

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA DE GÉNERO

-INFORME (PRIMERA ENTREGA DE RESULTADOS Y ANÁLISIS)-



**NO**  
**ES HORA**  
**DE CALLAR**

# PRESENTACIÓN

## ANTECEDENTES

La documentación de la violencia de género hace parte de la responsabilidad social de los medios de comunicación. Narrar las historias sobre la discriminación, desigualdad y violencia que se ejerce contra niñas, niños, mujeres y comunidad LGTBI, requiere de un enfoque de género que sea capaz de reconocer la particularidad de las agresiones sin revictimizar y que brinde herramientas no solo para las víctimas y sobrevivientes. También para la opinión pública y la sociedad en general.

Teniendo en cuenta estas premisas, **la campaña No Es Hora De Callar** inició en el 2019 una investigación sobre el tema, teniendo como base un trabajo previo realizado en los años 2017 y 2018, con trabajo de campo que fue apoyado por **la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) y ONU Mujeres**. En la segunda etapa, se adelantó un proyecto sobre el enfoque de género en el periodismo y la percepción que víctimas y sobrevivientes tienen sobre cómo los medios de comunicación presentan sus historias (2019); y en esta tercera etapa -que se vio interrumpida por la crisis que generó la pandemia del COVID-19-, se concluyó el trabajo con varias redacciones regionales, de forma virtual.

La última parte de la investigación (agosto-octubre de 2020), tiene como eje principal la encuesta dirigida a mujeres comunicadoras, a cargo del **Observatorio de la Democracia, de la Universidad de Los Andes**, con el respaldo de **ONU Mujeres**, y un aporte sobre la situación actual de violencia de género en Colombia, con la contribución de la **Consejería para la Equidad de Mujer de la Presidencia de la República**.

Este trabajo permitió hacer una radiografía sobre la percepción de los medios de comunicación sobre la violencia de género, cómo se cubre, qué se sabe sobre el tema y qué responsabilidad asumen los periodistas en el cambio o concientización de la problemática.

En la investigación, que incluyó talleres de capacitación, entrevistas individuales, una encuesta personalizada, una encuesta general y contribuciones de casos bajo reserva, participaron periodistas de Antioquia, Cundinamarca, Boyacá, Meta, Atlántico, Nariño, Norte de Santander, Bolívar, Cesar, Cauca y Bogotá.

Así mismo, participaron 340 mujeres víctimas y sobrevivientes de diferentes tipos de violencia de género, y con el apoyo de la Policía de Infancia y Adolescencia, la Procuraduría General de la Nación y profesionales de la salud, se documentó el testimonio de 37 niñas entre los 5 y 13 años, sobrevivientes de violencia sexual y explotación sexual.

Es importante anotar que este es el primer estudio que se realiza en Colombia sobre el manejo que las redacciones de medios de comunicación nacionales y regionales tienen durante de todo el proceso de construcción periodística (noticias, crónicas, entrevistas, reportajes y editoriales), sobre la violencia de género.

# HALLAZGOS GENERALES

- Existe un notable desconocimiento del tema en general y del significado de "violencia de género, o violencia basada en género".
- Las redacciones no tienen la violencia de género dentro de su agenda informativa como prioridad de investigación o en las noticias del día.
- La violencia de género, por lo general, es asumida por los periodistas que cubren temas judiciales, lo que limita los casos a las cifras de entidades públicas, crónica roja sobre crímenes y procesos jurídicos.
- Las redacciones (editores y jefes de redacción) no creen necesario ubicar los temas de género en una sección en particular, o no saben que área del medio de comunicación debe ser responsable de las noticias o información que genera la violencia de género.
- En una escala de 1 a 10, las redacciones en general, ubican el tema de violencia de género en el número 4 de importancia, a la hora de darle prioridad a los temas que se publican.
- A nivel general hay desconocimiento del uso correcto del lenguaje, imágenes, audios y gráficos que deben acompañar la información que se genera sobre violencia de género.
- Pese a que en la encuesta general, los periodistas aseguran tener claridad sobre las rutas de atención y mencionan algunas, en las entrevistas personalizadas y los talleres, se evidencia un desconocimiento por parte de los y las periodistas, casi en un 90 por ciento, de las leyes, normativas y rutas de atención a mujeres, niños, niñas y comunidad LGTBI que afrontan violencia basada en género.
- Un número significativo de directores, jefes de redacción, editores y periodistas considera que el tema de violencia basada en género, es "una cuestión de grupos feministas".
- Existe una notable ausencia de discusión y análisis sobre los temas de violencia de género en los consejos de redacción.
- Los temas de investigación sobre los derechos de las mujeres, violencia intrafamiliar, y violencia psicológica, por lo general son designados a periodistas mujeres, por considerar que entienden mejor el tema. Los hombres periodistas, por lo general, son designados para construir las historias sobre feminicidios, por considerar que son más objetivos.
- Hay una marcada tendencia, por parte de los periodistas hombres, a prejuzgar a las víctimas, en casos de feminicidio y violencia sexual.

