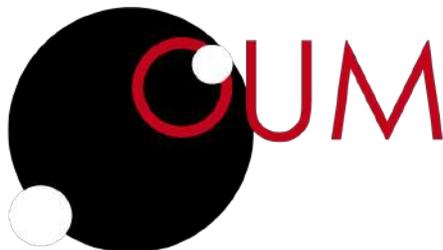




ANTONIO  
RUIZ  
DE MONTOYA  
UNIVERSIDAD JESUITA

ESCUELA DE  
PERIODISMO



Observatorio Universitario de Medios

## **Monitoreo sobre el papel de los noticieros de televisión en la cobertura de noticias sobre violencia de género**

**Proyecto implementado en el marco del convenio de colaboración entre la Fundación Gustavo Mohme Llona y la Escuela de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya**

**Pueblo Libre  
mayo de 2017**

## Contenido

I. Introducción .....	3
• Antecedentes	
• Una iniciativa necesaria y urgente	
• Periodo 2016-2	
II. Marco Conceptual .....	5
• Teorías de la comunicación	
• Género	
• Medios de comunicación y discursos de género	
III. Metodología .....	9
• Delimitación de aspectos a observar	
• Aspectos técnicos	
• Capacitación de estudiantes	
• Periodo de prueba	
• Observación y análisis de estudiantes	
IV. Informe del primer proceso de observación 2016 – 2 .....	13
4.1. Principales Hallazgos: .....	13
• Aspectos generales	
• Temas y formatos	
• Roles y actores	
1. Roles en la producción noticiosa	
2. El protagonismo en la noticia	
3. Quiénes tienen voz en la noticia	
4. Los roles de las mujeres	
4.2. Violencia de género en la prensa televisiva .....	27
4.3. Aportes de trabajos finales de estudiantes .....	37
4.4. Conclusiones .....	42

# Observatorio Universitario de Medios de Comunicación: Entrenando una mirada con sentido crítico en futuros periodistas

## I. Introducción

En 2015 la Fundación Gustavo Mohme Llona y la Universidad Antonio Ruiz de Montoya se aliaron con una visión común, la de generar un observatorio estudiantil de medios de comunicación masivos. El OUM busca ser una plataforma de monitoreo ciudadano, centrado inicialmente en el trabajo de los medios de comunicación.

### **Antecedentes**

Con el fin de validar el proyecto, diseñamos *focus groups* con estudiantes de comunicaciones, y periodismo. De los resultados que más llamaron nuestra atención el principal fue la ausencia, por parte de los jóvenes, de consumo con sentido crítico de los contenidos que se difunden en los medios masivos y vituales. Por eso buscamos generar un proceso de observación con un componente formativo importante para desarrollar el pensamiento crítico en los estudiantes que participen.

También queremos ser vasos comunicantes entre los estudiantes, los medios y los profesionales del periodismo. Apuntamos a propiciar una relación de diálogo con los medios monitoreados, y esperamos que el observatorio sea una herramienta ciudadana que pueda poner de relieve el tema ético en la praxis cotidiana de los medios.

### **Una iniciativa necesaria y urgente**

En la última década hemos atendido un fenómeno mundial, los medios masivos de comunicación han visto surgir a otros nuevos medios, virtuales, interactivos, alternativos inicialmente pero que van ganando cada vez más espacio en los hábitos de consumo de información de las nuevas generaciones. El boom de medios virtuales/alternativos ha ido dando paso a nuevas formas de entender lo “masivo”, pasando a lo “viral”, donde no es un medio hegemónico permanente el que envía mensajes cotidianamente a una audiencia receptora pasiva, sino que aparecen piezas de información puntuales (noticias) que alcanzan masividad a partir del interés del mismo público en compartirla para que se difunda.

En los países más conectados por el internet la televisión, radio y prensa tradicionales vienen perdiendo paulatinamente su capacidad de influencia en la opinión pública. Y ya se prevee un horizonte en el que los nuevos medios y los internautas activos sean los actores principales de lo que hoy llamamos el cuarto poder.

En nuestro país, sin embargo, los medios masivos clásicos siguen siendo un poder indiscutible al momento de identificar agentes influenciadores de la opinión pública. Este

Observatorio tiene como una de sus inquietudes reflexionar, desde la data cuantitativa y cualitativa, cómo se elaboran los discursos que se difunden desde ellos a los millones de ciudadanos que componen nuestra sociedad.

Es imposible obviar una realidad, en el mundo entero el modelo de gestión de los medios masivos de comunicación se ha terminado de asentar prioritariamente en la forma de la empresa privada. Muy en minoría quedaron los medios estatales, públicos o comunitarios. El grueso del volumen del contenido noticioso es generado bajo la lógica de la noticia como una oferta diaria a un público que toma sus decisiones de compra o consumo basado en sus gustos e impulsos inmediatos (zapping, portadas en los kioskos, etc.), buscando entretenerse además de informarse.

Para obtener un feedback de estos hábitos de consumo existen herramientas de medición de audiencia o lectoría (rating, estudios de mercado, etc.), que van dando luces sobre las preferencias del público, y marcan, a mediano plazo, los contenidos mediáticos en general, y noticiosos en particular. Es importante intentar comprender las implicancias de esta dinámica: la naturalización en esta forma de concebir a los medios por parte de la sociedad, invisibiliza su rol como actor social, como agente formador de la opinión pública, dejando totalmente fuera de discusión el derecho a la comunicación de los ciudadanos.

En estos tiempos que aún vivimos, de comunicación de masas y culturas mediáticas, la agenda mediática determina en gran medida la agenda pública, no solo en sus temáticas, sino en cómo estas son presentadas a la ciudadanía y qué reflexiones o debates se disparan desde allí. Pero en este contexto, el concepto de “responsabilidad social de medio” ha terminado de diluirse.

De esta manera terminan por dejar de pensarse los cambios estructurales que se tendrían que ocurrir en los procesos de tomas de decisión sobre qué cubrir y cómo hacerlo. Cambios que, se cree, afectarían los índices de audiencia y lectoría que sostienen el valor de la pauta publicitaria, principal fuente de rentabilidad de los medios.

En el Perú, no hay espacios de reflexión en torno a los medios y su ejercicio. No existe, en la actualidad, una entidad ciudadana de monitoreo de la calidad y seriedad de lo que ofrecen, y con capacidad de incidencia real sobre los medios masivos de comunicación. Es necesario entonces, iniciar un proceso de largo aliento, recuperando nociones básicas sobre la deontología del oficio periodístico, y desarrollando en las nuevas generaciones una mirada crítica a los contenidos que consumen y posteriormente generan.

Esperamos que la práctica de observación y análisis propuesta por el observatorio logre iniciar un proceso de reflexión sobre la necesidad de que exista un mecanismo ciudadano de monitoreo ante el actual uso de las plataformas mediáticas.

## Periodo 2016-2

En el segundo semestre de 2016, el Observatorio Universitario de Medios realizó un monitoreo sobre el papel de los noticieros de televisión en la cobertura de noticias sobre violencia de género; y de manera más amplia sobre los roles atribuidos a las mujeres en la narrativa construida por dichos espacios televisivos.

En el marco de la marcha #NiUnaMenos hubo un auge de noticias sobre violencia de género y feminicidio. Pero queríamos conocer qué tipo de tratamiento se estaba dando a las noticias de esos casos, a fin de discutir la calidad y pertinencia de su cobertura y el aporte que esto podría traer, o no, en la lucha contra la violencia.

Así mismo, partiendo del entendido de que la violencia no es un hecho aislado, sino que está vinculada con una ideología ampliamente extendida en nuestra sociedad -el machismo-, que la legitima y justifica, queríamos conocer de qué manera la imagen de la mujer es construida por dichos noticieros. Esto nos permitiría reflexionar acerca de qué tipo de discursos se construyen en la televisión en torno a los roles de género.

La observación fue realizada por los estudiantes de dos cursos de la carrera de periodismo de la UARM, quienes, con el acompañamiento de los docentes y del equipo técnico del OUM, seleccionaron los noticieros matutinos y vespertinos de los canales 2, 4, 8 y 9. Se monitoreó los treinta minutos principales de cada noticiero, considerando criterios de audiencia. En total, se observó 784 noticias.

La televisión -y los medios de comunicación en general- forman parte de un entramado social en el cual existen discursos y narrativas que estos recogen y amplifican. En ese sentido es innegable la responsabilidad particular que atañe a medios masivos en el proceso de construcción social de imaginarios compartidos. Por ello es importante brindar herramientas para discutir y reflexionar conjuntamente sobre la imagen de la mujer y los discursos proyectados por el periodismo, a fin de identificar prácticas que pueden y deben mejorarse para convertirlos en aliados en la lucha contra la violencia y por la igualdad.

## II. Marco Conceptual

### La influencia de los medios en nuestros imaginarios sociales

Los medios de comunicación cumplen un importante rol en la formación de la opinión pública, y en ese marco son actores fundamentales en nuestra vida democrática.

Existe una amplia y rica discusión en torno a qué tipo de influencia ejercen los medios en las audiencias, y en la historia de las teorías al respecto se ha pasado por varios extremos: a momentos de extrema desconfianza y temor por los presuntos “efectos todopoderosos” han sucedido momentos de serenidad por sus efectos aparentemente limitados. En el

Perú, hace pocos años hemos sido testigos de este debate a partir del proceso conocido como “concentración de medios”, en el que se ventilaron argumentos que iban desde el peligro por la posible manipulación de la opinión pública hasta el supuesto poder del individuo para decidir qué consumir.

Sin embargo, como suele suceder, “el diablo está en los detalles” y la forma en que se produce en la vida real la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública es bastante más compleja. En las últimas décadas se ha asentado, gracias a un abundante trabajo empírico en diversos contextos geográficos, sociales y culturales, la noción según la cual los medios tienen efectos más importantes en cuanto son agentes que nos ayudan a construir nuestro conocimiento sobre el mundo, que en su siempre discutible capacidad de “persuadir” a las audiencias.

En efecto, hoy por hoy los medios son los principales “narradores” de las historias sobre el mundo a las que tenemos acceso día a día, y la mayor parte de nuestro conocimiento indirecto sobre los temas de interés público o colectivo se originan en dichas historias. Algunos de los ámbitos en los que los medios son particularmente importantes en esa construcción de nuestro conocimiento son: la agenda temática, esto es, el conjunto de temas que consideramos “importantes” en un momento determinado”; la visibilización de algunos aspectos específicos de dichos temas; la visibilización, sobre-representación o invisibilización de actores, puntos de vista o corrientes de opinión; y de manera más general la construcción de nuestras imágenes mentales acerca del mundo, incluyendo prejuicios, estereotipos, etc.

Ahora bien, “la televisión no “crea” ni “refleja” imágenes, ni opiniones ni creencias, antes bien es un aspecto íntegro de un proceso dinámico”<sup>1</sup>. Como explican Gerbner et al. (1996), “La pregunta “¿quién fue primero?” es irrelevante y conduce a error. El ser humano nace en un entorno simbólico cuyo predominio es la televisión”.

### **Problemática de Género**

Las inequidades de género son una realidad permanente y presente aún hoy en pleno siglo XXI. Los recortes de los derechos de las mujeres son parte una problemática social que afecta no solamente a un grupo humano mayoritario (mujeres y niñas) sino que tiene un impacto inevitable en la sociedad al vincularse directamente con su entorno cotidiano: la familia, su grupo social, su trabajo. Esta lucha, presente aún en los Objetivos de Desarrollo Social de la agenda mundial propuesta por las Naciones Unidas y asumida por los países miembros de la organización, marca la agenda nacional.

La Violencia de Género es quizás una de las mayores manifestaciones de esta inequidad, convirtiéndose en un problema de salud y seguridad pública donde intervienen múltiples factores y por lo tanto toca a los actores: políticos, sociales, empresariales y líderes de

---

<sup>1</sup> G. GERBNER - L. GROSS - M. MORGAN - N. SIGNORIELLI, “Crecer con la televisión: perspectiva de

opinión. La violencia de género expresa la humillación a la dignidad de la mujer como ser humano en un escenario de desequilibrio de poder entre hombres y mujeres por una idea distorsionada de los afectos y sobre la base de subordinación como premisa en las relaciones de pareja. Este prejuicio alimenta la discriminación hacia la mujer por sus rasgos culturales, físicos, sociales, económicos; reproduciendo tipos de violencia física, sexual, emocional y psicológica.

La estadística del CEM<sup>2</sup>, nos muestra un panorama en el que de los 70,510 casos de denuncias de violencia de género presentadas el año pasado, el 49.6% es psicológica, 39.7% es física, 10.6% es sexual; en tanto que el 21% se ubica en el rango de 26 a 35 años de edad. Por otro lado, la Defensoría del Pueblo<sup>3</sup> destaca las cifras de Tentativa y Femicidio como dos categorías que, medidas desde el 2011 en adelante, a lo largo de los años tienden a aumentar. Podemos ver que, en los dos últimos años, los casos de Tentativa se incrementan de 198 a 258, y los de Femicidio de 95 a 124.

Si bien es cierto que cada caso se presenta como del entorno privado, se convierte en un problema público al revisar los diferentes datos del Ministerio Público, las Comisarias y el Ministerio de la Mujer. Las cifras indican que existe un alto riesgo para las mujeres y las niñas desde su entorno más cercano: su casa, la familia, la escuela y el trabajo o los vecinos. Hay una práctica sistemática que se revela del reporte de los casos de violencia en sus diferentes expresiones. En el siguiente cuadro vemos la progresión en el paso de los años.

#### VICTIMAS DE FEMINICIDIO

Relación de parentesco con el victimario	Total (2009-2014)	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nacional	738	154	139	123	122	109	91
Pareja o Ex-pareja	569	109	96	87	103	92	82
Familiar	88	26	21	19	11	8	3
Conocido u otro	81	19	22	17	8	9	6

Nota: El sector ha actualizado el número de casos registrados de los años anteriores (2012-2013).

Fuente: Ministerio Público-Observatorio de Criminalidad.

