



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN EL MINISTERIO DE
LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES EN CASOS DE
VIOLENCIA DE GÉNERO**

**PRESENTADO POR
ROXANA ILIANA MOGOLLÓN RIVERA**

**ASESORA
MARTHA ALICIA ROMERO ECHEVARRÍA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN EL
MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES
VULNERABLES EN CASOS DE VIOLENCIA DE GÉNERO**

Trabajo de Suficiencia Profesional

Para Obtener el título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentado por la bachiller

ROXANA ILIANA MOGOLLÓN RIVERA

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres Félix y Mercedes, por su esfuerzo en brindarme una educación de calidad y por los acertados consejos que guiaron mis pasos para ser una profesional con principios y valores humanos.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a Dios, a todos los profesionales, colegas que trabajan en la Oficina de Comunicaciones en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

A las mujeres y hombres con los que he interactuado durante todos los años de mi experiencia profesional.

A la Dra. Martha Alicia Romero Echevarría, por su apoyo incondicional y conocimientos brindados.

Gracias por sus vivencias y conocimientos que me han permitido superar diversas dificultades y mejorar como periodista al servicio de mi país.

RESUMEN

La presente monografía tiene como objetivo dar a conocer el trabajo profesional llevado a cabo en las en la oficina de comunicaciones del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables en los casos de violencia de género. Este tipo de comunicación es conocida con comunicación gubernamental cuyo rol es informar acerca de los sucesos o acontecimientos vinculados a los temas sectoriales del MIMP.

El trabajo se desarrolló en bases teóricas de la comunicación gubernamental, comunicación estatal, opinión pública y acerca de la violencia contra la mujer que se ha convertido en un problema de salud pública, que todos debemos afrontar y trabajar articuladamente en la prevención y protección de nuestras mujeres en estado de vulnerabilidad.

Así mismo, se ha desarrollado la descripción de toda mi experiencia profesional ejercida en los últimos años, como: Analista de prensa y comunicación en el MIMP, mis actividades profesionales como la elaboración, redacción y revisión de notas de prensa, monitoreo, entre otras.

Finalmente, se presenta las conclusiones y recomendaciones que servirán de ayuda para evidenciar el trabajo periodístico desarrollado teniendo como base la preparación académica obtenida en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	9
1.1 Comunicación gubernamental	9
1.2 Comunicación estatal	14
1.3 Opinión pública.....	16
1.4 Violencia contra la mujer.....	18
1.4.1 La violencia contra la mujer en el Perú.....	20
1.5 Medios de comunicación y violencia contra la mujer	22
1.5.1 Relación con los medios de comunicación en casos de violencia de género	25
1.6 Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)	27
CAPÍTULO II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL.....	29
2.1 Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP.....	29
2.2 Principales funciones en la Oficina de Comunicación	30
Monitoreo de medios	30
Redacción de notas de prensa	34
Redacción de mensajes para redes sociales	38
Coordinación con los medios de comunicación.....	39

Cobertura periodística de las actividades del sector	43
2.3 Caso de “Los mandiles rosados”: Press clipping	45
2.4 Aplicación de lo aprendido en la universidad USMP	48
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	53
FUENTES DE INFORMACIÓN	55
ANEXOS	59

INTRODUCCIÓN

Como se conoce, el gobierno presidido por Martín Vizcarra, el 2018 puso en la agenda pública, diversos temas como la lucha contra la corrupción, reformas políticas y judiciales; sin embargo, era la primera vez en que la problemática de la violencia que sufren muchas mujeres en nuestro país era puesta sobre la mesa, y formaba parte de los grandes temas de discusión nacional.

En junio de 2018, el presidente de la República del Perú, Martín Vizcarra Cornejo, declaró de interés nacional la lucha contra la violencia hacia la mujer en nuestro país, anuncio que estuvo acompañado de distintas medidas de carácter público, tanto económicas como sociales.

El anuncio de Vizcarra Cornejo fue una respuesta a un caso que estremeció a la sociedad peruana, como fue el ataque a Eyvi Ágreda, una joven que fue víctima de un ataque feminicida, cuando se encontraba en el interior de un bus de transporte público.

Esta medida significó un paso adelante para erradicar este flagelo nacional, pero, a su vez, significó un esfuerzo por parte de los distintos comunicadores de distintas instituciones públicas, que tuvieron que sumar esfuerzos para acompañar estas decisiones políticas con acciones de carácter comunicacional, que permitieran dar a conocer a la opinión pública peruana las acciones del gobierno peruano que, introducía el tema de la lucha contra la violencia hacia la mujer como parte de sus grandes líneas o ejes de comunicación gubernamental.

El Gobierno peruano, entre sus principales medidas, creó la “Comisión de Emergencia para enfrentar el problema crítico de violencia hacia las mujeres”, la misma que fue liderada

por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), principal ente rector en materia de lucha contra la violencia hacia la mujer en el Perú.

Estas medidas de carácter político, como fue, por ejemplo, la transferencia de recursos económicos de alrededor de 59 millones de soles; la aprobación del Protocolo Interinstitucional de Acción Frente al Femicidio, Tentativa de Femicidio y Violencia de Pareja de Alto Riesgo; la implementación del programa Hombres por la Igualdad en diversas regiones del país; la instalación de Centros de Salud Mental Comunitaria; entre otras acciones, estuvieron acompañadas de un trabajo comunicacional.

En la presente monografía describiremos el trabajo que desarrolló el Estado peruano a través del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), para difundir y dar a conocer a la sociedad peruana, el proceso y avance, como resultado de la incorporación de la lucha contra la violencia hacia la mujer, como parte de los grandes temas de la comunicación gubernamental.

Principalmente, describiremos la labor que desarrollo en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), a través de la Oficina de Comunicación, área encargada de difundir las actividades del sector, y que tuvo un rol importante en el acompañamiento de este tema.

Asimismo, al final de esta monografía, presentaremos nuestras conclusiones y recomendaciones, que pueden ser de ayuda para otros temas específicos dentro del campo de la comunicación gubernamental del Estado peruano y las universidades, en la formación de profesionales del campo de la comunicación.

Además, daremos a conocer las limitaciones y alcances de la comunicación gubernamental del Estado peruano, en la lucha contra la violencia hacia la mujer.

CAPÍTULO I.

MARCO TEÓRICO

1.1 Comunicación gubernamental

El consultor en estrategia y comunicación para gobiernos y partidos en América Latina, Riorda (2011) afirma que “la comunicación gubernamental juega un papel clave en la construcción de una determinada cultura política, y además permite obtener capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones” (p. 96), con lo que el autor pone en relieve la importancia que tiene para un Estado, como es el caso del Gobierno peruano, para crear condiciones de consenso. Dicho de otro modo, si un determinado gobierno no contara con una comunicación gubernamental homogénea sobre un tema en específico, como es la lucha contra la violencia hacia la mujer, a nivel de todas sus instituciones (ministerios, empresas estatales, entre otros), entonces el mensaje que recibiría la sociedad sería disperso y poco claro.

Supongamos que, después del anuncio del presidente Vizcarra Cornejo, de declarar de interés nacional la lucha contra la violencia hacia la mujer, cada ministerio o entidad pública hubiera manejado su propio discurso o establecido su propia posición respecto al anuncio presidencial, la sociedad peruana hubiera recibido distintos mensajes

provenientes de un mismo receptor, en este caso, el Estado peruano. Si esto sucediera, la tarea por informar a la opinión pública que sirva de apoyo a las políticas públicas del Estado sería una tarea cada vez más ardua y difícil. Toda vez, que las principales políticas públicas dadas a conocer a través de una comunicación gubernamental, tiene como soporte la opinión pública. De allí, además, la necesidad de comunicar para incidir sobre la opinión pública.

Asimismo, Riorda (2011), hace un apunte muy importante al definir la comunicación gubernamental, como es la búsqueda de generar consensos. Como hemos mencionado, una comunicación gubernamental dispar e ineficiente, tendría repercusiones negativas en la opinión pública, lo que no le permitiría a un gobierno generar los consensos necesarios para seguir adelante con determinadas medidas políticas.

La comunicación gubernamental es un tipo de comunicación política, como bien afirma Riorda (2011), al señalar: “Las principales formas en que la comunicación política se puede presentar: como comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo” (p. 96).

En esa línea, Riorda (2011) resalta distintos puntos que van a diferenciar un tipo de comunicación de la otra. Así, por ejemplo, en lo que respecta a la comunicación gubernamental, señala que esta tiene como principal objetivo la búsqueda de consensos, donde los destinatarios son todos, es decir, la sociedad en su conjunto, el emisor es el gobierno. Asimismo, esta puede tener una periodicidad larga, a saber, por ejemplo, un periodo de gobierno, en el caso peruano es de cinco años; y, además, la publicidad es institucionalista. (p.100)

Si bien el tema de la lucha contra la violencia hacia la mujer siempre estuvo presente en los distintos gobiernos, no fue hasta junio de 2018, con el anuncio del presidente Martín Vizcarra Cornejo, en que se posicionó como uno de los grandes temas de la comunicación gubernamental del Estado peruano.

Este punto, tiene como base teórica, lo fundamentado por Riorda (2011), quien sostiene que: “la comunicación gubernamental necesita partir de un marco teórico de fuerte utilidad aplicativa mediante el aporte de racionalidades autónomas y propias para comprender –desde la comunicación– el ejercicio de acciones transversales que permeen todas las dimensiones de un gobierno” (p. 96).

La conformación de una Comisión de Emergencia para tratar de manera específica el tema de la lucha contra la violencia hacia la mujer, reunió a distintas instituciones públicas vinculadas a este tema, como fue el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, el Ministerio de Salud, Ministerio de Cultura, Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Ministerio de Educación, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio del Interior, Defensoría del Pueblo, Poder Judicial, Ministerio Público – Fiscalía de la Nación; y, además, convocó a diversos colectivos de la sociedad civil organizada.

Como se puede apreciar, la lucha contra la violencia hacia la mujer tuvo un carácter transversal a distintas instituciones públicas, que se sumaron a la erradicación de este flagelo social. Riorda (2011) afirma que: “la comunicación gubernamental tiene un objetivo: generar consenso. Si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión” (p. 97).

Las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas. Definido el consenso, se define entonces la tarea, principalmente como acción directa, de la comunicación gubernamental. (Riorda, 2011, p.98)

Luego del caso de la joven Eyvi Ágreda, quien falleció producto de un ataque feminicida, la sociedad esperaba una respuesta enfática de parte del gobierno peruano, la cual se dio, con el anuncio del presidente Vizcarra, como hemos mencionado. Hoy, se puede señalar, que existe un consenso respecto al rechazo frente a la violencia contra la mujer; aunque, por otro lado, pueden persistir patrones de conducta machista que son aceptados todavía por la sociedad peruana.

