

*Recomendaciones para buenas
prácticas por la igualdad de género*

CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO



Estás recomendaciones se construyeron en base a estudios e información levantada por organismos reguladores miembros de la Plataforma de Reguladores del sector Audiovisual de Iberoamérica de la cual el CNTV es miembro y participante de esta iniciativa. Además de información específica del CNTV.

1. La violencia de género no tiene justificación

La violencia de género es un grave problema que tiene su origen en la desigualdad. Afecta a toda la sociedad y tiene carácter universal y estructural. No existen perfiles concretos de víctimas ni de agresores – edad, profesión, estudios, origen, posición social, etc.-. Los medios tienen un papel fundamental para concientizar y sensibilizar a la sociedad por lo que deben evitar cualquier relación causa-efecto o buscar explicación alguna de los casos de violencia de género.

2. La violencia de género no es un hecho aislado

La violencia de género es una vulneración de los derechos humanos que exige tratamiento informativo responsable. Es imprescindible ofrecer datos y argumentos de contextualización que permitan entender la dimensión global del problema, que aporten a la reflexión y prevención. Se sugiere incluir en las coberturas noticiosas el rechazo social frente a la violencia y las consecuencias judiciales para el agresor.

3. El lenguaje y las imágenes deben usarse con cuidado

El abordaje de la violencia de género en pantalla requiere un uso cuidadoso del lenguaje y el tratamiento de imágenes. Se deben erradicar expresiones que falsean la realidad como “violencia doméstica”, “de pareja”, “familiar” o “crimen pasional”, pues contribuyen a normalizar, banalizar o espectacularizar la violencia de género. De suma importancia es NO responsabilizar a las mujeres ni exculpar al agresor.

4. La violencia de género no es un problema femenino

La violencia de género es un problema de toda la sociedad que afecta a los derechos humanos y los medios deben aportar a superar el prejuicio de que incumbe sólo a las mujeres. Hijos e hijas de las mujeres que sufren violencia también son víctimas cuyos derechos se vulneran, con graves secuelas personales y sociales. Es necesario hacer evidentes las consecuencias sociales de la violencia de género e incluir voces masculinas expertas, mostrando la implicación positiva de los hombres en un asunto que concierne al conjunto de la sociedad.

5. Las víctimas de la violencia de género tienen derecho a la intimidad y al respeto de su dignidad

Los medios tienen un compromiso ineludible con la dignidad y el derecho a la intimidad de las víctimas, con especial atención a la protección de niñas, niños y adolescentes. En el caso de personas que decidan dar su testimonio optando por el anonimato, se debe respetar siempre su voluntad, evitando hacer públicos su nombre, su imagen o cualquier otra información que pudiera facilitar su identificación.

Se debe omitir imágenes u opiniones que puedan menoscabar su dignidad o restarles credibilidad.

6. La TV debe informar sobre recursos de apoyo disponibles

Toda cobertura de la violencia de género debería incluir información sobre instancias de apoyo a las víctimas: teléfono de denuncias (**Carabineros 149**), residencias transitorias, asesoría jurídica y atención psicológica. Difundir el teléfono de denuncias es el estándar mínimo para este tipo de coberturas

7. La violencia de género es un asunto de interés informativo

Como problema social de enorme dimensión y trascendencia, la violencia de género debe estar en la agenda informativa de los medios a lo largo de todos los años y de forma regular, no sólo asociada a campañas o fechas conmemorativas. Los medios tienen la responsabilidad de incluir la violencia de género como asunto de interés social, político e, incluso, económico.

8. La violencia de género requiere autorregulación y formación

El tratamiento informativo de la violencia de género puede y debe generar un cambio social, por lo que es necesario adoptar mecanismos de autorregulación e impulsar la formación de los profesionales de la comunicación. Se sugiere, también, elaborar y actualizar códigos éticos y deontológicos.

