortar, atacar, enterrar, utilizó un cuchillo o un arma punzocortante, etc.
- **Se presenta como un drama o tragedia sensacionalista:** tragedia pasional, día fatídico, drama familiar, etc.
- **Se señala la forma en que fue murió la víctima:** fue masacrada, murió asfixiada, le fracturó el cráneo, la molió a patadas, etc.
- **Se resalta la calificación del hecho:** hecho o espectáculo sangriento, escena horrible, desgarradora o macabra, feroz homicidio, ataque brutal, orgía de sangre, etc.
- **Se explota el dolor de los familiares o sobrevivientes:** se exageran sus sentimientos.
- **Se asocian dos hechos violentos para reforzarlos:** la violó y la asesinó, la mató y luego la descuartizó, etc.
- **Se resalta la condición de la víctima:** estaba indefensa, pepeada, drogada, dopada, desprevenida, etc.
- **La noticia se centra en detalles morbosos, superficiales, intrascendentes o insignificantes:** no aborda los temas de fondo o importantes de la noticia.
- **Se presenta el acto como algo irracional o inevitable:** algo fuera de control, algo que iba a ocurrir de todos modos, etc.
- **Se presenta el hecho en forma exagerada, sobredimensionada, magnificada:** se le da una amplia cobertura, mayor tiempo o espacio, fuera de lo normal o promedio de la noticia, se exagera o sobredimensiona el rol de algunos actores en el hecho, se dan cifras desproporcionadas con relación o vinculadas al hecho, se exageran los sentimientos de los testigos, se exageran los sentimientos del reportero que narra la noticia, etc.

²⁴ Tipología elaborada de manera previa al estudio, en base a un análisis de titulares de noticias sobre violencia contra la mujer y feminicidio.

En tal sentido, los resultados del estudio señalan que las principales formas de sensacionalismo utilizadas se caracterizan por usar verbos o palabras que resaltan la violencia de la acción (20.81%), presentar la noticia como un drama o tragedia (12.75%), señalar la forma en que fue murió la víctima (12.75%) y resaltar la calificación del hecho (12.08%).

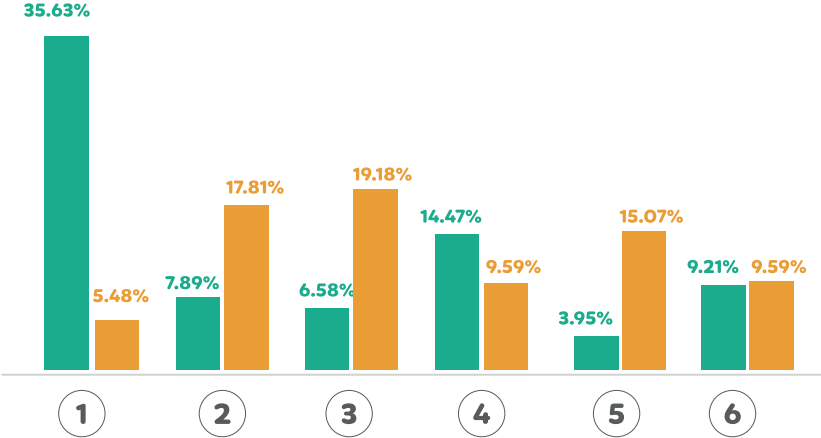
Tabla N° 18:
En el caso de las noticias con un enfoque sensacionalista ¿De qué manera se aborda y trata la noticia de feminicidio?

	Total
Se usa verbos o palabras que resaltan la violencia de la acción.	20.81%
Se presenta como un drama o tragedia sensacionalista.	12.75%
Se señala la forma en que fue murió la víctima.	12.75%
Se resalta la calificación del hecho.	12.08%
Se explota el dolor de los familiares o sobrevivientes, se exageran sus sentimientos.	9.40%
Se asocian dos hechos violentos para reforzarlos.	9.40%
Se resalta la condición de la víctima al momento del Feminicidio	8.72%
La noticia se centra en detalles morbosos, superficiales, intrascendentes o insignificantes.	7.38%
Se presenta el acto como algo irracional, fuera de control, inevitable o que iba a ocurrir de todos modos.	4.70%
Se presenta el hecho en forma exagerada, sobredimensionada, magnificada.	1.34%
Otros	0.67%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

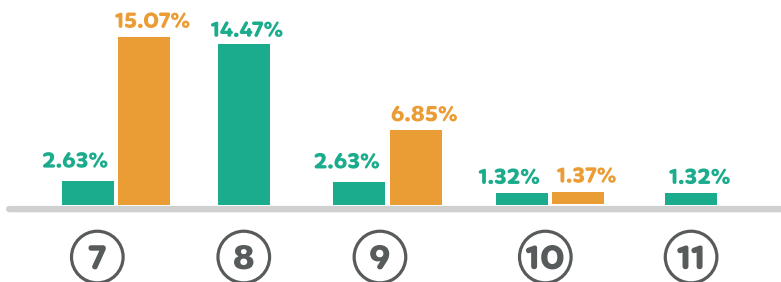
También se observan diferencias en el tratamiento de la prensa y la televisión. La prensa prioriza el uso de verbos o palabras que resalta la violencia (35.63%), se centran en los detalles morbosos (14.47%) y se asocian dos hechos violentos para resaltarlos (9.21%). Por su lado, la televisión resalta más la forma en que murió la víctima (19.18%), presenta la noticia como un drama o tragedia (17.81%), explota el dolor de los familiares y amigos (15.07%) y se resalta la calificación del hecho (9.59%).

Gráfico N° 48:
En el caso de las noticias con un enfoque sensacionalista ¿De qué manera se aborda y trata la noticia de feminicidio?



- 1 Se usa verbos o palabras que resaltan la violencia de la acción.
- 2 Se presenta como un drama o tragedia sensacionalista.
- 3 Se señala la forma en que fue murió la víctima.
- 4 Se resalta la calificación del hecho.
- 5 Se explota el dolor de los familiares o sobrevivientes, se exageran sus sentimientos.
- 6 Se asocian dos hechos violentos para reforzarlos



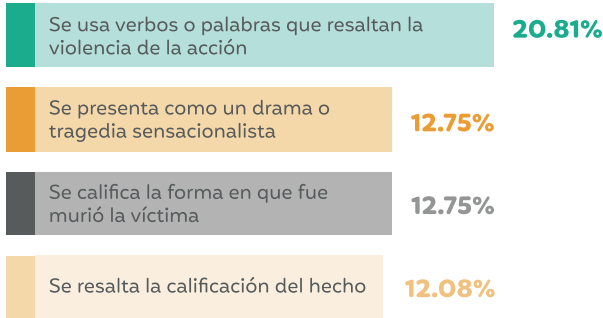


- ⑦ Se resalta la condición de la víctima al momento del Femicidio
- ⑧ La noticia se centra en detalles morbosos, superficiales, intrascendentes o insignificantes.
- ⑨ Se presenta el acto como algo irracional, fuera de control, inevitable o que iba a ocurrir de todos modos.
- ⑩ Se presenta el hecho en forma exagerada, sobredimensionada, magnificada.
- ⑪ Otros

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

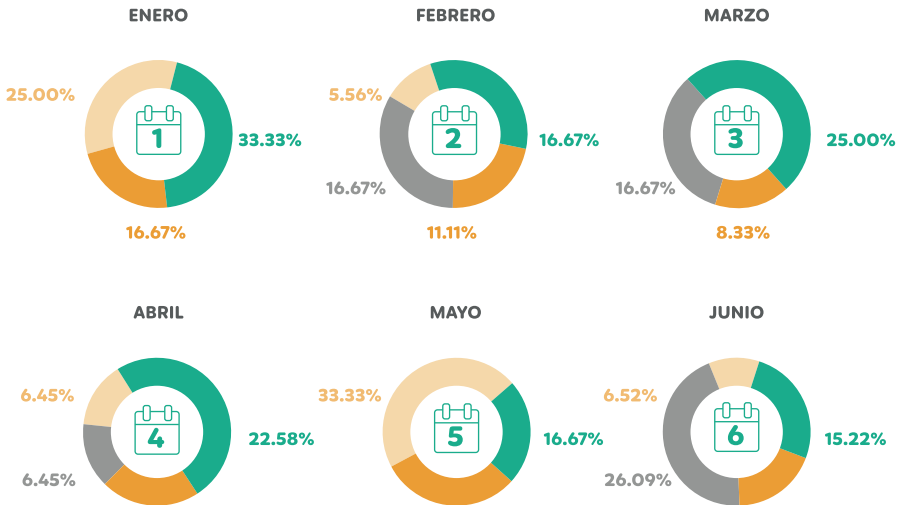
Al revisar las noticias con enfoque sensacionalista durante los seis meses del estudio, se observa que entre los meses de enero y mayo esto se mantuvo con algunas variaciones, pero que en el mes de junio disminuyó significativamente en la mayoría de los casos. Esto posiblemente se deba a la realización de las elecciones (Segunda vuelta) y al contexto de polarización política que se mantuvo hasta la proclamación del ganador de las elecciones (lo que ocurrió recién en el mes de julio de 2021).

Gráfico N° 49:
En el caso de las noticias con un enfoque sensacionalista ¿De qué manera se aborda y trata la noticia de feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Gráfico N° 50:
En el caso de las noticias con un enfoque sensacionalista ¿De qué manera se aborda y trata la noticia de feminicidio? (Por mes)



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.14

La fotografía y el video, principales recursos técnicos utilizados en las noticias sobre feminicidio

El uso de recursos visuales o audiovisuales es importante en el tratamiento de la noticia y está relacionado con las características tecnológicas del medio de comunicación que los utiliza. Por ejemplo, la fotografía periodística es un recurso que se utiliza mucho en la prensa, pero también en medios digitales. Algo similar ocurre con los videos en la televisión. Sin embargo, no son los únicos recursos, ya que existen otros que podrían utilizarse, como gráficos, infografías. Más aún, en la época actual se ha acelerado la cultura digital y el periodismo transmedia, en el cual el periodismo trabaja simultáneamente en múltiples plataformas y medios y utilizando diversos recursos compartidos. En otras palabras, el contexto digital actual posibilita el uso de otros recursos técnicos “no tradicionales”.

En tal sentido, se verifica que los principales recursos técnicos utilizados en las noticias sobre feminicidio son la fotografía (43.10%) y el video (30.51%). Otros recursos casi no son utilizados.

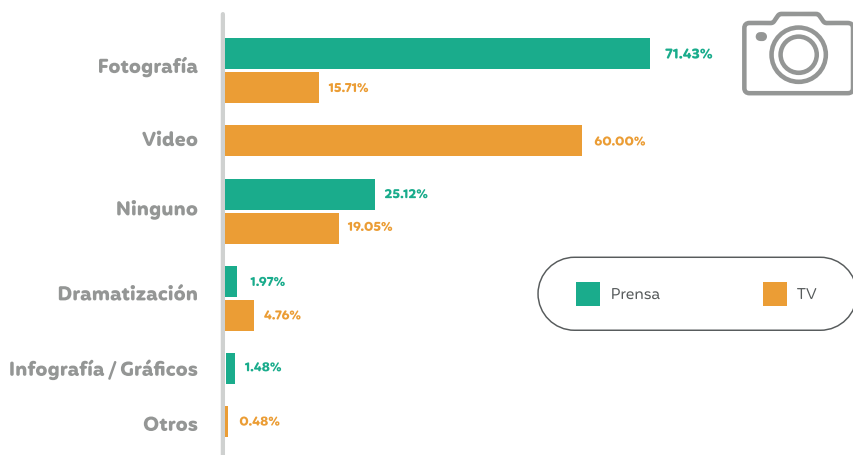
Tabla N° 19:
¿Cuáles son los recursos visuales/audiovisuales utilizados en el tratamiento de la noticia?

