

MEDIOS

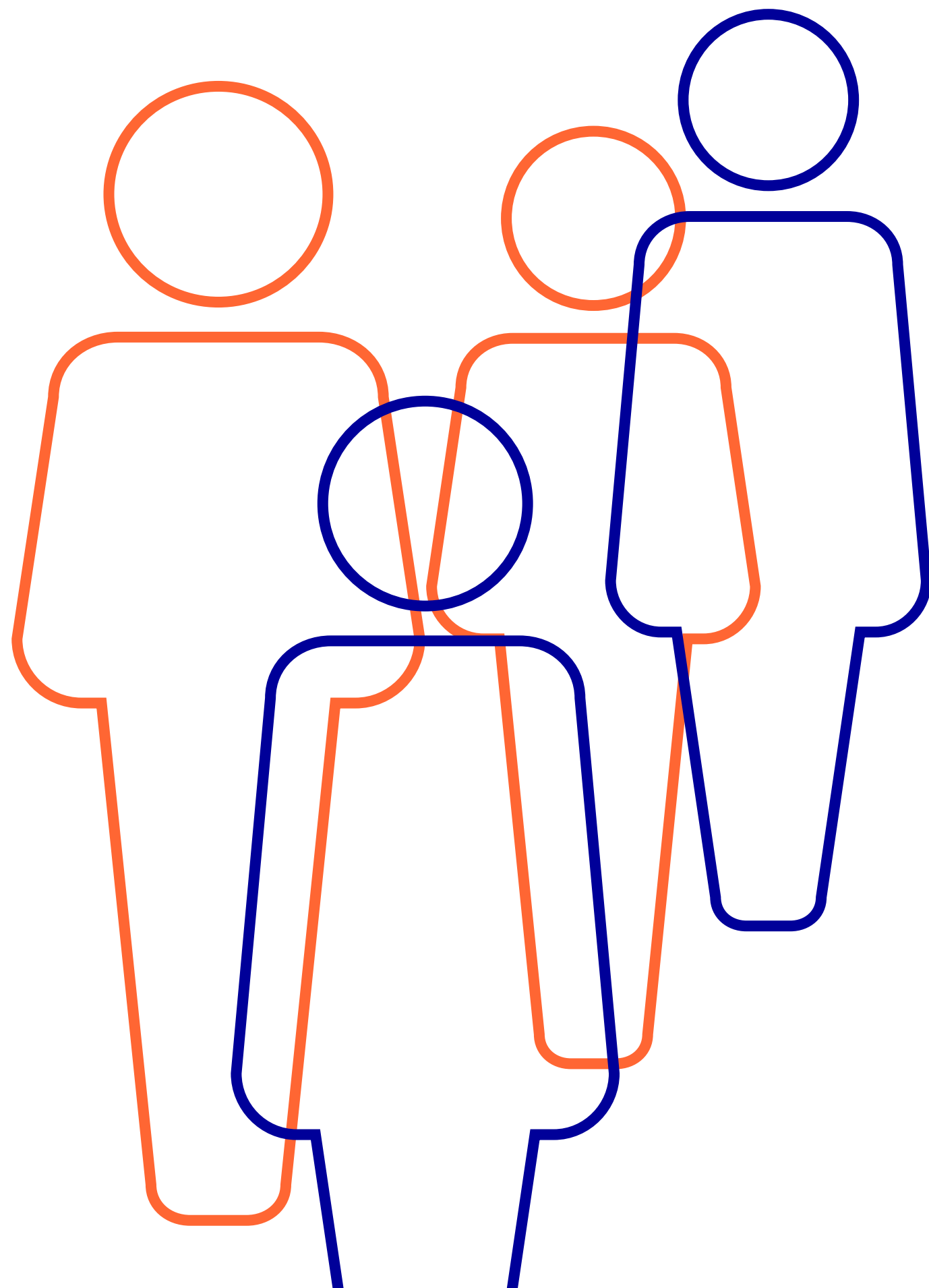
NO

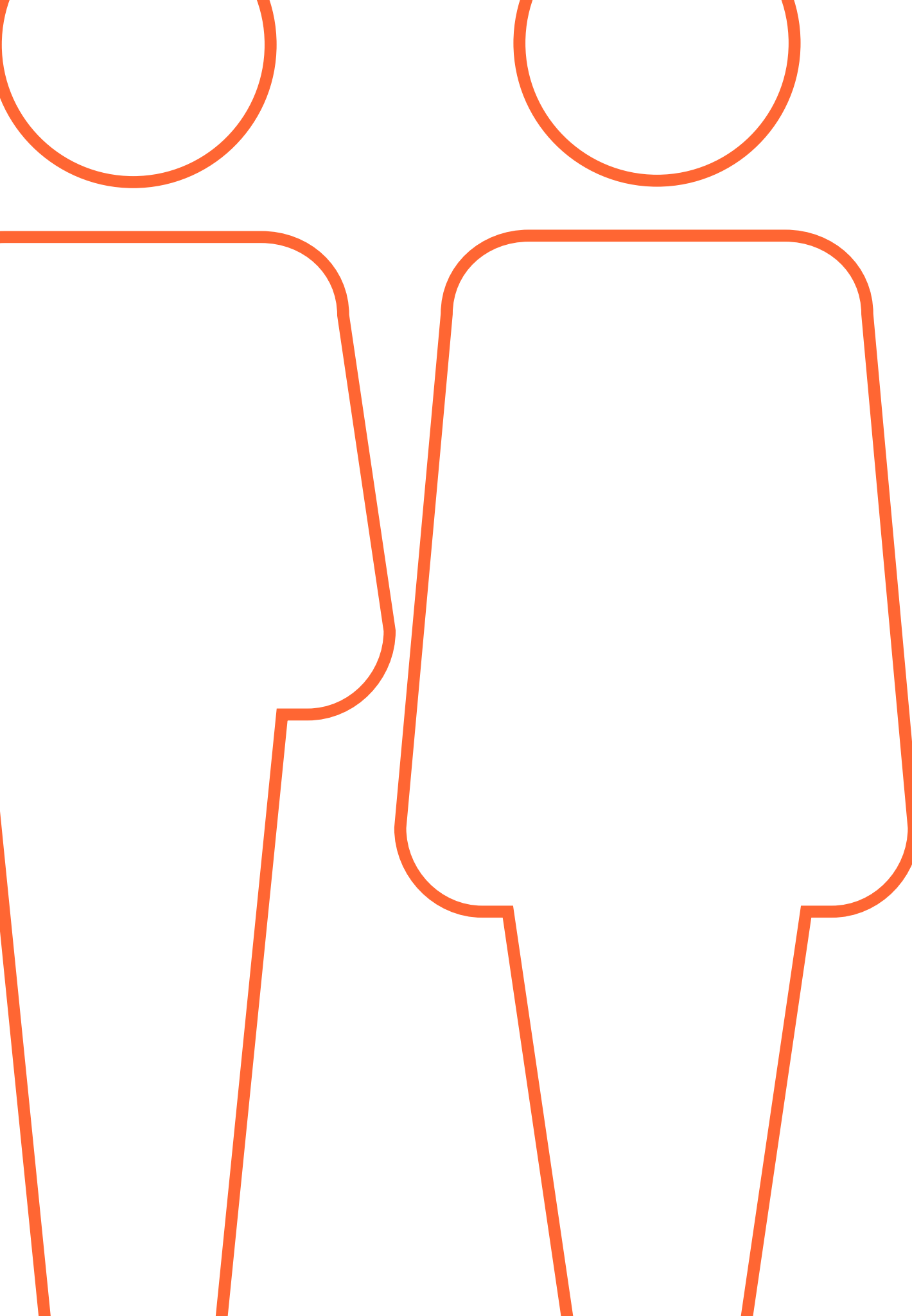
SEXISTAS

GUÍA DE DEFINICIONES

Y PRÁCTICAS

PERIODÍSTICAS





Una publicación de:

Fabiola Gutiérrez González - Mónica Maureira Martínez
Observatorio de Género y Equidad

Con el apoyo de:

Fundación Friedrich Ebert

Colabora:

Denisse Lassnibatt Tapia,
periodista

Patrocinan:

Mujeres en el Medio

Diseño:

Amaya Rojas Arnal

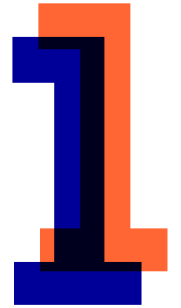
Permitida su reproducción, total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma, siempre que se cite la fuente y no se utilice con fines lucrativos. Esta publicación se encuentra disponible para descargas en los sitios web:

www.mujiresenelmedio.org/

www.oge.cl



PROLOGO



Es sabido que los medios de comunicación en Chile se encuentran altamente concentrados, que algunos pocos medios o conglomerados controlan la gran mayoría de la información que llega a la ciudadanía y no logran reflejar la diversidad de voces que existen en el país. Algo tal vez menos evidente, es la discriminación que existe en los medios hacia las mujeres, expresada tanto en su falta de representación como en las formas que se utilizan para referirse a ellas con un marcado sexismo.