Podemos decir, entonces, que la violencia de género es una problemática que tiene que ver básicamente con la dimensión social y cultural de nuestra sociedad. El marco normativo es importante y necesario, una legislación en favor de las mujeres sin duda

<sup>2</sup> Centro de Emergencia Mujer 2016, Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables

<sup>3</sup> Documento "No una sino otras tantas formas de violencia contra la mujer"

ayuda para acortar las brechas de género en la esfera pública. Pero si no es posible revertir el problema en el ámbito privado entonces esta se instala en la vida diaria como válida y aceptada socialmente. *“...Estamos ante el castigo de quienes se independizan y se defienden ubicándose de mejor manera en la sociedad. La desobediencia, el desacuerdo, la negación de las mujeres generan en algunos varones la recurrencia agresiva”*<sup>4</sup>, nos estamos enfrentando a una sociedad intolerante, poco dispuesta a escuchar al/la otro/a y si está en desventaja física, la agresión puede venir de cualquier orden.

### **Medios de comunicación y discursos de género**

Los medios de comunicación tienen alta responsabilidad en la construcción de los sentidos comunes que naturalizan la violencia de género, ya que reproducen la realidad, la amplifican y reafirman, una realidad sujeta a la percepción de los “productores” de la información. La oferta informativa conduce al vértice del problema, de manera que el tratamiento noticioso determina lo que ha de prevalecer en la agenda mediática. El lenguaje televisivo explicita la crudeza del hecho, la tendencia a presentar “qué ocurre” en las calles exacerba los sentidos, prefiriendo un enfoque más descriptivo que reflexivo. Hoy en día, a pesar de los vaivenes históricos, la prensa goza de cierta credibilidad en la población, por lo que es un referente para la construcción de la opinión pública.

El adecuado procesamiento de la información que circula en los medios de comunicación es necesario para la afirmación de la democracia y la visibilización de los encuentros y desencuentros que alimentan la agenda pública. Los temas de interés público son los llamados a aparecer en los medios, temas que nos convocan a los peruanos y peruanas. Son precisamente esos temas que dan forma a los imaginarios que se construyen y se reflejan en las audiencias.

La construcción del imaginario se basa en las representaciones del día a día, eso se transforma en los relatos que reproducen los medios a través de la ficción, el entretenimiento o el periodismo. Manuel Martín Serrano<sup>5</sup> nos habla de la interdependencia entre Comunicación y Sociedad, como un campo aún poco trabajado pero que manifiesta la mezcla del mundo subjetivo y objetivo en la construcción de contenidos de comunicación.

Hoy estamos ante un periodismo que filtra opinión en lo que ofrece como información, es cada vez más complicado hablar de géneros puros, lo cual nos enfrenta a un problema que refiere al tratamiento informativo y la ética de los periodistas que ejercen la tarea de relatar los acontecimientos de interés público. En consecuencia la violencia se relativiza en la presentación de la información y resulta un arma de doble filo, que puede hacerse visible en la descripción del hecho o invisible en el manejo informativo.

---

<sup>4</sup> Periodismo y Violencia de Género: Tolerancia Cero, UJI y ACS Calandria, 2010

<sup>5</sup> La Producción Social de la Comunicación, Manuel Martín serrano

La problemática de género no escapa a esta tendencia informativa, dada la cifra creciente de los sucesos de feminicidio y de violencia física, psicológica y sexual tanto a mujeres adultas como a niñas. Además del grado de influencia en la conformación de la agenda pública, es válido preguntarse ¿Qué se refleja en los medios de comunicación respecto a la violencia de género? Este monitoreo intenta identificar aquello para incorporar los temas pendientes en la discusión pública.

Por eso, para este segundo periodo de observación, correspondiente al segundo semestre académico del 2016, se decidió observar la cobertura televisiva debido a la capacidad de difusión masiva de ésta, así como su fuerte impacto en la formación de la opinión pública.

Se eligió cuatro canales de televisión, 3 de señal abierta y 1 de transmisión por cable, y sus respectivos noticieros diarios (de lunes a viernes) matutinos y nocturnos. Los canales fueron Frecuencia Latina, América Televisión, ATV y Canal N. Se escogió estos medios ya que se quiso observar los 3 noticieros con mayor índice de audiencia en señal abierta, y aquél con mayor rating en señal de cable.

La temática a observar fue la de género, acorde con la visibilidad que el tema viene teniendo a nivel global, ante la tendencia de grandes protestas de mujeres en mundo frente a esta problemática. La coyuntura se resumió en una multitudinaria marcha el 13 de agosto de 2016, adscrita a la iniciativa internacional #NiUnaMenos, cuyo disparador en el Perú fue la cobertura mediática de dos casos emblemáticos.

De esta manera, se buscó evaluar y analizar la cobertura sobre violencia de género en la televisión; temática que, de un momento a otro, fue colocada en el foco de la atención mediática.

### III. Metodología

#### **Delimitación de Aspectos a Observar**

Se consideraron tres aspectos cruciales a observar sobre la cobertura del tema de violencia de género:

En primer lugar, qué lugar ocupaba dentro de la agenda mediática el tema de violencia de género en los canales de televisión. En este sentido, saber cuántas noticias sobre violencia eran emitidas durante las medias horas pico -minutos de mayor audiencia donde se colocan las notas consideradas como más importantes- y los formatos utilizados para ellas, así como saber qué temáticas prevalecen en la cobertura periodística.

En segundo lugar, el objetivo era observar el tratamiento y el enfoque de las noticias relacionadas a sucesos de violencia de género. Saber tanto el grado de seriedad de la cobertura, así como la profundidad y análisis de la información. Además, poder medir el

grado de compromiso del medio en cuanto a su responsabilidad social al brindar -o no- información al público sobre los procedimientos a seguir en casos de violencia.

Paralelamente se determinó también observar el grado de participación de voceras mujeres y los roles sociales de las mujeres con voz en todas las noticias sobre todas las temáticas. A su vez, también se decidió observar y comparar los roles desempeñados por mujeres frente a cámaras, dentro de los mismos noticieros, ya sea como reporteras o presentadoras de noticias.

A partir de esta delimitación se pudo desarrollar una ficha de observación, con la herramienta *google forms*, a ser completada por los estudiantes por cada pieza de noticia observada.

### **Aspectos Técnicos**

Fue necesario contar con los programas grabados para que los estudiantes puedan dedicarse a la labor de observación en sus momentos libres, debido a que muchos de sus horarios, tanto de estudios como de trabajo, no habrían permitido una observación en tiempo real. Esto resultó ventajoso ya que al tener el registro de los programas, era posible para los estudiantes revisar los contenidos más de una vez, y así lograr un mejor análisis de ellos.

Para ello, se contó con el apoyo de una persona dedicada al registro de programas de televisión quien los colocaba en una plataforma libre de almacenamiento de archivos de internet, *MEGA*.

Luego la coordinadora accedía a la cuenta de la plataforma para organizar los archivos de videos grabados en carpetas por medio y horario, para luego compartir el enlace de descarga respectivo con los grupos de estudiantes.

### **Capacitación de Estudiantes**

Durante la primera semana del semestre se explicó a los grupos de estudiantes de ambos cursos en qué consistía el proyecto del observatorio y qué motivaba su desarrollo en este período.

Los docentes de los cursos coincidieron en plantear la necesidad de una charla de inducción al significado de género y las implicancias de la violencia de género. Para ello, se convocó a una experta en feminismo y violencia de género para dar una charla inductiva sobre el tema a los estudiantes y aclarar sus dudas al respecto. La charla fue crucial para la

estandarización de criterios en la clasificación de las temáticas de las noticias, así como para la evaluación de su tratamiento.

También se mostró a los estudiantes el diseño de la ficha de observación y sus preguntas para recoger sus aportes y aclarar sus dudas sobre la manera de completarla.

### **Periodo de Prueba**

Cada curso contaba con aproximadamente 10 estudiantes. Al ser 4 los medios a observar y dos los horarios (mañana y noche), fueron divididos en grupos de 2 o 3, y asignados un medio y horario. Uno de los cursos se encargó de la cobertura de los noticieros de la mañana, y el otro de los noticieros de la noche. Se decidió observar la media hora pico -de 7 a 7:30 de la mañana- para los noticieros matutinos cuya duración es de 3 a 4 horas, y la primera media hora de los noticieros nocturnos, cuya duración es de una hora.

Luego de constituidos los grupos, la coordinadora se encargaba de compartir las grabaciones correspondientes, así como el enlace para el llenado de la ficha en línea.

Los estudiantes debían descargar en casa los programas y llenar la ficha en línea durante la semana. Luego de este primer periodo de prueba se recogieron sus apreciaciones y sugerencias, lo que permitió modificaciones de mejora en la ficha para el periodo de observación oficial.

La prueba se llevó a cabo del 3 al 7 de octubre de 2016, una semana antes de la observación oficial.

### **Observación y Análisis de Estudiantes**

El periodo de observación final fue establecido para cubrir las emisiones del 10 al 21 de octubre de 2016, y se hizo tras el periodo de prueba y afinación de la ficha de observación.

Debido a que contábamos con los programas grabados y disponibles en la plataforma de almacenamiento virtual, la finalización de la observación no se dio sino hasta por lo menos dos semanas después.

Una vez completa la información en las fichas de *google forms*, pudimos diseñar una base de datos en *Excel*, con la que estudiantes y docentes elaboraron diagramas sobre los diferentes aspectos observados, a partir de los cuales los estudiantes harían sus trabajos de análisis y proyectos de comunicación.

Cabe indicar que la herramienta de investigación construida permite analizar como unidad básica cada nota independiente; sin embargo, no toma en cuenta un análisis de los comentarios de introducción y/o cierre que los presentadores pueden realizar de la misma, ni el titular ni el tono con el que el canal la anuncia previamente.

Cabe señalar a su vez que el instrumento es cuantitativo, esto es, permite acumular estadísticamente determinados indicadores construidos a efectos de responder a las preguntas de investigación expuestas párrafos arriba. No se trata, pues, de una aproximación cualitativa que nos permita realizar un análisis del discurso o de las imágenes y otras formas narrativas, ni un análisis a profundidad de determinados casos.

#### IV. Informe del primer proceso de observación 2016 – 2

Debido al retraso en la finalización del periodo de observación y el llenado de las fichas, la limpieza de los datos tuvo que ser hecha luego de acabado el semestre académico. Luego de la limpieza, se pudo obtener nuevos diagramas de datos para elaborar un resumen ejecutivo de análisis de resultados que presentamos a continuación:

##### 4.1. Principales Hallazgos:

- *Aspectos generales:*

Al finalizar el período de observación, se registró un total de 784 notas observadas, distribuidas de la siguiente manera: 204 noticias de América TV, 213 de ATV, 138 de Canal N y 229 de Latina. En el caso de N, se registró un número menor de notas, principalmente por el uso matutino de enlaces en vivo de larga duración.

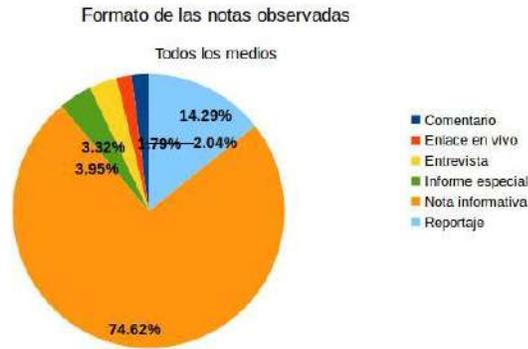
America TV	204
ATV	213
Canal N	138
Latina	229
<b>Total</b>	<b>784</b>

La distribución horaria de estas notas fue la siguiente: 337 noticias registradas en el horario matutino y 447 en el horario nocturno.

AM	337
PM	447
<b>Total</b>	<b>784</b>

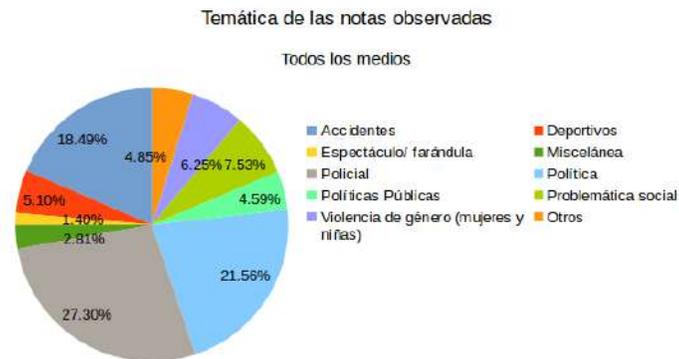
- *Temas y Formatos:*

Es notorio el predominio de la Nota informativa, con 74.62% del total. Se clasificó así a las notas más simples, con menor duración, menor diversidad de fuentes y que se centran en relata un hecho noticioso, con escaso contexto o profundización. El segundo formato más utilizado fue el reportaje, de mayor duración y de un nivel de investigación más profundo, pero apenas el 14.29% de las notas se correspondieron con este formato. El resto de formatos (entrevista, enlace en vivo, comentario, etc.) representan menos del 3% de casos cada uno.



Llama la atención el peso de las diversas temáticas de las notas observadas. En primer lugar se ubican las noticias policiales con 27.30%, seguidas de las noticias políticas con 21.56% y de los accidentes con 18.49%. Todas las demás categorías ocupan menos del 10% de casos, siendo que en cuarto lugar se ubica “Problemática social” con 7.53%.

La categoría “Violencia de género” se ubicó en quinto lugar con 6.25% de las menciones, lo que es interesante por cuanto coloca a esta grave problemática por encima de temáticas deportivas, de espectáculos, economía, internacionales o “misceláneas”. Hace algunos años, la importancia relativa de esta temática era menor: sin duda el nuevo contexto a raíz de hechos de tendencia global, como las multitudinarias marchas “Ni Una Menos” en todo el mundo, ha impactado en un mayor peso y atención a esta problemática.