Los costos de la comunicación gubernamental suelen ser altísimos debido al tiempo en que se sostendrán, por ejemplo, el tema de la lucha contra la violencia hacia la mujer representa un costo en publicidad para el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), con precios elevados que el Estado debe solventar. (Riorda, p.102)

Otro de los autores, que ha tratado con acierto el tema de la comunicación gubernamental, ha sido la Delle (2010), que en su artículo “La relación entre la comunicación gubernamental y el apoyo social hacia el accionar del gobierno. Fundamentos para la construcción de un modelo explicativo”, afirma:

La comunicación gubernamental tiene como finalidad colaborar con la construcción del consenso social. Este último es entendido aquí como la posibilidad de un gobierno de obtener la mayor cantidad posible de apoyo social hacia una medida o una acción gubernamental determinada. (Delle, 2010, p.4)

En esa línea, el “mito de gobierno”, como señala la autora, hace referencia a las principales líneas de acción con las que se enmarcan las políticas públicas de un gobierno;

esto se puede ver con mayor énfasis en sus valores o principios. Por ejemplo, el slogan del gobierno, o el slogan de una campaña nacional.

El mito de gobierno está ubicado entonces en el nivel sustantivo de la comunicación gubernamental. Cada gobierno tiene unos lineamientos generales, un rumbo a seguir, y es a partir de allí desde donde toma sus decisiones y ejerce el mandato. El mito de gobierno es precisamente ese proyecto general de gestión. (Delle, 2010, p.7)

El encuadre del mensaje busca establecer el mensaje que se quiere trabajar, desde la práctica del periodista a través de la nota de prensa, se planifica y se elabora y se envía a la opinión pública para conocimiento, al respecto Delle (2010) hace alusión “a la manera en que el gobierno interpreta una situación en particular y la manera en que dará a conocer esa interpretación a través de su comunicación gubernamental” (p.8).

Entonces el mito de gobierno y el encuadre están vinculados al éxito de la comunicación gubernamental, Delle (2010) señala que “Si el gobierno logra definir con eficacia el problema y las alternativas para enfrentarlo, tendrá mayores oportunidades de generar la aceptación por parte de la opinión pública sobre sus políticas públicas. (p.5)

Esta comunicación gubernamental tiene objetivo principal, lo que quiere lograr es comprender, que las personas vean el mensaje legítimo, dando apoyo a los gestores políticos que son los encargados de las políticas públicas, en este sentido D’Adamo y García (2011) acotan que “Como resultado, puede producir efectos tan variados como la creación y/o mantenimiento de la legitimidad, el logro de consenso o la búsqueda de conformidad de los ciudadanos con las políticas implementada” (p.115), esto aplicado a

los casos tratados en el Ministerio de la Mujer respecto a la Violencia de género, busca generar consensos a través de la verdad.

Como podemos observar, la mayoría de los autores coinciden en la necesidad de generar consensos sobre un tema, como puede ser nuestro tema de estudio, la lucha contra la violencia hacia la mujer, y, en especial, esta búsqueda de consensos tiene como objetivo lograr el apoyo por parte de los receptores de la comunicación gubernamental.

1.2 Comunicación estatal

Suelen producirse algunos errores o confusiones, al momento de tratar de diferenciar cuándo estamos hablando de comunicación gubernamental y cuándo estamos hablando de comunicación estatal. Aunque pueden existir, posiblemente algunas similitudes, por ejemplo, el caso del emisor, el Estado es representado por un emisor distinto cada cinco años, en el caso peruano, que responde a la elección de un nuevo gobierno.

La comunicación estatal está básicamente orientada a preservar el sistema estatal, a la realización de políticas de Estado. En cambio, la comunicación gubernamental busca el consenso o respaldo sobre una política de gobierno. Como se suele expresar, comúnmente, los gobiernos cambian, pero el Estado permanece. (Riorda, 2011, p.105)

Sin embargo, en el contexto de la lucha contra la violencia hacia la mujer, declara de interés nacional, la empresa privada contribuyó de alguna manera con este tema, como veremos más adelante, al comentar el caso de Perú²¹. A propósito de este caso, Demers y Lavigne (2007), señalan que “Tanto en ciencias políticas como en las ciencias de la comunicación, los medios han sido muy analizados en su relación vertical, de arriba hacia

abajo, como partes del aparato de regulación estatal y como instrumentos de administración”. (p.65)

Se interpreta así la importancia que tienen los medios de comunicación como aliados en la búsqueda de consensos, de formación de opinión pública, y, además, para lograr una cohesión en la sociedad frente a una determinada política pública o política de gobierno.

Algunos mecanismos usados para llegar a la opinión pública se trabajan campañas pagadas, que van directamente dirigidas a la prevención de la violencia de la Mujer. En este sentido Amadeo (2016) dice que:

La comunicación puede ofrecerse de distintas maneras, toda vez que se quiere llegar a distintos públicos. Así, la autora destaca, la publicidad; la producción de material informativo propio; el patrocinio, celebraciones, exposiciones y eventos; marca país, la identidad visual; relaciones con la comunidad; y relaciones con los grupos de interés. (p.163)

En lo que respecta a la producción de material informativo propio, como ha sido el caso del Estado peruano a través del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), el material informativo ofrecido a la prensa es de alta calidad y muy profuso, esto implica:

... que la actividad gubernamental es exclusivamente conocida a través del material original generado por el gobierno a través de los medios estatales. En el caso argentino, sin ir más lejos, esos medios son los únicos autorizados a cubrir actos oficiales. (Amadeo, 2016, p. 163)

1.3 Opinión pública

La opinión pública está conformada por los ciudadanos, en este caso los peruanos, respecto al mensaje que perciben del Estado y generan una reacción o manifestación por distintos medios, Sartori (1993) dice que "...la expresión "opinión pública" se remonta a los decenios que precedieron a la Revolución Francesa de 1789" (p.56). A decir del autor, esta etapa histórica que posteriormente iba a sentar las bases de una "democracia grande", entregó al mundo la conocida expresión de "igualdad, fraternidad y libertad".

El autor destaca que si hablamos de una *opinión pública* es porque de una u otra manera, también estamos denotando el *interés público* de lo que podemos denominar *la cosa pública*. Así, pues, retornando al tema de nuestro estudio, como es la lucha contra la violencia hacia la mujer en la comunicación gubernamental, podemos señalar que este cumple con los requisitos postulados por Sartori (1993): "...una opinión es pública no sólo porque es del público (difundida entre muchos) sino también porque implica objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común y, en sustancia, la *res pública*" (p.56).

Al igual que Riorda (2011), Sartori (1993) también destaca la necesidad de construir *consensos*, en el entendido que generar un sentir común en un grupo humano. Dicho consenso, para Sartori (1993) no se plantea como objetivo esencial la *aprobación* si no la *aceptación*. Aduciendo que "Consenso, según su etimología, es un "sentir conjunto" que es un sentir *común*, compartido y, en consecuencia, ligante o cuando menos coligante. Por lo tanto, consenso no es aprobar; basta con que sea aceptar" (Sartori, 1993, p.57). En la actualidad se ha comprobado que antes los ciudadanos, testigos de la violencia, se callaban o ignoraban los casos, pero ahora son partícipes y se involucran mediante denuncias.

Una herramienta importante para la formación de la opinión pública serán los medios de comunicación, que cumplen la labor de transmitir información a la sociedad. Pero ¿qué información? El Estado es uno de los más grandes generadores o productores de información. Así, por ejemplo, el caso del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), es una fuente muy rica para los medios de comunicación, en cuanto para la producción y elaboración de contenido con carácter periodístico, como veremos más adelante y en detalle, en el capítulo referente a la experiencia profesional.

En el MIMP se quiere transmitir un mensaje verdadero y certero acerca del tema y ocurrencias de la violencia de género, al respecto Salazar Rebolledo (2018) cita a María José Canel quien sostiene que debe haber "... coherencia entre dichos y hechos. No se trata de comunicar exclusivamente buenas noticias o logros de gobierno, sino de saber transmitir con talento la forma en que se han enfrentado coyunturas complejas. (Salazar Rebolledo, 2018, p.277)

En ese sentido, podemos señalar que si bien las acciones de comunicación que despliega el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) para posicionar este tema en la opinión pública, ha tenido sus altos y bajos. La realidad, en la que se contrasta la eficacia o ineficacia de las acciones, nos demuestra que no todo ha sido "color de rosa". Es decir, el Estado peruano a través del MIMP, debe informar con seriedad, y asumir que los aciertos y errores. Mal haría, por ejemplo, es pretender difundir información que no se puede contrastar con la realidad, la misma que nos dice que aún los índices de violencia son altos en nuestro país. Esto, nos ayudará a generar esos consensos, y contar con el respaldo de la opinión pública respecto a este importante tema.

1.4 Violencia contra la mujer

De acuerdo con distintas investigaciones, la violencia, en todas sus manifestaciones, afecta principalmente a aquellas personas que son consideradas como las más vulnerables en una sociedad, a saber: las personas adultas mayores, los niños, adolescentes y, en especial, las mujeres.

Las mujeres peruanas no están exentas de esta problemática que tiene como máxima expresión, el feminicidio. En ese sentido, en el libro *Feminicidios en el Perú* publicado por el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (MINJUSDH) en el año 2017, acota que:

Organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud – OMS, señala que existe consenso para reconocer que la violencia contra la mujer es un problema de salud pública, un atentado contra los derechos humanos y una barrera para alcanzar el desarrollo económico. (p. 7)

En efecto, la violencia en la que son víctimas muchas mujeres trunca sus proyectos de vida, sus aspiraciones profesionales, que se verán reflejados también en términos económicos. Basta con imaginar los casos de muchas mujeres trabajadoras que se ausentan de sus centros de labores por motivos de la violencia que sufren en sus hogares, por causa, principalmente de una pareja o expareja. Sin duda, esta situación va a repercutir también en el dinamismo y crecimiento de la economía nacional.

En esa línea en el año 2015 el MIMP, en trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), presentaron una investigación denominada *Cuenta satélite del trabajo doméstico no remunerado* en el que se daba cuenta sobre el aporte económico de las mujeres al Producto Bruto Interno nacional.