- Las redacciones, en general, carecen de una línea editorial que asuma de forma transversal el enfoque de género en sus publicaciones.
- Las redacciones, en general, consideran que los temas políticos y económicos, no deben llevar enfoque de género y que no tienen ningún tipo de relación con violencia basada en género.
- Son inexistentes las capacitaciones sobre temas de género, violencia basada en género y herramientas para informar sobre violencia de género, en las redacciones.
- En el caso de las mujeres periodistas, que hicieron parte de la encuesta sobre violencia de género contra ellas, 6 de cada 10 reportan ser víctimas.
- Del grupo de mujeres periodistas encuestadas, 8 de cada 10, afirma conocer de algún caso de violencia de género en contra de alguna de sus colegas.
- El impacto personal de la violencia de género contra las mujeres periodistas es grave y evidencia que por lo menos 4 de cada 10 mujeres periodistas han debido abandonar fuentes como consecuencia de estas agresiones.
- Las mujeres víctimas y sobrevivientes encuestadas y entrevistadas, en un 98 por ciento, aseguran que se sintieron revictimizadas por los medios de comunicación, cuando presentaron sus historias.
- Todas las mujeres víctimas y sobrevivientes consultadas, aseguran que la única forma de encontrar justicia, es que sus casos sean visibilizados en los medios de comunicación.
- Todas las mujeres víctimas y sobrevivientes aseguran que le tienen más confianza a un periodista, que a un fiscal o a un juez.
- Los testimonios de las niñas sobrevivientes, documentados para la investigación, señalan que les produce temor ver las imágenes y las noticias sobre abusos o violencia contra menores, porque sienten que son ellas las protagonistas de la historia.
- Las mujeres y niñas que hicieron parte del estudio consideran, en su totalidad, que sus historias y dramas tienen una relevancia momentánea para la opinión pública.
- Hay un desconocimiento general sobre las acciones que adelanta actualmente el Gobierno Nacional, para contener la violencia contra mujeres y niñas.



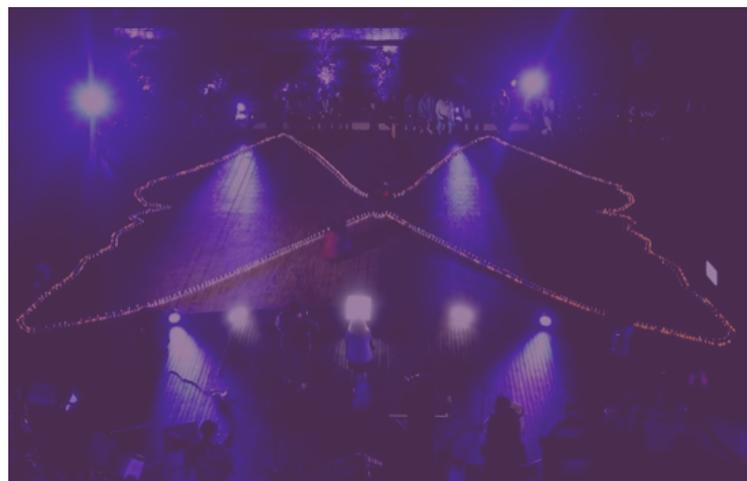
# ENCUESTA SOBRE 'PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS AL MOMENTO DE INFORMAR SOBRE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES'

Esta herramienta, aplicada a más de 100 periodistas hombres y mujeres, está encaminada a reflexionar sobre la construcción de noticias relacionadas con violencia de género. El diagnóstico identifica las falencias, vacíos y desconocimientos que tienen los periodistas sobre el tema.