	Total
Fotografía	43.10%
Video	30.51%
Ninguno	22.03%
Dramatización	3.39%
Infografía/Gráficos	0.73%
Otros	0.24%

Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

Al comparar los recursos utilizados por la prensa y la televisión se encuentra que la prensa utiliza en mayor medida la fotografía (71.43%). En el caso de la televisión, el recurso más utilizado es el video (60%), pero también la fotografía (15.71%). Lo que llama la atención es el alto porcentaje que señala que al momento de presentar la noticia no utilizan ningún recurso: 25.12% en la prensa y 19.05% en la televisión.

Gráfico N° 51:
¿Cuáles son los recursos visuales/audiovisuales utilizados en el tratamiento de la noticia?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.15

La transmisión de información vía enlace es limitada en la televisión

El Enlace es una técnica utilizada por los medios de comunicación, especialmente los que transmiten en vivo y se realiza utilizando diversas tecnologías (microondas, teléfono, internet). En las últimas décadas, la inserción de internet a nivel urbano y de la telefonía celular a nivel nacional hace que esto sea posible. Por ejemplo, el enlace telefónico (desde un

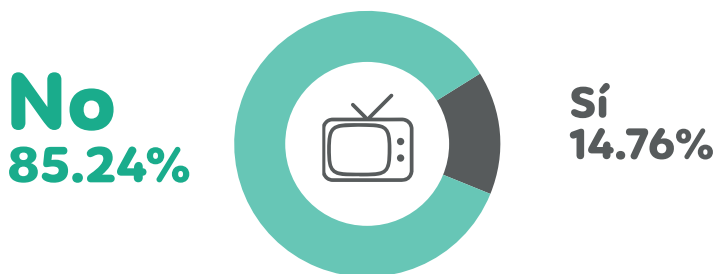
teléfono fijo o celular) se puede hacer en vivo tanto para radio como para televisión, ya que es un recurso accesible y de bajo costo.

Pero, también ha influido el desarrollo de las tecnologías de transmisión portátiles (tipo Flyaway, mochilas LiveU), las cuales han permitido ampliar este campo y que una sola persona, desde cualquier lugar, con el equipo portátil adecuado y utilizando su celular o laptop, pueda grabar, editar y difundir contenidos en diversas plataformas en simultáneo. El hecho de que estos equipos hayan disminuido en tamaño y costos hace que muchos medios de comunicación puedan contar con ellos.

La combinación en el uso de estas diferentes tecnologías permite una mayor y mejor portabilidad, conectividad, movilidad y cobertura. Esto es importante para poder descentralizar la información en el país, teniendo en cuenta que la mayor parte de las noticias de los “medios de alcance nacional” son de Lima y donde las noticias de los “medios regionales” generalmente se circunscriben al ámbito de las ciudades y excluyen amplias zonas rurales (poblaciones de comunidades campesinas, indígenas, zonas de frontera).

En esa línea, se observa que, en el caso de la televisión, el uso del enlace es limitado. Solo se usa en un 14.76% de las noticias sobre feminicidio.

Gráfico N° 52:
¿Se usa la transmisión de información vía enlace en la TV?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.16

En la mayor parte de las noticias sobre feminicidio no se utiliza información estadística o datos de respaldo

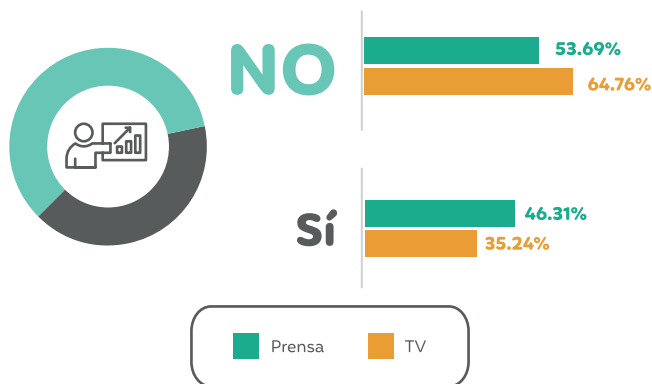
Hoy en día existen varias tendencias en el periodismo que utilizan los datos y las estadísticas para construir la información o darle un valor agregado. Sea desde el periodismo de datos, periodismo de investigación, periodismo de precisión u otras corrientes, hay una revaloración en el uso riguroso de datos para construir nueva información, pero también para cambiar el enfoque y tratamiento tradicional que se da a las noticias.

El uso de datos en el tratamiento informativo implica varias operaciones: buscar, investigar, recolectar, filtrar, discriminar, cruzar y verificar, relacionar, comparar, analizar e interpretar, y visualizar (narrar visual o interactivamente los hechos, una historia, un proceso, una situación o problemática). Es decir, no solo se trata de “manejar datos” sino de procesarlos, contextualizarlos, categorizarlos, condensarlos, etc.

Con relación a este aspecto, se ha observado también que en la mayoría de los casos no se utiliza información estadística o datos (59.32%) que respalden las noticias sobre feminicidio, lo que permitiría enfocar la noticia desde otra perspectiva y darle mayor sustento.

Esta ausencia en el uso de data o estadística se profundiza en el caso de la televisión (64.76%) y se reduce en el caso de la prensa (53.69%), tal como se observa a continuación:

Gráfico N° 53:
¿Medios utilizan información estadística, datos, en la construcción de la noticia sobre feminicidio?



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

5.17

Calidad de la información: Se avanza en contextualización, pero con limitada pluralidad de opiniones

Hay varias formas de entender la calidad de la información. Para efectos del presente estudio, la calidad informativa consiste en lograr estándares de altos en relación con la oferta informativa del medio de comunicación en términos del interés público-social, confiabilidad, utilidad, transparencia y accesibilidad para sus públicos. Esto tiene que ver, por un lado, con el proceso de producción informativo, los criterios y enfoques aplicados en el tratamiento de las noticias, pero también con la búsqueda de la excelencia profesional por parte de los periodistas. Lo primero se relaciona con la concepción, metodología y organización del trabajo periodístico, y lo segundo, con la actitud y capacidad de los periodistas. Son dos aspectos que van de la mano.

Para efectos del presente estudio analizamos tres indicadores. El **primero** es el cruce y verificación de la información. Es decir, el uso de diversas fuentes informativas para contrastar y verificar los hechos noticiosos (ej. triangulación de fuentes: actores de las noticias o testigos, expertos o especialistas, documentos institucionales o data de fuentes oficiales). Generalmente, la verificación de la información aparece en la misma noticia al utilizar, contrastar y cruzar diversas fuentes. Si solo se usa una fuente de información en la noticia, eso no garantiza su calidad en términos de rigurosidad y veracidad (tal como hace el “periodismo de declaración”, que con solo una entrevista, en forma unilateral, construye la noticia).

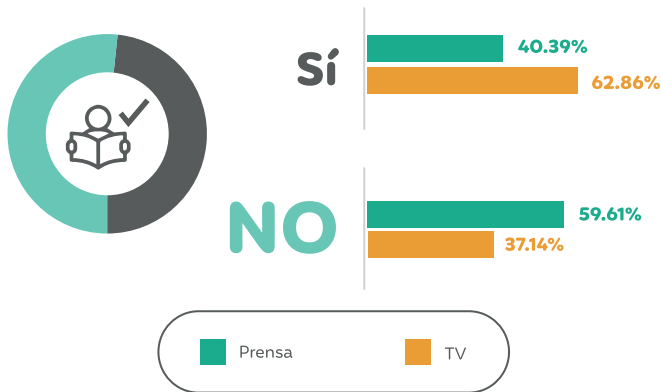
El **segundo indicador** es la pluralidad de opiniones, en este caso, si se recoge diversas opiniones, a favor, en contra, neutro (no solo de un lado o de los actores involucrados directamente en el hecho noticioso, sino también de otros actores como autoridades, funcionarios, especialistas, técnicos, líderes, políticos, ciudadanos, que ayuda a generar corrientes de opinión sobre el tema).

El **tercer indicador** es la contextualización de la información: si la noticia es contextualizada adecuadamente, si es explicada de manera tal que se entiende las circunstancias, antecedentes, causas, razones, consecuencias y efectos del hecho noticioso. No se trata de describir una escena, sino de explicar el contexto, los antecedentes, las causas o razones.

En esa línea, los resultados también evidencian que solo en la mitad de las noticias se cruza y verifica la información (51.82%) y se contextualiza la noticia (49.15%), pero en la otra mitad no se aplican estos mismos criterios y principios periodísticos. Asimismo, se comprueba que en la mayoría de las noticias sobre feminicidio no se aplica la pluralidad de opiniones (68.28%).

Se puede ver también que hay diferencias entre prensa y televisión con respecto al cruce y verificación de la noticia, ya que en la televisión se da más peso a este principio periodístico en sus noticias (62.86%) frente a la prensa (40.39%).

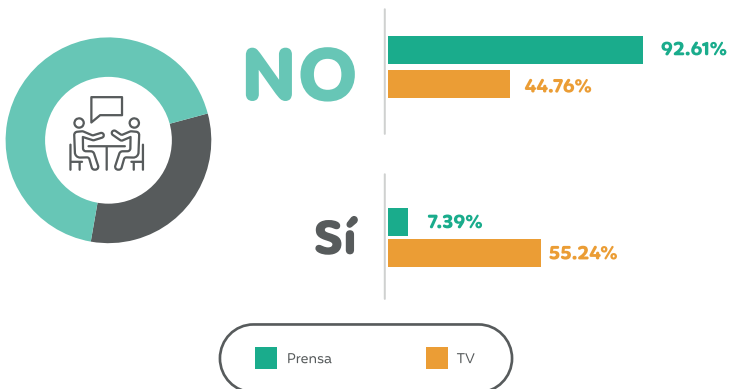
Gráfico N° 54:
¿Qué criterios y procedimientos periodísticos se han aplicado para garantizar la Calidad de la información? - Cruce y verificación de la información



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.

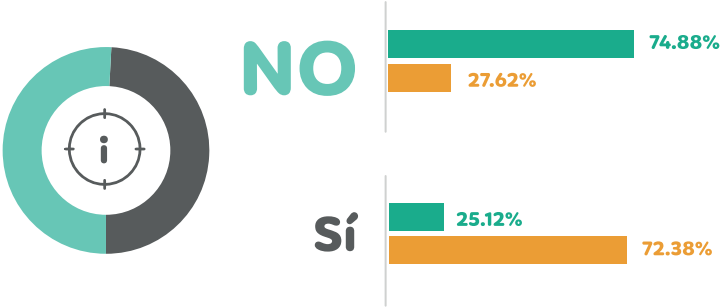
En el caso de la pluralidad de opiniones se observa también diferencias: mientras que en la gran mayoría de noticias de la prensa no se aplica este criterio periodístico (92.61%), esto se reduce en la televisión (44.76%).

Gráfico N° 55:
¿Qué criterios y procedimientos periodísticos se han aplicado para garantizar la Calidad de la información? - Pluralidad de opiniones



Con relación a la contextualización de la información, se comprueba que la mayoría de las noticias de la prensa no aplican este criterio (74.88%), lo cual se reduce significativamente en el caso de la televisión, ya que en el 72.38% de las noticias sí se aplica este criterio.