El trabajo que realizan las mujeres y los hombres en el hogar representa el 20,4% del Producto Bruto Interno (PBI), informó la ministra de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), Marcela Huaita Alegre, en la presentación de la “Cuenta satélite del trabajo doméstico no remunerado” que realizó juntamente con el jefe del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), Aníbal Sánchez Aguilar. (MIMP, 2015)

De igual manera, la violencia contra la mujer también es el resultado de la desigualdad que aún persiste en nuestro país y a nivel latinoamericano, en la que la violencia se ejerce con un carácter opresivo y para perpetuar la asimetría en el acceso a las oportunidades entre hombres y mujeres. La propia Organización de las Naciones Unidas, ha señalado que la violencia contra la mujer es el reflejo de un acto de violencia de género que puede ser expresarse en violencia física, sexual y psicológica. (Gherardi, 2016; Expósito, 2011; Naciones Unidas, 2006)

La violencia contra las mujeres es la expresión más extrema de la desigualdad. Según Gherardi (2016) “la desigualdad estructural de género atraviesa a gran parte de las sociedades latinoamericanas y se expresa en las limitaciones para el ejercicio de las autonomías física, económica y en la toma de decisiones” (p.14).

En esa misma línea, Expósito (2011) sostiene que el ejercicio de poder produce dos efectos fundamentales: uno opresivo (usar la violencia para conseguir un fin) y otro configurador (redefine las relaciones en una situación de desigualdad).

La asimetría de poder de un género sobre otro termina por amparar las diferencias, Naciones Unidas (2006) define la violencia contra la mujer como

...todo acto de violencia de género que resulte, o pueda tener como resultado un daño físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada. (MINJUSDH, 2017, p.14)

Estudios han demostrado también que los casos de violencia contra las mujeres tienen como principales agresores o victimarios a personas que son parte del entorno de las víctimas, lo que demuestra que la violencia está muy presente y cerca de las mujeres.

Para la ONG Flora Tristán, que mayor parte de estas muertes hayan sido cometidas por personas cercanas al entorno social, familiar y afectivo de la víctima, prueba que la violencia contra la mujer “se inscribe dentro de un plano estructural que va construyendo prácticas discriminatorias que se reflejan y reproducen en la cotidianeidad de la vida de las mujeres” (Macassi, 2005, p. 25, citado por MINJUSDH)

1.4.1 La violencia contra la mujer en el Perú

Programa “AURORA” cuyo significado es el comienzo de un nuevo día, es la nueva denominación corta del Programa Nacional para la Prevención y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres e Integrantes del Grupo Familiar del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP).

Esta nueva denominación, aprobada mediante Decreto Supremo en la última sesión del Consejo de Ministros, reemplaza al Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual (PNCVFS). El objetivo del Programa es implementar y promover servicios especializados de prevención de la violencia contra las mujeres, integrantes del grupo familiar y personas afectadas por violencia sexual, así como la atención, protección y recuperación de las víctimas.

AÑO 2019

- Entre enero a diciembre de 2019, a través de los Centro de Emergencia Mujer - CEM se registraron: 166 casos de víctimas de feminicidio.
- Entre enero y diciembre de 2019 los CEM registraron 404 Casos de tentativa de feminicidio.
- Los CEM, a nivel nacional, atendieron 181,885 casos de violencia contra la mujer - 85,3% mujeres (155092 casos), 30,5% NNA (50 593 casos)
- En el 49% de los casos de víctimas de feminicidio y el 53% de los casos de tentativa de feminicidio tienen vínculo relacional de pareja con el presunto agresor.
- En el 47% de los casos de víctimas de feminicidio el agresor se encuentra en calidad de detenido sin sentencia. En el 43% de los casos de tentativa de feminicidio el agresor se encuentra en calidad de detenido sin sentencia.
- Los casos de víctimas de feminicidio tienen mayor incidencia en los siguientes departamentos: Lima Metropolitana 38 casos, Puno 15 casos, La Libertad 14 casos, Cusco 9 casos, Callao 7 casos, Junín 8 casos, Lima Provincia y Huánuco 8 casos cada uno.
- Los casos de tentativa de feminicidio tienen mayor incidencia en los siguientes departamentos: Lima Metropolitana 151 casos, Cusco y Huánuco 22 casos, Arequipa 23 casos, Callao 17 casos, La Libertad y San Martín 16 casos cada uno, Apurímac y Piura 14 casos cada uno, Junín 12 casos, Puno, Ica y Lima Provincia 10 casos cada uno.

AÑO 2020

- Entre enero a abril de 2020, a través de los CEM se registraron: 46 casos de víctimas de feminicidio.
- Durante el periodo de Estado de Emergencia declarado el pasado 16 de marzo por el Ejecutivo con el fin de evitar contagios por el Covid-19, se han registrado 18 feminicidios.
- Un total de 27 mil 997 llamadas telefónicas a recibido la Línea 100, servicio gratuito, esto se registra durante el 16 de marzo al 10 de mayo, periodo de Estado de Emergencia.
- A través del Programa Nacional Aurora, contamos con 200 profesionales que están al servicio de toda la comunidad, especialmente, de mujeres violentadas, para poder atenderlas de manera integral y oportuna.
- Se está trabajando de manera articulada con la Policía Nacional del Perú y con todo el sistema de justicia, para hacer más efectiva la intervención que protege a la mujer e integrantes de la familia. Es fundamental actuar de manera inmediata para la captura de los agresores que son dispuestos a las autoridades correspondientes y reciban todo el peso de la ley.

1.5 Medios de comunicación y violencia contra la mujer

La problemática de la violencia contra la mujer es un tema tratado por distintos medios de comunicación que dan a conocer los crímenes que se perpetran en contra de ellas, así como las acciones y avances por parte de las autoridades para revertir esta situación. Sin embargo, este tema aún no es tratado con la seriedad que amerita. Esto

puede ver en la manera en que se titulan las noticias, cómo se presentan al lector o televidente, es decir, aún se requieren de mayores compromisos y trabajo concreto para lograr que la violencia que sufren las mujeres sea tratada de la manera correcta, sin hacer de la violencia un show mediático.

En enero de 2017, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables presentó *¿Cómo abordar noticias de violencia contra las mujeres? Guía para periodistas*, trabajo que ha permitido a este sector orientar de mejor forma a los periodistas en el manejo de esta clase de noticias.

En lo que se refiere al tratamiento informativo por parte de los medios de prensa escrita en la ciudad de Lima, se puede identificar que persisten un manejo sexista por parte de quienes tienen a su cargo la elaboración de las noticias.

Señala que la violencia contra la mujer (familiar, sexual y el feminicidio), es abordada con prejuicios sexistas y valoraciones subjetivas, que descontextualizan la noticia; apartando la atención sobre el verdadero problema de dominación que ejercen los varones contra las mujeres, con el objetivo de conservar o aumentar su poder en la relación. (MIMP, 2017, p. 11)

Asimismo, si bien no podemos afirmar que los medios de comunicación hayan asumido una postura firme contra esta problemática social, el Estado peruano se apoya en los propios medios de difusión para dar a conocer sus acciones, pero, lo más importante es que los medios de comunicación son actores importantes para lograr cambiar mitos o paradigmas que persisten en la sociedad. Sin embargo, en los últimos meses se ha podido evidenciar un mayor apoyo de parte de los medios de comunicación que viene creando espacios para el tratamiento de estos temas.

Los medios de comunicación no tienen una postura clara frente a la vulneración de los derechos de las mujeres, y en su mayoría, no se manifiestan en desacuerdo o no plantean una opinión crítica que contribuya a construir una cultura de rechazo a la violencia contra las mujeres. (Calandria, 2012, p.11, citado en MIMP)

En ese sentido, el MIMP a través de la publicación de esta “guía para periodistas”, han brindado diversas recomendaciones, para un correcto tratamiento de la violencia contra la mujer en las noticias visuales, en audio, así como para la noticia impresa. Así, por ejemplo, recomienda al personal encargado del manejo de cámaras de video y fotografía, que eviten el acoso a las mujeres; no difundir la imagen sin autorización de la víctima de violencia; evitar la difusión de imágenes que puedan ocasionar revivir el dolor; así como usar un recuadro o mosaico en los casos donde se entrevistan a las víctimas.

En el caso de las noticias en audio se debe evitar reproducir sonidos que puedan representar situaciones de violencia, como el sonido de un golpe, o cualquier otra expresión de dolor. Asimismo, este ministerio recomienda acompañar las noticias sobre violencia contra la mujer con las penas y sanciones para quienes se atrevan a cometer este tipo de delitos, y, además, dar a conocer los servicios de atención gratuita; entre otros tipos de sugerencias.

La violencia es un tema recurrente en la prensa sensacionalista que exagera este tipo de temas con un fin morboso y grotesco, lo que distorsiona un tema que debe ser tratado con mucha seriedad. Gargurevich citado en Claudín y Anabitarte (1986), señala que el sensacionalismo es un “Género periodístico que tiende a llamar la atención del lector recurriendo a métodos muy llamativos o atractivos, exagerando de manera

desproporcionada aspectos de un acontecimiento o suceso” y agrega que como amarillismo se conoce normalmente a la prensa sensacionalista” (p. 24).

1.5.1 Relación con los medios de comunicación en casos de violencia de género

La violencia contra la mujer es un problema de la salud pública y disminuir los feminicidios es un rol de toda la sociedad civil y las autoridades, realizar un trabajo conjunto y articulado podría llevar a la disminución y erradicación de dicho flagelo que afecta a las mujeres y niñas del país.

Los medios de comunicación juegan un rol importante en la transmisión de mensajes que el Estado quiere fomentar en la opinión pública sobre los casos de violencia contra la mujer.

El objetivo principal es incidir en la ciudadanía, la familia, los actores sociales, en un cambio de conducta social para analizar los casos de violencia contra la mujer; y así sensibilizar a la población que denuncie algún caso de abuso y maltrato, porque “Indiferencia también es violencia”.

Ante ello, el MIMP liderado por la ministra Gloria Montenegro, ha implementado diversos servicios con el objetivo de evitar más muertes, incentivando a las víctimas de agresión a denunciar a sus agresores.

Si bien el Ministerio de Mujer a través de la Oficina de Comunicación viene trabajando en la difusión en los medios de comunicación los servicios en diferentes campañas, capacitación, actividades de prevención, tal es el caso de:

Facilitadoras en acción, que está integrado de manera particular por mujeres que alguna vez vivieron la violencia de género en sus hogares, pero que superaron estas situaciones

de abuso, informándose, orientándose y capacitándose a través de los procesos formativos que se imparten desde el sector. Gracias a su trabajo y compromiso, se pueden identificar situaciones de maltrato y orientar a otras mujeres y personas en general. Así contribuyen a la reducción de la tolerancia social frente a esta violencia que nos afecta en distintas localidades del país.