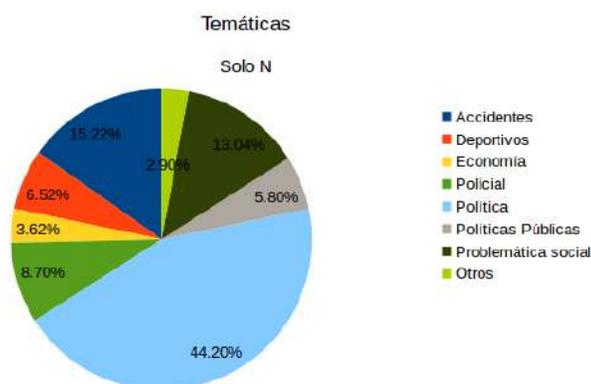


Ahora bien, el peso de las noticias políticas aparece sobre-representado en el gráfico anterior debido a la presencia de Canal N, un canal eminentemente dedicado a la actualidad política. Si retiramos a este medio del cuadro, para centrarnos en la TV de señal abierta, el resultado es bastante diferente: Policial pasa a representar un 31.27% de la muestra, seguido de accidentes con 19.20%, mientras que las temáticas políticas caen hasta el 16.72% de la muestra. En esta muestra, también crece la importancia relativa de

Violencia de género hasta el 7.59%, ubicándose en cuarto lugar, mientras que “problemática social” llega al 6.35%.



En tanto, en Canal N las noticias políticas por sí solas representaron el 44.20% de la cobertura, seguidas de accidentes (15.22%), Problemática social (13.04%), Policial (8.70%) y Deporte (6.52%). Cabe destacar que sólo en este cuadro aparece la temática “economía” con 3.62%, pues en la muestra que incluye a los demás medios esta sección quedaba relegada a la categoría “otros”. Llama la atención que para Canal N, las noticias sobre violencia de género ocuparon apenas 2.90% de la cobertura.



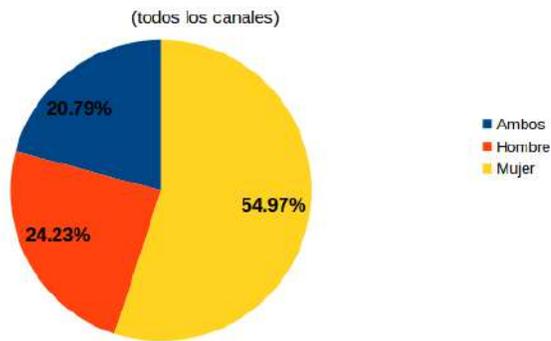
Cabe señalar que durante el período observado tuvo lugar el gran incendio en los almacenes del Ministerio de Salud, lo que probablemente está influyendo en una mayor importancia de la categoría “accidentes”.

- *Roles y actores*

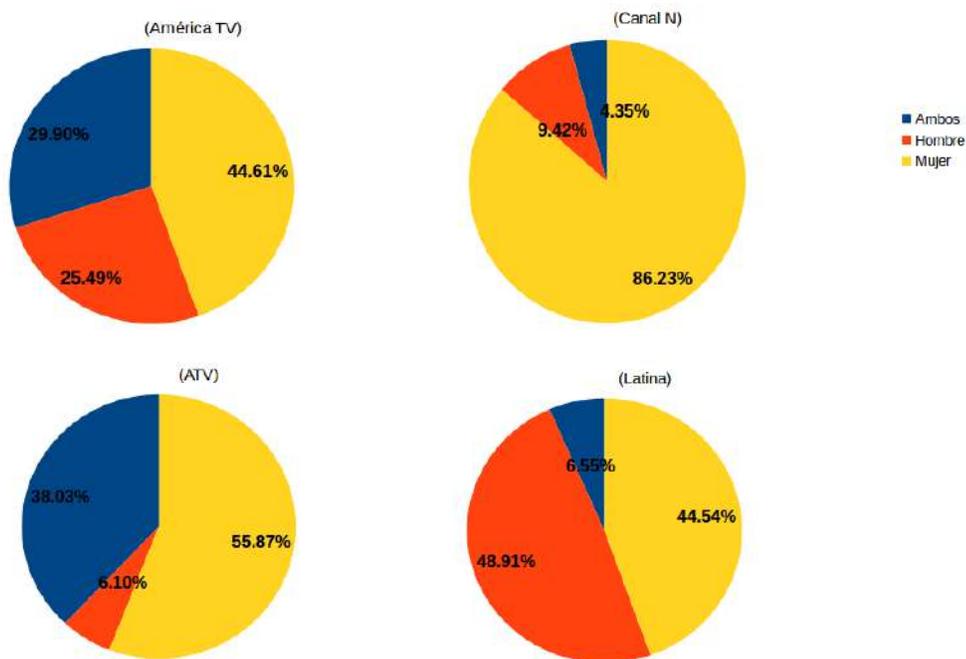
Los roles en la producción noticiosa

En el monitoreo realizado, se observó que los rostros femeninos son predominantes en las pantallas: más de la mitad de las noticias fueron presentadas por una conductora mujer (54%) mientras que solo la quinta parte fue presentada por un hombre y en un 20% de casos los conductores fueron de ambos géneros.

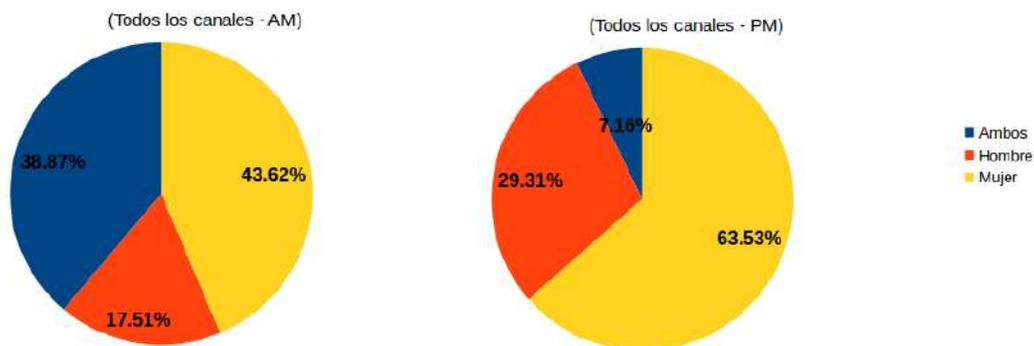
*Presentador o conductor*



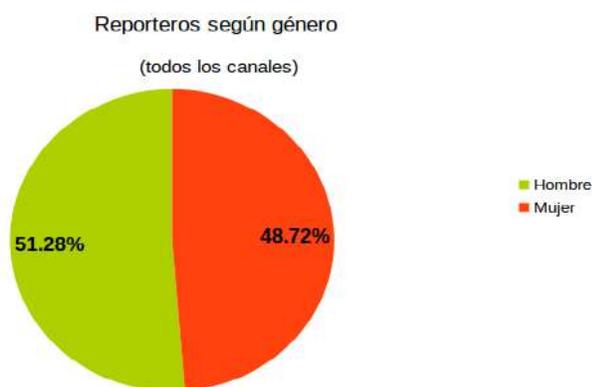
Sin embargo, los resultados varían por canal. Mientras que Latina fue el medio que más equilibrio tuvo entre hombres y mujeres en el rol de conductores o presentadores (48% hombres y 44% mujeres), fue Canal N donde hubo mayor desequilibrio con un 86% de presentadores de género femenino.



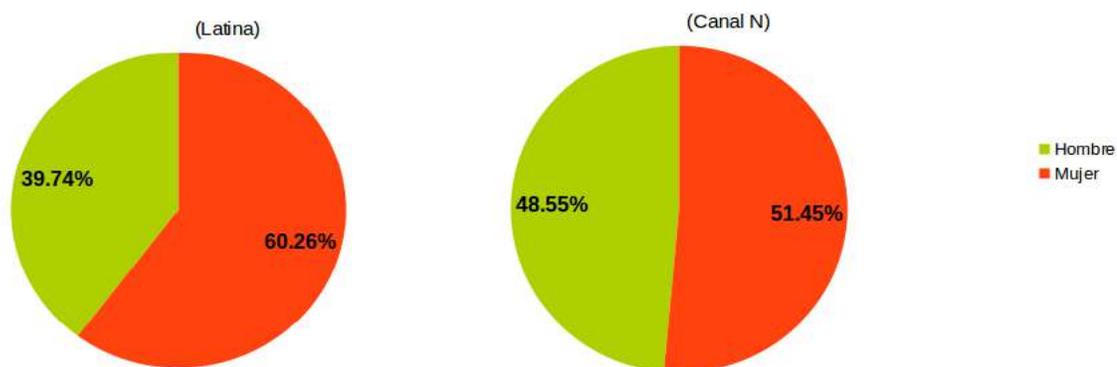
En cuestión de horarios, en las noches la aparición de mujeres en la mesa de conducción fue mayor que en las mañanas (43% versus 63%).



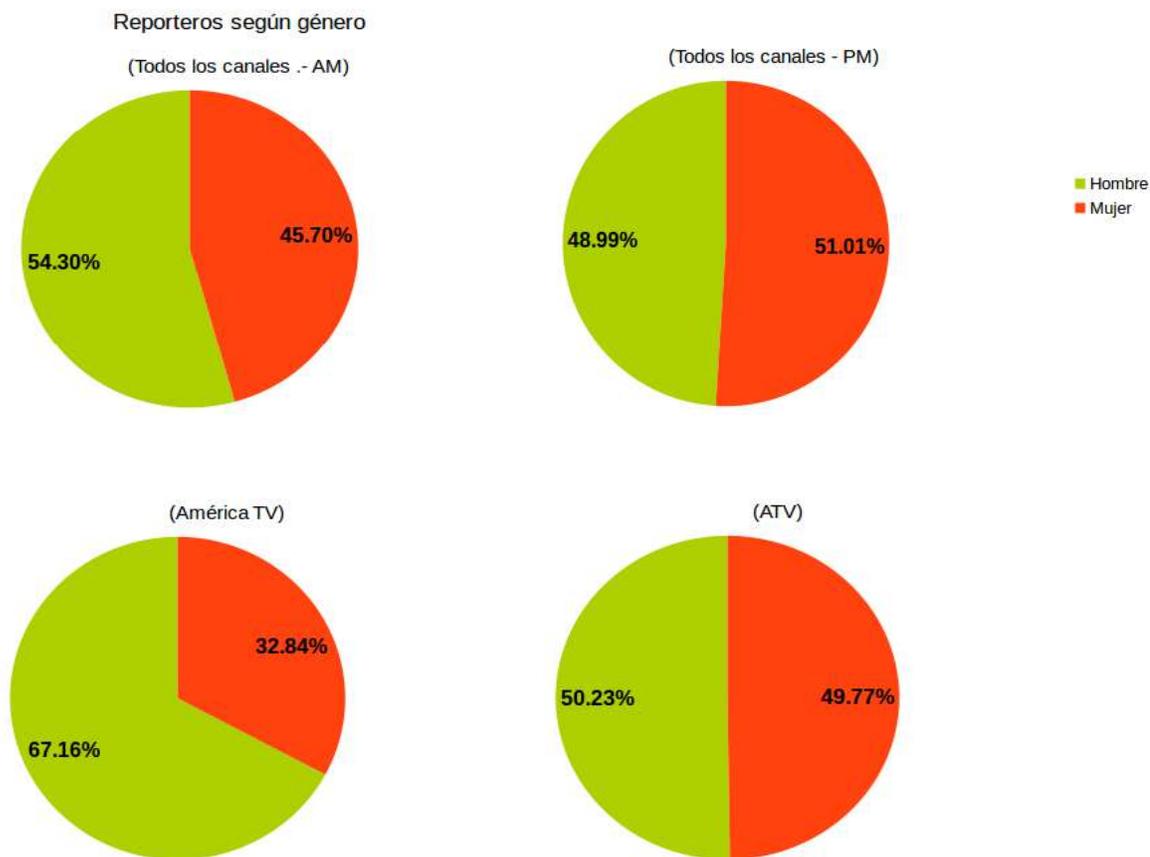
Por otro lado, se pudo observar que la presencia de reporteras mujeres es casi equivalente a la de reporteros hombres (48% en el primer caso y 51% en el segundo).



Esta distribución tiene variaciones en los distintos canales. Así por ejemplo mientras América fue el canal con mayor cantidad de reporteros hombres en el período estudiado (61%), Latina fue el canal con mayor número de reporteras mujeres (60%).