El cuestionario, dirigido a periodistas, editores y directores de medios, **indagó sobre la estructura de una noticia cuyo contenido es la violencia de género**. Se hizo un cuestionario con 10 preguntas sobre cuál es el protocolo que los comunicadores tienen para obtener información en estos casos, cuáles son los recursos que usan, y qué información entregan en sus publicaciones. También se indagó sobre cómo solicitan autorización a las víctimas a la hora de redactar las notas, y bajo qué términos se refieren a la violencia de género.

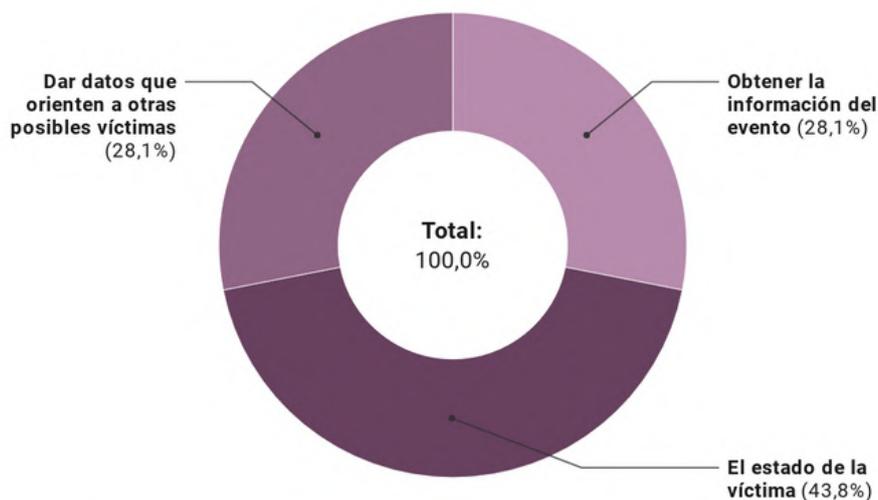
## MONITOREO DE MEDIOS

Como parte del análisis que No Es Hora De Callar adelantó, **se hizo un sondeo de medios de comunicación de los lugares en donde se llevaron a cabo los talleres**. Esto permitió contrastar los resultados que la encuesta arrojó con las prácticas periodísticas de dichos medios, así como el impacto que tuvo la Campaña.



# RESULTADOS

## ¿Al momento de hacer una nota sobre violencia de género a qué le da prioridad?



**Opciones:** a. Obtener la información del evento. b. El estado de la víctima. c. Observar el escenario para lograr la fotografía ideal para acompañar la nota. d. Cubrir lo ocurrido con celeridad. e. Dar datos que orienten a otras posibles víctimas.

Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

**El 43,8 por ciento de los periodistas prioriza el estado de la víctima, cuando informa sobre violencia de género.**

Sin embargo, el sondeo de medios evidenció que, pese a que se da esta prioridad, suele haber una sobreexplotación de la imagen de quienes afrontan violencia. Lo anterior puede derivar en la revictimización de la niña o la mujer, según el caso, debido al contenido de la noticia y las repercusiones sociales que esta le pueda traer.

El concepto de víctima, que se ha ido reconfigurando a través de los años, en términos básicos se refiere a los daños que pueda sufrir una persona tanto en derechos humanos (DD.HH.), como en el Derecho Internacional Humanitario (DIH).

**Una gran parte de las noticias analizadas reduce al estado de 'víctima' a quienes afrontan violencia, sin tener en cuenta que, por ejemplo, también pueden ser sobrevivientes o personas resilientes.** Incluso, al centrarse en esta victimización se omite información valiosa, como las rutas de organizaciones tanto públicas o privadas que pueden orientar y prevenir las agresiones que se narran en las notas.