Gráfico N° 56:
¿Qué criterios y procedimientos periodísticos se han aplicado para garantizar la calidad de la información? - Contextualización de la información



Fuente: Monitoreo de medios con enfoque de género. Enero a junio 2021. Calandria - MIMP.



6

REFLEXIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Reflexiones y conclusiones

LOS ACTORES PROTAGONISTAS DE LA NOTICIA SOBRE FEMINICIDIO: LAS MUJERES VÍCTIMAS ¿INVISIBILIZADAS O EXCLUIDAS?

Tanto en la prensa como en la televisión hay determinados actores de la noticia que son “visibilizadas/os” y otros “invisibilizadas/os” o, si se prefiere verlo de otra manera, algunos son “incluidas/os” y otros son “excluidas/os” de la noticia.

En este caso, al revisar los actores protagonistas o principales de las noticias sobre feminicidio, se constata que los feminicidas y a las/los candidatos presidenciales son los principales protagonistas de la noticia, mientras que las mujeres víctimas pasan a un segundo plano. Y al indagar sobre los actores referidos de las noticias (no los protagonistas, sino los secundarios), esta relación se invierte: en primer lugar aparecen las mujeres víctimas, seguidas de los feminicidas y candidatas/os presidenciales.

Desde un punto de vista periodístico, el que los feminicidas o agresores aparezcan en primer plano no es un problema legal o técnico. No existe una regla técnica o legal que obligue a las y los periodistas colocar en las noticias sobre feminicidio a las víctimas en primer lugar y no a sus agresores. Sin embargo, en términos éticos es cuestionable que se dé más visibilidad a estos, que las noticias se enfoquen más en ellos y no en las personas que han sufrido violencia. Es un problema de humanidad y falta de empatía ¿Por qué ocurre esto? Puede ser por varias razones: 1) existe una distorsión o desequilibrio en la escala de valores, especialmente en el valor que le asignan a la vida de una persona o un ser humano, 2) ausencia de formación en torno a ética periodística, enfoque de género, de derechos e inclusión social, 3) predomina un enfoque judicial-policial-delincuencial en la noticia sobre feminicidio y no una mirada social.

Surge la pregunta es posible visibilizar a la víctima si la ley indica que debe presentarse su identidad (mediante seudónimos o iniciales). Considerando

que si, pues visibilizarla no implica ahondar en su drama personal, el hecho policial o la situación individual, sino lo que representa como expresión de una problemática social de salud pública.

Por otro lado, se constata también que las y los candidatos presidenciales aparecen en segundo lugar como actores protagonistas de la noticia, después de los feminicidas. En tal sentido, se debe tener en cuenta que, pese a que el monitoreo se da en forma longitudinal durante 6 meses, hay ciertas coyunturas (como el proceso electoral 2021) que condicionan la aparición de ciertos actores en las noticias, como es el caso de las y los candidatos a la presidencia o al Congreso de la República. Más aun, cierto tipo de declaraciones polémicas de las o los candidatos pueden generar turbulencia política y eso, a su vez, aumentar la cantidad de información sobre este hecho, lo que podría explicar su incremento durante algunos períodos específicos. Y eso es lo que ocurrió en este caso. Eso podría explicar este protagonismo de las y los candidatos.

ACTORES PROTAGONISTAS DE LA NOTICIA: ESCASA PRESENCIA DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y SOCIEDAD CIVIL

Una segunda conclusión es que las distintas instituciones públicas tienen un limitado protagonismo en las noticias de feminicidio analizadas. Básicamente aparecen el Ministerio del Interior y Policía, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y la Defensoría del Pueblo. Pero, además, el porcentaje de noticias donde aparecen en forma protagónica es escaso. Otras instituciones públicas están prácticamente invisibilizadas.

¿A qué se debe esto? Puede ser por varios factores: 1) problemas y limitaciones en su estrategia de comunicación institucional para posicionar este tema en la agenda público-política, 2) relación discontinua o intermitente con los medios de comunicación, 3) la información que difunden a los medios de comunicación no es de interés o utilidad para los medios (en la forma como es trabajada la información, en el acceso a datos abiertos, en la calidad de la información a la que las y los periodistas pueden acceder), 3) falta una mayor capacitación de las y los periodistas en temáticas como

feminicidio y enfoque de género (capacitación continua, sostenida), 4) no trabajan con otros formatos y recursos digitales diseñados especialmente para el periodismo (ej. gráficos, infografías) que puedan ser compartidos en múltiples plataformas. Esto último es una necesidad creciente por la aceleración del tránsito de la época analógica a la digital, por los retos que plantea la pandemia covid-19 y por el crecimiento del periodismo digital, móvil y transmedia en el país.

Tampoco aparecen las instituciones de la sociedad civil (ONG, universidades, iglesias, organizaciones sociales, colectivos o asociaciones civiles), las cuales permanentemente desarrollan acciones para prevenir o luchar contra la violencia y el feminicidio en el país y que promueven una agenda inclusiva en los medios de comunicación. Es posible que las razones sean las mismas que hemos señalado anteriormente para el caso de las instituciones públicas. Pero también se puede añadir que **la dinámica de los medios de comunicación es diaria, que estos trabajan en la coyuntura (presente) y muchas instituciones de la sociedad civil tienen una dinámica de investigación y producción informativa más lenta (semanal, mensual, bimensual) por lo que no cuentan con información actualizada, completa y confiable que requieren las y los periodistas en ese momento.**

TRATAMIENTO INFORMATIVO: UN PERIODISMO MÁS DESCRIPTIVO QUE ANALÍTICO

Se concluye que en los medios analizados predomina un estilo de periodismo informativo descriptivo, con poco análisis en las noticias sobre feminicidio. Esto queda evidenciado, por una parte, en que 8 de cada 10 noticias solo describe el hecho, mientras que el análisis e interpretación de los hechos es escaso. Y, por otra parte, en el uso intensivo del formato de la nota Informativa, formato ligero, breve y descriptivo, en que no permite una adecuada comprensión de la noticia, del contexto en que ocurren los hechos ni tampoco sus causas y consecuencias.

¿A qué se debe esto? Hay varias posibles razones: 1) el predominio de un periodismo tradicional, que aparenta cierta objetividad y neutralidad frente a los hechos, 2) la ausencia de capacitación de las y los periodistas para el

uso de otros formatos y recursos periodísticos, especialmente formatos de opinión, interpretativos, participativos y digitales-híbridos, 3) la formación recibida por las y los periodistas en las universidades, que mantiene este estilo informativo tradicional, 4) un problema de costo y rentabilidad económica, es decir, el desarrollo de otro estilo de periodismo (de investigación, de datos, de precisión, de inmersión, digital, transmedia) y el uso de otro tipo de formatos periodísticos (formatos que permiten una mayor profundidad y análisis de las noticias como la entrevista, el reportaje, el informe, la crónica) demanda un mayor tiempo y costo en recursos humanos que la elaboración de la nota informativa tradicional. En otras palabras, los medios de comunicación priorizan la cantidad de noticias y no siempre su calidad.

LA COBERTURA DE LAS NOTICIAS DE FEMINICIDIO: CENTRALISTA Y URBANA

El hecho de que 7 de cada 10 noticias sobre feminicidio se produzcan en Lima Metropolitana, el escaso porcentaje de noticias producido en las demás regiones y el hecho de que las regiones con poblaciones rurales significativas (en sierra y selva) se encuentren invisibilizadas nos permite concluir que la cobertura informativa en los medios analizados **se caracteriza por su centralismo (limeño) y por priorizar la cobertura en zonas urbanas.**

Otro factor que abona en esta dirección es el escaso uso de la técnica del Enlace en el caso de los programas de televisión analizados, tal como se ha constatado en el presente estudio. Aquí hay que tener en cuenta tres aspectos: 1) las transmisiones en vivo se realizan desde hace varios años utilizando diversas tecnologías (microondas, teléfono, internet), 2) para ello se aprovecha la penetración de los servicios de telefonía celular y la internet a nivel nacional y/o regional y el incremento de su consumo tanto en zonas urbanas como rurales, 3) en las últimas dos décadas se han producido avances en las tecnologías de transmisión portátiles (tipo Flyaway, mochilas LiveU) y el abaratamiento de sus costos, lo que permite que muchos medios de comunicación cuenten con estos sistemas. Sin embargo, en casi 9 de cada 10 noticias sobre feminicidio en la televisión no se utiliza. La pregunta es ¿por qué?

Una posibilidad es el incremento significativo de costos; en embargo, como hemos visto, muchas de estas tecnologías son de uso diario (celular, internet), muchas aplicaciones o apps son gratuitas y los equipos se han abaratado significativamente (tecnologías de transmisión portátiles). Otra explicación posible es que resulta difícil transmitir desde las ciudades del interior del país por falta de señal o cobertura. Eso es relativo, ya que año a año crece la penetración de servicios de telefonía celular e internet, salvo en zonas muy remotas. Una tercera explicación podría ser que esto demanda muchos recursos humanos para su operación. Ello también es debatible, ya que, por ejemplo, con las mochilas LiveU, una sola persona puede producir la información y distribuirla en diferentes plataformas o medios. Una última explicación podría ser que los equipos son difíciles de trasladar a otras ciudades. Eso podría ocurrir con las plataformas y antenas tipo Flyaway, que se colocan o arman en un vehículo, pero no en el caso de las mochilas LiveU, que son de uso personal. Otra explicación podría ser que los medios no están saliendo a cubrir en regiones por el problema de la pandemia covid-19.

Esta justificación habría sido válida durante la “primera ola” en el 2020, en la cual muchos periodistas a nivel nacional fueron contagiados o fallecieron, pero la muestra que se ha analizado es de enero a junio 2021, período en el cual ha habido un avance significativo en el proceso de inmunizaciones a nivel nacional (vacunación). Además, cuando uno observa la cobertura de los medios sobre noticias ocurridas en Lima y en otras regiones se evidencia que las y los periodistas sí están saliendo a cubrir noticias con las medidas de protección adecuadas. Más aun, no es necesario viajar a regiones para tener un corresponsal o abrir un enlace, tal como se hace muchas veces en la televisión o la radio ¿Qué tan costoso o complicado puede ser entonces abrir un enlace telefónico desde las regiones?

En realidad, lo único que puede explicar la no utilización del enlace en las regiones y provincias, especialmente las zonas rurales es que la cobertura del feminicidio en estas zonas no es una prioridad para los medios limeños que tienen cobertura nacional. Por el contrario, se puede observar que, en la cobertura de las noticias limeñas, el enlace se utiliza a menudo en otro tipo

de noticias, especialmente cuando se trata de cubrir noticias políticas (ej. desde el Congreso) o cuando hay conflictos (ej. marchas, movilizaciones). Se trata entonces de un tema de valoración, de la importancia que les asignan a los casos de feminicidio.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ADOPTAN UNA ACTITUD REACTIVA FRENTE AL FEMINICIDIO

Se concluye que los medios de comunicación analizados adoptan una actitud reactiva en la cobertura de los casos de feminicidio. El hecho de que 6 de cada 10 noticias aborden las noticias de feminicidio con ese enfoque y tratamiento confirman esta tendencia. ¿Qué es lo que caracteriza a este tipo de noticias? Por un lado, se enfocan en el feminicidio aplicando la política de “hechos consumados”, es decir, la lógica de que nada se pudo hacer para prevenirlo. Reduciendo el feminicidio a un hecho policial-delincuencial, aislado y descontextualizado de lo que ocurre en el resto del país, y tratado como una simple crónica o nota roja policial.