Acoso sexual en espacios públicos, esta estrategia busca difundir ante las autoridades y la opinión pública, la campaña de prevención frente al acoso sexual en espacios públicos.

Hombres por la igualdad, la iniciativa busca erradicar los mitos, creencias e ideas que justifican y naturalizan la violencia de género mediante un proceso de formación en un espacio, donde se cuestionen estas creencias para generar nuevos pensamientos, acorde a las relaciones igualitarias en pareja y en el ámbito familiar. Hombres por la Igualdad, espera llegar a 119 distritos a nivel nacional, por ahora está presente en 63 provincias.

Ponte en #ModoNiñez, estrategia que busca la protección y prevención en el cuidado de los niños, niñas y adolescentes. La niñez es importante también en las estrategias presentadas por el ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, se busca desde la primera infancia protegerlos y enseñarle el respeto a la mujer.

#Cambia de Chip, estrategia comunicacional implementada en el marco del proyecto “Fortaleciendo la prevención mediante una estrategia nacional articulada para la realización del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia y discriminación basada en el género (VBG) en el Perú” tiene por objetivo general sensibilizar a diferentes actores sociales respecto de cómo contribuir a prevenir la violencia basada en género desde sus diferentes ámbitos de acción. Esta campaña fue lanzada en pleno Estado de Emergencia, teniendo como rol principal de comunicación las redes sociales.

En este quehacer tuve la oportunidad de elaborar las notas de prensa de las diferentes estrategias y acciones del sector que son enviadas a los medios de comunicación local y regional que apoyan en la información de sus diversos canales televisivos, impresos, radiales y redes sociales.

1.6 Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)

Este sector del Estado peruano tiene más de 20 años de creación. En ese periodo de tiempo fue cambiando de nombre: Promudeh, Mimdes y MIMP. Sin embargo, a pesar de los cambios que puede haber sufrido en todos estos años, lo cierto es que esta institución del Estado es una de las más representativas en materia de lucha contra la violencia contra la mujer.

Además, esta institución cumple diversas funciones orientadas a los temas de familia, niños, niñas y adolescentes, adopciones, desplazados y cultura de paz, adultas mayores, protección y promoción de los derechos de las mujeres, prevención y protección contra la violencia hacia la mujer, entre otras importantes labores.

Según Barrezuela (2018) “... los medios de comunicación contribuyen a reforzar estereotipos de género y distorsionan la realidad, muchas veces mostrando a la mujer en roles que se consideran que solo deberían ser desempeñados por las mujeres, como las labores de cocina”. (p.32)

En el caso de Evy Ágreda, se dio algo como lo que estamos mencionando, ya que los medios de comunicación le dieron una amplia cobertura, informando de acuerdo con las acciones y a la guía emitida por el MIMP.

Por último, Valencia (2019) al hacer referencia a la violencia simbólica, que trata sobre la imagen que se proyecta de la mujer en los medios de comunicación, afirma también que

...los medios de comunicación reproducen e imponen estereotipos, así como códigos de belleza y morales; en algunos casos, los medios de comunicación muestran que la dependencia entre hombres y mujeres es una muestra de amor; además, limita a la mujer a ciertos campos de la actividad laboral. (p.26)

Estos alcances nos brindan una idea sobre el trabajo que debe continuar realizándose con los medios de comunicación. Aquí, debo comentar, que actualmente el MIMP a través del Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual, viene realizando visitas a distintos medios de prensa para capacitarlos sobre el manejo de la violencia contra la mujer.

1.7 Oficina de comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

La Oficina de Comunicación depende de la Secretaría General que forma parte de la Alta Dirección de esta institución del Estado.

De acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de dicho sector, la Oficina de Comunicación cumple diversas funciones, entre ellas, se encarga del diseño y propuesta de las estrategias y políticas comunicacionales y de relaciones públicas; la elaboración de un Plan de Estrategia Publicitaria; la supervisión de las acciones que se toman en materia de comunicación social; también cumple la función de establecer y afianzar lazos con los medios de comunicación; gestiona y difunde información referente a la institución; entre otras funciones.

CAPÍTULO II.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

2.1 Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP

El MIMP es un sector del Estado peruano, rector de las políticas nacionales y sectoriales sobre derechos de las mujeres, así como de la prevención, protección y atención contra la violencia hacia las mujeres. Promoción y fortalecimiento de la transversalización del enfoque de género, políticas, planes, programas y proyectos del Estado, en las instituciones públicas y privadas.

El MIMP tiene como mandato la promoción y protección de las poblaciones vulnerables siendo estos grupos de personas que sufren discriminación o situaciones de desprotección, tales como los niños, niñas y adolescentes, personas adultas mayores, personas con discapacidad, desplazados y migrantes internos.

Antes, la denominación del MIMP era Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (Mimdes), y, anteriormente era el Ministerio de Promoción de la Mujer y del Desarrollo Humano (Promudeh), creado en 1996.

El MIMP es la entidad responsable de la ejecución del Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual (Pncvfs), que tiene bajo su administración los servicios de atención gratuita como Centros Emergencia Mujer, Línea 100, entre otros.

2.2 Principales funciones en la Oficina de Comunicación

Desde mayo de 2019, me desempeño como periodista de la Oficina de Comunicación, cargo que tiene entre sus principales funciones: redacción de notas de prensa, elaboración de convocatorias de prensa, coordinación de entrevistas con medios de comunicación, cobertura periodística de las actividades de las principales autoridades del MIMP, entre otras funciones que son delegadas por la jefatura de esta oficina.

Monitoreo de medios

El monitoreo de medios consiste en seguir de manera atenta el desarrollo de las noticias en los programas televisivos, radiales y prensa escrita, con el propósito de conocer si existen noticias vinculadas a los temas sectoriales del MIMP.

Este trabajo, que se viene desarrollando desde hace años en esta institución, es permanente y constante. Tal es así, que actualmente se monitorean los programas periodísticos de lunes a domingo.

Aunque, en la actualidad, el MIMP ha contratado los servicios de una empresa que se encarga de realizar el monitoreo de noticias, y que remite a los correos electrónicos del equipo de prensa, así como de las principales autoridades y funcionarios, se ha visto la necesidad de realizar un monitoreo en paralelo a este servicio por un tema de inmediatez. Las “alertas de noticias” que recibimos de parte de la empresa de monitoreo tiene ciertas demoras propias de la tecnología, pero también, se han presentado casos donde se han

incurrido en errores. Un caso, en particular, es cuando la empresa de monitoreo titula equivocadamente una noticia, y puede causar una alarma innecesaria en la institución. Consideramos que esto se debe también al poco conocimiento de parte de los redactores que realizan tareas de monitoreo de noticias sobre el MIMP.

En ese sentido, actualmente me encargo de elaborar un “Reporte de noticias”, que es el trabajo final del monitoreo de noticias. Este reporte consta de un mínimo de una página y un máximo de dos páginas, en el que se redactan las principales noticias vinculadas al sector, junto al link donde apareció la noticia. Este reporte se remite vía Whatsapp al chat grupal del equipo de prensa, y al jefe o jefa inmediata para su conocimiento y fines, acompañado de las fotos de las portadas de los principales diarios de circulación nacional.

Debemos resaltar que, en vista de la problemática de la violencia contra la mujer, se pone especial énfasis en detectar las noticias que den conocimiento sobre algún caso de violencia contra la mujer y feminicidios. Cuando se identifica la aparición de una noticia sobre este tema en particular, se traslada de inmediato a otro chat grupal vía Whatsapp conformado por los comunicadores de las distintas direcciones y programas sociales del MIMP, que tienen a su cargo acerca ayuda oportuna a las víctimas o personas vulnerables que pudieran encontrarse en esta situación: En lo que va del año (2019), ya son 150 las mujeres asesinadas en distintos puntos del país, cifra que es superior a 2018.

Por lo que he podido conocer en mi relación con comunicadores y periodistas de otras instituciones del Estado, es que también cuentan con el servicio de una empresa encargada del monitoreo de noticias. Sin embargo, en nuestro caso, debemos poner énfasis en varios aspectos, a saber: los casos de violencia contra la mujer se presentan desde primeras horas en los noticieros de televisión. Usualmente, los programas

televisivos plantean al MIMP, realizar un enlace vía microondas para informar los avances en la atención de los casos de violencia; asimismo, esta clase de noticias usualmente son editorializadas o acompañadas por un comentario por parte del presentador de noticias, que suele hacer un llamado a la ministra del MIMP para que intervenga de manera inmediata en un caso social. Con la aparición de canales de televisión que se ocupan de emitir y generar noticias durante todo el día, las noticias sobre casos de violencia tienden a repetirse a lo largo día, por lo cual, una de mis tareas es mantenerme atenta a la manera en que se da a conocer la noticia y, en especial, qué se dice sobre el actuar del MIMP.

Las noticias de casos de violencia contra la mujer que aparecen en los medios televisivos tienen una repercusión en los medios digitales, que inmediatamente están recogiendo información y difundiendo estos casos. Asimismo, estas noticias se ven acompañadas por la publicación en sus cuentas en Twitter y Facebook, lo que hace que se fabrique una corriente de opinión pública que suele enfocarse en la crueldad del caso y la respuesta por parte del Estado.

La violencia es un tema muy recurrente en las noticias que se presentan a primera hora en los noticieros matutinos. De allí, la necesidad de realizar un monitoreo permanente sobre todos los medios de comunicación.

En cuanto a la radio, suelen presentarse más las denuncias de los oyentes, que piden la intervención de las autoridades y del MIMP, para dar a ayuda a una persona en especial.

En todas estas situaciones se establece una comunicación directa con el medio de comunicación, ya sea con el reportero, el productor periodístico, entre otros, para que nos proporcionen los datos de contacto de la víctima, un familiar, una dirección o teléfono

que nos permita dar ayuda. Hay que indicar, que, si bien la relación y atención a los pedidos de los medios de comunicación es importante, el MIMP antepone la atención a la víctima, antes que la satisfacción noticiosa de la prensa.

Como se puede apreciar, el monitoreo de noticias tiene especial relevancia en el trabajo del área de prensa, y mi aporte viene contribuyendo a que las principales autoridades del sector, así como las personas encargadas de acudir en ayuda de una posible víctima de violencia contra la mujer, estén informadas al instante.

Por lo que se ha podido investigar, el monitoreo de medios ha ido especializándose cada vez más en la Oficina de Comunicación. Anteriormente, este trabajo era realizado por los practicantes de periodismo y ciencias de la comunicación. Este personal tenía la tarea de escuchar los programas radiales al mismo tiempo de ver los programas televisivos, dado que hace diez años el área de prensa no contaba con los servicios de una empresa que pudiera realizar esta tarea. Este monitoreo de noticias se realizaba con grabadoras de cassette de mano, y si en caso surgía alguna equivocación, se debía llamar al medio de comunicación para validar la información. Esta etapa se ha superado, toda vez que las herramientas tecnológicas de comunicación han ido revolucionando, dotando a los periodistas de herramientas más avanzadas para sus labores.