**El 28,1 por ciento de los periodistas afirma dar prioridad a brindar datos que orienten a otras posibles víctimas.** En esta misma proporción, con otro 28,1 por ciento de respuestas, los comunicadores priorizan obtener información del hecho o la agresión. Finalmente, ninguno de los encuestados manifestó darle prioridad a cubrir lo ocurrido con celeridad.

## ¿Conoce las entidades pertinentes a las que puede acudir alguien que haya sufrido de violencia de género?

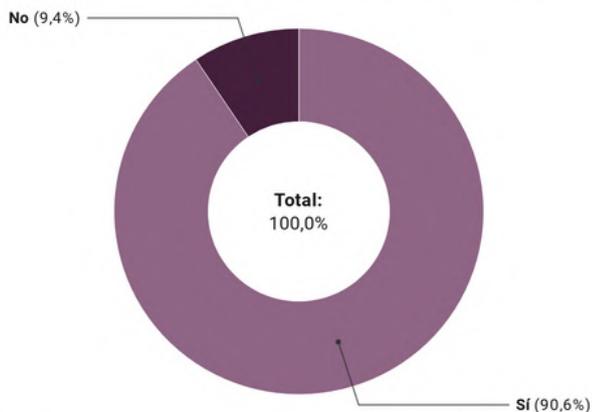


Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

La mayoría de los periodistas asegura conocer las rutas de atención y orientación frente a la violencia de género, pero no suelen publicar esta información.

El 90,6 por ciento de los encuestados afirmó saber cuáles son las entidades a las que se puede acudir en estos casos; solo un 9,4 por ciento respondió no conocerlas.

Solo un pequeño grupo mencionó, en las respuestas abiertas, organizaciones públicas como el ICBF, Policía, Fiscalía y la Línea 155 de orientación a mujeres víctimas de violencia, a cargo de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. También referenciaron fundaciones a nivel local y nacional.



Sin embargo, pese a conocerlas, solo el **65,6 por ciento de los periodistas dijo haber incluido información sobre estas rutas en las notas que publicaron.**

En todo caso, estos datos no coinciden con el análisis hecho por No Es Hora De Callar. El sondeo de medios de comunicación evidenció que **menos del 10 por ciento de los artículos y noticias de la región mencionan las líneas de atención.**