Trabajar el feminicidio desde un enfoque preventivo no aparece, pese a que la misma noticia puede ser enfocada y tratada de distintas maneras: sea como problemática social que afecta a miles de personas todos los años (y que nos involucra a todas/os), como parte de una política pública (cuya aplicación y cumplimiento se debe monitorear y vigilar desde los medios o exigir a las autoridades que lo hagan), desde un enfoque de género (analizando las causas vinculadas con la cultura machista y patriarcal vigente o analizando sus impactos), desde un enfoque intercultural (analizando la forma en que se da el feminicidio en zonas de alta diversidad cultural del país, las diferencias con los casos en zonas urbanas y la problemática cultural-educativa detrás de ello) o desde una perspectiva de Derechos Humanos, como un hecho que vulnera los derechos básicos de las personas (a la vida, salud, seguridad e integridad).

Es decir abordar el feminicidio desde un enfoque preventivo nos lleva al terreno de la violencia contra la mujer, porque no debería desligar el feminicidio de sus causas, consecuencias, su contexto del ciclo de violencia. Y en ese ciclo encontrar ayudar a identificar las alertas necesarias para detener la violencia contra la mujer.

La ausencia de un enfoque preventivo también se expresa en que la mayoría de los medios analizados no brinda información de utilidad para prevenir la violencia contra la mujer y el feminicidio. En 9 de cada 10 noticias no se da ninguna información u orientación sobre los servicios a donde pueden recurrir las y los ciudadanos en casos de denuncias o consultas.

Una explicación es que el periodismo se encuentra anclado en el presente, no analiza el pasado (historia, línea del tiempo) ni el futuro (mirada prospectiva, escenarios y tendencias), tiene un sesgo por la coyuntura, especialmente, la política. Otras dimensiones temporales no son valoradas igualmente. Por eso es por lo que en la mayoría de las noticias sobre feminicidio no se usan datos o estadísticas que permitan, por un lado, analizar la progresión de una problemática a lo largo de meses o años y, por otro lado, proyectar escenarios y tendencias en los próximos años.

Otra explicación tiene que ver con que el periodismo, al igual que gran parte de la ciudadanía, no tiene una mirada preventiva, de actuar “antes de”, sino “después de”. Eso de prevenir y planificar es parte de una forma de pensar y actuar, una racionalidad moderna que choca contra las creencias acerca de si podemos o no construir nuestro propio futuro o podemos cambiar las cosas (creencias en la religión, el azar o el destino). Se requiere, pues, un cambio de mentalidad y una formación más científica que permita desarrollar capacidades para el uso y la gestión de datos para construir información (no la que nos dan las autoridades y funcionarios públicos, sino nueva información que aporte miradas distintas sobre el tema), para el análisis e interpretación de esos datos y para elaborar representaciones visuales que permitan a los públicos/audiencias una mejor comprensión de la problemática (gráficos, infografías). En un contexto de tránsito de lo analógico a lo digital (acelerado por la pandemia del covid-19) y de expansión del periodismo digital, periodismo móvil y periodismo transmedia, el

desarrollo de estas capacidades en el periodismo es una necesidad y un reto.

Una tercera explicación tiene que ver con la forma como se entiende el periodismo. Para muchos periodistas, posiblemente eso solo consiste en describir un hecho. Para otros, en cambio, es mucho más que eso, en el sentido de que la construcción de la información no solo debe responder a los hechos (veracidad), sino que debe tener también un sentido de utilidad para sus públicos o audiencias. En un contexto de crecimiento exponencial de casos de violencia contra la mujer y feminicidios en el país, es evidente que la labor del periodismo no puede circunscribirse solo a describir lo que ocurre, sino también a brindar información y orientación que contribuya a prevenir o resolver esta problemática.

LOS MEDIOS NO ADOPTAN UNA POSICIÓN CRÍTICA FRENTE AL FEMINICIDIO

Se constata también que la mayoría de los medios analizados no adopta una posición crítica frente a los casos de feminicidio. Es decir, informan en mayor o menor medida sobre estos hechos, de manera descriptiva, que los lleva a cierta neutralidad, pero evitan tomar una posición explícita a favor de políticas públicas o medidas afectivas para su solución.

En el caso específico de la prensa, se constata que, en 9 de cada 10 noticias sobre feminicidio, el medio no hace uso de editoriales, columnas o artículos de opinión para pronunciarse al respecto.

En el caso de la televisión se observa lo mismo, aunque de manera ligeramente distinta, ya que generalmente no utilizan el formato editorial, pero sí el comentario, aunque este solo representa el punto de vista del presentador/conductor/responsables del programa específico, pero no la del medio de comunicación en su conjunto. En ese sentido, al analizar los programas informativos de televisión, se constata que, en 8 de cada 10 noticias, el presentador(a)/conductor(a) y el reportero(a)/corresponsal en

televisión cumplen básicamente un rol de presentadores o anunciadores de la noticia; es decir, no adopta una posición crítica, una opinión o se solidariza con las víctimas o sus familiares.

¿Por qué ocurre esto? Un primer aspecto para tener en cuenta es que el periodismo se basa en hechos, es decir, depende del acceso a la data o información disponible en el momento. Sin embargo, hoy la mayor parte del periodismo ya no construye su propia data ni depende de sus fuentes primarias, sino que depende más de fuentes secundarias: agencias informativas, redes sociales o simplemente copia y pega de otros medios y agrega algunos datos adicionales (por eso es por lo que hay muchas noticias iguales como plantillas). En ese sentido, se trata de un problema económico, ya que investigar, utilizar otros formatos periodísticos, utilizar datos, analizar e interpretar es más costoso y demanda más tiempo. Por eso predomina un periodismo sumamente descriptivo, breve y superficial, sin análisis, interpretación u opinión sobre los hechos que narran. Un segundo aspecto es el predominio de un enfoque positivista del periodismo. Esa ideología de la objetividad y neutralidad del periodista, que no existe en la realidad, y que más bien puede ocultar limitaciones. Esto es parte de una herencia académica del periodismo tradicional que debe ser puesta en cuestión desde las universidades.

EL USO DE MARCOS O ENCUADRES EN LAS NOTICIAS: EL FEMINICIDIO COMO CONFLICTO Y LA BÚSQUEDA DEL CULPABLE

El uso de determinados marcos o encuadres en las noticias sobre feminicidio evidencian algunos sesgos en su tratamiento. Aquí podemos diferenciar el uso de dos tipos de encuadres: aquellos que permiten enfocar o encuadrar la problemática del feminicidio (temáticos) y aquellos encuadres que permiten identificar la responsabilidad de los actores de la noticia (responsabilidad individual o responsabilidad compartida).

Con relación a los encuadres temáticos, se constata que uno de los encuadres que más se utiliza es el que enfoca el feminicidio como un conflicto. Este encuadre se utiliza para abordar la problemática del feminicidio como si fuera resultado de un acto aislado (un conflicto, pelea o disputa), cuando en realidad se trata de un proceso. Es decir, el feminicidio es la última etapa de una serie de agresiones y violencias ejercidas contra las mujeres (violencia verbal, psicológica, económica, física) durante un período largo. No es un acto que se realiza de un día para otro.

Esta forma de encarar la noticia distorsiona completamente la naturaleza del feminicidio. Más aún, al revisar el uso de otro tipo de encuadres temáticos que pueden ayudar a contextualizar y comprender mejor el sentido de esta problemática, por ejemplo, el encuadre que identifica causas o el que señala impactos o consecuencias, se encuentra que representan un escaso porcentaje en las noticias. ¿Por qué ocurre esto? Puede deberse a varios factores: 1) el estilo informativo descriptivo, breve y superficial que predomina en los medios y que no permite explicar y analizar adecuadamente el sentido de esta problemática, 2) una actitud reactiva del periodismo para abordar la problemática del feminicidio, 3) limitaciones del periodismo para contextualizar adecuadamente una noticia, es decir, explicar causas y razones, consecuencias e impactos, 4) falta de capacitación y especialización de las y los periodistas para manejar otras técnicas y herramientas provenientes de diversas corrientes del periodismo, como el periodismo de investigación, periodismo de datos, periodismo de precisión, periodismo de inmersión, periodismo de soluciones, periodismo digital y periodismo transmedia, que permitan un mejor tratamiento informativo de esta problemática.

Por otra parte, con relación al uso de encuadres para definir la responsabilidad de los actores de la noticia, se constata que el marco o encuadre que más se usa es el encuadre de responsabilidad individual, también conocido como la búsqueda del culpable. Este tipo de encuadre individualiza la responsabilidad del agresor frente al hecho y lo hace ver como un hecho aislado, descontextualizado de la realidad y, por lo tanto, no permite entender la complejidad de la problemática social del feminicidio.

¿Por qué el periodismo prioriza este tipo de encuadre o marco para interpretar la realidad? A manera de hipótesis podemos señalar lo siguiente: 1) las y los

periodistas tienen una visión y enfoque reduccionista del feminicidio; no se entiende esta problemática en toda su dimensión social, cultural y educativa, 2) una débil cultura ciudadana en la que predomina el individualismo y la falta de autocritica para asumir responsabilidades compartidas, 3) la creencia de que el Estado es el responsable de resolver esta problemática y no el conjunto de la sociedad, incluidos los medios, 4) una visión punitiva, coercitiva y represiva de la justicia, en la que lo central es la identificación del culpable y su castigo como la solución mágica para todos los casos de feminicidio, 5) el predominio de una lógica reactiva en el periodismo, es decir, actuar siempre a posteriori, dando cuenta del feminicidio como un “hecho consumado” y no como un “hecho que se puede prevenir y/o evitar”.

Es necesario que la cobertura de feminicidios se enfoque más bien en otro tipo de encuadres que ayuden a entender la naturaleza de este hecho. Por ejemplo, los encuadres referidos a las causas o los impactos del feminicidio y el de responsabilidad compartida o corresponsabilidad de los diferentes actores para diseñar políticas públicas efectivas frente a este tema.

LOS USOS DEL CONCEPTO DE FEMINICIDIO EN LAS NOTICIAS

Una conclusión sobre el concepto de feminicidio es que se observa una evolución en el uso de este concepto en los medios de comunicación analizados. Si se comparan los resultados del monitoreo de medios del 2012 (7.7% de los titulares analizados), del monitoreo 2019 (72.9% de las noticias analizadas) con los resultados del monitoreo actual 2021 (94.19% de noticias analizadas) se observa esta progresión. Es decir, en un lapso de 9 años se ha logrado posicionar el uso del concepto de feminicidio en 9 de cada 10 noticias. Esto es el resultado no solo del establecimiento de leyes, sino también de un conjunto de políticas públicas para la erradicación de la violencia contra la mujer y el feminicidio. Asimismo, del esfuerzo de los mismos medios de comunicación por cumplir con las disposiciones y normativas existentes y de la capacitación del periodismo, la cual ha sido realizada tanto por las instituciones públicas como privadas (ministerios, ONG, universidades).

Otra conclusión es que, si bien los medios de comunicación analizados usan este término, en la gran mayoría de las noticias no se explica en qué consiste o en qué casos se aplica. Esto es importante, ya que no basta con mencionar la palabra feminicidio en la noticia: también hay que explicar en qué consiste este concepto y por qué lo aplican.

En esa misma línea, se observa la tendencia a enfatizar más la violencia física en las noticias de feminicidio, pero no los distintos tipos de violencia que le preceden. Es decir, en la mayoría de las noticias, el feminicidio es “representado como un acto aislado”, sin acciones que lo preceden. ¿Es eso lo que piensan las y los periodistas acerca del feminicidio? Es importante aclararlo, ya que, como lo señalan diversos estudios, el feminicidio es la última etapa de un largo proceso de agresiones y violencia contra la mujer (violencia verbal, psicológica, sexual, económica) y estos tipos de violencia ocurren en diversos espacios a la vez (ámbito familiar, ámbito institucional o laboral, ámbito o espacio público).