Los recurrentes casos de violencia en contra de las mujeres y las diversas expresiones de desigualdad de género y de machismo que viven en Chile cotidianamente, no se pueden separar de la representación de estereotipos de 'lo femenino' y 'lo masculino' en los medios. Tanto la publicidad como la producción de informaciones y material audiovisual, perpetúan estereotipos que limitan a mujeres y hombres en la expresión de su ser y, en el caso de las mujeres, las relegan a una posición de inferioridad, perpetuando la violencia en su contra.

Por estas razones, la demanda de medios no sexista se ha levantado cada vez con más fuerza y, desde la Fundación Friedrich Ebert, vemos con urgencia la necesidad

de aportar a un debate profundo al respecto. Buscamos contribuir a realizar una evaluación crítica de las imágenes de mujeres y hombres que se promueven cada día en los medios chilenos, y llamar a los y las periodistas a tomar conciencia del impacto que, a corto y largo plazo, tienen los contenidos que generan y difunden; demasiadas veces teñidos de sexismo e irrespetuosos con la diversidad de las personas.

Nos ha sido grato apoyar al Observatorio de Género y Equidad en la realización de esta publicación, que además cuenta con el patrocinio de la Comisión de Género del Colegio de Periodistas de Chile y de Mujeres en el Medio.

Simone Reperger

Representante Fundación Friedrich Ebert - Chile

INTRODUCCIÓN



Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la conformación de representaciones sociales, políticas y culturales. Transmiten a la ciudadanía valores y estereotipos que influyen en actitudes y comportamientos que acaban asentándose poderosamente en el imaginario colectivo.

A pesar de una aparente libertad de las mujeres en todos los ámbitos de la vida, aún existe una serie de patrones y estereotipos que frenan nuestro pleno desarrollo. En el afianzamiento de estos patrones influyen, de manera muy directa, los medios de comunicación. Consignamos, además, el monopolio mediático, la concentración de la prensa, los grandes consorcios radiales y una televisión escasamente pluralista.

La influencia de los medios de comunicación hoy se caracteriza, en una primera instancia, por replicar informaciones y contenidos sin mayores análisis. Y, en segundo lugar, desempeñan el rol de fijación de agendas (aquello que no se dice en los medios no existe en la sociedad).

Los medios de comunicación contribuyen a los estereotipos de las mujeres, al sexismo y a la descalificación del ejercicio de su poder en permanentes cuadros comparativos. Los medios instalan ideas y discursos en la ciudadanía que se alejan de la historia real, reproduciendo patrones culturalmente instalados. Y, las mujeres siguen siendo vistas o asignadas por sus roles tradicionales, en algunos casos superficiales, siempre comparándolas con los hombres. La representación pública de mujeres y hombres en los medios de comunicación sigue siendo diferenciada y asimétrica.

Una de las preocupaciones medulares y persistentes de quienes se definen como comunicadoras feministas ha sido la política de la representación. Hemos puesto el acento en las dimensiones culturales del poder y del papel que desempeñan los medios de comunicación para reproducir patrones particulares de desigualdad de género y la exclusión sistemática de las mujeres en los medios e informaciones. Los rostros que vemos, las voces que escuchamos, siguen siendo abrumadoramente masculina.

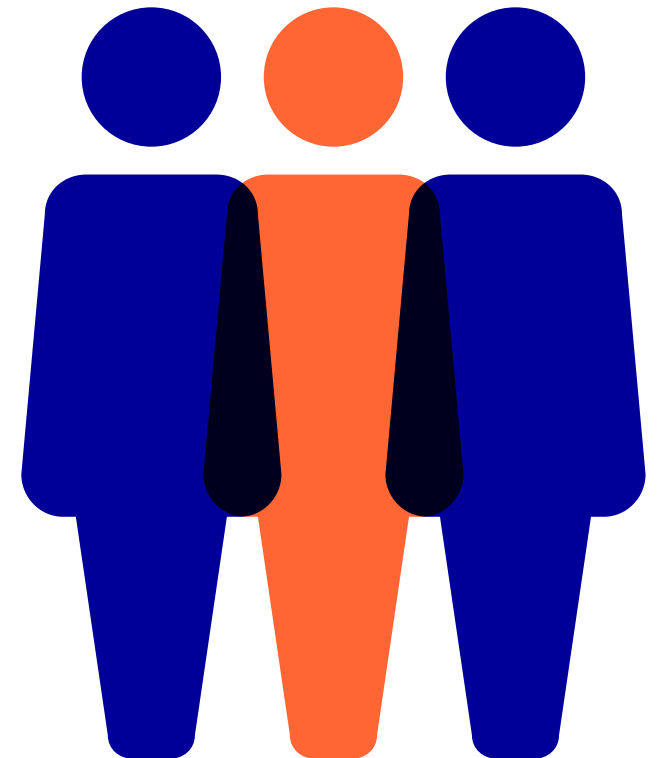
ALGUNAS DEFINICIONES

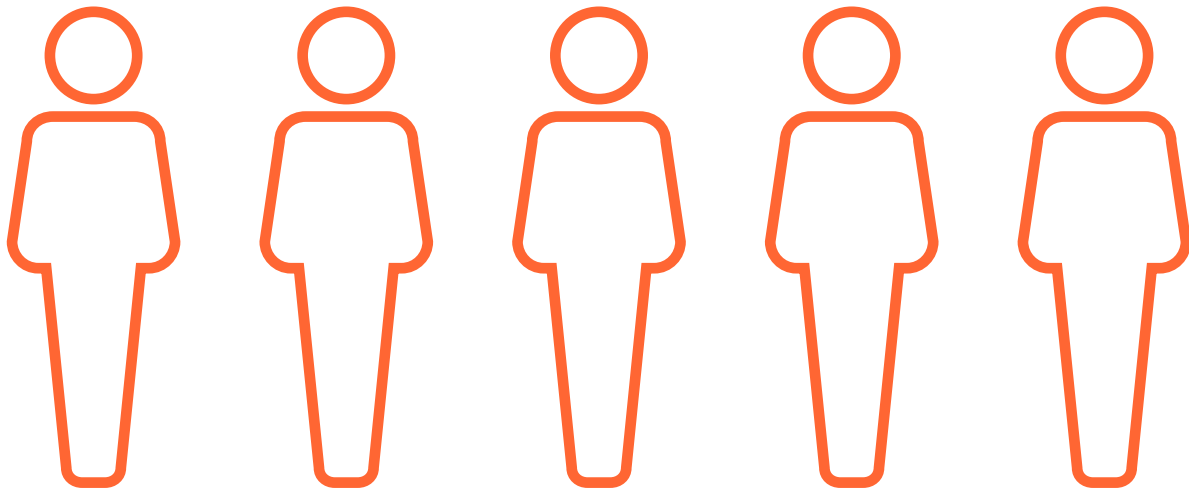
3

Antes de profundizar en la implicancia que tiene la reproducción de estereotipos de género en las prácticas periodísticas es preciso comprender colectivamente ciertos conceptos.

Género: El concepto género tiene su **origen en la teoría feminista** y se refiere a una construcción cultural y política que mantiene a las mujeres sujetas a un “orden natural”. Es un “conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres para simbolizar y construir socialmente lo que es ‘propio’ de los hombres (lo masculino) y ‘propio’ de las mujeres (lo femenino)” (Lamas, 2000, p. 3).

Estereotipos de género: Determinadas ideas, pautas, valores, comportamientos y generalizaciones asociados a las personas en función del género. Estos son reproducidos y transmitidos culturalmente; **instalan prejuicios que se ritualizan y legitiman, limitando el comportamiento de mujeres y hombres.** También permean la institucionalidad y los sistemas de medios que replican un lenguaje estereotipado profundizando las situaciones de discriminación que afectan principalmente a las mujeres.