## ¿Ha incluido información sobre estas rutas de atención en sus notas?

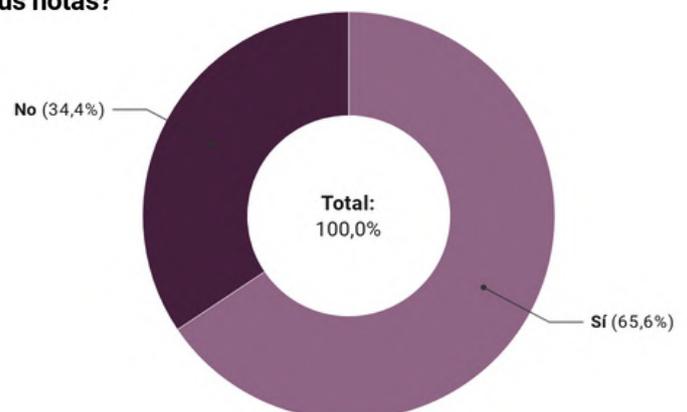


Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

## ¿Para redactar su nota suele pedir la autorización de la víctima?

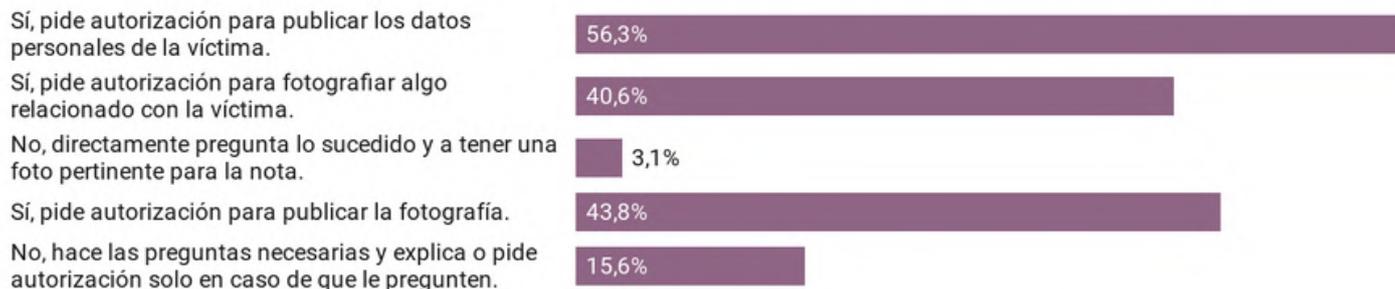


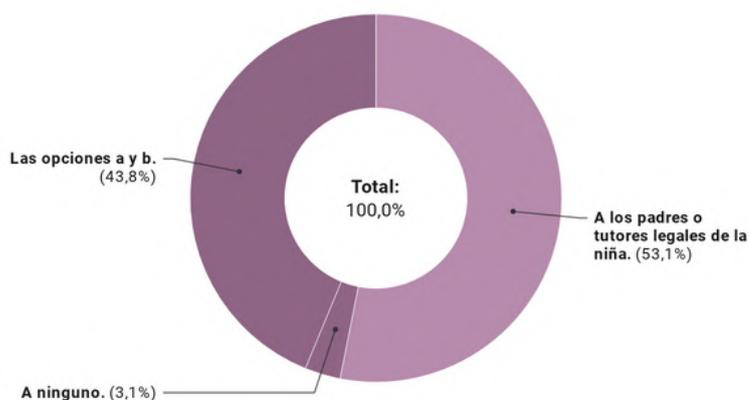
Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

Quando se trata de obtener información sobre un caso de violencia de género, no todos los periodistas piden autorización a las víctimas.

El 56,3 por ciento de los periodistas solicita autorización a la víctima para publicar sus datos personales. El 43,8 por ciento lo hace para publicar una fotografía, audio o imagen. El 40,6 por ciento pide autorización para fotografiar algo relacionado con la víctima. Un 15,6 por ciento de los encuestados afirmó que solo da explicaciones en caso que le pregunten. Finalmente, el 3,1 por ciento pregunta directamente lo sucedido y toma una fotografía.



## Quando va a hacer una nota sobre violencia de género en el caso de una menor de edad ¿a quién le pide permiso?



Opciones: a. A los padres o tutores legales de la niña. b. A la niña. c. A ninguno. d. Las opciones a y b.  
Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

En caso de que la víctima sea un niño, niña o adolescente, el 53,1 por ciento de los periodistas solo pide autorización a los padres o tutores legales, cuando va a publicar una noticia al respecto. El 43,8 por ciento pregunta tanto a los padres y tutores, como al menor de edad que afrontó violencia.

El 3,1 por ciento de los comunicadores no pide autorización a ninguna persona cuando publicará una noticia sobre violencia en contra de un niño, niña o adolescente.

“Crimen pasional” sigue siendo un término usado por los medios de comunicación, para referirse a un evento violento en el que las personas involucradas son pareja.

Sin embargo, hablar de “crímenes pasionales”, es una práctica que justifica la violencia de género.

El 56,3 por ciento prefiere utilizar el término **violencia intrafamiliar**, cuando va a informar sobre este tipo de agresiones. El 28,1 por ciento se remite al crimen genérico, como por ejemplo violación, feminicidio, entre otros. Y un 15,6 por ciento sigue utilizando el término **crimen pasional**.

Pese a estos resultados, el sondeo de medios de comunicación reveló que este término se usa con mayor frecuencia que la que manifestaron los periodistas en la encuesta. Junto a esta frase, también se identificaron enunciados relacionados como “ataque de celos” o “ex pareja sentimental”.

### Cuando va a redactar un evento violento en donde las partes implicadas son pareja ¿qué término utiliza para catalogar el crimen?