¿Por qué las y los periodistas siguen representando el feminicidio como un acto aislado? ¿Por qué en las noticias se usa el concepto de feminicidio, pero no se explica? Puede haber varias explicaciones al respecto: 1) las y los periodistas no conocen el término (definición, alcances, implicancias, diferencias con otros casos) o no lo manejan adecuadamente al momento de construir la información, 2) las y los periodistas dan por sobrentendido que los públicos o audiencias a las que se dirigen ya conocen y/o manejan este término y, por lo tanto, no es necesario explicarlo, 3) el predominio de creencias machistas: las y los periodistas sí conocen la definición de “feminicidio”, pero no lo explican o desarrollan porque no están de acuerdo con su uso; solo lo hacen por una formalidad, para cumplir con lo “éticamente correcto”; para ellos el feminicidio es solo un asesinato de mujeres, 4) es un problema educativo, de formación académica, que evidencia la ausencia de un pensamiento crítico y complejo que pueda relacionar diversos aspectos de la realidad y no presentarla en forma fragmentada y descontextualizada, 5) es parte de la cultura institucional del periodismo tradicional, en el sentido de que se entiende que la labor del periodista es solo “informar los hechos” y no orientar a la ciudadanía, dar opinión, monitorear y vigilar las políticas públicas, promover la participación ciudadana en el debate y la deliberación

pública en torno a temas de interés común, criticar, tomar posición y actuar para cambiar la realidad. Es la posición del mero observador que solo describe lo que pasa, sin involucrarse porque considera que es “neutro y objetivo” (rezagos de una mirada positivista en el periodismo).

EL CONTEXTO POLÍTICO INFLUYÓ EN LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA SOBRE FEMINICIDIO EN EL SEMESTRE ENERO - JUNIO 2021

Se concluye también que el contexto político es un factor que influyó en la producción informativa sobre feminicidio, sea para invisibilizar o para colocar el tema en el debate de la agenda pública.

Si bien en el periodo analizado (enero-junio) se realizó la campaña electoral del 2021, lo cierto es que en los meses en que se realizan la primera y segunda vuelta electoral (abril y junio) se observa un incremento significativo de noticias sobre el feminicidio. Más aun, en el mes de junio se concentra casi la mitad de las noticias. Esto último evidentemente se debe a las declaraciones del candidato Castillo con relación al feminicidio durante su campaña en Puno (31 de mayo), así como a toda la crítica y el debate generado posteriormente en medios y redes sociales.

En una coyuntura electoral se espera que este tipo de problemática social tenga una mayor visibilidad en la agenda de los medios, más allá de las declaraciones polémicas de tal o cual candidata/o. Abordar el tema del feminicidio con seriedad y rigurosidad implica, promover el debate y la deliberación en base a propuestas de políticas públicas, no como parte de una estrategia de propaganda política electoral a favor o en contra de las/los candidatos. Sin embargo, como se señaló antes, solo el 19.13% De las noticias asocia feminicidio a la gestión de políticas públicas.

TRES FORMAS DE VALORAR Y NARRAR LA NOTICIA DE FEMINICIDIO

En los resultados se identificó que los medios de televisión y prensa dan diferente prioridad a la cobertura de los casos de feminicidio: los que le dan mayor cobertura (alta prioridad), los que le dan una cobertura intermedia (prioridad media), los que tienen una baja cobertura (baja prioridad). Ello expresa tres tipos de valoraciones distintas basadas en la importancia, interés o utilidad que le asignan a este tema.

¿Esto expresa también tres formas distintas de construir la noticia? No necesariamente, pero se debe recordar que el solo hecho de dar una amplia cobertura a las noticias de feminicidio o de violencia contra la mujer no significa necesariamente que ello vaya acompañado de un adecuado enfoque y tratamiento de la noticia. También se puede utilizar un enfoque sensacionalista o amarillista, tipo nota o crónica roja policial. En este caso, la valoración del medio no viene de la importancia del hecho en sí mismo (feminicidio), sino de la forma sensacionalista en que se presenta la noticia para captar el interés de sus públicos. Importancia e Interés expresan dos formas distintas de mirar, catalogar y tratar una noticia. Por tanto, no solo se trata de un tema de cantidad, sino de calidad.

Asimismo, hay que tener en cuenta que el otro extremo. La escasa cobertura de este tipo de noticias en la agenda de los medios de comunicación expresa una política institucional al respecto. Es decir, no es casual una escasa cobertura de las noticias de feminicidio a menos que haya una decisión institucional “desde arriba” al respecto. Ello implica necesariamente una “invisibilización” del tema en la agenda de los medios que han tomado esta decisión. ¿Cuáles podrían ser sus razones para invisibilizar un tema tan importante? Pueden ser varias: 1) el medio considera que este tipo de noticias no es importante para sus públicos, es decir, deciden por ellos “lo que es y lo que no es importante”, 2) su línea política y editorial o su estilo periodístico no va con este tipo de temas, es decir, algunos medios se caracterizan por ser “más políticos”, mientras que otros optan por un perfil “más policial” y, por

tanto, los que se caracterizan por poner énfasis en “lo político” no consideran importante este tipo de temas en su agenda, 3) los medios tienen una visión tradicional y reduccionista de la política, como algo que existe fuera de la realidad o que solo ocurre en el ámbito de la presidencia, del Congreso de la República o de los partidos políticos. Sin embargo, la problemática del feminicidio es un tema reconocido tanto a nivel de la agenda política internacional como de las políticas públicas a nivel nacional.

LA TELEVISIÓN PÚBLICA-ESTATAL NO PRIORIZA LA PROBLEMÁTICA DEL FEMINICIDIO EN SU AGENDA INFORMATIVA

Con relación a la cobertura informativa de este tema llama la atención que el medio público-estatal (TV Perú) tampoco priorice las noticias de feminicidio en su agenda informativa. Desde esa perspectiva ¿cómo plantear que otros medios de comunicación (comerciales, educativos, comunitarios) lo hagan si es que el mismo medio de comunicación del Estado no lo hace?

El que un medio de comunicación comercial no lo haga puede ocurrir por diversas razones, tal como hemos visto, pero ¿qué pasa cuando un medio público-estatal que tiene una amplia cobertura nacional no lo hace? ¿Expresa eso la posición del Ejecutivo en su conjunto? ¿Representa la posición del organismo rector, en este caso el Ministerio de la Mujer y de Poblaciones Vulnerables? ¿Hay una descoordinación entre la agenda política oficial y la agenda pública de los medios estatales? ¿Hay dos agendas paralelas? Estas son algunas de las preguntas que se deben responder y que permitirán que las políticas públicas sobre feminicidio vayan de la mano con las políticas públicas de comunicación al respecto.

GRAN PARTE DE LAS NOTICIAS SOBRE FEMINICIDIO LOS MEDIOS NO VELAN POR DIGNIDAD, INTIMIDAD E INTEGRIDAD DE LAS VÍCTIMAS Y SUS FAMILIARES

Se constata que en 4 de cada 10 noticias, los medios de comunicación presentan imágenes de las víctimas de feminicidio, lo que, por un lado, evidencia una falta ética, de respeto a su dignidad e intimidad y, por otro lado, una exposición de su integridad (en este caso, de las mujeres sobrevivientes a un intento de feminicidio, pero también de sus hijos y familiares que se ven expuestos por este tipo de informaciones). Más aun, en la quinta parte de las noticias se presenta imágenes del rostro de la víctima y también contenidos violentos (ej. detalles del cuerpo o cadáver de la víctima, objetos con que se perpetró el feminicidio o detalles del lugar donde ocurrió).

Esto evidencia varios problemas por parte del periodismo: 1) una carencia o falta de ética para abordar este tipo de temas, con sensibilidad, solidaridad y sentido de humanidad, 2) una evidente falta de empatía con las víctimas; la idea de “ponerse en el lugar de los otros” es clave para hacer un buen periodismo, 3) el predominio de un enfoque sensacionalista, ese que siempre busca el ángulo noticioso en el detalle morboso de los hechos violentos.

Se podría decir que muchos de estos problemas en las y los periodistas se pueden resolver con una adecuada formación académica (humanística, ética) o con información (acerca del enfoque de género, de derechos). Sin embargo, esta fórmula tiene limitaciones, ya que ciertos valores y principios éticos (como el respeto por los otros, la valoración de la vida humana) no se pueden enseñar en un taller de capacitación, ya que son aprendizajes y valores que se construyen a lo largo de toda una vida. No se trata entonces solo de darles información a las y los periodistas sobre estos temas, sino de modificar aspectos conductuales y culturales más profundos, un conjunto de creencias, estereotipos y prejuicios sobre las mujeres que están fuertemente arraigadas en las personas.

Por ello es importante recordar lo que decía Kapuscinski sobre este tema:



Para los periodistas que trabajamos con las personas, que intentamos comprender sus historias, que tenemos que explorar y que investigar, la experiencia personal es, naturalmente, fundamental. La fuente principal de nuestro conocimiento periodístico son «los otros». Los otros son los que nos dirigen, nos dan sus opiniones, interpretan para nosotros el mundo que intentamos comprender y describir. No hay periodismo posible al margen de la relación con otros seres humanos. La relación con los seres humanos es el elemento imprescindible de nuestro trabajo. En nuestra profesión es indispensable tener nociones de psicología, hay que saber cómo dirigirse a los demás, cómo tratar con ellos y comprenderlos. Creo que para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento, en parte de su destino. Es una cualidad que en psicología se denomina «empatía». Mediante la empatía, se puede comprender el carácter del propio interlocutor y compartir de forma natural y sincera el destino y los problemas de los demás²⁵.

²⁵ Kapuscinski, Ryszard. Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo. Compactos de Anagrama. Editorial Anagrama. Barcelona. 2005.

LAS REPRESENTACIONES DE LAS VÍCTIMAS Y LOS VICTIMARIOS EN LAS NOTICIAS: POR SU RELACIÓN Y POR LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Se concluye que en la mayoría de las noticias, tanto las víctimas de feminicidio como los agresores o victimarios son representados por su relación (de pareja) y por las actividades que realizan. ¿Eso significa que son representados de la misma manera en los medios, que son tratados de forma equitativa? O por el contrario, ¿ese tipo de representaciones y roles que les asignan refuerzan determinadas creencias, estereotipos o prejuicios que contribuyen a la violencia contra la mujer?

Antes de responder esas preguntas, lo primero que se debe señalar es que las distintas formas en que los medios representan a los feminicidas y sus víctimas no son neutras, sino que están insertas en determinado contexto sociocultural desde los cuales los diversos tipos de públicos los leen, consumen e interpretan. La existencia de una cultura machista y patriarcal extendida tanto a nivel de la sociedad como del estado peruano es parte de ese contexto. Es decir, lo que los medios de comunicación difunden como noticias sobre violencia contra la mujer o feminicidio siempre se va a interpretar desde ese contexto sociocultural machista. De tal manera, cuando los medios representan tanto a las víctimas de feminicidio como los victimarios, por su relación (de pareja) y por las actividades que realizan, no significa que van a ser consumidos de la misma manera por sus públicos, sino en forma diferenciada.