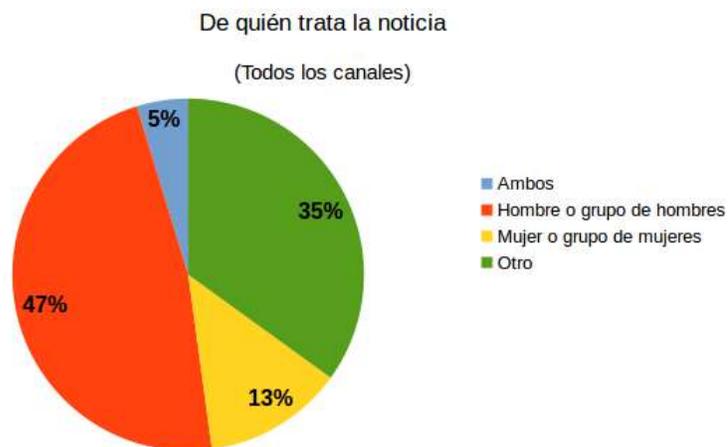


En cuanto a los horarios, no se observaron diferencias significativas, si bien en los noticieros de la noche hubo mayor equilibrio (51% de mujeres y 49% de hombres):



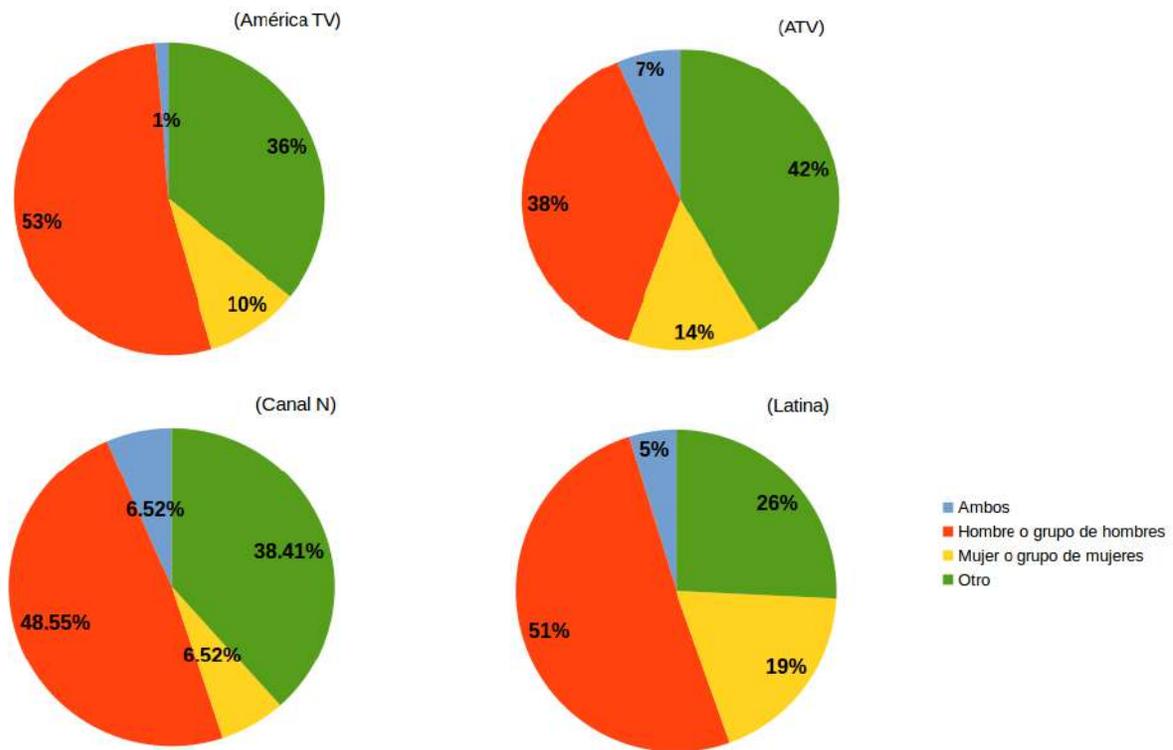
### El protagonismo de la noticia

Para evaluar la distribución del protagonismo de la noticia por género, los estudiantes debieron identificar en cada caso de quién trataba la noticia, independientemente que el personaje referido tuviera o no tuviera voz en la misma.

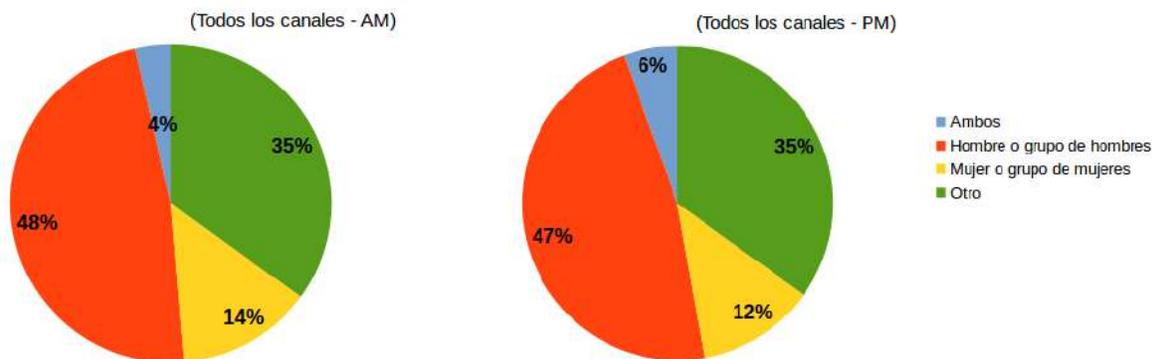


En un abrumador 47% de los casos observados, la noticia trató de un hombre o un grupo de hombres; esta categoría es seguida de “Otro” (35%) que incluye hechos, procesos, sujetos colectivos u otras categorías en las que no era posible individualizar al personaje protagónico; únicamente un 13% de noticias trataron de una mujer o grupo de mujeres, en tanto que un 5% tuvieron como protagonistas a personajes de ambos géneros.

Este patrón se mantiene en todos los medios, aunque es en Canal N donde la menor cantidad de noticias trataron de una mujer o grupo de mujeres (únicamente 6.5%), mientras que Latina es el canal donde mayor cantidad de noticias trató de una mujer o grupo de mujeres (19%).



Finalmente, la distribución de estas categorías según horarios fue casi idéntica:



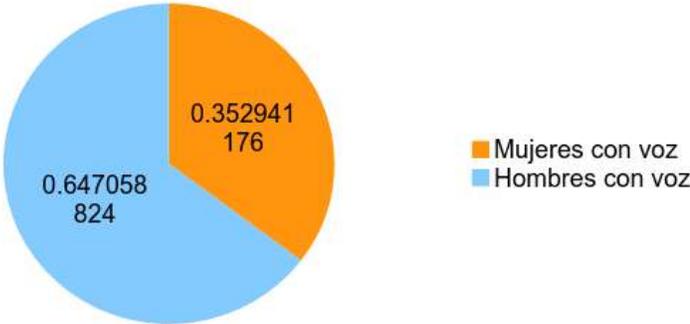
Cabe señalar que estos resultados deben entenderse en el contexto de un país donde la participación de la mujer en espacios de toma de decisiones es aún muy limitado. En el actual período solo el 5% de municipalidades son dirigidos por mujeres; apenas el 27% de congresistas son mujeres; y apenas un tercio de los ministerios es conducido por una mujer.

Así pues, el hecho de que la mayoría de noticias sean protagonizadas por hombres no tiene que ver necesariamente con un sesgo de género por parte de los medios, sino que refleja la inequidad de género en la distribución del poder en el país. Como señalamos en la parte introductoria del presente informe, la influencia de los medios en la construcción de imaginarios sociales es compleja y multidireccional; si bien éstos influyen en la construcción de imaginarios sociales, al mismo tiempo son ellos mismos influenciados y determinados por aquellos.

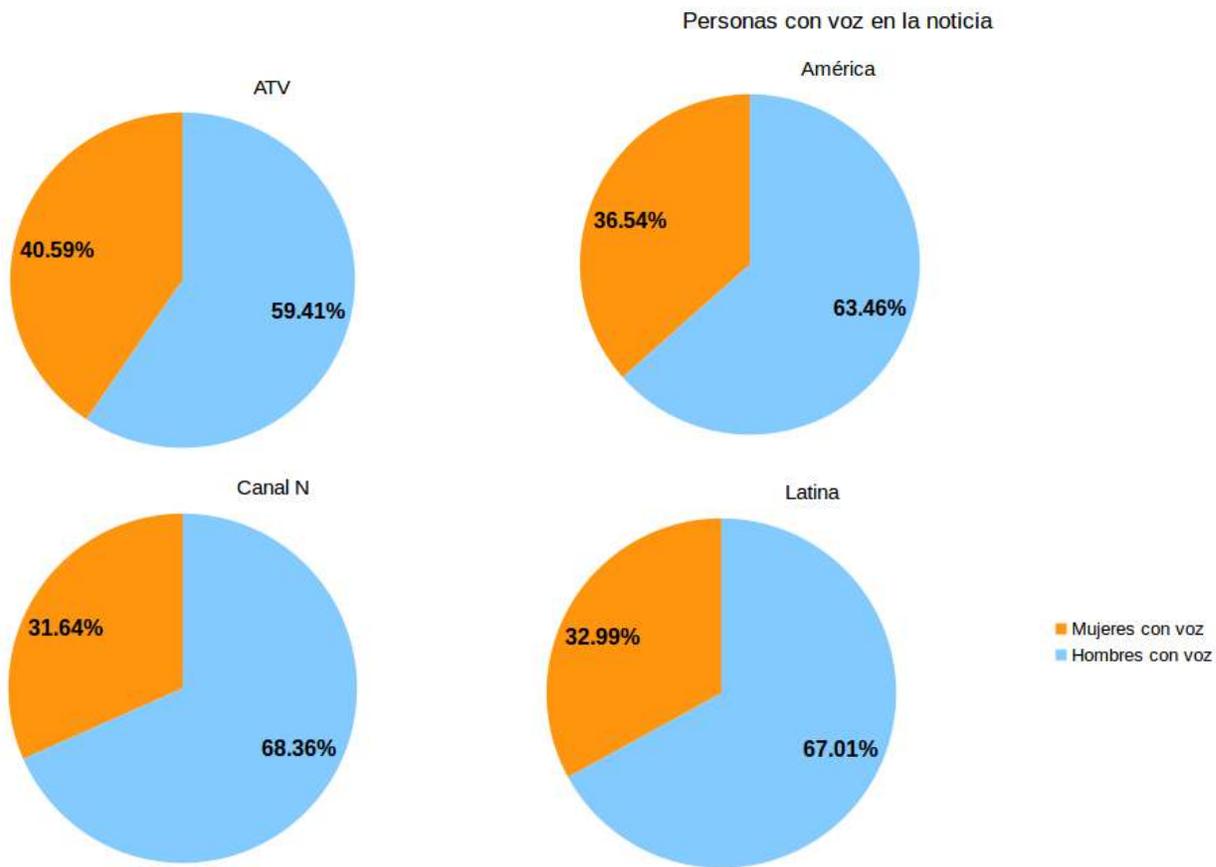
Quiénes tienen voz en la noticia

De acuerdo a los resultados obtenidos, identificados que de las 1462 personas entrevistadas en las 784 noticias observadas, un total de 516 fueron mujeres mientras que en el caso de los hombres esta cifra llega a 946. Esto es, 35.29% de mujeres versus 64.71% de hombres hablaron en las noticias observadas.

Personas con voz en la noticia



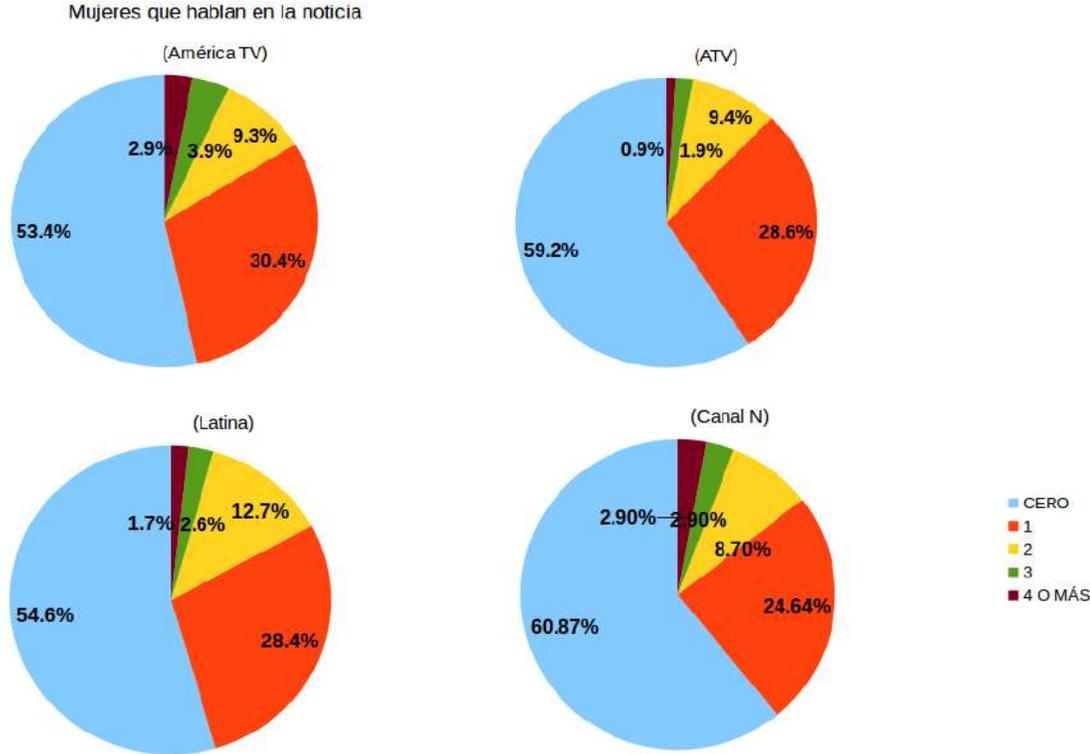
Estos resultados no muestran diferencias significativas ni por medio ni por horario: en términos generales, de cada tres personas que aparecieron entrevistadas en los noticieros, una es mujer.



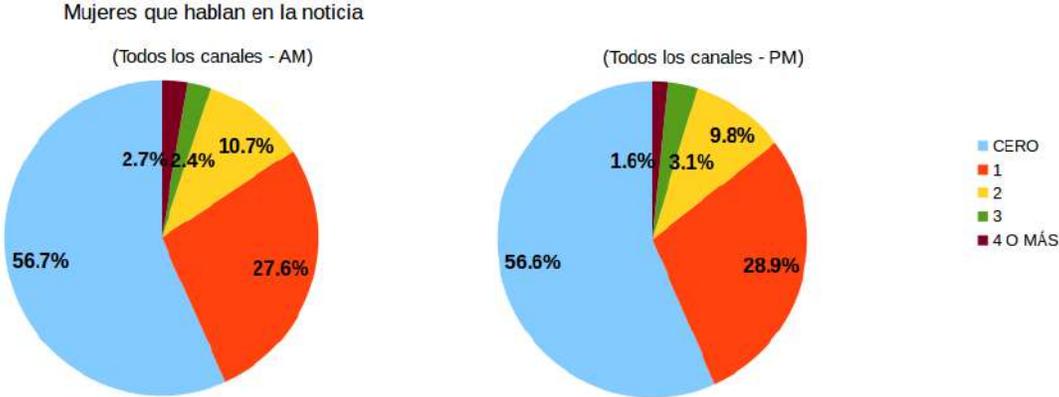
En un grueso 56.6% de las noticias no habló ninguna mujer como entrevistada. En un 28.3% de los casos, declaró una mujer. Esto significa que casi en un 85% de las noticias, tomaron la palabra una o cero mujeres. Las noticias en las que se dio voz a más de una mujer representan valores mucho menores.