Patriarcado: Es un modo de organizar el sistema social, político y cultural que avala las situaciones de poder y dominio de los hombres hacia las mujeres. Se vincula con una estructura de opresión que se manifiesta en lo público, en el mercado laboral, la educación y la política, y también en el privado como la familia. Desde el feminismo, **la conceptualización del patriarcado ha permitido politizar las relaciones de poder que se manifiestan en las distintas esferas que componen la vida de las mujeres y transformar en públicos, problemas que tradicionalmente han sido considerados privados** como la violencia de género.

Sexismo: Discriminación basada en el sexo de las personas sustentada en los estereotipos de género. Las actitudes sexistas se producen y reproducen en los medios de comunicación cuando **se les niega a las mujeres las habilidades y capacidades que históricamente se le han adjudicado exclusivamente a los varones**. Se evidencia en el uso de un lenguaje periodístico excluyente o imágenes que representan a las mujeres de manera cosificada.

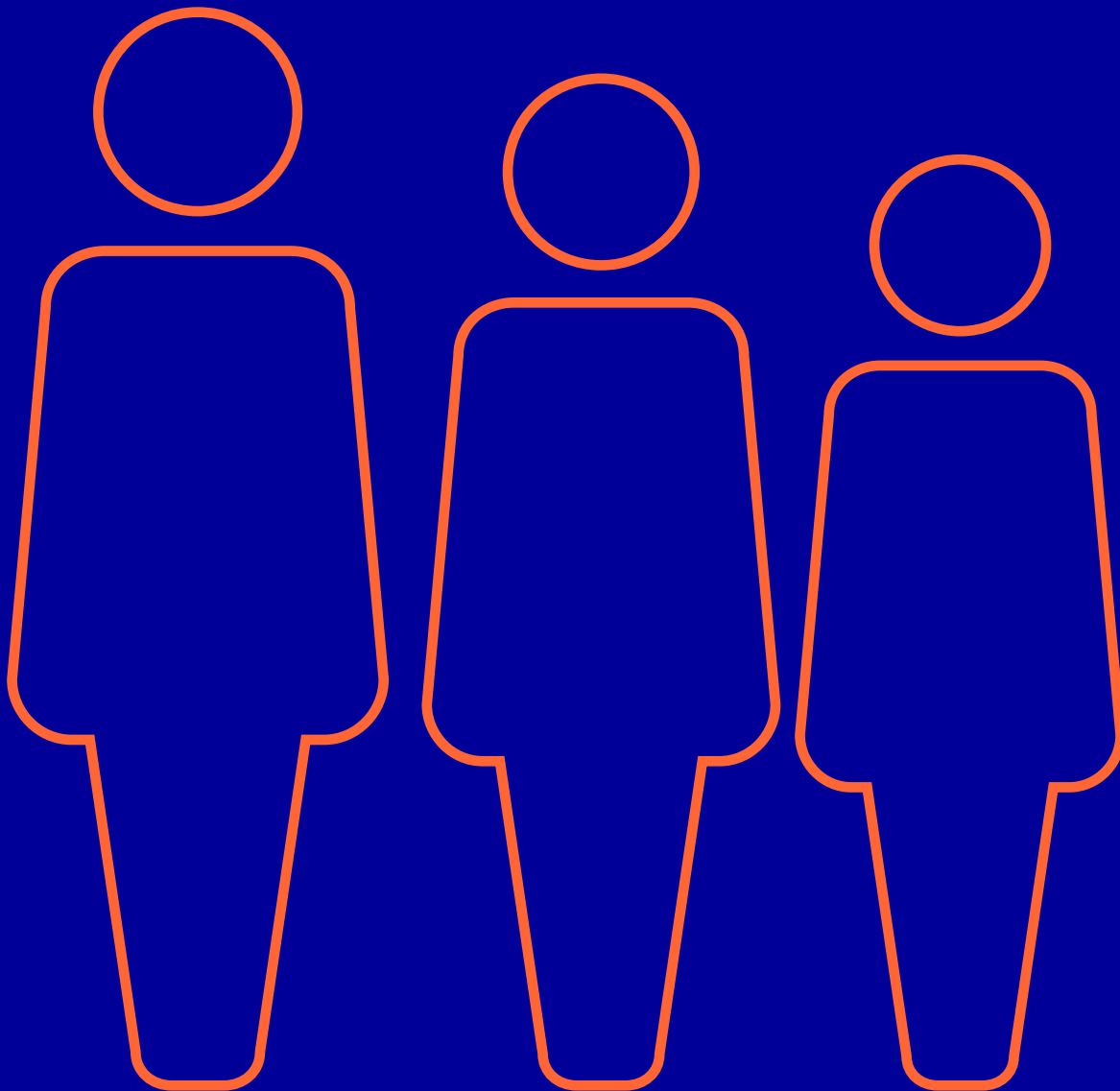
Machismo: Se fundamenta en una mentalidad sexista. Es el conjunto de pensamientos, hechos, actitudes, costumbres y creencias que **validan la supuesta superioridad de los hombres sobre las mujeres**. El machismo naturaliza la desigualdad y la discriminación, perpetua la dominación de los hombres y la subordinación de las mujeres. Esta asimetría establece relaciones jerárquicas de poder que sitúan a las mujeres en espacios tradicionales de la

esfera privada, las tareas de cuidado y lo doméstico, limitando su participación y desarrollo en el ámbito público como la política y el trabajo productivo remunerado.

Misoginia: Es un término que hace referencia al **temor y el odio que se expresa hacia las mujeres** y que se ha reproducido a través de diversas manifestaciones intelectuales y artísticas. La misoginia considera a las mujeres como extrañas, distintas, incomprensibles y peligrosas.

Violencia contra las mujeres y niñas: Cualquier acción o conducta de agresión (física, psicológica, sexual, laboral, económica, entre otras) hacia las mujeres y niñas por su condición de tales. La violencia contra las mujeres es una violación a los derechos humanos que **se sustenta en una relación desigual de poder y control del hombre sobre las mujeres y en un continuo de discriminaciones**. Es un problema social que requiere de la atención y respuesta urgente del Estado a través de estrategias de sensibilización y el desarrollo de políticas públicas eficaces. Este tipo de violencia se ejerce contra las mujeres por no cumplir con el mandato cultural de aquello que se entiende como “femenino” a través de un continuo de discriminaciones.

Femicidio: Asesinato misógino de mujeres y niñas cometidos por hombres que consideran a las víctimas como objetos de su propiedad (Radford y Russell, 2006). El uso de la expresión femicidio o feminicidio se ha extendido en Latinoamérica para referirse a los homicidios de mujeres por razones de género, incluyendo también los casos de mujeres asesinadas por sus parejas o ex parejas. Estos casos, denominados como “femicidios íntimos” constituyen la parte más significativa de los homicidios de mujeres a nivel global según diversos informes de Naciones Unidas (Toledo, P. Lagos, C. 2013). El término femicidio/ feminicidio se acuñó a inicios de la década del 90, a partir de la serie de muertes violentas de mujeres que comenzaron a ocurrir en Ciudad Juárez (México) precedidas por secuestros, torturas y manifestaciones de violencia sexual.



¿QUÉ SON LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO?



Los estereotipos de género determinan una serie de características y atributos a mujeres y hombres en función de su sexo. Estas pautas, valores y comportamientos asignados, reproducen roles estructurados que limitan la conducta de las personas y generan prejuicios en otras.

Los estereotipos de género son una “carga” asociada culturalmente de acuerdo al sexo, por ende, se nos enseña a ser y estar de una determinada forma en función lo que se considera “femenino” o “masculino”.

Por ejemplo, los estereotipos de género definen cómo mujeres y hombres deben ser, sentir, comportarse o reaccionar; la posición social que adquieren, la profesión que deben elegir, los colores de ropa que utilizar, por nombrar solo algunos ejemplos.

Los estereotipos de género se transmiten culturalmente, a través de los agentes de socialización como la familia, la escuela, los medios de comunicación, la comunidad o los grupos en los que se insertan las personas de manera cotidiana.

Culturalmente estos estereotipos determinan los espacios que se asignan a mujeres y hombres en función del género, por ejemplo, el rol reproductivo a la mujer y el productivo al hombre; el espacio doméstico a la mujer y el espacio público al hombre; la sensibilidad como atributo de las mujeres y la fortaleza como atributo del hombre. Este conjunto de creencias que se asocia a cada género tiene una gran influencia en las personas, en su percepción del mundo y de sí mismo, y en su conducta (González, 1999, p. 84).

En definitiva, las construcciones sociales y culturales asociadas a cada género son las que han asignado un rol de supremacía de lo masculino frente a lo femenino. Estos estereotipos de género amparados en un sistema patriarcal instalan a las mujeres en una posición de desigualdad y discriminación permanente.