En el caso de los agresores o feminicidas, el que aparezca como pareja de la víctima (sea como esposo, pareja, expareja, enamorado, amigo, conviviente, amante, pareja ocasional, novio u otros) tiende a reforzar su posición de dominio masculino y de la mujer como objeto de su propiedad. ¿Por qué entonces resaltar este vínculo de cercanía entre ambos sino es para explicar que debido a esa relación se produce el feminicidio? ¿Cuál es el sentido de

resaltar en una noticia este aspecto si no es para llamar la atención y plantear una lógica de causa-efecto que explique la naturaleza del hecho?

Por el contrario, en el caso de las mujeres víctimas, aparecer como pareja de su agresor o victimario (como esposa, pareja, expareja, enamorada, amiga, conviviente, amante, pareja ocasional, novia, concubina), lo único que hace es resaltar su dependencia frente al varón e implícitamente establecer una causal para la agresión. Asimismo, resaltar en la noticia que hay una relación de pareja o de esposos implica siempre llevar la agresión al terreno privado, de la pareja o de la familia, un ámbito que sirve para justificar la agresión, ya que se argumenta que “se trata de un problema familiar” o “problemas de pareja”, lo que muchas veces cohibe la intervención de otros actores (familiares, vecinos, policía) para evitar que la agresión escale y se convierta en feminicidio.

Por otra parte, cuando el victimario es representado en los medios por las actividades que realiza (como estudiante, profesional, técnico, funcionario, empleado, empresario, trabajador, vendedor, deportista, artista, político), lo único que hacen es reforzar su rol predominante en el espacio público y el mercado laboral, en el campo de la política y de la economía, un rol que durante décadas se ha reservado solo para los hombres. Al respecto, existe numerosos estudios de medios que confirman esta tendencia, que en los últimos años se ha reducido por los avances de las mujeres en distintos campos, pero sigue siendo predominante. Eso nos remite a una visión “androcéntrica” del mundo, es decir, una mirada desde los medios de comunicación donde todo el mundo se organiza o estructura en torno a “lo masculino”, donde lo masculino representa a toda la sociedad en su conjunto, tanto a los hombres y las mujeres, pero donde las mujeres “solo representan a las mujeres” y aparecen asociadas solo a ciertos temas (familia, salud, social).²⁶

²⁶ INDERA. Análisis de género de los medios catalanes de comunicación audiovisual. 2009.

Al respecto, llama la atención que las mujeres víctimas también sean representadas por sus actividades (como ama de casa, estudiante, profesional, técnica, funcionaria, empleada, empresaria, trabajadora, vendedora), muchas de las cuales se desarrollan en el espacio público o económico, y que otros roles tradicionales como su rol social en la familia aparezcan desplazados. Habría que preguntarse por qué los medios las representan de esta manera ¿Esta forma de representación expresa un cambio en los roles tradicionales de las mujeres en la sociedad peruana en los últimos años? ¿Es el reconocimiento de una mayor participación y presencia de la mujer en diversos campos? ¿Es una forma de representar a las mujeres víctimas de feminicidio como mujeres libres y transgresoras del orden establecido: mujeres que estudian, trabajan, se mueven en el espacio público y son emprendedoras? ¿O por el contrario, refuerza la creencia de que las agresiones contra las mujeres se producen como una respuesta de los hombres para mantener el control y el orden establecido y, por lo tanto, se justifican?

Se debe tener en cuenta que desde hace varios años los estudios sobre violencia de género y familiar señalan que en aquellas sociedades donde la participación de las mujeres en la economía es limitada o estas “tienen una categoría socioeconómica muy baja, la violencia no es “necesaria” para hacer cumplir la autoridad masculina. Al contrario, en los sitios donde las mujeres tienen mejor situación socioeconómica, probablemente habrán logrado suficiente poder conjunto para cambiar los roles tradicionales de género. La violencia en la pareja, por lo tanto, suele alcanzar el punto más alto cuando las mujeres empiezan a desempeñar papeles no tradicionales o entran a formar parte de la fuerza de trabajo”²⁷.

Es importante tener en cuenta que sobre este aspecto, se hace necesario estudiar el consumo que tengan los ciudadanos y ciudadanas de estas representaciones.

²⁷Organización Panamericana de la Salud. Informe mundial sobre la violencia y la salud. Publicación Científica y Técnica No. 588. Washington D.C. 2003.

ESTRATEGIAS DISCURSIVAS QUE REFUERZAN LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Se constata que en los medios analizados se utilizan diversas estrategias discursivas que refuerzan la violencia contra la mujer, las cuales, en conjunto, representan casi el 40% de las noticias sobre feminicidio, lo que es significativo. Las estrategias que más aparecen en las noticias son, en ese orden, las que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer, las que relativizan la violencia contra la mujer, las que justifican el feminicidio desde el punto de vista del culpable o feminicida, las que desvalorizan a la mujer y las que justifican el feminicidio desde el punto de vista de la víctima.

Se debe destacar también que, en comparación con un estudio similar realizado en el 2019, estas mismas tendencias se mantienen. Es decir, no se trata de una situación aislada o que ha sido influenciada por el contexto electoral que atravesó el período de análisis de los medios de comunicación seleccionados (enero a junio 2021).

Ahora bien, ¿por qué es importante analizar las estrategias discursivas que utilizan las y los periodistas en las noticias de feminicidio? En primer lugar, porque el lenguaje no es solamente un vehículo para expresar y reflejar nuestras ideas, sino un factor que tiene injerencia en la construcción de la realidad social. Es decir, “cuando hablamos, hacemos cosas, orientamos nuestras acciones y decisiones. Discursos y realidad están vinculados, de allí que muchos señalan que el análisis discursivo es una forma de análisis social”²⁸. En segundo lugar, hay una relación entre discurso, ideología y poder²⁹. Desde esta segunda perspectiva, se considera que “el discurso es

²⁸A.C.S. Calandria. Monitoreo de Medios de Comunicación con enfoque de desarrollo: Tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión. 2020.

²⁹Como lo ha señalado Van Dijk: “Una noción central en casi todo el trabajo crítico sobre el discurso es la de poder y, más específicamente, de poder social de grupos o instituciones (entre muchos estudios, ver, e.g., Lukes 1986; Wrong 1979). Resumiendo un análisis filosófico y social complejo, definiré el poder social en términos de control (van Dijk 2008b). Así, los grupos tienen (más o menos) poder si son capaces de controlar (más o menos) los actos y las mentes de (los miembros de) otros grupos. Esta habilidad presupone la existencia de un poder básico: el acceso privilegiado a recursos sociales escasos, como la fuerza, el dinero, el estatus, la fama, el conocimiento, la información, la “cultura”, o incluso varias formas de discurso y comunicación pública (Mayr 2008)”. Van Dijk, Teun. Análisis Crítico del Discurso. Revista Austral de Ciencias Sociales N° 30. Instituto de Historia y Ciencias Sociales y del Instituto de Estudios Antropológicos de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile. 2016.

una práctica social que, en determinados contextos, materializa ideologías y relaciones de poder y dominación a través de sus estructuras lingüísticas (Fairclough, 1992; Foucault, 1992; van Dijk, 1999; Wodak y Mayer, 2003 en Arrunátegui Matos, 2010)³⁰. El poder se entiende así como un ejercicio cotidiano en las relaciones sociales. De allí que los discursos pueden contribuir a cambiar una situación o mantenerla. Por ejemplo, puede contribuir a discriminar, invisibilizar o estigmatizar a determinados actores en las noticias de los medios de comunicación.

Otra conclusión es que la prensa hace un mayor uso de las estrategias discursivas que naturalizan o normalizan la violencia contra la mujer, lo cual representa la cuarta parte de sus noticias. Es importante resaltar este aspecto porque 1) en el uso de las demás estrategias discursivas no se observa diferencias significativas con la televisión, ya que los porcentajes son similares y porque 2) en el monitoreo anterior del 2019 se observa que los porcentajes entre televisión y prensa también eran similares con relación al uso de esta estrategia.

¿Por qué se incrementa el uso de este tipo de estrategia discursiva en la prensa? Puede ser por varios factores: 1) la prensa tiene menos regulaciones que la televisión (que tiene como marco la Ley de Radio y Televisión), lo que le permite un uso discrecional de estas estrategias, 2) la prensa es menos observada y monitoreada por el estado y la sociedad civil sobre temas de violencia, 3) hay problemas en la calidad informativa de la prensa comparada con la televisión, diferencias en el enfoque y tratamiento informativo que se evidencian en los distintos estudios o monitoreos de medios en los últimos años.

Mención aparte merece la relación entre este tipo de estrategia discursiva con el “negacionismo”. Generalmente, el uso de la estrategia discursiva que naturaliza o normaliza los distintos tipos de violencia va asociado o antecede al uso las estrategias discursivas “negacionistas”. Es la base sobre la cual se

³⁰Arrunátegui Matos, Carolina Abigail. El racismo en la prensa escrita peruana. un estudio de la representación del otro amazónico desde el análisis crítico del discurso. Tesis. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima-Perú. 2010.

construye el negacionismo: primero se normaliza, naturaliza y justifica la violencia y, luego, cuando esta idea ya se encuentra anclada en el imaginario social y la opinión pública, se procede a negar abiertamente la violencia contra la mujer.

El negacionismo es una ideología y estrategia discursiva asociada con los “discursos del odio” y que se utiliza no solo en los casos de violencia contra la mujer y feminicidio, sino también en otros campos como el ambiental (ej. estrategias negacionistas sobre el cambio climático), de los conflictos sociales (ej. estrategias negacionistas de la contaminación minera), de los derechos humanos (ej. el holocausto y los crímenes de guerra) o de la salud (ej. la pandemia covid-19 y las estrategias negacionistas de grupos antivacunas). Estas estrategias aparecen muchas veces en las opiniones de líderes o de la ciudadanía (ej. en las entrevistas, redes sociales) y es rebotado por los medios de comunicación sin un “filtro”, es decir, sin un análisis crítico de sus consecuencias o toma de posición del medio frente a este tipo de declaraciones. Por eso, lo podemos encontrar con mayor frecuencia en el género de opinión (editoriales, artículos de opinión, columnas de opinión, entrevistas) y en las redes sociales que en el género informativo, ya que “no es políticamente correcto” negar públicamente el feminicidio o la violencia contra la mujer en los medios informativos.

Esto ocurre porque generalmente no están de acuerdo o se oponen al uso del concepto de “feminicidio” o el de “género”. Algunas formas de expresar esta forma de negacionismo es no mencionar en las noticias que se trata de un feminicidio, sino de un asesinato cualquiera. Otras veces se niega abiertamente argumentando que no existe diferencias entre el asesinato de un hombre o una mujer (pese a que el feminicidio se sustenta en el ejercicio del poder y la asimetría de las relaciones de género entre hombres y mujeres); otras veces confundiendo el feminicidio con muertes de mujeres por otras razones (por accidentes, enfermedades) y otras manipulando las cifras (se señala que en el país mueren más hombres que mujeres, sin precisar las causas).

Pero, también ocurre porque estas estrategias discursivas tienen como base los “discursos de odio” contra determinados grupos (mujeres, migrantes, pobres, gays y lesbianas). Por ello, en las últimas décadas se han incrementado significativamente los estudios relacionados con estos discursos y las distintas formas de odio, intolerancia o discriminación: “misoginia” (aversión u odio contra las mujeres), “homofobia” (odio contra los gays y personas con opciones sexuales distintas), “aporofobia” (odio contra los pobres), “xenofobia” (odio contra los extranjeros, migrantes), “racismo” (odio contra las personas por motivos de raza u origen étnico). En cualquier caso, las distintas estrategias discursivas de odio tienen en común el rechazo hacia “los otros”, a los que son diferentes y expresan el temor a lo distinto. En esa línea de reflexión, habría que preguntarse si este incremento en el uso de estrategias discursivas que normalizan o naturalizan la violencia contra la mujer y el feminicidio por parte de la prensa representa un nuevo escenario para el anclaje de los discursos negacionistas de la violencia en los medios de comunicación.