Esta proporción se mantiene esencialmente en todos los casos, con variaciones menores. Por ejemplo, Canal N es el canal donde mayor proporción de noticias no contaron con ninguna voz femenina (60%) mientras que América TV fue el canal con mayor presencia de voceras. Sin embargo, la proporción general en la cual más de la mitad de noticias no declara ninguna mujer, permanece inalterada.



Finalmente, no se halló ninguna variación significativa en cuestión de horarios.



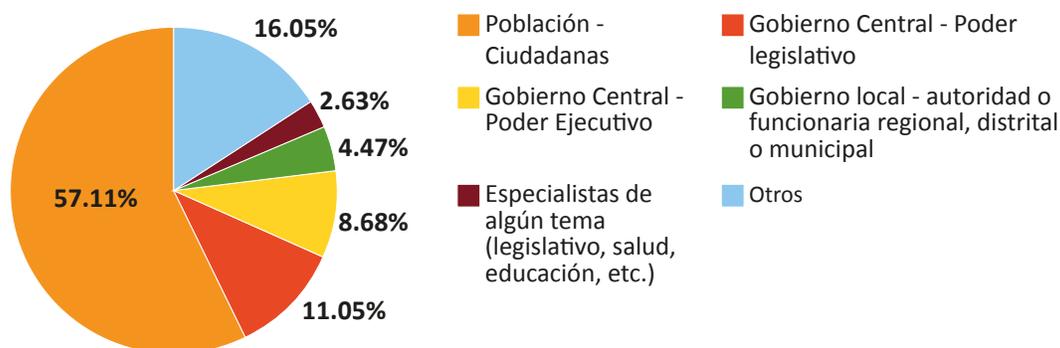
Cabe la reflexión acerca de si este desequilibrio también expresa las desigualdades de género realmente existentes en la sociedad, tal como señaláramos en la sección precedente. Si bien ello es posible -por ejemplo, la mayoría de jueces, fiscales, efectivos de la policía y otras fuentes usuales son, en su mayoría, de género masculino- aquí existe un mayor margen de discusión. Si bien en los temas de alta coyuntura política o noticiosa los periodistas no pueden escoger quién protagoniza la noticia, sí tienen mayor capacidad de escoger a quiénes le pueden pedir información, opiniones o comentarios sobre la noticia. Estas cifras muestran que en más de la mitad de noticias, el periodista no consideró necesario entrevistar al menos a una mujer.

### Los roles de las mujeres

Una vez que conocemos cuántas mujeres hablan en los noticieros, veamos qué roles cumplen para entender qué tipo de discurso e imagen de la mujer se va construyendo en los medios.

Para identificar los roles ejercidos por las mujeres en la cobertura periodística analizada, se pidió a los alumnos identificar los roles que cumplían todas las mujeres que hablaban en las noticias, esto es, el universo de 516 mujeres que tuvieron voz en las noticias. Para ello, se definió una lista bastante exhaustiva de posibles roles. Los hallazgos se describen a continuación.

Roles de las mujeres que hablan en la noticia  
(Todos los canales)

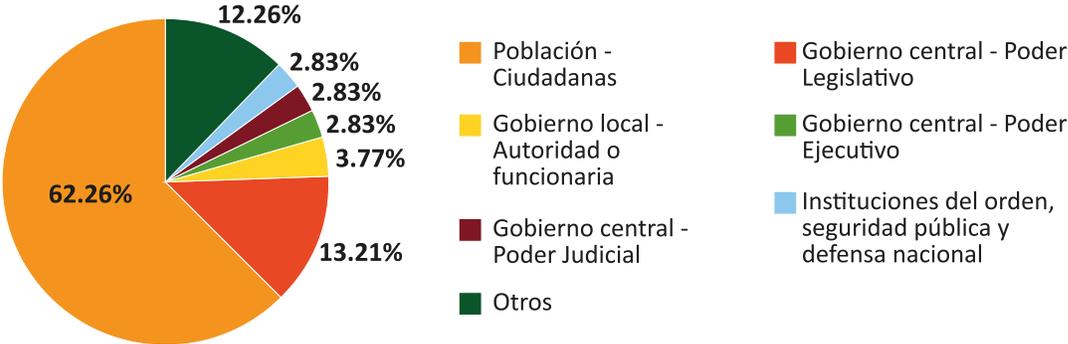


La abrumadora mayoría de las mujeres que tuvieron voz en los noticieros observados, el 57.11%, la tuvieron en el rol que denominamos “ciudadanas”: amas de casa, vecinas, transeúntes, testigos de un hecho, familiares de otro protagonista de la noticia, víctimas, etc. Son roles en los que la persona no ejerce ningún rol de poder en particular (no son ni autoridades, ni empresarias, ni especialistas, ni líderes de organizaciones sociales o barriales, etc.).

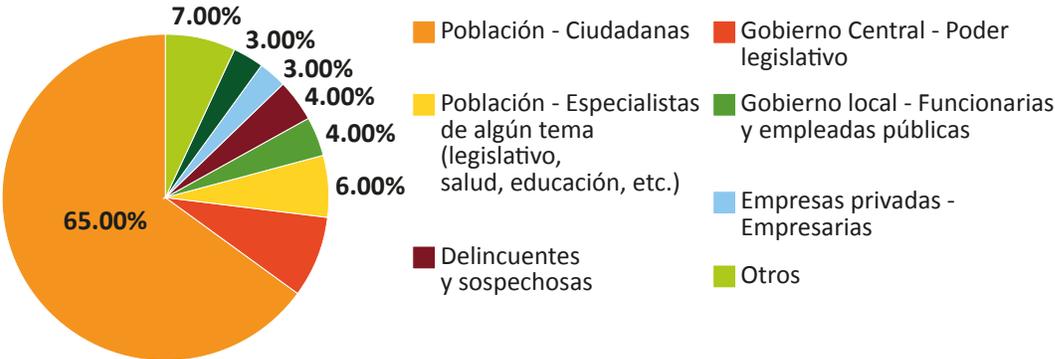
A continuación sigue la categoría “otros” que agrupa todos los roles con incidencia menor con el 16.05% de menciones. En tercer lugar se ubican con 11.05% las mujeres congresistas, y en cuarto lugar con 8.68% las ministras, seguidas con un 4.47% por autoridades o funcionarias de nivel subnacional. Finalmente, con apenas 2.63% se ubican las especialistas en algún tema, siendo apenas 10 casos en números absolutos.

Estas proporciones son similares en todos los medios y horarios, siendo que en todos los casos las “ciudadanas” ocupan en rol mayoritario. Canal N es el único medio en el que, sin dejar de ser el rol predominante, este se reduce a un poco más de la tercera parte de menciones; pero esto se debe, sin duda, al hecho de que se trata de un canal enfocado en temas políticos, lo que obliga a que las mujeres que ejercen roles políticos estén un poco más representadas.

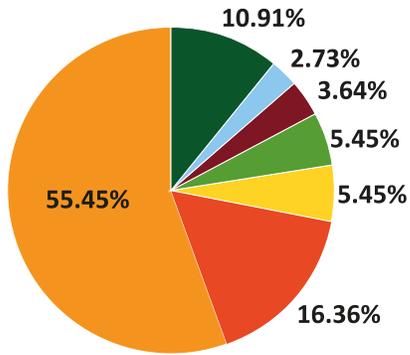
Roles de las mujeres que hablan en la noticia  
(América)



(ATV)

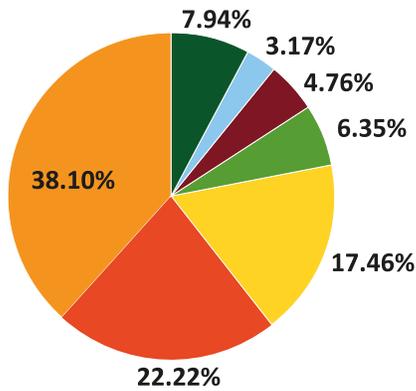


(Latina)



- Población - Ciudadanas
- Gobierno Central - Poder Ejecutivo
- Gobierno Central - Poder Legislativo
- Gobierno Local - Funcionarias y empleadas públicas
- Instituciones de servicios públicos y privados
- Delincuentes y sospechosas
- Otros

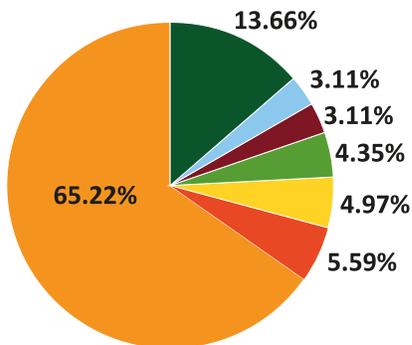
(Canal N)



- Población - Ciudadanas
- Gobierno Central - Poder Legislativo
- Gobierno Central - Poder Ejecutivo
- Gobierno Local - Autoridades y Funcionarias
- Instituciones Autónomas - Ministerio público
- Instituciones de servicios públicos y privados
- Otros

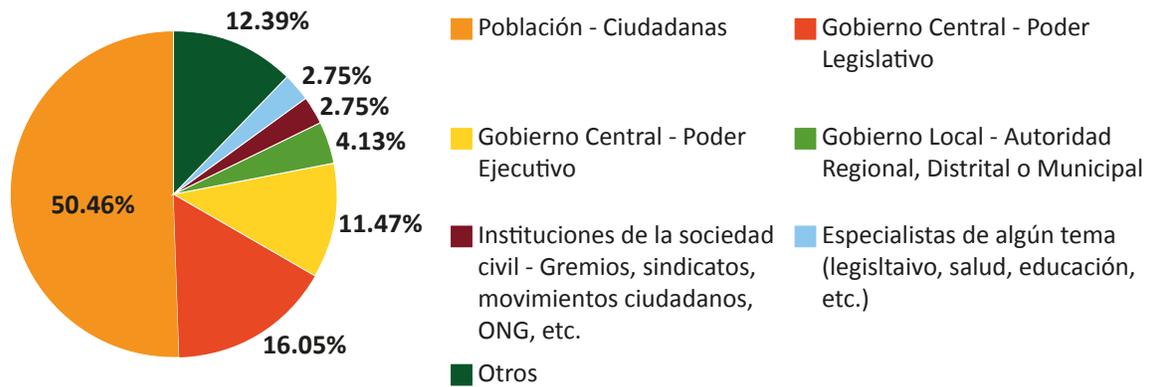
La distribución horaria de los roles es la siguiente:

(AM)



- Población - Ciudadanas
- Gobierno Central - Poder Ejecutivo
- Empresas privadas - Empresarias
- Otros
- Gobierno Local - Autoridades y Funcionarias y empleadas públicas
- Gobierno Central - Poder Legislativo
- Delincuentes y sospechosas

(PM)



Finalmente, agrupamos todos los roles atribuidos a las mujeres según su vínculo con el ejercicio del poder. Establecimos dos categorías: roles de poder -que agrupa tanto a las autoridades o representantes políticas, funcionarias estatales de todos los niveles, fuerzas del orden; pero también a quienes ejercen algún tipo de poder simbólico, social o a causa del conocimiento que dominan: artistas, deportistas, líderes sociales, empresarias, especialistas, etc.- y roles no vinculados al poder, en particular el de simples “ciudadanas” -testigos, víctimas, transeúntes, familiares- o como el de “delincuentes y sospechosas”. El resultado es el siguiente: 51.21% de las mujeres aparecen en roles no vinculados al ejercicio del poder, mientras que el 40.79% lo hace en roles de poder.



Los resultados son muy similares en todos los medios y horarios, a excepción nuevamente de Canal N por el enfoque político que tiene este canal.

## 4.2. Violencia de género en la prensa televisiva

La observación de la oferta noticiosa en los canales de señal abierta de televisión ha sido abundante. De un total de información monitoreada (784 notas), encontramos que el 6.25% (49 casos) se refieren a violencia de género; si a esto sumamos los casos de violencia familiar y violencia sexual contra niños y niñas, la cifra llega al 7.65% (60 casos, de los cuales 10 casos hablan de niños y uno es referido a un hombre). Hacemos la distinción, ya que es sabido que detrás de la violencia infantil, hay una problemática que vincula a la familia, provenientes de hogares disfuncionales o de sometimiento a una práctica de violencia instalada al interior de la familia, no denunciado pero existente.

**TABLA N° 1**

### **NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO Y VIOLENCIA INFANTIL**

	<b>N° de casos</b>	<b>%</b>
Violencia de Género	49	6,25
Violencia	60	7,65
Otras noticias	675	86,10
Total	784	100,00

Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

**TABLA N° 2**

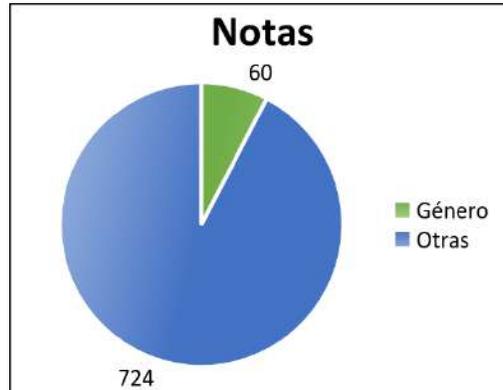
### **Víctimas de la Violencia**

<b>Temática</b>	<b>N° de casos</b>	<b>%</b>
violencia de género	49	81,67
Violencia de pareja (víctima masculina)	1	1,67
Violencia infantil	3	5,00
Violencia sexual infantil	7	11,67
Total	60	100,00

Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre

### GRAFICO N° 1

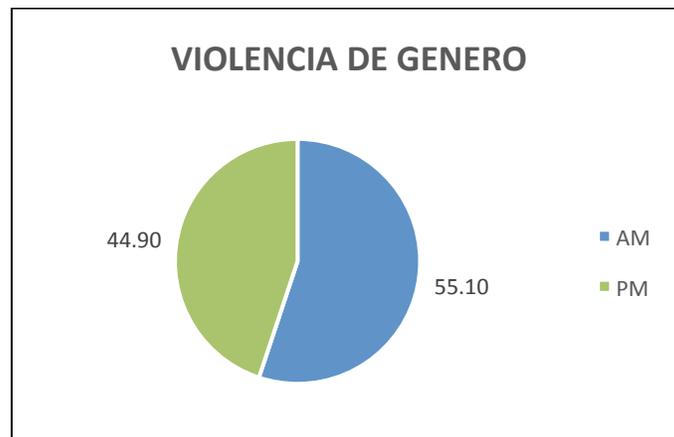
#### NOTICIAS SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE GENERO



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

Por otro lado, si revisamos la cobertura sobre situaciones de violencia de género en la producción informativa de la mañana y de la noche, encontramos que es muy parejo, 55.1% (27 notas emitidas) en la mañana y 44.9% (22 notas emitidas) en los noticieros de la noche.