Los estereotipos de género discriminan, reproducen desigualdad, prejuzgan y limitan la libertad de mujeres y hombres. Están a la base de un problema social como es la violencia de género contra las mujeres.

3.1 Productores de violencia simbólica

Pierre Bourdieu denomina como violencia simbólica a la “violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento” (Bourdieu, 2000, p. 12).

De esta forma, **las construcciones y manifestaciones de las relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres se naturalizan e interiorizan**, perdiendo la capacidad de cuestionamiento tanto de los “dominados” como de los “dominantes”.

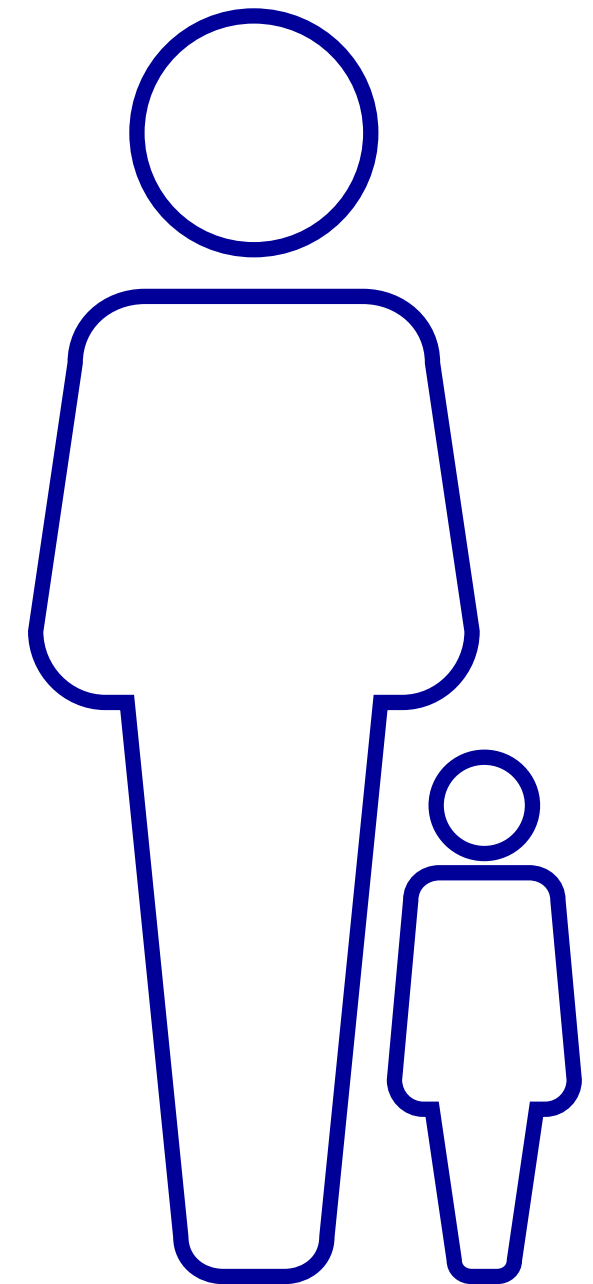
La violencia simbólica se constituye en un hábito y se institucionaliza a través de estructuras de dominación, dificultando la capacidad de reconocerla. Este tipo de violencia **controla el comportamiento de las mujeres en la sociedad**, siendo los estereotipos de género la vía para regular y coaccionar su conducta.

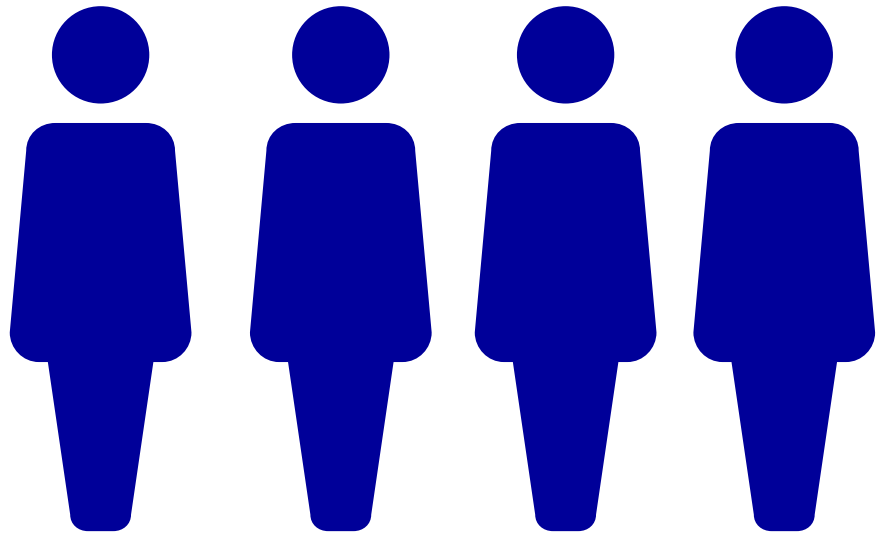
3.2 Promotores de discriminación

Las percepciones generalizadas que esconden los estereotipos de género promueven la discriminación de mujeres al limitar su conducta y oportunidades de acuerdo a determinados patrones asociados según su sexo.

Las mujeres y niñas se ven expuestas a un trato discriminatorio en función de los estereotipos de género que les asignan un rol de inferioridad, impidiendo un acceso en igualdad de condiciones al espacio público; fijándoles la responsabilidad absoluta de las tareas domésticas y de cuidado familiar en el espacio privado.

Pero si cuando hablo de “hombres” también me refiero a las mujeres. El utilizar los plurales en masculino como genérico invisibiliza y excluye a las mujeres y niñas, perpetúa simbólicamente la subordinación de éstas y reproduce la hegemonía masculina.





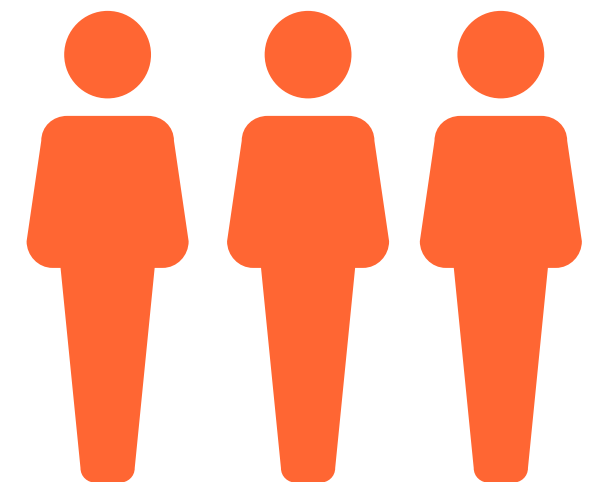
Por otra parte, los estereotipos de género son los principales promotores y reproductores de discriminación al considerar que existe sólo una forma de ser mujer o de ser hombre. Esta visión encasillada de cómo deben ser y comportarse las personas no valora la diversidad, promoviendo desigualdad, discriminación hacia las personas que escapan de lo considerado como “normal” o “natural”.

3.3 Implicancias en la libertad de expresión y la democracia

La información media el ejercicio de otros derechos, individuales y colectivos. La libertad de expresión tiene como correlatos la libertad de opinión; la producción de contenidos y el acceso a información vía fuentes diversas, la participación en los medios de comunicación y la posibilidad de difundir informaciones sin censura previa.

Tematizar sobre asuntos que son de interés público le otorga a la libertad de expresión su carácter de derecho colectivo. La producción de información se transforma en una herramienta de control social, de contrapoder. Por lo tanto, acceder a información diversa, veraz; contribuye a que las personas participen del debate público y del quehacer político promoviendo y garantizando una mejor democracia.

¿Pero cómo no quieres tener hijos? El estereotipo de mujer-madre juzga y discrimina socialmente a quienes optan por no tener hijos, cuestionando su “rol” de mujeres por escaparse de lo considerado como “trascendental” para la “realización personal” de cualquier mujer.