CALIDAD INFORMATIVA: AVANCES Y RETROCESOS EN LA PRENSA Y LA TELEVISIÓN

Se concluye que tanto en la prensa y la televisión se observan avances y retrocesos en la calidad de su oferta informativa.

Un primer aspecto positivo es que se identifican a las fuentes informativas (atribuidas o directas) tanto en la prensa como en la televisión. Es importante resaltar este aspecto, ya que las fuentes informativas no son solo recursos, sino además el eje sobre el cual se construye la credibilidad de la noticia. Y si bien las principales fuentes que aparecen son los familiares o amigos de la víctima, el Ministerio del Interior/Polici a, documentos y, en menor medida, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, lo cierto es que cada medio prioriza determinadas fuentes, sea por su estilo, enfoque o tratamiento periodístico.

Un segundo aspecto es el uso de algunos indicadores de calidad informativa. En este caso, se constata que en la mitad de las noticias se cruza y verifica la información y se contextualiza la noticia, pero en la mayoría no existe pluralidad de opiniones, es decir, se ofrece información con opinión de un solo lado, unilateral y sesgada. Siendo la veracidad el principio y valor básico en torno al cual se construye el periodismo, habría que señalar que el uso de estos tres indicadores permite una mejor aproximación a la verdad de los hechos, nos dan una idea más completa e integral de los hechos, por lo que es importante mejorarlos.

Un tercer aspecto para considerar es el uso o abuso del enfoque sensacionalista en las noticias de feminicidio, ya que en la tercera parte de las noticias se utiliza un enfoque sensacionalista que busca presentarlas como un hecho interesante y curioso, enfocada en el detalle morboso y sangriento, en el detalle intrascendente (no en el fondo del asunto) o también exagerando, magnificando y sobredimensionando el hecho informado.

¿Cuáles son los factores que pueden condicionar estos avances y retrocesos en la calidad de la oferta informativa de los medios? Un primer aspecto es la formación académica básica del periodista. Estos criterios, principios y técnicas que se aplican en el periodismo (uso de fuentes, cruce o verificación de fuentes, contextualización de la noticia, pluralidad de opiniones) se enseñan (o deben enseñar) en los primeros años de la carrera de periodismo. Si ello no se hace o la enseñanza no es rigurosa o insuficiente, entonces las y los periodistas egresados van a arrastrar este déficit en su desempeño profesional.

Un segundo aspecto tiene que ver con las características del periodismo tradicional, un periodismo descriptivo y breve, que se centra en llamar la atención por medio del sensacionalismo, el escándalo y el morbo en las noticias y no en la calidad de la información, en la profundidad de su análisis e interpretación o en la utilidad que pueda tener esa información para la vida cotidiana de sus públicos.

TRATAMIENTO INFORMATIVO: ESCASO USO DE DATOS Y RECURSOS TÉCNICOS PARA CONSTRUIR LA NOTICIA DE FEMINICIDIO

En la actualidad, las principales corrientes del periodismo (periodismo de investigación, periodismo de datos, periodismo de soluciones, periodismo de precisión, periodismo inmersivo, periodismo digital) usan cada vez con más frecuencia los datos estadísticos para construir información de calidad, novedosa, interesante y de utilidad para sus públicos. Eso permite cambiar el enfoque tradicional que se da a las noticias, darle otro tratamiento y mayor sustento, explorar la evolución histórica de los problemas (cronología, línea del tiempo) o señalar tendencias, proyecciones y escenarios a futuro.

Sin embargo, en la mayoría de las noticias analizadas sobre feminicidio se constata que no se utiliza información estadística o datos (no se utiliza en 6 de cada 10 noticias).

Es posible que esto no ocurra por 1) falta de capacitación de las y los periodistas en el uso, gestión y procesamiento de datos, 2) dificultades para acceder a data verás y confiable sobre los casos de violencia contra la mujer y feminicidio por ausencia de información pública que sea accesible, confiable, actualizada y completa, 3) negativa y resistencia de las autoridades y funcionarios públicos a proporcionar la información solicitada, sea porque consideran que la información pública es propiedad de su institución y no de libre acceso para la ciudadanía y el periodismo o por falta de transparencia en la gestión pública.

Otra conclusión relacionada con el tratamiento informativo es el uso limitado de los recursos técnicos en la noticia; básicamente la fotografía en el caso de la prensa y el vídeo en la televisión. En un contexto de tránsito compulsivo de lo analógico a lo digital, de crecimiento del periodismo digital, móvil y transmedia y del uso intensivo de recursos y herramientas digitales por parte del periodismo, es interesante constatar que tanto en la prensa como la televisión se siguen utilizando los mismos recursos técnicos que hace cincuenta años. Eso constituye una “oportunidad perdida” en la medida

en que no se utilizan o se subutilizan los recursos técnicos y tecnológicos disponibles en la actualidad. Sin embargo, es muy posible que en la versión en línea, tanto de la prensa como la televisión, se utilicen algunos de estos recursos técnicos. Pero, llama la atención que en su versión impresa o audiovisual no se utilicen otros recursos actualmente.

¿Por qué ocurre este desfase con la realidad? ¿Por qué no se usan otros recursos? Una posible explicación tiene que ver con el costo que demanda incorporar estos recursos técnicos en la producción, lo que podría constituir una barrera. Sin embargo, habría que preguntarse si es demasiado costoso utilizar un gráfico o una infografía para resumir y visualizar algunas noticias. Otra explicación posible es la dificultad para utilizar estas herramientas. Sin embargo, desde hace tres décadas las y los periodistas ya vienen utilizando diversos dispositivos tecnológicos y herramientas digitales para su labor informativa. Más aun, el “periodismo móvil” se caracteriza porque se desarrolla en vivo, fuera de la redacción de los medios y se puede hacer desde cualquier lugar desde donde se tenga acceso a los dispositivos tecnológicos e internet. Para ello utilizan diversos dispositivos, como smartphones, tablets y programas (apps) para redactar textos, editar y componer piezas (con audios, fotos, videos), los cuales luego son subidos a la nube y circulados por diferentes plataformas y medios. Otra explicación es la falta de capacitación para el manejo de estos recursos técnicos. Esto es posible en la medida en que son pocos los medios de comunicación que invierten en la capacitación de su personal, por lo que este costo termina siendo finalmente asumido como una inversión individual de cada periodista.

Recomendaciones

A partir de los resultados y conclusiones señaladas anteriormente, se propone un conjunto de recomendaciones para los actores involucrados directa e indirectamente en la problemática del feminicidio.



Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)

- ✓ Se debe fortalecer las relaciones y alianzas con el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) para 1) mejorar la calidad de la cobertura informativa sobre los casos de feminicidio, 2) capacitar a las y los periodistas del IRTP en la problemática del feminicidio y la violencia de género, así como la aplicación de los enfoques de género, intercultural y de derechos en su producción informativa, 3) facilitar el acceso abierto de las y los periodistas a información útil y de calidad que les permita mejorar su oferta informativa.

Asimismo, se sugiere coordinar y articular esfuerzos con

- ✓ otros medios de comunicación y públicos en diversas zonas del país (de universidades, de gobiernos regionales y locales), medios educativos (de ONG, iglesias), medios locales y comunitarios, les permita actuar conjuntamente para lograr un efecto multiplicador “en cascada”. Esto se requiere para llegar a amplios sectores de la población que viven en zonas alejadas, rurales o de frontera, y recoger información directa sobre su problemática, sus demandas y opiniones.

- ✓ En la línea de formación deben promover la capacitación y especialización de periodistas, por un lado, en el tema de feminicidio y violencia contra la mujer y, por otro lado, en temas que contribuyan a mejorar la calidad de su oferta informativa (ej. periodismo de investigación, periodismo de datos, periodismo digital, periodismo móvil, uso de formatos de opinión, participativos e interpretativos, uso de recursos y aplicaciones digitales).
- ✓ La capacitación debe involucrar la participación de los responsables de las áreas de comunicación, imagen, gestión de medios, redes sociales u otras, con el fin de generar un espacio de discusión sobre el enfoque y tratamiento de los temas, pero también un espacio de intercambio sobre el uso de los recursos con los que cuenta la institución con relación a estos temas.
- ✓ En lo interno, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables debería generar un espacio de articulación, coordinación y planificación (ej. Gabinete de Comunicación) que permita canalizar los esfuerzos de los distintos periodistas y comunicadores que trabajan en el MIMP a nivel nacional, de manera que ello asegure una mayor cobertura e impacto de sus acciones con los medios.
- ✓ En la línea de construcción de conocimientos se debe promover la realización de estudios o investigaciones periódicas sobre la oferta informativa, de opinión y de entretenimiento de los medios de comunicación (nacionales, regionales y locales) con relación a los temas de violencia contra la mujer, feminicidio, violencia familiar, etc.

- ✓ Asimismo, la sistematización y publicación de experiencias exitosas y buenas prácticas periodísticas y la realización de concursos que las promuevan o incentiven anualmente. Esto se puede hacer en alianza con Universidades, ONG, Colegio Nacional de Periodistas, Asociación Nacional de Periodistas, Consejo Consultivo de Radio y Televisión, Asociaciones de Radio y Televisión, Agencias de Cooperación Internacionales, entre otros.

- ✓ En la línea de fortalecimiento de la democracia, se debe impulsar el debate y la discusión pública sobre el tema de la violencia contra la mujer y el feminicidio en la agenda de los medios de comunicación, especialmente lo referente al cumplimiento de la Ley de Radio y Televisión y su reglamento, la Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar y su reglamento, y otras normas asociadas como los fallos del Tribunal Constitucional sobre esta materia, especialmente los temas referentes al cumplimiento del horario de programación familiar, la implementación y fiscalización de los códigos de ética, la eficiencia de los mecanismos de autorregulación. Esto se puede hacer en alianza con el Congreso de la República (vía audiencias públicas), Tribunal Constitucional, Ministerio de Justicia, Defensoría del Pueblo, entre otros.



Medios de comunicación

- ✓ Se debe promover la formación de las y los periodistas con relación al manejo y tratamiento del tema de feminicidio y violencia contra la mujer tomando como base los problemas identificados en el presente monitoreo. La capacitación debe articular dos ejes: por un lado, la temática del feminicidio y violencia contra la mujer (análisis de la problemática, normatividad, casos emblemáticos en los medios, causas de la violencia contra la mujer, enfoques de género, interculturalidad y derechos humanos, roles de instituciones públicas involucradas en el tema) y, por otro lado, temas vinculados con la oferta informativa, el enfoque y tratamiento de las noticias (análisis de la oferta informativa y de opinión de los medios en Lima y regiones, principios, valores y técnicas periodísticas, uso de géneros y formatos periodísticos, uso de recursos técnicos, uso de técnicas derivadas del periodismo de investigación, periodismo de datos, periodismo digital, periodismo de precisión, periodismo de inmersión, periodismo cívico, entre otros).
- ✓ Los procesos de formación para periodistas deben apuntar a 1) promover una mejor comprensión y explicación del concepto de feminicidio cuando lo usen, 2) darle un mejor tratamiento al tema de feminicidio, especialmente en causas, consecuencias, explicación del ciclo de violencia, tipos de violencia ejercida, impactos en entorno familiar, 3) darles una mayor relevancia a las mujeres víctimas como protagonistas de las noticias, 4) visibilizar la labor de diferentes actores del estado (ej. ministerios, ONG) en las noticias sobre este tema, 5) mejorar los enfoques, encuadres y estrategias discursivas en el tratamiento de las noticias, 6) mejorar el uso de datos y recursos técnicos en el tratamiento de las noticias, 7) mejorar el uso de principios y técnicas

básicas del periodismo en la construcción de la noticia (cruce y verificación de la información, contextualización de la noticia, pluralidad de opiniones), 8) promover una lógica y cultura preventiva en el tratamiento de las noticias, 9) brindar información útil y orientación sobre las instituciones y servicios a donde acudir en casos de violencia contra la mujer y feminicidio, 10) mejorar y ampliar el uso de géneros y formatos periodísticos que permitan un mejor análisis, interpretación y profundidad en las noticias, entre otros. Son pocos los medios de comunicación que invierten en la formación y especialización de sus periodistas, por lo que esto se puede hacer en alianza con universidades, Consejo Consultivo de Radio y Televisión, ONG, entre otros.