Sin embargo, un tema que nos queda pendiente es el monitoreo de los medios de comunicación en regiones. No conocemos la repercusión en medios regionales, y casi siempre son las noticias negativas las que tienen mayor difusión en regiones, tal es así que llegan hasta Lima, replicadas por los medios de comunicación de la capital.

Redacción de notas de prensa

La elaboración y redacción de notas de prensa es uno de los productos más utilizados por parte de las instituciones del Estado. En el caso de la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, las notas de prensa deben cumplir con ciertos parámetros, lo que tiene un aspecto positivo y negativo.

A través de las notas de prensa presentamos a la opinión pública las acciones que trabajamos en estrategias de comunicación, informamos a la población nuestros principales datos, estadísticas, cifras, montos de inversión, programas y proyectos que elaboramos y estrategias en favor del país

Las notas de prensa son elaboradas por el área de prensa de la Oficina de Comunicación, con la información que es remitida por parte de las direcciones del ministerio, que nos brindan los insumos para poder redactarlas y darles un enfoque periodístico y noticioso. Dichas notas son planteadas y trabajadas en conjunto con el coordinador del área de prensa. Una vez que el redactor ha elaborado su nota, es revisada por el editor de prensa y coordinador de prensa, quienes la remiten a una de las direcciones o programas sociales del MIMP, que tenga relación con el tema, para que pueda validar el contenido de esta. Cuando la nota de prensa ya está validada, el coordinador de prensa la remite al jefe o jefa de la Oficina de Comunicación para su aprobación, y, posteriormente, con su aprobación, vuelve al redactor para que coordine su difusión.

La difusión de la nota de prensa puede darse de distintas maneras, sea a través de los canales propios del ministerio, como son su página web y redes sociales, o, también puede darse el caso que sea difundida a los medios de comunicación directamente a través

de un correo institucional creado específicamente para el envío de las notas de prensa a los periodistas de los distintos medios de prensa a nivel nacional.

Si la nota de prensa es remitida a los medios de comunicación, entonces el redactor debe comunicarse telefónicamente con los editores o jefes de información de los medios de prensa, para confirmar la recepción y asegurar que esta sea publicada o difundida por parte del medio. Sin embargo, hoy en día, con el avance de las tecnologías de la comunicación, las notas de prensa también son compartidas con los periodistas a través del uso del Whatsapp, que nos ha permitido compartir toda clase de información, como pueden ser las notas de prensa, las fotos que la acompañan, audios, videos, así como la ubicación exacta del lugar donde se realizará una determinada intervención organizada por el ministerio. Esta revolución tecnológica ha abierto nuevas formas de relacionarnos con los diferentes medios de comunicación.

En el caso específico de la lucha contra la violencia hacia la mujer, debemos mencionar que, por día, el área de prensa suele publicar entre una y tres notas de prensa vinculadas con casos de violencia; es decir, gran parte de nuestro trabajo y tiempo se destina a la elaboración de las notas de prensa sobre feminicidios, casos de violencia contra la mujer, y otros relacionados.

La demanda de estas notas sobre violencia contra la mujer responde a la necesidad informativa por parte de los medios de comunicación, que destinan a estos temas gran parte de su pauta informativa. Así, pues, como habíamos mencionado anteriormente, en el caso del monitoreo de noticias, no existe un solo día en que no se informe sobre un caso de violencia en los medios de comunicación a nivel nacional.

La importancia que viene dándose en los medios de comunicación a los temas de violencia contra la mujer ha merecido también un tratamiento informativo especial por parte del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Así, cabe resaltar, que la elaboración de notas de prensa sobre estos casos debe cumplir con ciertas características, como son: No escribir el nombre de la víctima, no escribir las siglas del nombre de la víctima, más aún cuando se trata de una menor de edad, evitar los detalles irrelevantes sobre la manera en que se cometió el crimen, no escribir los nombres de los familiares.

Asimismo, “la entrada” de las notas de prensa deben incluir el nombre del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, así como el lugar donde se cometió el caso de violencia, para que el lector, en este caso el periodista que recibirá nuestra nota de prensa pueda identificar el caso que estamos tratando. Además, es usual colocar el nombre del agresor completo en la entrada de la nota de prensa, así como dejar en claro desde la primera línea, que el ministerio ya se encuentra brindando ayuda a la víctima o a los familiares de la víctima.

De igual manera, en el desarrollo de la nota de prensa, es decir, en el segundo y tercer párrafos se describe el tipo de ayuda que brinda el ministerio, y qué áreas de atención social se encuentran a cargo de la atención de este caso.

Por último, en el cuarto párrafo siempre se deja en claro que el ministerio continuará brindando ayuda a los familiares o a la víctima, y, además, se agregan los servicios gratuitos que cuenta el sector, junto a un breve llamado a la sociedad a no guardar silencio y denunciar este tipo de casos.

La extensión de la nota de prensa es de una carilla o cuatro párrafos de cuatro líneas como máximo. La extensión puede variar siempre y cuando no pase una carilla, y se respeten las pautas del contenido de la nota, tal como se ha descrito.

Las notas sobre casos de violencia contra la mujer tienen repercusión en los medios de comunicación, tanto en el mismo día en que se publican como al día siguiente en la prensa.

Desde que la lucha contra la violencia hacia la mujer fue declarada de interés nacional, se viene dando un énfasis especial en el trabajo conjunto por parte de las distintas instituciones del Estado, como veremos más adelante, en lo concerniente al área de redes sociales.

Cabe mencionar que, en enero de 2017, el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables publicó la “¿Cómo abordar las noticias de violencia contra las mujeres? Guía para periodistas”, lo que ha sido de mucho apoyo para la Oficina de Comunicación, porque nos ha permitido socializarlo con distintos medios de comunicación y periodistas para su conocimiento y aplicación, pero también para inculcar el manejo del lenguaje inclusivo.

Respecto de este punto, el manejo del lenguaje inclusivo es una característica particular no solamente de las notas de prensa que se elaboran en la Oficina de Comunicación, sino también para todo el Estado peruano. En este sector del Estado se parte bajo la premisa de que “si no me nombras no existo”.

En ese sentido, en las notas de prensa, por mencionar un ejemplo, cuando se habla sobre la niñez se incluyen las palabras “niñas, niños y adolescentes”. Términos como “menores de edad”, “niños”, “menores”, suelen evitarse en la redacción de las notas de

prensa. De igual manera, cuando se trata un caso de violencia, se precisa exactamente si se trata de una mujer o niña.

Uno de los objetivos de la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables es lograr que este lenguaje inclusivo sea implementado por otras instituciones públicas, pero al mismo tiempo por los medios de comunicación, lo que configura un reto.

Redacción de mensajes para redes sociales

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables tiene una cuenta en Twitter, Instagram, Facebook, YouTube y Flyckr.

Cada una de dichas cuentas cumple un rol en específico. El Twitter nos permite dar a conocer un mensaje de manera instantánea tanto a la sociedad peruana como a los medios de comunicación, que replican nuestros mensajes. Cuando surge un caso de violencia o se informa de un feminicidio, el área de prensa trabaja de manera conjunta con el área de redes sociales en la redacción de los tweets, y sugiere a qué medios de comunicación o periodistas se debe etiquetar en determinados casos cuando se publican los tweets. Esto nos ha permitido que los medios de comunicación publiquen nuestros tweets en sus noticieros en vivo, lo que nos permite dar una respuesta inmediata a la opinión pública. Nuestro propósito, es que la sociedad peruana tenga se forme una opinión favorable a la inmediatez con la que actúan las instituciones del Estado; así como la permanente vigilancia por parte del Estado a esta clase de casos.

El Twitter ha permitido al Estado, y, en especial en el actual Gobierno, mostrar la transversalidad de la comunicación gubernamental en lo que se refiere a la lucha contra la violencia hacia la mujer. Así, por ejemplo, en noviembre de 2019, mes en que se

conmemora el Día Internacional contra la Violencia hacia la Mujer, los distintos ministerios del Estado publicaron mensajes alusivos a esta fecha, lo que ha permitido mostrar a la sociedad peruana que existe un trabajo coordinado por parte de sus instituciones, y que existe un solo mensaje y posición respecto de esta problemática social.

Este es un claro ejemplo de cómo la comunicacional gubernamental permite a las instituciones del Estado, influir sobre la opinión pública cuando se maneja con eficacia y claridad, y alcanzar los consensos que busca precisamente este tipo de comunicación.

La cuenta en Facebook está más orientado a difundir las acciones generales del sector. Por su parte, las cuentas en Instagram y Flyckr tiene como propósito brindar un archivo fotográfico a los periodistas para que puedan utilizar las fotos que son tomadas por nuestro reportero gráfico. Estas fotografías son subidas al término de cada comisión de servicio o cobertura periodística que realizamos.

En caso del canal de YouTube nos ha permitido brindar información sobre las principales actividades semanales del sector.

Coordinación con los medios de comunicación

El área de prensa cuenta con una persona que ocupa el cargo de coordinadora de prensa. Si bien este cargo no está inscrito de manera oficial dentro del organigrama de la oficina, como otros cargos, debido a que la Oficina de Comunicación no ha sido consolidada como una Dirección, lo que le permitiría tener un funcionamiento más estructurado y ordenado; el caso es que la coordinación de prensa recae sobre una persona que es designada por el jefe de la Oficina de Comunicación, y puede ser rotativo.

A pesar de ello, la coordinación con los medios de comunicación es una tarea distribuida entre los integrantes del área de prensa. Así, por ejemplo, en mi desempeño como periodista de esta área, tengo la tarea de comunicarme diariamente con los periodistas de los distintos medios de prensa para la difusión de nuestra información (notas de prensa, comunicados, convocatorias de prensa, entre otros); pero, además, para solicitar información sobre un determinado caso de violencia contra la mujer. Es decir, cuando los medios de prensa difunden un caso de maltrato a una mujer, debo identificar al reportero o redactor a cargo de dicha nota periodística para pedirle los datos de contacto que permitan al ministerio tener una comunicación directa con la víctima o familiares de la víctima para poder brindarle nuestros servicios de ayuda.