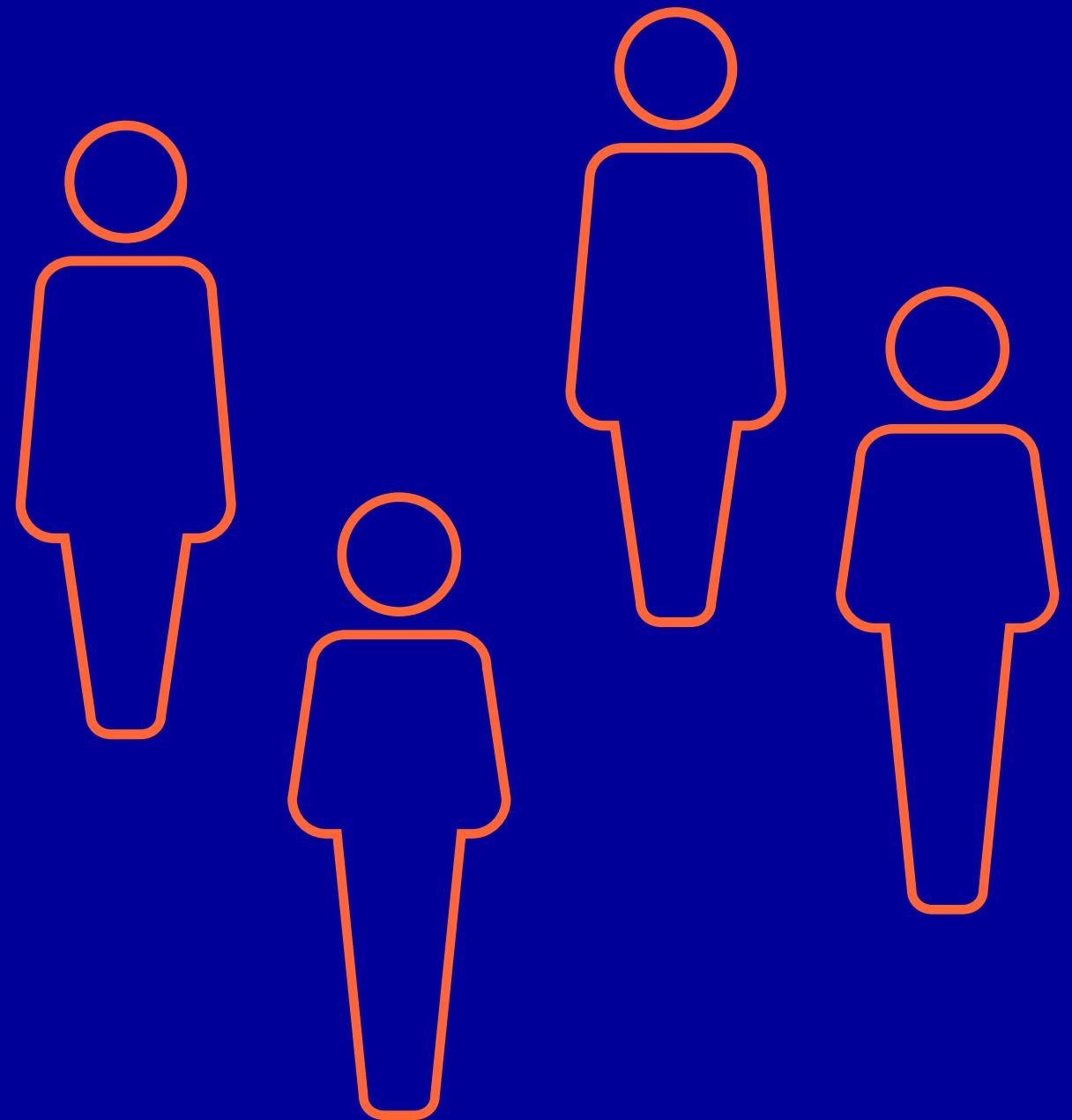
Producir y difundir informaciones y contenidos vinculados a la situación de las mujeres, la discriminación y violencia que les afecta implica hacer efectivo el derecho a la igualdad y la libertad de expresión de las mujeres.

La veracidad de los contenidos promueve la formación de una opinión pública informada. Para ello **se requiere que periodistas y medios de comunicación garanticen la calidad de las fuentes e información, destinando recursos para adquirir conocimientos especializados relacionados con los derechos fundamentales de las mujeres que puedan aplicar en el desarrollo de contenidos.**

La formación especializada -que debe iniciarse en los planes de estudios de las carreras vinculadas a la Comunicación- continua, profesional o autogestionada de las personas responsables de producir contenidos y tomar decisiones programáticas y editoriales permitiría, por ejemplo:

- Elaborar protocolos de autorregulación para el trabajo de la dirección de medios, jefaturas, equipo editorial y periodistas.
- Evitar la reproducción de estereotipos de género y el impacto de los prejuicios que de ellos derivan.
- Evitar vicios sensacionalistas y la degradación de las mujeres y niñas que denuncian violencia machista.

Instado por el movimiento de mujeres y feministas, parte de las acciones de seguimiento a la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará) han centrado su atención en la cultura patriarcal y la reproducción de estereotipos sexistas y discriminatorios en los medios de comunicación.



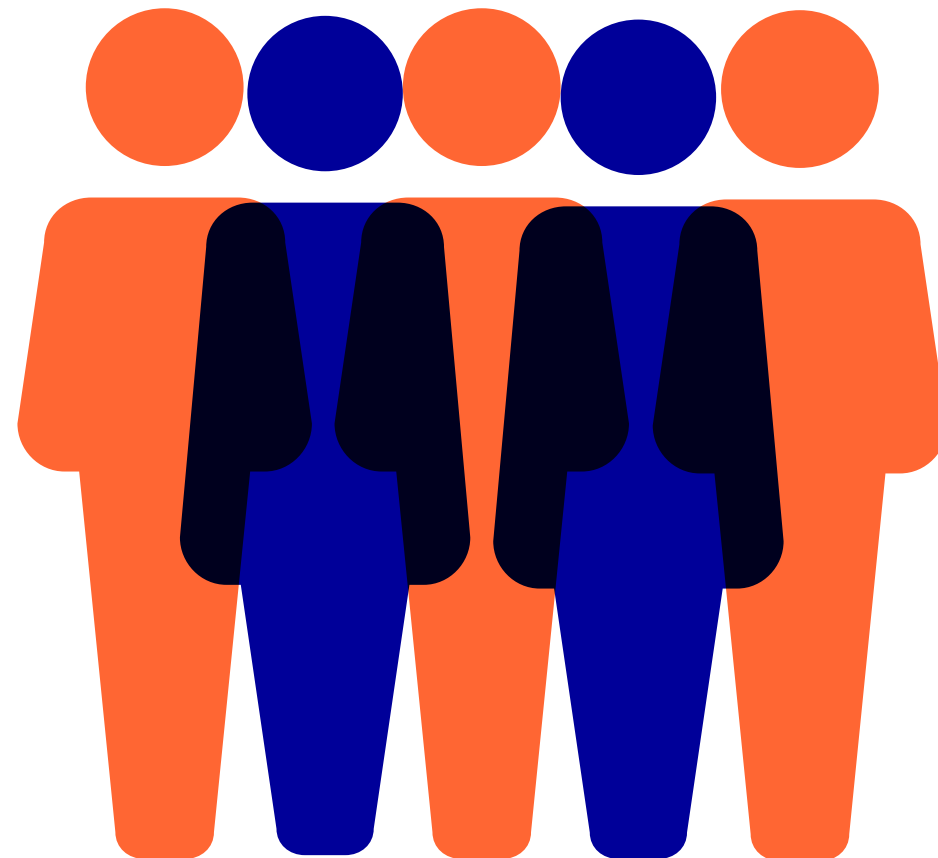
Así, se ha llamado a los estados a promover el uso de un lenguaje incluyente en medios privados y públicos; impulsar la autorregulación y el desarrollo de instancias autónomas y ciudadanas que den seguimiento a los compromisos internacionales suscritos por los países, teniendo presente la libertad de expresión y el derecho a la información de mujeres y niñas. La sociedad civil es fundamental para dar seguimiento a los medios de comunicación y activar las denuncias en materia de publicidad y coberturas informativas sexistas.

Además, se convoca a los estados a un diálogo con la institucionalidad de educación para que se incluya la formación en género y derechos humanos en carreras como Periodismo, Publicidad y otras relacionadas con las comunicaciones.

En el ámbito de Naciones Unidas otros instrumentos internacionales también abordan estas preocupaciones y demandas. La Plataforma para la Acción de Beijing aprobada en la IV Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre las Mujeres (1995) es una de ellas. Esta entiende que los medios son agentes activos en la promoción de los derechos humanos; mandatados a informar responsablemente sobre discriminación y violencia, conciliación y corresponsabilidad entre hombres y mujeres en los ámbitos laboral y familiar.

La Plataforma de Beijing también demanda a los gobiernos a desarrollar políticas para que los medios de comunicación incorporen una perspectiva de género en su gestión corporativa y de desarrollo de contenidos. Lo que implica no sólo una representación adecuada de las visiones de las mujeres en los espacios informativos y de programación sino también su participación en la propiedad de los medios, en la producción y toma de decisión.