### GRAFICO N° 2



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

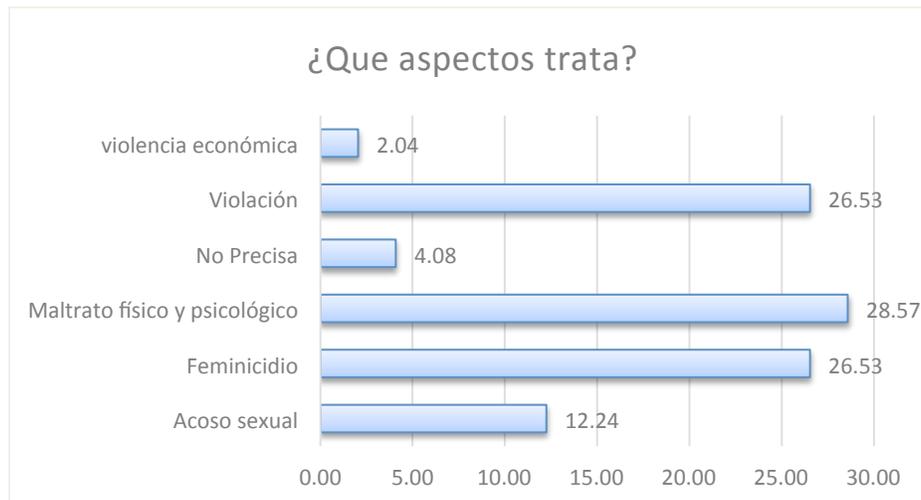
**GRAFICO N° 3**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

La violencia de género puede ser psicológica, sexual o física, el registro de denuncias lo explicita, pero ¿qué nos dicen los medios al respecto? Según la producción informativa monitoreada, los casos de violencia de género presentan como los casos más recurrentes maltrato físico y psicológico (28.5%) el feminicidio y violación (26.5%). Aun cuando hay un 24% de casos en los que no se precisa, se puede deducir la misma tendencia, casos de violación a mujeres menores de edad, mujeres asesinadas y supuestas agresiones no constatadas. Del mismo modo, los casos de violencia física y psicológica, se encuentran también casos de intento de feminicidio, lo cual agrava la situación.

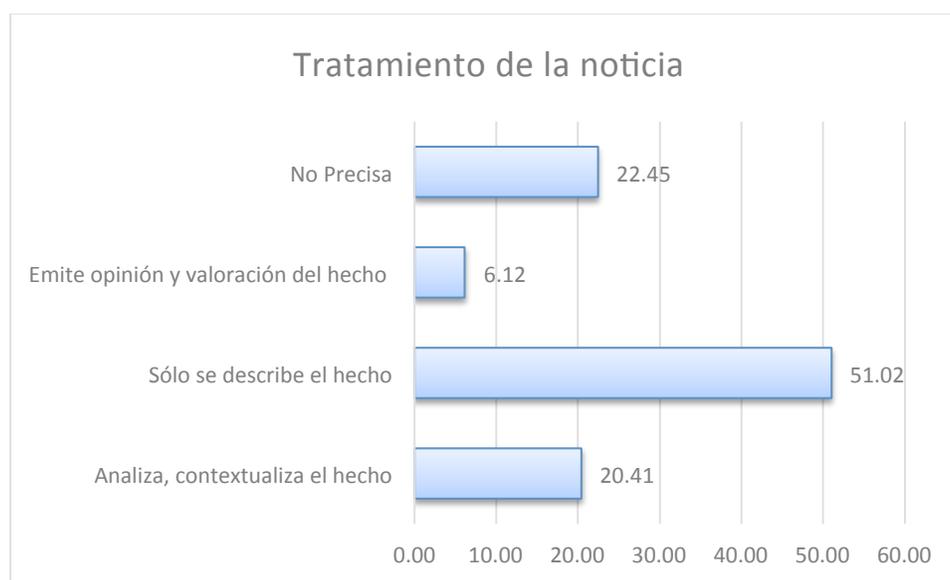
**GRAFICO N° 4**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

La alta presencia de la Nota Informativa como formato que predomina, vuelve a aparecer en 10 de los casos de feminicidio, mientras que los otros 3 casos son presentados como reportaje. Así, el tratamiento informativo presenta la noticia como descripción de los hechos, sin mayor profundización, el 51% (25 notas) de las noticias sobre violencia de género son relatadas centrándose solo en el hecho sucedido. Mientras que el 20.4% de las notas observadas analiza el caso y lo contextualiza, lo cual supone una indagación por parte del medio que la desarrolla; el 6% de las notas observadas además de informar sobre el hecho emiten opinión, favorable o desfavorable sobre el mismo.

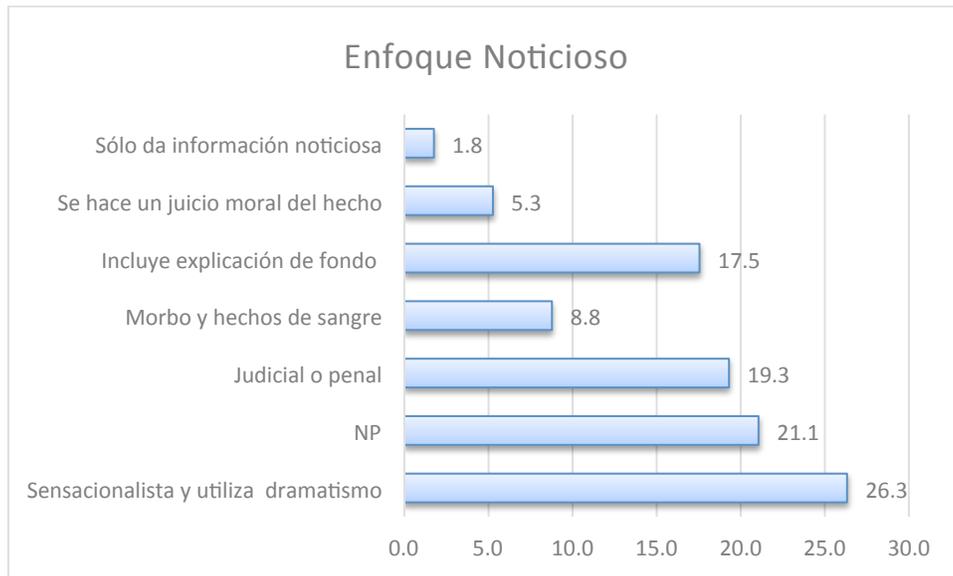
**GRAFICO N° 3**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

El tratamiento informativo es definido en cierta medida por el enfoque noticioso, sin embargo puede haber más de un enfoque en la misma nota informativa. El 26.3% mantiene el enfoque noticioso sensacionalista y sólo en uno de esos casos incluye la contextualización del hecho. Otro dato interesante son las combinaciones posibles en el enfoque noticioso, una nota que ha sido tratada como solo descripción de los acontecimientos, puede desarrollarse de manera sensacionalista y además emitir un juicio de valor. En los datos registrados, las combinaciones más frecuentes son: *sensacionalismo* junto a *morbo* y *hechos de sangre*; la *explicación a fondo* junto a la *situación legal o judicial del hecho*; así como la *información judicial o penal* junto a un *juicio de valor sobre el hecho*. En consecuencia el tratamiento informativo suele nutrir a un enfoque noticioso que se fundamenta en la versión policial, exagera los sentidos y remata con un juicio de valor.

**GRAFICO N° 4**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

La inmediatez de la información no disculpa el tratamiento ligero de la misma, en especial en estos casos donde la descripción del hecho recién ocurrido representa el 48.9% de la muestra. La primicia vs la calidad informativa es un dilema recurrente en el desempeño periodístico.

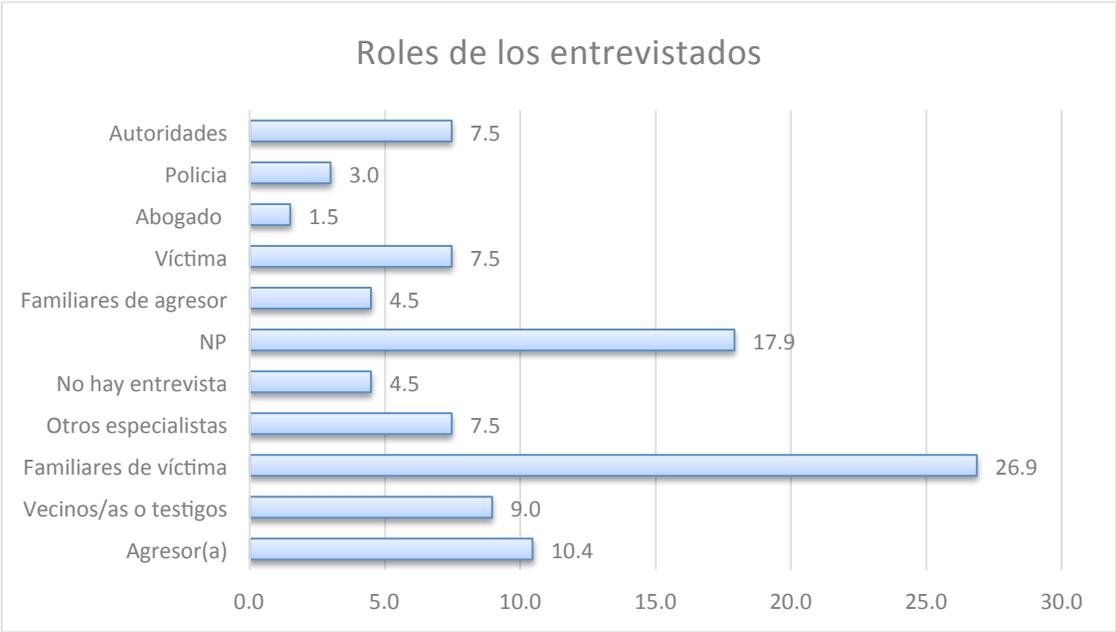
**GRAFICO N° 5**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

En cuanto a los roles de los entrevistados que aparecen en el hecho noticioso, se refiere más bien personajes visibles en la nota donde aparece más de uno a manera de fuente informativa. Se recurre a los familiares de la víctima (26.9%), a la víctima (7.5%), al agresor (4.5%). El entorno cercano (familiares, vecinos, testigos) es el principal referente para el desarrollo de la noticia, mientras que hay escasa presencia de autoridades y especialistas (que aportan a la orientación y contextualización). Solo dos de las notas presentadas ofrece orientación sobre dónde acudir en situaciones de violencia de género, señalando a las Comisarias y al Centro de Emergencia Mujer.

**GRAFICO N°6**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

Las mujeres que aparecen en las noticias tienen un rol respecto a la historia de cada nota pero a su vez marcan el rol de la presencia femenina en el hecho noticioso. De acuerdo a lo observado, las mujeres que allí intervienen, lo hacen como “veedoras”, “opinantes”, “informantes”, este es el caso de la categoría población/ciudadanas con un amplio 53.4%. No deja de ser menos relevante el hecho que el 29.3% de las notas sobre violencia de género, no habla ninguna mujer. Es decir la perspectiva de género es deficiente en la producción informativa, aun cuando en el 54% de las notas una mujer es el centro de la noticia.

GRAFICO N° 7

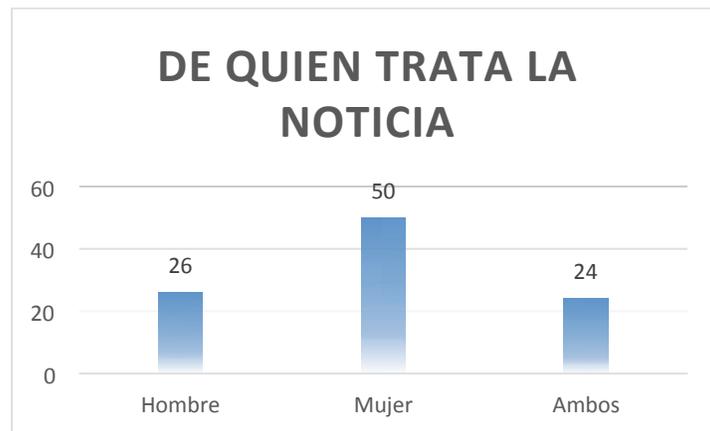
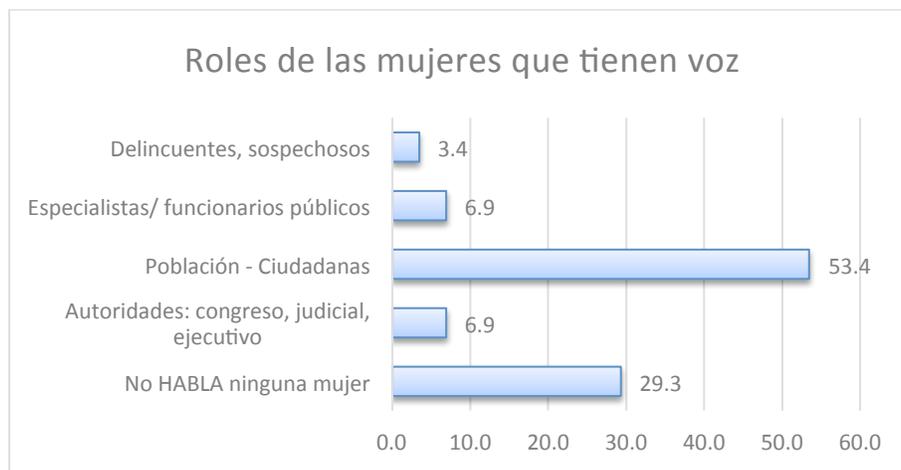