Esta labor es sumamente importante, y, en algunos casos, puede no ser tan sencilla como se espera. Los medios de comunicación requieren de información para poder elaborar sus notas periodísticas, y, como son competitivos con otros medios de comunicación, existe un celo por la información. Además, debido al cuidado y reserva con la que el ministerio a través de la Oficina de Comunicación maneja este tipo de casos, los periodistas se forman la idea de una falta de reciprocidad por parte del sector; nos brindan los datos de contacto de un caso con la intención de que continuemos desarrollando el caso o nota periodística con ellos, pero el ministerio cuando ya tiene los datos de contacto de la familia o víctima guarda reserva sobre el proceso de la atención. Esto ha generado en algunas oportunidades dificultades en el momento de obtener más información por parte del medio, que espera que les brindemos información en carácter de primicia y exclusividad.

Parte de la labor de la coordinación con los medios de comunicación pasa por fabricar una red de contactos claves; pero también para pedirles a los periodistas que

tengan cuidado con el manejo de la información, al tratarse de temas susceptibles como lo es la temática de la violencia contra la mujer.

En esta cadena de trabajo el área de prensa recientemente ha resaltado los límites de sus acciones y competencias, toda vez que cuando un agresor es capturado y luego es puesto en libertad, la crítica de parte de los medios de comunicación solía enfocarse en la labor del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. En ese sentido, hemos tenido que trabajar mucho desde un aspecto comunicativo, para dar a conocer e informar a los periodistas sobre cuáles son las competencias del sector. Los periodistas, a veces, no tienen en claro que el ministerio no es el ente competente en materia judicial, sino que esta labor recae sobre los operadores del derecho y la justicia, como son el Ministerio Público o el Poder Judicial.

En ese sentido, si bien la lucha contra la violencia hacia la mujer ha sido un tema liderado por parte del Poder Ejecutivo, se ha transversalizado a otras instituciones y poderes del Estado. Así, en nuestros materiales de prensa como son las notas de prensa y a través de las redes sociales, el ministerio ha sabido delimitar sus acciones y, en algunos casos, lo ha hecho llamando la atención a las autoridades de justicia en el tratamiento de esta clase de casos de violencia.

Otro de los aspectos que comprenden la coordinación con los medios de comunicación, es lograr contar con espacios que permitan a los voceros del sector, tener la oportunidad de dar a conocer a la sociedad peruana sobre la labor que venimos desarrollando. Para ello, se coordinan entrevistas, reportajes, crónicas, notas especiales, informes, entre otros espacios con los medios de prensa.

Las entrevistas, tanto en medios de radiales como televisivos se coordinan directamente con los productores de los programas periodísticos que son de interés para el sector, por la hora de su emisión, por el tipo de conductor del programa, por el tratamiento del tema, por el formato del programa. Para cada uno de estos espacios, el ministerio cuenta con voceros previamente designados por la Oficina de Comunicación en coordinación directa con los directores de las distintas áreas del ministerio. La idea es que el vocero tenga facilidad de palabra, sepa comunicar el mensaje, y, algo en lo que se viene resaltando cada vez más, como parte de la comunicación gubernamental en la lucha contra la violencia hacia la mujer, es el trabajo conjunto entre las distintas instituciones del Estado.

La principal vocera de la institución es la ministra de la Mujer, luego las viceministras de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, seguidamente los directores de área, y el personal de campo (asistentes sociales, abogados, psicólogos).

En la coordinación con los medios de comunicación es importante para nosotros contar con una lista de voceros, que cumplan los requisitos que busca el periodista para la elaboración de su nota periodística. Cuando se requiere de una voz especializada, solemos recurrir a profesionales, como abogados, psicólogos, voluntarios de nuestros programas sociales, entre otros. Sin embargo, cuando se requiere dar un mensaje más afín a la línea del Gobierno, se recurre a los voceros políticos como son la ministra y viceministra. Así, podríamos diferenciar a los voceros en voceros políticos (funcionarios de confianza) e institucionales (especialistas, técnicos).

Cobertura periodística de las actividades del sector

Otra de las funciones que vengo realizando es la cobertura de las actividades de las autoridades del sector. Estas actividades son programadas por las distintas áreas del ministerio que, a su vez, proponen a la Alta Dirección y la Oficina de Comunicación una serie de eventos que podrían ser de interés periodístico: campañas, intervenciones, inauguración de servicios, reuniones intersectoriales, entre otros.

La labor de un periodista de la Oficina de Comunicación es asistir al evento para recoger información para la posterior elaboración de una nota de prensa, aunque, en algunos casos, las actividades que se cubren pueden ser difundidas únicamente a través de nuestras redes sociales; esto depende de la importancia de la actividad y su carácter noticioso; pero, en algunos casos, responde a la decisión de las propias autoridades del sector.

Antes de la cobertura periodística, el redactor que asistirá a un determinado evento debe encargarse de asegurar la presencia de los medios de comunicación en la actividad, que nos permita dar a conocer de manera amplia nuestro trabajo. En el desarrollo de la actividad, se toma nota de los periodistas que asistieron al evento, pero también se entrega una nota de prensa “previa” a cada uno de los periodistas. La nota “previa” es una nota de prensa que elabora el redactor antes del evento, que reúne información básica sobre el tema que se desarrollará, lo que le permite a los periodistas asistentes poder emitir sus despachos por radio, realizar sus enlaces microondas, es decir, dar información previa o un adelanto sobre la actividad que se está desarrollando en alguna parte del país.

El redactor suele estar acompañado por el reportero gráfico, camarógrafo, especialistas en redes sociales, personal de protocolo y, en algunas ocasiones, asiste el

jefe de la Oficina de Comunicación. Cada uno cumple una determinada labor, pero es el redactor quien tiene el deber de dirigir u orientar, tanto al camarógrafo como al reportero gráfico, sobre el material audiovisual que se necesitará para ser remitido luego a los medios de comunicación, que no hayan podido asistir a la actividad ministerial.

Al término de la actividad, el redactor elabora una nota de prensa final, que recoge las principales declaraciones de la ministra u otros funcionarios que hayan participado del evento. También puede reorientar el enfoque de su nota de prensa, lo que depende de la coyuntura o las declaraciones que puedan surgir en ese momento.

Una vez lista la nota de prensa final (hemos explicado ya el proceso de elaboración), se alcanza al camarógrafo y reportero gráfico, para que puedan elegir las imágenes que acompañarán en video a la nota periodística, así como las fotos que sean más apropiadas para la nota de prensa. Por razones del servicio de correo electrónico que utilizamos, se suelen elegir un máximo de cuatro fotos, reduciendo el tamaño o peso de cada una de ellas. En el mismo correo electrónico incluimos un enlace electrónico que conduce a una página en We Transfer, para que los medios de prensa puedan descargar el video sobre la actividad, que no debe ser mayor de dos minutos de duración. Estos videos contienen imágenes de apoyo sin audio y las declaraciones del vocero.

En el caso de las fotografías, el redactor junto al reportero gráfico debe cuidar que no se difundan los rostros de los menores de edad, en los casos en que se haya visitado un albergue para niños y adolescentes que se encuentren bajo protección especial. De igual manera, se evita mostrar el rostro de las víctimas. Todo este trabajo es coordinado entre ambos trabajadores del área de prensa y el área de audiovisuales. En la actualidad, el área de audiovisuales está conformada por dos camarógrafos y un reportero gráfico.

2.3 Caso de “Los mandiles rosados”: Press clipping

Este año 2019, la opinión pública centró su atención sobre una de las campañas mediáticas que realizó el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, con el propósito de incorporar a los varones en la lucha contra la violencia hacia la mujer.

Me refiero a la campaña “Hombres por la igualdad” que para darse a conocer cuenta con distintos productos o merchandising. Sin embargo, algo que destacó más la opinión pública fue el uso de un mandil rosado por parte de miembros de las Fuerzas Armadas del Perú, en una de sus actividades.

Como ya he mencionado, la lucha contra la violencia hacia la mujer viene siendo un tema de comunicación gubernamental, y en esa línea, una de las instituciones a las que se incorporó con ese objetivo fueron las Fuerzas Armadas del Perú. La sociedad peruana, y, de manera especial, los voceros del Poder Legislativo, en especial congresistas de oposición al actual Gobierno, recibieron de distintas maneras el uso de un mandil rosado utilizado por las fuerzas del orden encima de su uniforme oficial.

Este hecho causó una crisis comunicacional en la que tuve activa participación. En este escenario se observaban voces que manifestaban que se estaba ofendiendo a las Fuerzas Armadas, se les estaba denigrando y dejándolos en ridículo; pero, de otro lado, existían voces a favor, provenientes de líderes de opinión.

Ante este hecho, la Oficina de Comunicación elaboró un comunicado en el que aclaraba los objetivos de esta campaña, que se buscaba una mayor participación por parte de los varones para erradicar y prevenir la violencia contra la mujer, partiendo de la idea de que los varones deben cambiar algunos aspectos en su relación con las mujeres.

En esa oportunidad elaboré un “clipping de los mandiles rosados” (monitoreo), el que consistió en reunir todos los reportes periodísticos e impactos generados sobre este caso para poder realizar un análisis y evaluar la dimensión de la crisis, saber quiénes podrían ser nuestros aliados, qué puntos podrían necesitar ser aclarados, cómo era recibido nuestro mensaje por parte de la sociedad.

Asimismo, este análisis permitió hacer una evaluación de la crisis y realizar la medición de las noticias negativas y positivas del hecho. Como resultado del análisis se concluyó que hubo más aspectos positivos que negativos, la mayor parte de los medios de comunicación apoyaron esta causa, con lo que el sector salió reforzado de esta crisis.

Así, en paralelo, coordiné entrevistas con los medios de comunicación para dar a conocer más sobre esta campaña. Existía un mayor interés de parte de la prensa por conocer y saber más acerca de qué trataba esta campaña. Así, lo que en un principio parecía tener una repercusión negativa, lo cierto fue que los críticos de esta campaña terminaron contribuyendo a posicionar y dar a conocer más nuestra campaña “Hombres por la igualdad”.

Además, al ser la lucha contra la violencia hacia la mujer un tema de la comunicación del Gobierno peruano, de manera inmediata, algunas autoridades reaccionaron, como el ministro de Defensa de aquel entonces, quien se vistió con el mandil rosado, en señal de apoyo a la campaña, y respaldando también la posición del gobierno frente al maltrato que sufren muchas mujeres en nuestro país.

La elaboración del *press clipping* fue de mucha importancia en ese momento, y a raíz de esta experiencia, considero que puede ser replicada en otros sectores e

instituciones del Estado para medir el impacto de sus mensajes basados en la repercusión y tratamiento informativo de los medios de comunicación.