Se trata entonces de incorporar criterios paritarios en los nombramientos de los órganos consultivos de los medios (directorios), en la gestión; reglamentos y procedimientos: cómo están presentes las mujeres y en qué condiciones.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO AGENTES DE SOCIALIZACIÓN

5

Los medios de comunicación, como actores políticos y agentes de socialización de los estereotipos de género, retratan a las mujeres principalmente en tres roles: mujer madre, mujer objeto y mujer dueña de casa. Esto último se evidencia en los mensajes y contenidos que se consideran de interés para mujeres, propios del espacio privado, y en cómo se restringe su participación en el espacio público.

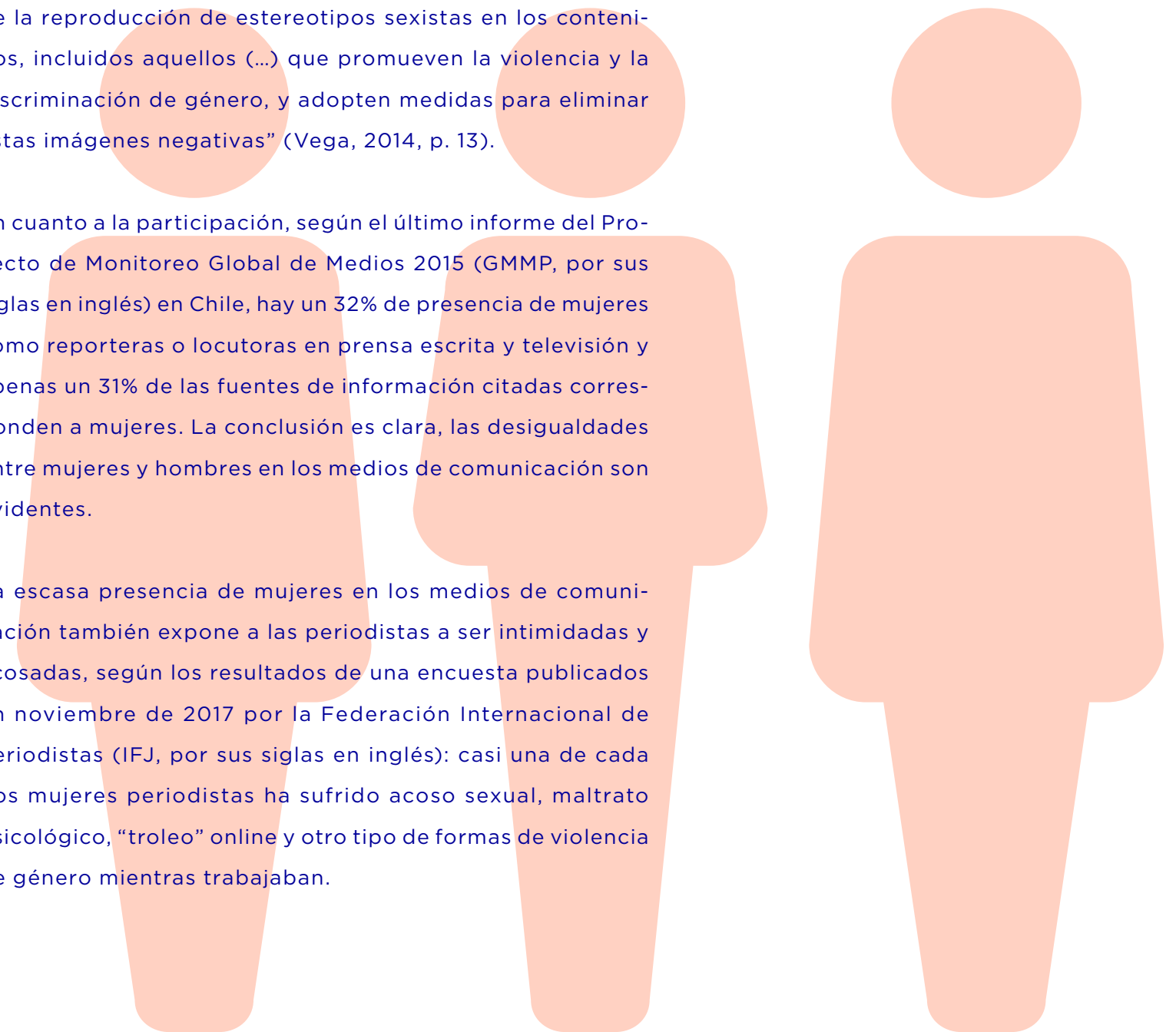
Los medios de comunicación hoy en día reproducen “los estereotipos sexistas que, o asocian a las mujeres a roles tradicionales -en los que se enfatiza su supuesta vulnerabilidad, su sumisión y su adscripción al espacio doméstico- o las representan como objetos sexuales o como grupos de consumo, concentradas solo en la compra de artículos de moda y belleza. En contraste, en los medios no es latente el interés por visibilizar la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural.” (Vega 2014, p. 15).

En relación al uso de los estereotipos de género, en la Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing (1995), hace ya más de 20 años se instó a los medios de comunicación, empresas de publicidad y sus profesionales a examinar “las consecuencias

de la reproducción de estereotipos sexistas en los contenidos, incluidos aquellos (...) que promueven la violencia y la discriminación de género, y adopten medidas para eliminar estas imágenes negativas” (Vega, 2014, p. 13).

En cuanto a la participación, según el último informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015 (GMMP, por sus siglas en inglés) en Chile, hay un 32% de presencia de mujeres como reporteras o locutoras en prensa escrita y televisión y apenas un 31% de las fuentes de información citadas corresponden a mujeres. La conclusión es clara, las desigualdades entre mujeres y hombres en los medios de comunicación son evidentes.

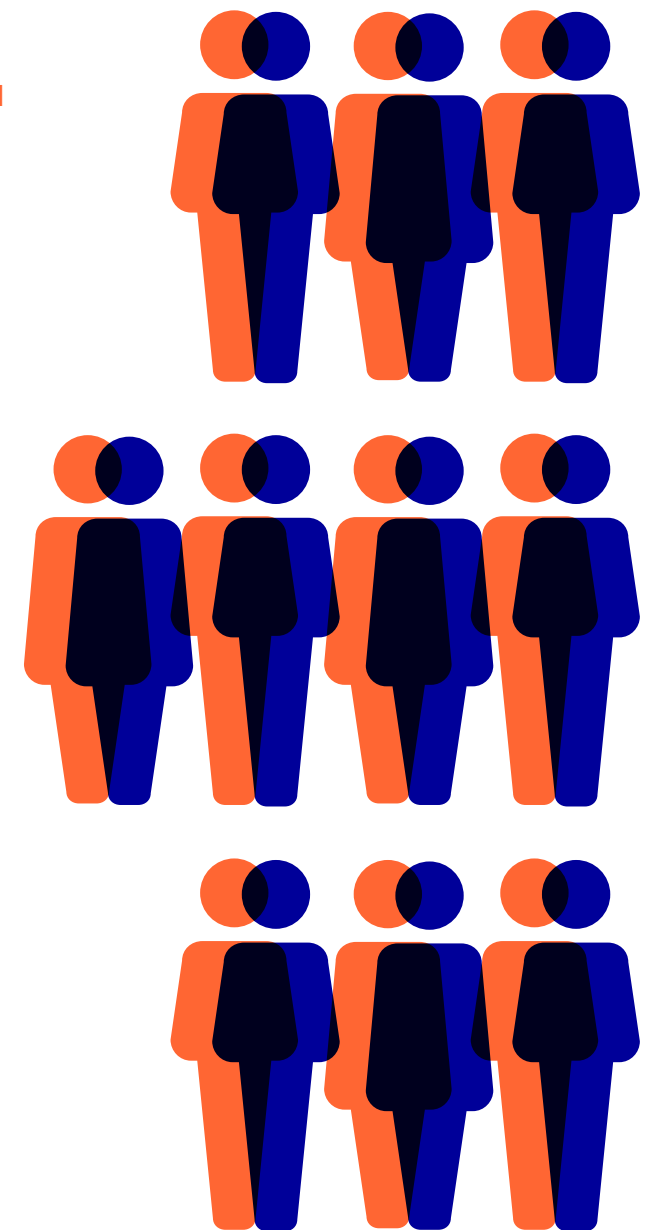
La escasa presencia de mujeres en los medios de comunicación también expone a las periodistas a ser intimidadas y acosadas, según los resultados de una encuesta publicados en noviembre de 2017 por la Federación Internacional de Periodistas (IFJ, por sus siglas en inglés): casi una de cada dos mujeres periodistas ha sufrido acoso sexual, maltrato psicológico, “troleo” online y otro tipo de formas de violencia de género mientras trabajaban.