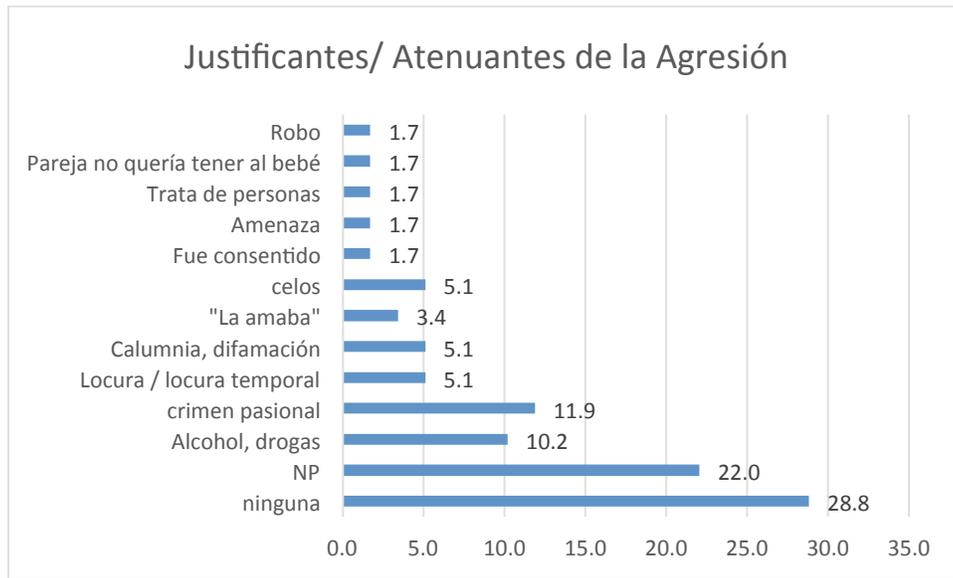
GRAFICO N° 8



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

Solo en 17 de los casos relatados el medio no explicita las razones la agresión como justificantes o atenuantes. Sin duda un hecho de violencia no tiene justificación, pero si solo se describe el hecho, pareciera una omisión y no un argumento para la no violencia. Por otro lado, los justificantes más mencionados son el alcohol, drogas y crimen pasional.

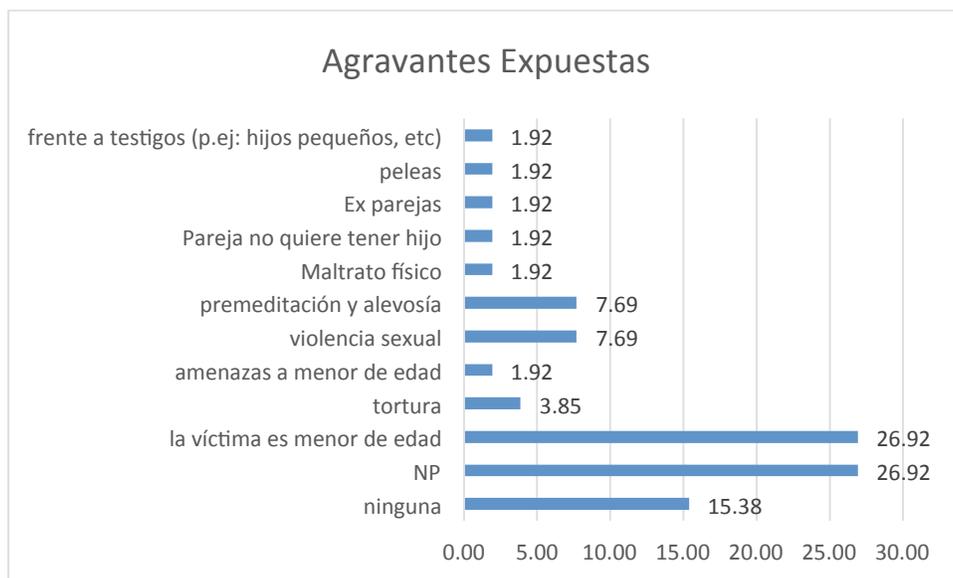
**GRAFICO N° 9**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

Sin embargo, más preocupante aún es que tampoco aparece expresamente un agravante en ocho de las notas emitidas. Solo se releva la nota cuando el hecho de violencia es en contra de una menor de edad, lo que conduce a su vez a un comentario de los conductores. Aun así las agravantes recurrentemente expuestas aluden a la caracterización del hecho de violencia, es el relato sensacionalista del suceso por donde se levanta la noticia.

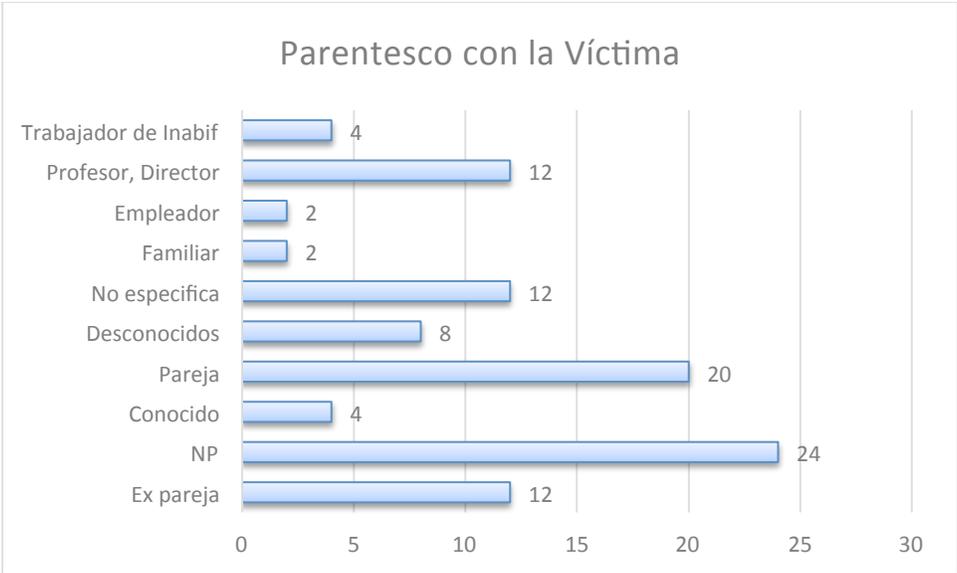
**GRAFICO N° 10**



Fuente: Observatorio Universitario de Medios, diciembre 2016

Otro ángulo analizado en los datos registrados es el entorno de la víctima y su relación con el agresor. En primer lugar, es grave que no se precise o no se especifique, en algunos casos porque queda en el ámbito de la especulación y en otros por omisión. Vemos que se reflejan allí los resultados de las estadísticas nacionales, es decir en la mayoría de casos el agresor está en el círculo cercano de la víctima, mientras sólo en ocho casos está en el campo del círculo lejano.

**GRAFICO N° 11**



Entonces planteamos la cuestión: ¿En qué medida y cómo la información noticiosa debería relevar la gravedad de esta realidad con mayor contextualización, mayor análisis, y mayor generación de debate que trascienda el morbo y la crónica roja?

**TABLA No 3**

Nivel de análisis

La noticia habla de o analiza la causa de la agresión desde un nivel...	
Principalmente individual-psicológico (la causa de la agresión 'surgen' del perfil del agresor)	86.84%
Principalmente social-colectivo (la causa de la agresión se debe a un sistema social / comportamiento colectivo de un grupo)	13.16%

Entendiendo que la violencia de género no es producto de problemas únicamente individuales o psicológicos, sino que forma parte de un entramado social en el cual el papel del pensamiento machista es predominante, quisimos averiguar el nivel de análisis presentado por los noticieros al respecto. Como observamos en el Gráfico 11, en su gran mayoría las notas se construyen únicamente desde una explicación psicológica-individual.

**TABLA N° 4**

Orientación – Todos los canales

<b>¿Qué tipo de orientación se brinda a la audiencia sobre recursos públicos para la atención en caso de violencia?</b>	
Centro de Emergencia Mujer (CEM)	2.70%
Comisarías de la Mujer	2.70%
No brinda orientación alguna	94.59%
<b>Total Resultado</b>	<b>100.00%</b>

Finalmente, uno de los hallazgos que llama mucho la atención es el escaso nivel de orientación de utilidad práctica para la ciudadanía, en particular para las personas afectadas por violencia. En casi el 95% de los casos observados, no se incluye ninga información de este tipo.

### 4.3. Aportes de trabajos finales de estudiantes

Álvaro Fabián Suárez

*“Como se ha podido presenciar en el previo análisis de datos, la cobertura que se da a los casos de violencia de género a mujeres y niñas en los medios de comunicación es muy escasa. Pareciera que a los programas de televisión no les interesara o no creyeran que sea importante.*

*Se analizaron cuatro programas nocturnos, durante dos semanas, y es muy triste saber que, de un total de 784 noticias, solo 50 de estas hablen sobre violencia de género. La gravedad de esta realidad es tal que, en la mayoría de los casos que se han llegado a cubrir, los agresores son parejas o familiares de la agredida. Más indignante es aun que, cuando se habla de un caso relacionado con esta temática, lo presentan de manera morbosa o sensacionalista.*

*Es muy importante también recalcar que son muy pocas las reporteras en los medios televisivos. Es más común encontrar a una mujer como presentadora. Aunque por otro lado, se puede ver que en la mayoría de los casos no habla ninguna mujer en las noticias y, cuando lo hacen, hablan desde su rol como ciudadana; y, mayormente, para que hable desde su rol familiar.”*

Renato Luna Flores

*“Durante las dos semanas de observación se difundieron diversas noticias, algunas de las cuales fueron tocadas en los cuatro medios, por ejemplo el caso del asesor de PPK, Carlos Moreno. Por otro lado, se pudo observar que los medios en su mayoría optaron por mostrar notas informativas, sin embargo, algunos como América Televisión y ATV, optaron por realizar reportajes sobre problemas políticos y sociales.*

*Este primer punto es importante, ya que deducimos que muchos de los medios de comunicación analizados no profundizan la información, solo narran hechos. Allí podemos encontrar un primer problema comunicativo. No basta solo con lanzar la nota, sino también profundizarla y generar un análisis posterior. La duración de las noticias por lo general es un promedio de 1 minuto. A veces se puede extender a dos minutos, dependiendo el tema y el género periodístico utilizado, por ejemplo, el caso del incendio donde murieron tres bomberos. En la mayoría de medios observados este tema lo trataron cerca de 2 minutos, en ATV, 6. Se puede concluir que se apeló al sensacionalismo para generar mayor audiencia y sintonía.*

*Los temas que destacaron fueron diversos, pero sobresalieron los temas políticos y problemática social, en el que está incluido el maltrato a las mujeres a manos de sus parejas, temas policiales y delincuencia en general.*

*Por otro lado, existe una equidad en los que presentan las noticias. Tanto los hombres y las mujeres tienen protagonismo, en algunas ocasiones ambos son los que presentan la nota. Lo cierto es que tampoco ellos hacen alguna reflexión acerca del tema tocado. En algunas ocasiones solo hacen un comentario, pero nada más. ATV enfoca más sus noticias en problemas de género, abuso a las mujeres. Todo lo contrario con América Televisión y Canal N, quienes desarrollan principalmente temas de índole político.*

*Otro punto que se pueden rescatar a partir de la base de datos es que los medios de comunicación en su mayoría cuentan los aspectos negativos de la sociedad y no existe ninguna noticia que te pueda motivar. Además de centrarse solo en noticias de Lima y no de otras regiones del país.*

*Cuando se trata de reportajes en la mayoría de ocasiones no se colocan las fuentes, siendo éstas muy importantes al momento de realizar un informe mucho más profundo.*

*Ahora bien, el principal problema de los canales analizados es la falta de intención en generar mayor discusión acerca de los temas tratados. Al término de cada noticia la audiencia no se lleva nada positivo de las noticias observadas, simplemente te narran los hechos. Es necesario generar, detrás de la noticia, valores.*

*Como bien ya lo sabemos, América Televisión sigue la misma línea editorial que Canal N, en ese sentido sus noticias son muy parecidos y sus enfoques también. Todo lo contrario con Frecuencia Latina y ATV, quienes desarrollan noticias más de corte social, donde se resalta la violencia y la agresión.*

*En lo que respecto a la violencia de género, de las noticias observadas se puede manifestar que hay un exceso de dramatización de la noticia, que busca que la mujer llore y transmita ese dolor a los demás. El sentido de la victimización toma importancia, ya que los medios de comunicación están construyendo ese prospecto de mujer: una mujer que sufre, que se ve maltratada y que en vez de mostrar fortaleza ante el dolor, se muestra sumisa, sin defensas. Eso es lo que transmiten los medios, el empoderamiento de la mujer queda anulado.*

*Y ante tal problema los periodistas no profundizan sobre la problemática, sino todo lo contrario construye violencia contra la mujer. El morbo se hace presente en la cobertura del maltrato a la mujer.”*

Carlos Gerardo Orozco Barrientos

*“Es importante lograr un equilibrio entre las voces de los medios de comunicación, en quienes salen a la calle a cubrir las noticias. En ese aspecto destaca ATV que casi logra igualdad de géneros binarios entre los reporteros con un 46.43% de noticias cubiertas por mujeres. Canal N resalta por dar el 54% de las noticias a reporteras mujeres pero la diferencia más acentuada se encontró en Frecuencia latina al otorgar solo el 27.38% a una reportera femenina.*

*Es interesante que en las noticias que tenían a una mujer como protagonista, el 34.75% se refería al rol de ciudadana o vecina; y, en un 34%, aunque son las protagonistas de las notas no habla ninguna mujer. Este observatorio sirve como una base importante para reportar una invisibilización de las mujeres y las personas no binarias, en los principales medios de comunicación (T.V). Se resalta que en la parte frontal de la noticia se acerca al equilibrio entre presentadores de ambos sexos, de igual forma en los principales espacios de protagonismo (política) las mujeres no tuvieron una participación destacada en lo visualizado de los datos de este observatorio, se continua tomando a las mujeres como un ente dependiente de la familia o su pareja, es importante continuar con nuestra labor por conseguir un equilibrio en las noticias.*