El *press clipping* puede realizarse de manera semanal o mensual, sin necesidad de atravesar una crisis comunicacional como fue nuestro caso con los mandiles rosados, sino que puede elaborarse periódicamente. Esta medición permitiría a muchas instituciones identificar sus puntos positivos y negativos, para reforzar y orientar mejor sus mensajes a determinados medios y públicos

El *press clipping* también permitiría conocer la manera en que se podría orientar la opinión pública, al analizar la manera en que los medios de comunicación presentan la información que les proporcionamos.

Debo indicar que para elaborar el *press clipping* es de gran utilidad contar con un sistema de monitoreo de medios de comunicación. En este caso, la Oficina de Comunicación, como anteriormente he mencionado, cuenta con el servicio de una empresa que se dedica a brindarnos el reporte de apariciones en los medios de comunicación a nivel nacional. Esto permite trabajar con mayor rapidez el *press clipping*. Sin embargo, si requerimos de mayor tiempo y podría también ampliarse a conocer de qué manera vienen trabajando otras instituciones públicas y privadas en relación con temas vinculados al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Esto nos ayudaría a conocer cómo abordan otros actores, los temas que vemos diariamente, y su recepción por parte de la prensa.

Además, el *press clipping* nos ayudaría a identificar posibles situaciones de crisis en adelante, anticiparnos de alguna manera a estas y replantear nuestra comunicación gubernamental, reforzando los aspectos que pudieran encontrarse débiles.

Asimismo, permitiría identificar los medios de prensa que brindan un mayor espacio al tema de la lucha contra la violencia hacia la mujer, lo que nos permitiría dirigir hacia estos medios, los recursos económicos correspondientes para la publicación de campañas o avisos sobre los servicios que ofrece el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

De igual manera, el *press clipping* que he venido elaborando ha sido materia de análisis en el área de prensa, porque nos ha ayudado a saber el tipo de notas de prensa que tienen mayor repercusión.

El *press clipping* requiere de mucho análisis por parte de la persona encargada de su elaboración. Se debe ver el tono y la manera en que es presentada la noticia, la proporción o espacio físico que se le brinda en el diario, las veces en que aparece en un medio de comunicación, entre otros.

2.4 Aplicación de lo aprendido en la universidad USMP

La universidad nos prepara no solo para obtener conocimientos profesionales, sino que permite crear habilidades y destrezas con la finalidad de posicionarnos en el mundo laboral de las comunicaciones. Brinda una preparación académica integral en ciencias de la comunicación, como es periodismo, relaciones públicas, publicidad y producción televisiva.

Todo lo enseñado en la Universidad de San Martín de Porres lo puse en práctica en mi experiencia profesional en las distintas áreas de la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, como son: el área de prensa, el área de redes sociales, el área de producción audiovisual.

El curso de teoría de la comunicación lo pude replicar en mi trabajo diario, me ha permitido explicar los diferentes intercambios comunicativos, mediante las personas que tienen la necesidad de compartir lo que piensan y sienten a través de la comunicación.

El curso de redacción periodística y periodismo me brindó las herramientas y conocimientos necesarios para la elaboración de las notas de prensa; ha sido como una guía al momento de redactar las notas sobre casos de violencia contra la mujer, entre otros temas que son abordados por parte del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

El curso de Comunicación y Opinión Pública me ha permitido conocer la realidad de la ciudadanía y la imagen que tienen de la institución, mediante las noticias diarias que son monitoreadas en los medios de comunicación de prensa escrita, radial, televisiva y medios digitales. Asimismo, he comprobado la importancia que tiene incluir este curso dentro de los cursos que son dictados a los estudiantes, para aprender a valorar la opinión pública y cómo se forma la misma con la información que brindan las instituciones públicas.

Asimismo, he comprado que, si bien el personal puede desempeñarse con el grado de bachiller, es necesario contar con el título profesional para poder ejercer otros cargos de importancia dentro del Estado, porque permite aportar al desarrollo profesional de la institución pública, que requiere de personal altamente calificado para la mejora de la misma administración pública, que está al servicio de la ciudadanía.

Finalmente, también quiero dar a conocer mi trayectoria profesional:

2004: inicié como practicante en la productora Bustv, la revista Objetivo 1 y Radio San Borja.

2004 a 2009: ocupé el puesto de Asistente de prensa en Benavente Consulting, una empresa consultora que brinda servicios legales a diferentes organizaciones nacionales e internacionales.

2010 a 2012: formé parte de otras instituciones no gubernamentales (ONGs): La Semilla, Prisma, Cesip, dedicadas al estudio educativo, social, salud, económico y político del país.

2011 a 2012: brindé apoyo en el área de comunicaciones de las instituciones del Estado como el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (Reniec).

2012 al 2015: Trabajé en la oficina de comunicaciones del Congreso de la República.

2017 al 2019: en la oficina de comunicaciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS)

2019 hasta la actualidad: en la oficina de comunicaciones como Analista de Prensa y Comunicación en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP).

Aspiro a seguir creciendo en mi formación profesional y así aportar mis conocimientos y experiencias en otras instituciones públicas y privadas, como periodista.

CONCLUSIONES

El presente trabajo permite demostrar la experiencia profesional vertida en el monitoreo de medios, como una actividad de suma importancia, donde realizo seguimiento a los medios de comunicación en relación con los casos de violencia de género, lo cual me permite medir el impacto de la noticia emitida en los medios televisivos, radiales, impresos y digitales; además de conocer la cantidad de veces fueron difundidas las noticias del sector en los canales informativos. Haciendo visible la actividad periodística en los mensajes positivos y negativos de MIMP en los medios de comunicación.

La principal herramienta para transmitir los mensajes de la institución a los medios periodísticos son las notas de prensa, la cual elaboro, redacto, lo reviso, lo presento y gestiono para enviarlo a los medios de comunicación, por ser el recurso más efectivos de las redacciones y las oficinas de comunicación que nunca puede faltar, debido a que contiene todas las acciones, estrategias y actividades que realiza el ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables en la lucha contra la violencia de género. A través de la nota de prensa presentamos a la opinión pública el trabajo que realizamos a favor de las mujeres, niñas, niños y adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad.

Las redes sociales son un aliado informativo digital valioso, han evolucionado tanto que los mensajes emitidos del ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables en cuestión de segundos ya está replicado en casi toda la plataforma digital informativa, en este caso en conjunto con los especialistas armamos las notas para que se adecúen a los medios digitales del Ministerio, llegando a un gran número de personas que, a través del Facebook, Twitter, Instagram, Youtube entre otros; comparten las noticias sobre la prevención y protección de

la mujer. Aprovechando que las redes sociales permiten concientizar a la ciudadanía en temas de violencia contra la mujer y la importancia de denunciar casos de abuso físico, psicológico y sexual hacia las mujeres.

En mi actividad como periodista en la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, asumo la coordinación con los medios de comunicación, teniendo contacto directo con los productores, líderes de opinión, directores periodísticos, de los diferentes canales informativos, ellos nos ayudan a emitir los mensajes sobre la violencia de género. Como aliados tenemos a la radio y la televisión como importantes espacios para transmitir nuestras entrevistas con los principales funcionarios de la institución que llevan el mensaje y las acciones en favor de la protección de las mujeres e integrantes del grupo familiar. En los últimos años, el tema de violencia contra la mujer ya es agenda informativa en los medios de comunicación, que ya pasó de ser un asunto privado a una destacada preocupación pública

RECOMENDACIONES

Recomiendo que las instituciones públicas que deben elaborar un *Press clipping* para conocer la repercusión de sus actividades en los medios de comunicación y prevenir situaciones de crisis comunicacionales. Actualmente estos mecanismos de medición tienen un costo y el Estado no cuenta con presupuesto asignado, se debe trabajar con un equipo especializado que realice las tareas de monitoreo de medios, para que se obtenga un registro actualizado de los casos de violencia que se registran en el país, y así nos permita conocer al detalle cómo actuar ante actos de violencia física, sexual y psicológica que sufren las mujeres.

A las instituciones gubernamentales que realicen convenios con universidades para que den cursos especializados en la elaboración de notas de prensa sobre casos de violencia de género, para que los profesionales en comunicación adquieran conocimientos sobre la manera adecuada de abordar este tipo de noticia. Esto evitaría caer en el sensacionalismo y exageración de las notas y casos presentados, se tiene que buscar siempre proteger la identidad de las mujeres.

Las redes sociales necesitan de un Community Manager las 24 horas, los medios digitales no tienen horario de cierre, siempre hay que contestar los mensajes que escriben los usuarios a las plataformas presentando denuncias, desapariciones, abusos y todos los casos tienen que ser atendidos e informados a las direcciones correspondientes para brindarles la atención adecuada.

Finalmente, se recomienda para la coordinación con los medios la elaboración de un registro telefónico actualizado y así poder comunicarse de manera más rápida con los periodistas por su WhatsApp, que permita la inmediatez de la noticia. También es necesario promover espacios como programas radiales y televisivos internos, en los que se pueda dar a conocer información referente a la violencia contra la mujer que se viene trabajando en el Ministerio.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

Barrezueta, L. (2018). *Tratamiento de la noticia de la violencia contra la mujer basada en género en los informativos de la televisión (señal abierta) y la radio peruana*. ConcorTV. Lima, Perú.

Calandria Asociación de Comunicadores (2012). *Informe Violencia contra la mujer: la mirada desde los medios, monitoreo de medios*

Claudín, Víctor y Anabitarte, Héctor (1986). *Diccionario general de la comunicación*. Editorial Mitre. Barcelona.

Delle, F. (2010). *La relación entre la comunicación gubernamental y el apoyo social hacia el accionar del gobierno. Fundamentos para la construcción de un modelo explicativo*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

Demers, F. y Lavigne, A. (2007). *La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, México, Nueva Época, num. 7, enero – junio, 2007.

Expósito, F. (2011). *Violencia de género. Mente y Cerebro*, Editorial Prensa Científica S.A. España.

Gargurevich, J. (1999). *Lo Real/Exagerado. La prensa sensacionalista en el Perú. De las relaciones a los Diarios Chicha*. Lima, Perú.

Macassi, I. (Ed.). (2005a). *El temor a la calle: la seguridad de las mujeres en la ciudad*. Lima: Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2017). *Feminicidios en el Perú*. Lima, Perú.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, (2017). *¿Cómo abordar noticias de violencia contra las mujeres? Guía para periodistas*. Lima, Perú.

Valencia, A. (2019). *Dependencia Emocional y Violencia Simbólica en mujeres de Lima Metropolitana*. Lima, Perú.