Esta alarmante cifra ha llevado a la Federación Internacional de Periodistas a impulsar la campaña “Alto a la violencia de género en el trabajo”, donde plantean que este tipo de violencia representa uno de los obstáculos más importantes y extendidos para lograr el empoderamiento, la autonomía y la independencia de las mujeres y, finalmente, la obtención de la igualdad de género.

Según plantean en la campaña de IFJ, las periodistas que se ven en estas situaciones se convierten a veces en el foco específico de violencia de género, lo que supone una **amenaza a la libertad de expresión y a la libertad de prensa.**

Para más información de la campaña “Alto a la violencia de género en el trabajo” te invitamos a revisar el sitio web <https://www.ifj-stop-gender-based-violence.org/es>



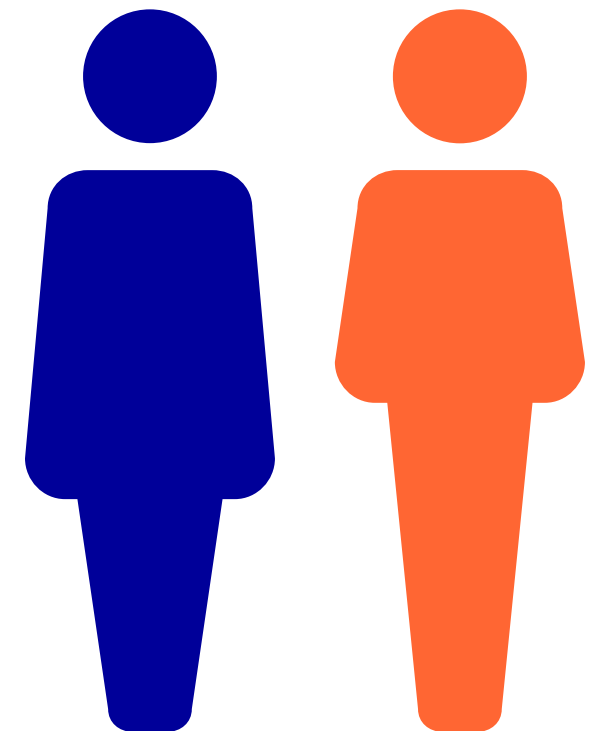
EL ENCUADRE



La teoría del *framing* o encuadre entiende a los medios de comunicación como mediadores entre lo que sucede en la realidad y la sociedad misma. Así, se construyen definiciones e interpretaciones particulares de la realidad, produciendo informaciones que incluyen, excluyen y jerarquizan hechos y conflictos definidos como noticiables. Se aproximan a determinadas fuentes, analizan ciertos datos y recurren a antecedentes ya documentados. Se trata de un proceso de **selección de hechos**, que reinterpretan la realidad y que no están exentos de visiones particulares, valoraciones individuales o percepciones derivadas de experiencias de vida ante un determinado hecho.

Paulatinamente, la problematización de la discriminación y violencia contra las mujeres en la agenda pública ha ido en aumento debido a su visibilidad en los medios de comunicación y al trabajo de las organizaciones de mujeres y feministas. No obstante, su presencia en la pauta mediática impone nuevas demandas al sistema de medios: destinar más espacio para su cobertura, buscar nuevos formatos para la información, contar con fuentes legitimadas en el tema y profesionales y periodistas especializados.

El principal desafío es dejar de informar sobre discriminación género y violencia contra las mujeres como la sumatoria de hechos esporádicos o anecdóticos. Las noticias como episodios determinan que las prácticas periodísticas recreen hechos sensacionalistas, dramáticos, cargados de estereotipos y prejuicios, con uso excesivo de adjetivos en el lenguaje. Por el contrario, encuadrar estas informaciones como un problema social y una vulneración de derechos fundamentales de las mujeres permite ampliar la perspectiva del trabajo periodístico: **problematizar estos hechos implica informar de las causas, analizar la efectividad de las políticas y estrategias de acción, interpe-lar a las autoridades responsables; trascender del contexto privado que tradicionalmente ha rodeado la violencia contra mujeres.**



La extensión y mejora de las prácticas periodísticas, el involucramiento en la elaboración de noticias genera un compromiso consciente de quienes trabajan en prensa y comunicaciones. Se desarrolla una mayor conciencia y a la vez **una mirada crítica respecto a la responsabilidad política y social de los medios; procesos evaluativos individuales y colectivos que pueden derivar, por ejemplo, en protocolos de autorregulación.**

5.1 Malas prácticas periodísticas

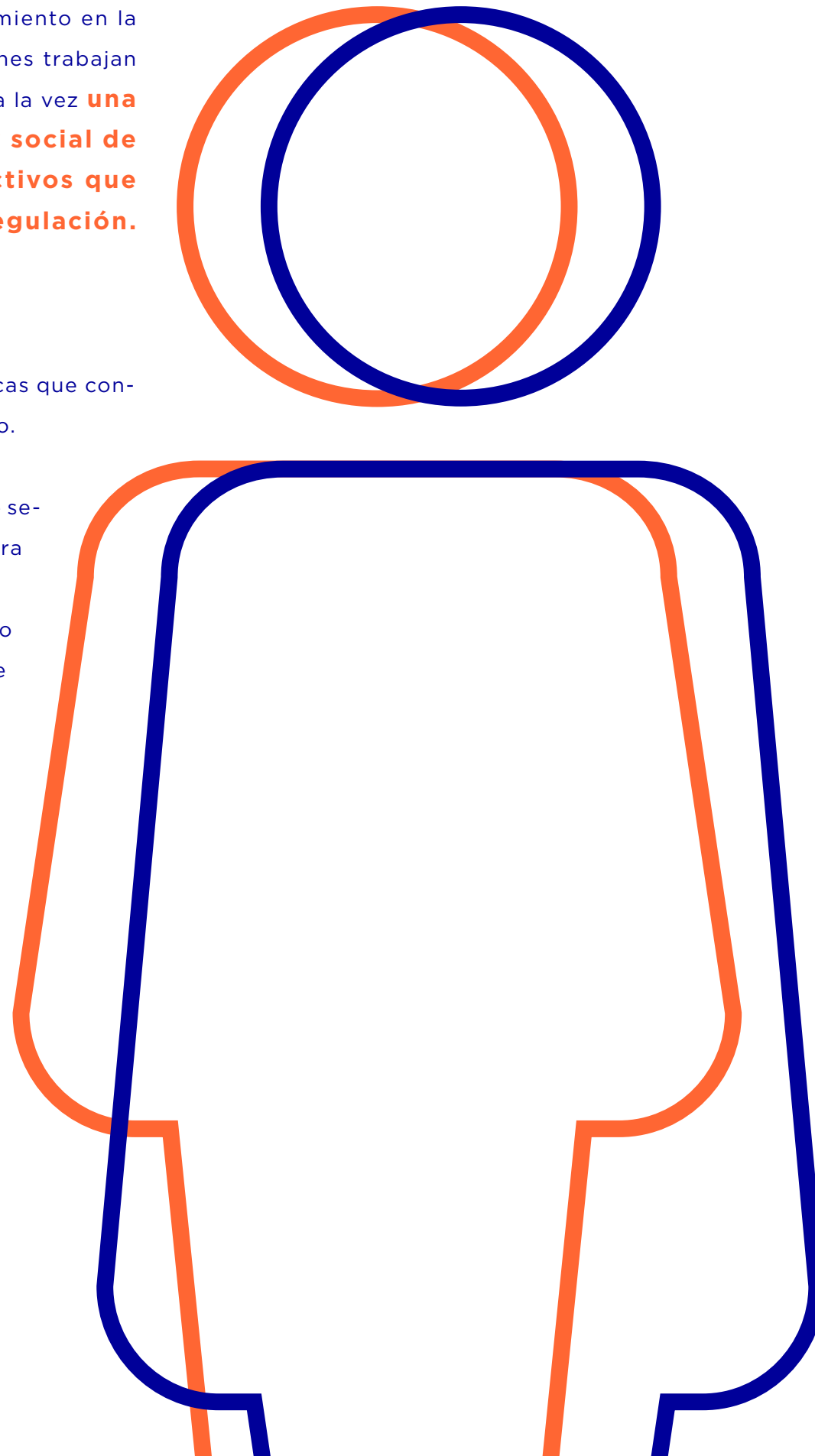
A continuación, se presentan una serie de malas prácticas periodísticas que contribuyen a la reproducción y consolidación de estereotipos de género.