*Un punto a considerar es el espacio que ocupan las noticias policiales, donde reportan robos asaltos asesinatos etc., teniendo un protagonismo dentro de cada espacio noticioso. Nos hace pensar en Foucault, antes el estado mantenía su poder mediante el monopolio legítimo de la violencia, y en los temas contemporáneos se genera una gran dependencia por servicios. Recordemos la frase del filósofo francés “Cuanto más delincuentes existan, mas crimines existirán: cuantos más crímenes haya, más miedo tendrá la población, más aceptable y deseable se vuelve el sistema de control policial.*

*La existencia de este pequeño peligro interno permanente es una de las condiciones de aceptabilidad de ese sistema de control. Lo que explica por qué en los periódicos, en la radio, en la televisión, en todos los países se concede tanto espacio a la criminalidad, como si se tratase de una permanente novedad”*

Marcia Isabel Abanto Delgado, Jorge Luis Bracamonte Jo— América TV

*A partir de la multitudinaria marcha de Ni una Menos del 13 de agosto, se comenzó a tratar de manera distinta el tema de la violencia de género contra las mujeres. Sin embargo, el progreso no ha sido del todo bueno; en muchos casos, solo se ha cambiado los rótulos de “crimen pasional” por el de “violencia de género”.*

*La repentina cobertura y énfasis de los medios en los casos sobre violencia de género demuestra que muchas veces las personas, a través de la participación ciudadana colectiva, logran posicionar estos temas de interés público en la agenda de los medios.*

*El tratamiento periodístico que se les da– carece de enfoque de género, ya que siguen presentándose como fenómenos aislados.*

David Luna y Adriana Rojas – Canal N

*“El contexto social sobre en el que se desarrolla el consumidor de este medio televisivo, es aquel que determinará el efecto que pueda producir los mensajes, ideas o pensamientos proyectados desde las noticias consumidas diariamente. Como lo señala Wolf, en su libro ‘Los efectos sociales de los media’, el concepto de dependencia resulta interesante en los estudios de los medios porque afirma que “los individuos construyen el significado de lo que consumen en los media, en sus sistemas de realidad social” (1994: 88). En este sentido, la visibilización de mujeres (supuestamente para la televisión) ausentes de ocupar cargos de poder públicos o privados, reconocidas por su especialización en ciertos temas sociales, se ve sostenida también por una sociedad conservadora peruana que aún percibe a la mujer como la persona dedicada a las tareas del hogar.*

*De la poca presencia femenina que se registró en el Observatorio la valoración intelectual no estaba dentro de las noticias. La poca participación se concentra mayoritariamente en la categoría de ciudadanas. Es válida la crítica cuando el reporte predominante de canal N es en política y, si bien la participación política de mujeres no es mayoritaria, por lo menos en nuestra cartera de ministros contamos con 5 mujeres frente a cargos públicos.”*

Jennifer Torres Rossi, Alberto Evans, Estefanía Arias - LATINA

*Lo que existe muy claramente es la invisibilización de la mujer en los roles de poder, lo que contribuye a construir el imaginario donde los hombres tienen el poder y las mujeres son las subordinadas.*

Milagros Olivera, Ximena Solórzano y Nilton Villadeza. – ATV

*Es preocupante notar que, frente a casos de violencia, aún existe la negación y justificantes como “locura temporal” “el alcohol” y “el amor”. En ese sentido, el código penal peruano contempla el tipo de “emoción violenta como un justificante que, en los casos de honor*

*ultrajado, agravio y ofensa no justificada, tiene una reducción de pena de prisión efectiva entre 3 y 5 años de cárcel. La “emoción violenta”, se argumenta mediante la ocurrencia temporal de un hecho psíquico y de orden afectivo que trastorna momentáneamente el equilibrio psicofísico de un individuo. Este tipo de figura solo genera la culpabilización de la mujer, generando brechas que perjudican a la víctima, que buscan la justificación de la acción del atacante basado en un momento en donde se suspendió su juicio producto de una afectación a su psique. En la práctica, ello ha sido utilizado para invisibilizar el problema de fondo, las verdaderas causas de la agresión son cuestiones sociales más estructurales. Así, los medios cumplen un rol trascendental al momento de transmitir las noticias, permitiendo que este tipo de discursos sean reforzados en nuestro imaginario.*

*La violencia es una cuestión estructural arraigada dentro de nuestra ideología y formación. Así, muchas de las políticas públicas que se han desarrollado en el Perú han sido dirigidas a atender los casos de violencia, sin embargo, no se ha trabajado una política que ataque directamente las causas. Ello implica una educación con enfoque de género, mayor asesoramiento y atención del sector público que brinde información en casos de violencia y el cambio de discurso dentro de nuestros medios de comunicación, como se observa es un trabajo multidisciplinario que debe aspirar al trabajo intersectorial.*

*La TV es una fuente directa de construcción de imaginarios. Ahora, hay dos discursos que se han resaltado en este trabajo: el discurso sobre el amor y sobre la violencia de género. El medio de comunicación observado legitima la idea de que la violencia de género es un problema individual, no colectivo, evadiendo la responsabilidad del discurso que se ha construido y evitando replantear el enfoque del problema y por tanto, las políticas públicas que puedan llevarse a cabo.*

#### 4.4. Conclusiones

##### ***La visibilidad y los roles de las mujeres***

Una de las constataciones más interesantes de la observación realizada es la sub-representación de las mujeres en el espacio público; en este caso, en el espacio televisivo que, como sabemos, cumple un papel clave en la construcción de nuestros imaginarios sociales.

En tanto tema central de las noticias, las mujeres ocupan apenas el 13% de las menciones mientras los hombres representan el 47%. Del total de personas que tienen voz en la noticia, apenas el 35.29% son mujeres y el 64.71% son hombres. Más aún: en el 56.6% de las noticias no habla ninguna mujer y en el 28.3% habla solo una.

Viendo las noticias, uno/a podría dudar de que las mujeres representen el 50% de la población. Sin embargo, esta situación está estrechamente vinculada a la realidad noticiosa: fuera de las pantallas, lo cierto es que la mayoría de ministros, congresistas, alcaldes y, en suma, la mayoría de personajes que protagonizan las noticias, son hombres.

Así pues, el hecho de que la mayoría de noticias sean protagonizadas por hombres no tiene que ver necesariamente con un sesgo de género por parte de los medios, sino que refleja la inequidad de género en la distribución del poder en el país.

Sin embargo, si bien en los temas de alta coyuntura política o noticiosa los periodistas no pueden escoger quién protagoniza la noticia, sí tienen mayor capacidad de escoger a quiénes le pueden pedir información, opiniones o comentarios sobre la noticia. En más de la mitad de noticias, el periodista no consideró necesario entrevistar al menos a una mujer.

En cuanto a los roles ejercidos por las mujeres en las noticias, encontramos que en un 57.11% de los casos, las mujeres que hablaron en las noticias lo hicieron desde un rol de “ciudadanas” que incluye a testigos de un hecho, familiares, transeúntes, vecinas, etc. En tanto el 11.05% fueron congresistas y el 8.68% ministras, y solo el 2.63% de ellas fue especialista en algún tema. En términos globales, estimamos que el 59.21% de las mujeres que aparecieron en las noticias lo hicieron desde roles no vinculados con el ejercicio de ningún tipo de poder, o liderazgo mientras que el 40.79% lo hicieron desde roles de poder ya sea político, social, intelectual, etc.

A la luz de los números, surge la cuestión, ¿Qué imaginario social, qué discurso social están construyendo estos espacios periodísticos sobre los roles de género? Lo que se observa en los noticieros es que las mujeres no ocupan un papel equivalente al de los hombres en el espacio público. Que cuando se trata de asuntos “noticiables”, por lo tanto importantes en la arena pública, los hombres tienen más voz. Son minoría las mujeres empoderadas en algún espacio que les permita tener voz más allá de lo doméstico (“la

esposa de”, “la madre de”) o de la experiencia directa (“la vecina”, “la testigo”). Esto puede tender a reforzar el imaginario existente sobre los roles de género, a saber: que las mujeres están más vinculadas al ámbito doméstico (son fuentes de información en cuanto tengan información de primera mano, porque son vecinas, familiares, etc.) y no al ámbito de los asuntos públicos, del poder o del conocimiento (ámbitos dominados por hombres).

Sería una meta importante promover que los medios se acerquen a una representación más plural y equilibrada de los roles de género, incluyendo más mujeres especialistas, más mujeres en cargos públicos o roles de poder, entre otros.

Ahora bien, la sub-representación de la mujer en el contenido noticioso contrasta con una equilibrada representación (e incluso sobre-representación) en lo que a conducción y labor periodística se refiere. El 54.97% de las noticias fue presentada por una conductora mujer, y el 20.79% por conductores de ambos sexos; y como reporteras las mujeres cubrieron el 48.72% de las noticias, casi una proporción igual a los varones (51.28%).

Podemos esbozar varias interpretaciones al respecto de esta aparente contradicción. Una de ellas, que mientras los medios han realizado esfuerzos para equilibrar el rol de ambos géneros en la labor periodística, no han logrado hacer lo propio en lo que se refiere al contenido, incluyendo sus fuentes informativas y sus temáticas en general.

Una interpretación menos concesiva, esbozada por los estudiantes en clase, indicaría que los medios utilizan la imagen de la mujer (además, vestida de una manera particularmente “atractiva”) como un “gancho” comercial para atraer a una audiencia masculina: de ser así, esta presencia reforzaría, en vez de cuestionar, la objetivización de la presencia femenina en televisión.

No tenemos mayores elementos para profundizar en este aspecto, pero queda anotado como una cuestión pendiente para una siguiente observación. Lo que queda claro es que, en lo que se refiere al contenido informativo, las mujeres ocupan un papel secundario.

### ***Escasa orientación***

Casi el 95% de las noticias sobre violencia de género no incluyeron ningún tipo de orientación o información útil para el espectador (por ejemplo, los teléfonos de ayuda, los centros de emergencia mujer, las comisarías especializadas u otros).

Dado que se trata de una problemática social y familiar muy extendida, sería muy importante incorporar este tipo de orientación a fin de responder al rol de responsabilidad social de los medios de comunicación.

## *Tratamiento de Violencia de Género*

La televisión, a través de sus noticieros, es el medio de mayor impacto en la opinión pública. Definitivamente influyen en la agenda que las audiencias recogen para marcar los temas de discusión. En cuanto al tratamiento de los casos de violencia de género, constatamos que en la mayoría de casos (65.7%) solo se describe el hecho ocurrido, sin mayor contextualización ni valoración. En la mitad de los casos, el tipo de noticia fue un “hecho recién ocurrido”, categoría seguida de “acción policial” o “caso judicializado”: prácticamente ninguna nota se enfocó en las causas o consecuencias del hecho.

Esto es coherente con los formatos predominantes: las tres cuartas partes del total de notas observadas fueron notas informativas simples, que resumen la notificación de los hechos para quedar ausente en los elementos de contexto que faciliten al ciudadano sin mayores elementos de análisis. No dan espacio para una profundización mayor, incluyendo la entrevista de especialistas, psicólogos, investigadores en temas de género ni para una información mayor sobre las estadísticas del fenómeno y las políticas necesarias para abordarlo. De allí que el uso aceptivo de la “información de los hechos”, no contribuye a la generación de corrientes de opinión que ahonden en la problemática.

Nos preguntamos si, para un fenómeno social tan complejo, es suficiente una cobertura basada en notas informativas simples como principal formato. Un reto importante es explorar formatos y técnicas narrativas que permitan no sólo exponer el caso concreto y específico, sino contribuir a una comprensión mayor -por parte del público- de las raíces del fenómeno en sus diversas aristas (machismo, salud mental, educación, independencia económica de la mujer, hacinamiento, entre otras).

Los temas más incorporados son los de feminicidio, violación y, muy lejanamente, acoso sexual. En casi la totalidad de los casos sucede con un claro enfoque sensacionalista y sólo en uno de este grupo se incluye la contextualización del hecho. Un dato adicional es que el 94.5% de las notas informativas, no se incluye información de orientación al televidente, específicamente de instancias o medidas que puede tomar en un posible caso de violencia de género.

En en 50% de los casos las mujeres tienen voz en la noticia, sin embargo en el 29.3% de las notas no habla ninguna mujer y cuando lo hace el 53.4%, es a partir de su rol ciudadano (vecinos, testigos o familiares), opinando sobre el hecho. Es decir, siendo sujeto protagonista del hecho de violencia, no siempre se constituye como fuente de información o desde una perspectiva de género, sea como mujer especialista o como líder que ayude a polemizar sobre las causas. La presencia de la mujer en la información periodística, subyace como víctima sin voz y ausente en sus lógicas y problemáticas.

El grueso grupo de mujeres que aparecen en la noticia, lo hacen desde su rol como veedora, opinante, informante. Están en el grupo de población o ciudadanos. Lo grave de este tipo de cobertura es que existe el riesgo de trabajar la nota informativa en base al “rumor”, sin elementos de juicio o explicitar atenuantes y agravantes. Así el proceso de producción periodística entra en cuestión por la responsabilidad ética y profesionalismo del medio o periodista. No olvidemos que la información es un bien público sí, pero con fines privados.

***Reflexión Final:***

Este proceso de observación ha despertado en los que hemos formado parte de él la conciencia de la gravedad y urgencia de ampliar y profundizar el monitoreo de la cobertura mediática sobre este tema. Sería ideal lograr una praxis de observación permanente sobre el tema, sumando a la muestra a más medios televisivos, tanto como radiales y de prensa escrita impresa y digital.

Esta muestra es tan solo eso, una muestra que nos permite iniciar un análisis y, esperamos, una reflexión conjunta, un debate constructivo y convocante entre sociedad civil, profesionales y medios, sobre el tipo de cobertura que queremos como población directamente afectada por este contexto de violencia, y como público en general.