Referencias electrónicas

Amadeo, B. (2016). *El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos*. Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Buenos, Argentina. Recuperado de https://www.academia.edu/32964786/Volumen_5_-N%C3%BAmero_2_-diciembre_de_2016

D'Adamo, O., & García Beaudoux, V. (2011). *Propaganda gubernamental: una propuesta de clasificación de sus etapas*. *Politai*, 2(3), 112-122. Recuperado el 28 de noviembre a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13957>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). *Cuenta satélite del trabajo doméstico no remunerado*. Lima, Perú. Recuperado el 7 de febrero de 2020 de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1358/libro.pdf

Gherardi, N. (2016). *Otras formas de violencia contra las mujeres que reconocer, nombrar y visibilizar*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado a partir de <http://200.9.3.98/handle/11362/40754>

Naciones Unidas. (2006). *Poner fin a la violencia contra la mujer De las palabras los hechos – Estudio del Secretario General Naciones Unidas*. Nueva York: Naciones Unidas. Recuperado a partir de <http://www.un.org/womenwatch/daw/vaw/publications/Spanish%20study.pdf>

Nota de prensa publicada por la Agencia Andina de Noticias el 2 de junio de 2018: “*Presidente dispone declarar de interés nacional lucha contra la violencia hacia la mujer*” <https://andina.pe/agencia/noticia-presidente-dispone-declarar-interes-nacional-lucha-contra-violencia-hacia-mujer-712090.aspx>

Nota de prensa publicada por la Presidencia del Consejo de Ministros el 12 de junio de 2018: “*Jefe del Gabinete instaló Comisión de Emergencia que propondrá acciones contra la violencia hacia la mujer*” <http://www.pcm.gob.pe/2018/06/jefe-del-gabinete-instalo-comision-de-emergencia-que-propondra-acciones-contra-la-violencia-hacia-la-mujer/>

Nota de prensa publicada por el Observatorio Nacional de la Violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables el 13 de junio de 2018: “*Gobierno declara de interés nacional y prioridad del Estado, la lucha contra la violencia hacia las mujeres*” <https://observatorioviolencia.pe/prioridad-nacional/>

Nota de prensa publicada por la Presidencia del Consejo de Ministros el 26 de junio de 2018: “*Comisión de Emergencia presenta avances para protección, prevención y atención de*

casos de violencia contra la mujer” <http://www.pcm.gob.pe/2018/06/comision-de-emergencia-presenta-avances-para-proteccion-prevencion-y-atencion-de-casos-de-violencia-contra-la-mujer/>

Nota de prensa publicada por la Presidencia del Consejo de Ministros el 22 de agosto de 2018: “*Ejecutivo transfiere 59 millones de soles para lucha contra la violencia hacia la mujer*” <http://www.pcm.gob.pe/2018/08/ejecutivo-transfiere-59-millones-de-soles-para-lucha-contra-la-violencia-hacia-la-mujer/>

Pronunciamento del presidente Martín Vizcarra Cornejo, recuperado el 28 de noviembre de 2019, de https://es.scribd.com/document/380825530/Pronunciamento-del-presidente-Martin-Vizcarra#from_embed

Riorda, M. (2011). *La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental*. *Politai*, 2(3), 96-111. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>

Salazar Rebolledo, G. (2018). *La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de <http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/ojsaide/index.php/gypp/article/view/554/137>

Sartori, G. (1993). *¿Qué es la democracia?* Tribunal Federal Electoral, Instituto Federal Electoral. México, D. F. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de <https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv/detalle-libro/1135-que-es-la-democracia>

ANEXOS

Anexo 1

Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio De La Mujer Y Poblaciones Vulnerables – MIMP

Artículo 16.- De las funciones de la Oficina de Comunicación

La Oficina de Comunicación tiene las siguientes funciones:

- a) Diseñar y proponer la estrategia y política comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes.
- b) Elaborar y proponer el Plan de Estrategia Publicitaria del ministerio.
- c) Emitir opinión sobre las propuestas de Planes de Estrategia Publicitaria de los Programas y Proyectos del Sector.
- d) Regular supervisar y evaluar las acciones de comunicación social en materias de competencia del sector y sus dependencias.
- e) Establecer y mantener relaciones permanentes con los medios de comunicación.
- f) Gestionar estratégicamente la información del Ministerio, difundiendo y proyectando una imagen institucional acorde a los objetivos de política sectorial.
- g) Conducir y organizar las actividades y eventos institucionales periodísticos y ceremonias oficiales del Ministerio. así como apoyar en la organización de otras actividades y eventos institucionales.
- h) Coordinar con las oficinas de relaciones públicas y protocolo de las diferentes entidades públicas y privadas.
- i) Diseñar y supervisar el uso adecuado del logotipo institucional.
- j) Otras funciones que le sean asignadas por la Secretaría General, o que le correspondan de acuerdo con las disposiciones vigentes.

Anexo 2

Organigrama de la Oficina de Comunicación

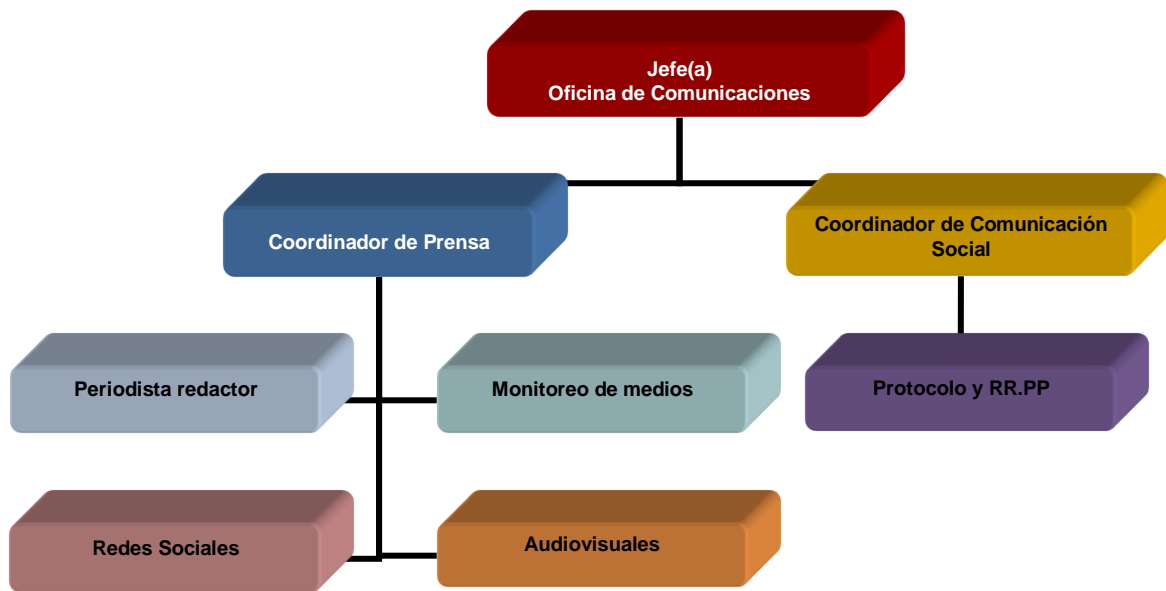


Figura 1. Organigrama de la oficina de comunicación del MIMP

Nota: en el organigrama me encuentro desempeñando como Analista de prensa y comunicación, el cual se encuentra dentro de las funciones de Periodista Redactor.

Anexo 3

Ejemplo de nota de prensa de la Oficina de Comunicación del MIMP

MIMP ATIENDE CASO DE PRESUNTO FEMINICIDIO EN COMAS

- *Equipo del CEM brinda contención emocional a los familiares de la occisa.*

17 de marzo de 2019 - 8:48 a. m.

De manera inmediata el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) atiende el caso de una mujer víctima de presunto feminicidio, por parte de su pareja identificado como Yuri Castillo Cisneros (48) en el distrito de Comas. (Primer párrafo o entrada de la nota de prensa. Se menciona el nombre de la institución, no se escribe el nombre de la víctima, pero sí se menciona el nombre del presunto agresor y el lugar donde se ha cometido el delito)

Especialistas del Centro Emergencia Mujer (CEM) comisaría La Familia, se trasladaron al domicilio de la occisa para brindar asistencia social, emocional y legal a los familiares de la occisa, quienes se encuentran afectados por el difícil episodio que vienen atravesando. (Segundo párrafo y desarrollo de la noticia. Se da cuenta del tipo de servicio a cargo de la atención, y el tipo de ayuda que reciben los familiares de la víctima)

En rápida intervención, la Policía Nacional del Perú capturó al presunto autor del hecho cuando pretendía darse a la fuga. El agresor se encuentra en calidad de detenido en el Departamento de Investigación Criminal (Depincri). (Se continúa el desarrollo de la noticia dando cuenta de la participación de otras instituciones del Estado, como la PNP y Depincri)

Finalmente, el equipo del MIMP continúa acompañando a los hijos de la víctima en el sepelio y entierro para brindar la contención emocional que requieren. (Se menciona la ayuda para las

víctimas indirectas del caso. No se mencionan nombres de los menores de edad ni otros familiares que puedan poner en riesgo la identidad de la víctima)

Condenamos todo hecho de violencia hacia la mujer e integrantes del grupo familiar, y continuamos con la atención de este caso. (Se enfatiza la posición del MIMP frente a este tipo de casos y se reafirma la atención)

El MIMP reitera su llamado a las personas que sufren actos de violencia familiar y sexual a denunciar estos hechos a las instancias correspondientes, o a través de los servicios gratuitos como la Línea 100, Chat 100 y CEM. (Último párrafo de la nota de prensa en el que se da a conocer los servicios que brinda el MIMP, y se reitera el llamado a la sociedad a denunciar estos casos)

1

¹ Nota de prensa publicada en <https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/26624-mimp-atiende-caso-de-presunto-feminicidio-en-comas>

Anexo 4

Reporte de redes sociales

“Violencia disfrazada de amor”



Tras la coordinación previa con instituciones públicas
Publicación de señales de alerta – Ministerios y otras instituciones







Tras la coordinación previa con instituciones públicas
Publicación de señales de alerta – Ministerios y otras instituciones







Tras la coordinación previa con instituciones públicas Uso del lazo en la foto de perfil



Anexo 5

Casos de feminicidios registrados por los CEM

Años	Feminicidio
2009	139
2010	121
2011	93
2012	83
2013	131
2014	96
2015	95
2016	124
2017	121
2018	149
2019	166
2020 ^{a/}	46
Total	1,364

a/ Casos con características de feminicidio ocurridos al 30 de abril del 2020

En el Perú cada mes **10** mujeres son víctimas de feminicidio



La causa principal es el machismo que considera a las mujeres propiedad de los varones y usa la violencia para controlarlas