Lenguaje: En los medios de comunicación predomina un lenguaje sexista y excluyente que no visibiliza a las mujeres y que atenta en contra de su dignidad y derechos.

Imágenes: Las imágenes tienden a considerar a las mujeres como objetos sexuales; fragmentan sus cuerpos o presentan arquetipos de belleza poco representativos de la diversidad de mujeres. Reproducen representaciones de las mujeres cosificadas.

Fuentes: Las fuentes de información predominantes son hombres, no siendo representativas de la sociedad actual. Producir informaciones de manera consciente implica acceder a una mayor diversidad de fuentes, introduciendo un criterio de paridad en especial en aquellas secciones o espacios mediales tradicionalmente masculinizados.

Agenda: La participación de las mujeres en la agenda de los medios se limita a temas relacionados con tareas domésticas, cuidado de hijos e hijas o rutinas de belleza; como si no existieran otros temas que pudiesen ser del interés de las mujeres.



5.2 Otras recomendaciones

Visibilizar a las mujeres a través del lenguaje y uso de imágenes también ampliando citas textuales en el desarrollo de noticias, crónicas y reportajes como fuentes y entrevistadas.

Nombrar a las mujeres por su nombre y apellido.

Utilizar el femenino en cargos y profesiones.

Evitar alusiones innecesarias sobre el aspecto físico y la vestimenta de las mujeres.

Evitar menciones asimétricas en las informaciones; nombrando a los hombres por su estatus social, económico o profesional y a las mujeres como (propiedad de ...) “la mujer de ...”, “la esposa de ...”, “la pareja de ...”.

5.3 En temas de violencia contra las mujeres

Al investigar, informar o dar cobertura a un caso de violencia contra las mujeres considera las siguientes recomendaciones que contribuyen a disminuir su naturalización:

- Informar de la problemática social antes que de hechos aislados de violencia; contextualizando el suceso dentro de un sistema machista que avala dichas agresiones y dentro de un ciclo de violencia que esconde una serie de actos previos.

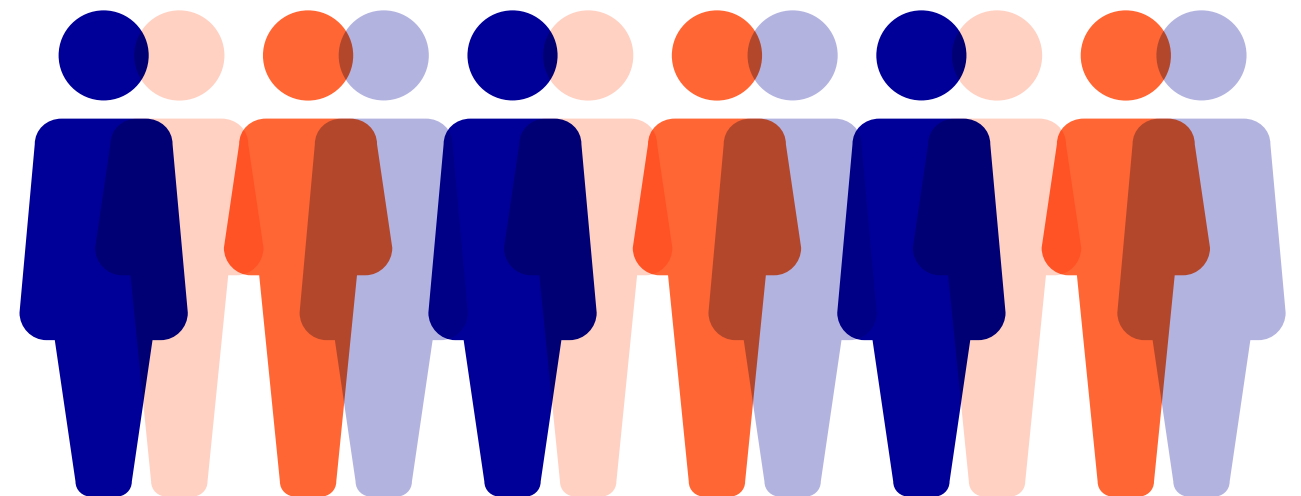
Para acceder a una mayor diversidad de fuentes y ampliar la participación de las mujeres en la agenda de los medios puedes recurrir a Corporación Humanas www.humanas.cl

Hay Mujeres www.haymujeres.cl

Observatorio de Género y Equidad www.oge.cl

Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres www.nomasviolenciacontramujeres.cl

- Respetar a las mujeres en situación de violencia y a su entorno; no incorporar justificaciones, ni exculpar al agresor y no incluir elementos que desvíen la atención del hecho de violencia y de la problemática social.
- Caracterizar al agresor por su comportamiento para que otras mujeres en situación de violencia puedan identificar la figura del maltratador.
- Asumir un papel educativo, denunciando y visibilizando los diferentes tipos de violencia y promoviendo la denuncia de las mujeres que se encuentren en situación de violencia.
- Presentar testimonios sólo cuando tengas certeza de que las mujeres están preparadas emocional y psicológicamente y con el fin de evidenciar que es posible romper con el ciclo de violencia, no con intereses sensacionalistas.
- Incorporar fuentes expertas que permitan contextualizar el hecho de violencia, es decir, a organizaciones que trabajan por erradicar la violencia contra las mujeres o que promueven la reflexión respecto a la situación de las mujeres en el país.
- No entregar detalles escabrosos o morbosos sobre el hecho de violencia; no incorporar testimonios de cercanos que juzguen a la mujer o exculpen al agresor; y no atentar contra la privacidad e intimidad de las mujeres y su entorno.



BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA Y SUGERIDA



Alberti, G. et al. (2010). *Por un periodismo no sexista: pautas para comunicar desde una perspectiva de género en Chile*. Santiago, Chile: OREALC/UNESCO, Cátedra UNESCO-UDP y Colegio de Periodistas de Chile. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001901/190143s.pdf>

Berganza, M. R. (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la Teoría del Enfoque. *Comunicación y sociedad*, vol. XVI, núm. 2, 9-32. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8046/1/20091008132641.pdf>

Bernando, J.M. et al. coordinadores (2009). *Retos de la comunicación ante la violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.

Ananías, C. & Vergara, K. (2016). Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género. *Comunicación y Medios*, 25, 52-69. Recuperado de <http://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/42542/46814>

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Anagrama.

Gobierno de Chile. (2016). *Guía ilustrada para una comunicación sin estereotipos de género*. Recuperado de

http://www.gob.cl/wp-content/uploads/2016/03/160302_ManualPpctvaGenero-TRAZADO_baja.pdf

González, B. (1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, VI (12), 79-88. Recuperado de

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=12&articulo=12-1999-12>

Lamas, M. (2000). Diferencias de sexo, género y diferencia sexual. *Revista Cuicuilco*, Vol. 7, No. 18, 1-24. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/351/35101807.pdf>

Lassnibatt, D. (2017). *Guía para el tratamiento de casos de violencia contra las mujeres*. Recuperado de

<https://sites.google.com/view/tratamientovienciawujeres/guiaviolenciacontralasmujeres>

Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015, Informe Nacional Chile. Recuperado de

<http://studylib.es/doc/7338018/chile-proyecto-de-monitoreo-global-de-medios-2015>

Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres (2014). *Violencia extrema hacia las mujeres en Chile 2010-2012*. Santiago, Chile. Recuperado de

<http://www.nomasviolenciacontrawujeres.cl/wp-content/uploads/2015/11/ViolenciaextremacontralasmujeresRED.compressed.pdf>

Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres (2015). “El indecible recuento de los hechos” en Maureira, M. *El continuo de la violencia hacia las mujeres y la creación de nuevos escenarios*, 25-33. Santiago, Chile.

Sabada, M.T. (2001). *Origen, aplicación y límites de la “Teoría del Encuadre” (framing) en comunicación*. Pamplona, España: Universidad de Navarra.

Toledo, P. & Lagos. C. (2013). *Medios de comunicación y homicidios de mujeres por razones de género: apuntes sobre los casos de Europa y América latina*. Recuperado de https://eu.boell.org/sites/default/files/uploads/2014/07/femicidio_mc_ptoledo_clagos_es.pdf

Vega-Montiel, A. (2014). El Tratamiento de la Violencia contra las Mujeres en los Medios de Comunicación. *Comunicación y Medios*, 30, 9-25. Recuperado de <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/30332/37648>