- ✓ Deben hacer un balance y abrir un proceso de discusión pública entorno a los alcances del proceso de autorregulación y sus mecanismos, avances, problemas y limitaciones, el cumplimiento de los códigos de ética y el cumplimiento del horario de programación familiar, con relación al tema de violencia contra la mujer y feminicidio. Ello implica no solo dar opiniones generales, sino construir información y data tangible que respalde esas opiniones (estudios, investigaciones) y también compromisos que cumplir en plazos específicos. Igualmente, esto se puede hacer en alianza con Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, universidades, colegios y asociaciones de periodistas, ONG u otros.

- ✓ También sería importante que la Sociedad Nacional de Radio y Televisión impulse campañas de comunicación sobre la violencia de género de manera concertada para visibilizar la problemática y demostrar su responsabilidad desde una programación comprometida con los cambios que el país necesita. En esta línea y como acción específica podría poner cintillos con información sobre servicios de

prevención y atención sobre violencia cuando se cubre un caso de feminicidio o violencia de género en general.

- ✓ Los medios públicos no se reducen a TVPerú y Radio Nacional; también tenemos los medios de gobiernos locales, gobiernos regionales, de universidades públicas. Es necesario crear una red que permita capacitación, intercambio y producción concertada para prevenir la problemática como parte de una política pública de radiodifusión.



Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCERTV)

- ✓ En la línea de generación de conocimientos, se debe reconocer que en los últimos años, el CONCERTV ha realizado un conjunto de estudios e investigaciones sobre la calidad de la oferta informativa y de entretenimiento, especialmente de la televisión, lo que es un importante aporte a la comprensión de los medios en nuestro país.
- ✓ Sin embargo, en el caso de los estudios sobre el tratamiento del feminicidio y la violencia contra la mujer en los medios, es importante que estos no se circunscriban solo a la televisión, sino también a la oferta informativa y de entretenimiento de la radio, especialmente a las radios comerciales regionales, radios público-estatales (de gobiernos regionales y locales, de universidades públicas), radios educativas.
- ✓ Por otro lado, es importante que en estos estudios se utilicen enfoques inter- y transdisciplinarios de investigación y se utilicen otras técnicas que permitan profundizar en el análisis de la realidad (análisis de contenido, análisis del discurso, análisis de encuadres o frames, entre otros). Esto se puede hacer en alianza con universidades, ONG, colegios y asociaciones de periodistas, entre otros.

- ✓ También es importante que el CONCORTV abra espacios de discusión y diálogo sobre el rol ético y el tratamiento informativo de los medios de comunicación con relación al feminicidio y la violencia contra la mujer. Estos espacios no deben tener solo un carácter académico, sino fundamentalmente de incidencia en políticas públicas. Por ello, debe hacerse partiendo de la realización de estudios e investigaciones específicas que aporten en esa línea.
- ✓ Esto plantea la necesidad de una discusión y balance del proceso de autorregulación y la utilidad (o no) de los códigos de ética y los mecanismos para hacer llegar quejas o denuncias, así como las sanciones que se aplican (o no) a los medios por transgredir las normas establecidas.
- ✓ El CONCORTV participa de las audiencias del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, podría ser importante incorporar en estas el balance del cumplimiento de los códigos de ética e identificar medidas para incentivar o sancionar su incumplimiento desde un enfoque de género.



Universidades

- ✓ En la línea de generación de conocimientos, se deben promover nuevos estudios sobre el tratamiento de la violencia contra la mujer y el feminicidio en la oferta informativa y de entretenimiento de los medios, especialmente los medios regionales y locales (sean diagnósticos situacionales, balances a lo largo de períodos definidos, estados del arte y producción bibliográfica sobre el tema). Asimismo, estudios que complementen las investigaciones que realizan otras instituciones como el CONCORTV y las ONG (ej. estudios referidos a la oferta de la prensa, ya que el CONCORTV no monitorea estos medios). Como parte de ello se debe analizar la oferta online de los distintos medios (páginas web y redes sociales así como la forma en que opera el periodismo transmedia con relación a la problemática del feminicidio y la violencia contra la mujer.
- ✓ Estas investigaciones y estudios deben tener un enfoque inter- y transdisciplinario que permita que se incorporen, junto con la mirada comunicativa, las miradas de otras ciencias y disciplinas (sociología, antropología, psicología, lingüística, filosofía, literatura, educación, entre otras) y se construyan nuevas metodologías y productos derivados del cruce disciplinario.

- ✓ En el caso específico 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 pregrado). 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 informativa, se debe enfatizar más el manejo de géneros y formatos periodísticos de opinión, participativos e interpretativos, así como los aportes de distintas corrientes del periodismo (periodismo de investigación, de datos, de precisión, de inmersión, digital, móvil, transmedia, cívico, entre otros) que permitan mejorar la calidad de la oferta de los medios.
- ✓ Con 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 balance de los mecanismos de autorregulación, la aplicación de los códigos de ética y el horario de programación familiar, entre otros.

- ✓ De manera complementaria, en el marco de los cursos de investigación o seminario de tesis se pueden establecer alianzas con el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y ONG especializadas para realizar actividades conjuntas (ej. foros, seminarios, talleres) que incentiven la realización de tesis que investiguen el comportamiento de los temas en torno a estos temas (diagnósticos, análisis de casos).

- ✓ En el caso de los estudios de especialización y posgrado 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 de la violencia contra las mujeres y el feminicidio. La especialización debe abordar dos niveles: por un lado, la temática del feminicidio y violencia contra la mujer (análisis de la problemática, normatividad, casos emblemáticos en los medios, causas de la violencia contra la mujer, enfoques de género, interculturalidad y derechos humanos, roles de instituciones públicas involucradas en el tema) y, por otro lado, temas vinculados con la oferta informativa (análisis de la oferta informativa y de opinión de los medios, principios, valores y técnicas periodísticas, uso de géneros y formatos periodísticos, uso de recursos técnicos, uso de técnicas derivadas del periodismo de investigación, periodismo de datos, periodismo digital, periodismo de precisión, periodismo de inmersión, periodismo cívico, entre otros).



Sociedad civil

- ✓ En la línea de producción de conocimientos, deben contar con sistemas de información (data, estadísticas) que faciliten la labor de las y los periodistas ya que su labor se basa en hechos (y no solo opiniones especializadas). Son pocas las instituciones que cuentan con data actualizada, confiable, completa y accesible. Más aún, son pocas las instituciones que tienen data propia y no necesariamente la que comparten las instituciones públicas. La generación de este tipo de información puede facilitar una mirada nueva a la problemática del feminicidio y la violencia contra la mujer.
- ✓ Deben mejorar su alianza y relación con los medios, especialmente la gestión de prensa, en la medida que tienen una escasa visibilidad en las noticias sobre feminicidio. Una forma es creando espacios de diálogo interinstitucionales de trabajo con los medios, eventos de capacitación (talleres, seminarios, foros) realizando entrevistas a jefes de información y editores para establecer sus demandas informativas, etc.
- ✓ En esa línea, es importante segmentar la relación con los medios aliados, en el entendimiento que no todos los medios enfocan y tratan estas noticias de la misma manera. No es lo mismo el tratamiento dado por la televisión y la prensa al tema del feminicidio.
- ✓ No es lo mismo el tratamiento dado por dos medios de prensa como El Trome o El Comercio. Los estilos, enfoques, intereses y prioridades son distintos; por lo tanto, las estrategias de relacionamiento también deben ser distintas.

- ✓ En la línea de producción de contenidos, deben contar con materiales informativos trabajados específicamente para los medios de comunicación (ej. kit de materiales digitales con gráficos e infografías), de manera que puedan ser utilizados en distintos medios y plataformas en simultáneo (prensa, televisión, internet).
- ✓ Sería útil impulsar estudios de consumo de medios vinculado a los temas de violencia de género, cómo las y los ciudadanos reciben e interpretan los enfoques, temas y contenidos que los medios proponen.
- ✓ También se recomiendan que se articulen los diferentes observatorios sobre medios y colectivos de derecho a la comunicación que existen para propiciar la participación de la ciudadanía e impulsen la incidencia en las autoridades del sector sobre los cambios que se requieren.

A.C.S. Calandria. (2013). Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: Violencia contra la Mujer. La mirada de los medios.

A.C.S. Calandria. (2019). Monitoreo de medios con enfoque de desarrollo: tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión.

A.C.S. Calandria. (2020). Monitoreo de Medios de Comunicación con enfoque de desarrollo: Tratamiento informativo de los casos de feminicidio en la prensa y la televisión.

Alsina, Miguel. (1993). La construcción de la noticia. Barcelona: Paidós Ibérica.

Arrunátegui, C. (2010). El racismo en la prensa escrita peruana. Un estudio de la representación del otro amazónico desde el análisis crítico del discurso (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Bennett, W. L. (2002). La globalización, la desregulación de los mercados de medios de comunicación y el futuro de la información pública. En J. Vidal, La ventana global: Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático. UNESCO.

Graham, L. (2012). Manual de monitoreo de medios. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

INDERA. (2009). Análisis de género de los medios catalanes de comunicación audiovisual.

INEI. (2018). Perú: Crecimiento y distribución de la población total, 2017. Población censada más población omitida. Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas. Lima: Autor.

Kapuscinski, R. (2005). Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo. Compactos de Anagrama. Barcelona: Anagrama.

Kovach, B.; Rosenstiel, T. (2004). Los elementos del periodismo. Aguilar.

Organización Panamericana de la Salud. (2003). Informe mundial sobre la violencia y la salud. (Publicación Científica y Técnica 588). Washington D.C.

Rodríguez, A.; Enguix, A.; Rojas, J. L; García, M. del M. (2015). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 21(Núm. Especial). Universidad Complutense. Madrid.

Van Dijk, T. (2016). Análisis crítico del discurso. Revista Austral de Ciencias Sociales, 30. Instituto de Historia y Ciencias Sociales y del Instituto de Estudios Antropológicos de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile.

Tratamiento informativo de los casos de Femicidio en la prensa y TV

MONITOREO DE MEDIOS CON ENFOQUE DE GÉNERO

El **Observatorio de medios**, tiene como objetivo promover y proponer mejoras en los medios de comunicación para el cumplimiento de la Ley de Radio y Televisión, sobre su rol en la prevención de la violencia contra la mujer y el grupo familiar, en los programas informativos, de entretenimiento y la publicidad, en el marco del derecho a la comunicación.

observatoriomedios.peru@gmail.com