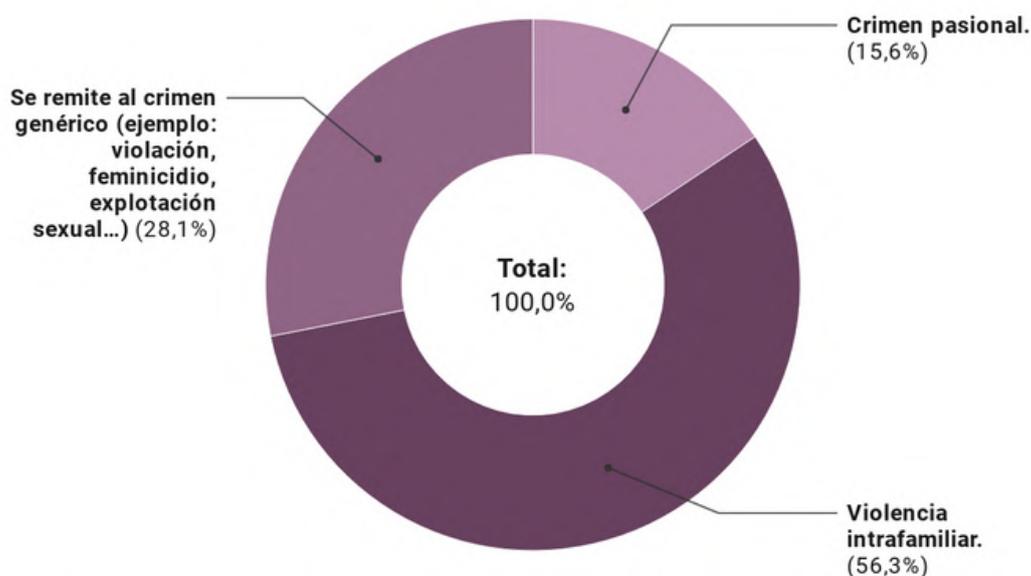


Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

*En una de las noticias analizadas, el General de la Policía, Juan Alberto Libreros, afirmó que “la pareja entró en discusión por temas de motivo sentimental”. Todas estas frases tienen algo en común y es el concepto del ‘amor’, que en muchos casos de violencia psicológica, física, sexual, económica y patrimonial se convierte en la excusa para perpetuar la violencia de género.*

La prostitución infantil no existe. Un niño, niña o adolescente no puede decidir prostituirse.

Sin embargo, un porcentaje de los periodistas todavía utiliza este término para referirse a la explotación sexual de menores de edad.

El 71,9 por ciento de los encuestados afirma usar la expresión 'explotación sexual infantil', cuando va a informar sobre un caso de este tipo. El 15,6 por ciento sigue utilizando el término prostitución infantil y el 12,5 por ciento solo habla de explotación infantil..

**Cuando va a redactar una nota sobre explotación sexual en el caso de una menor de edad ¿qué término suele utilizar?**

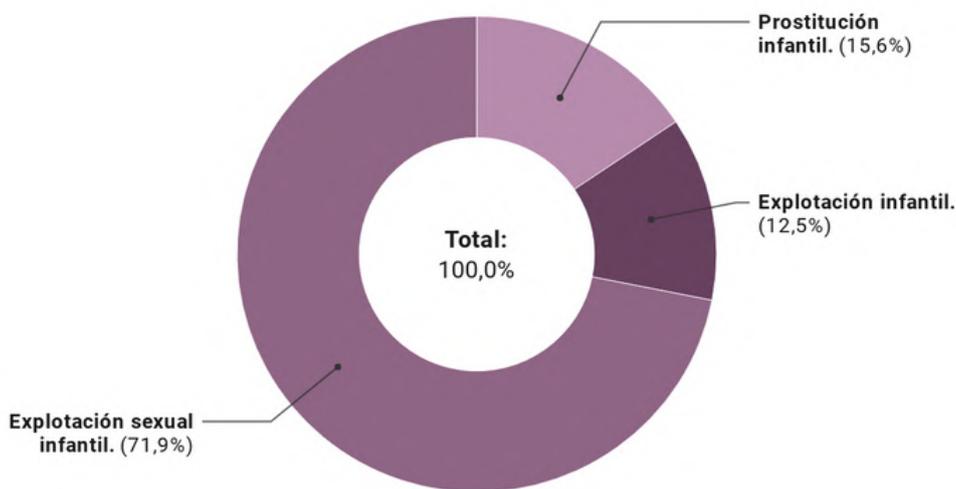
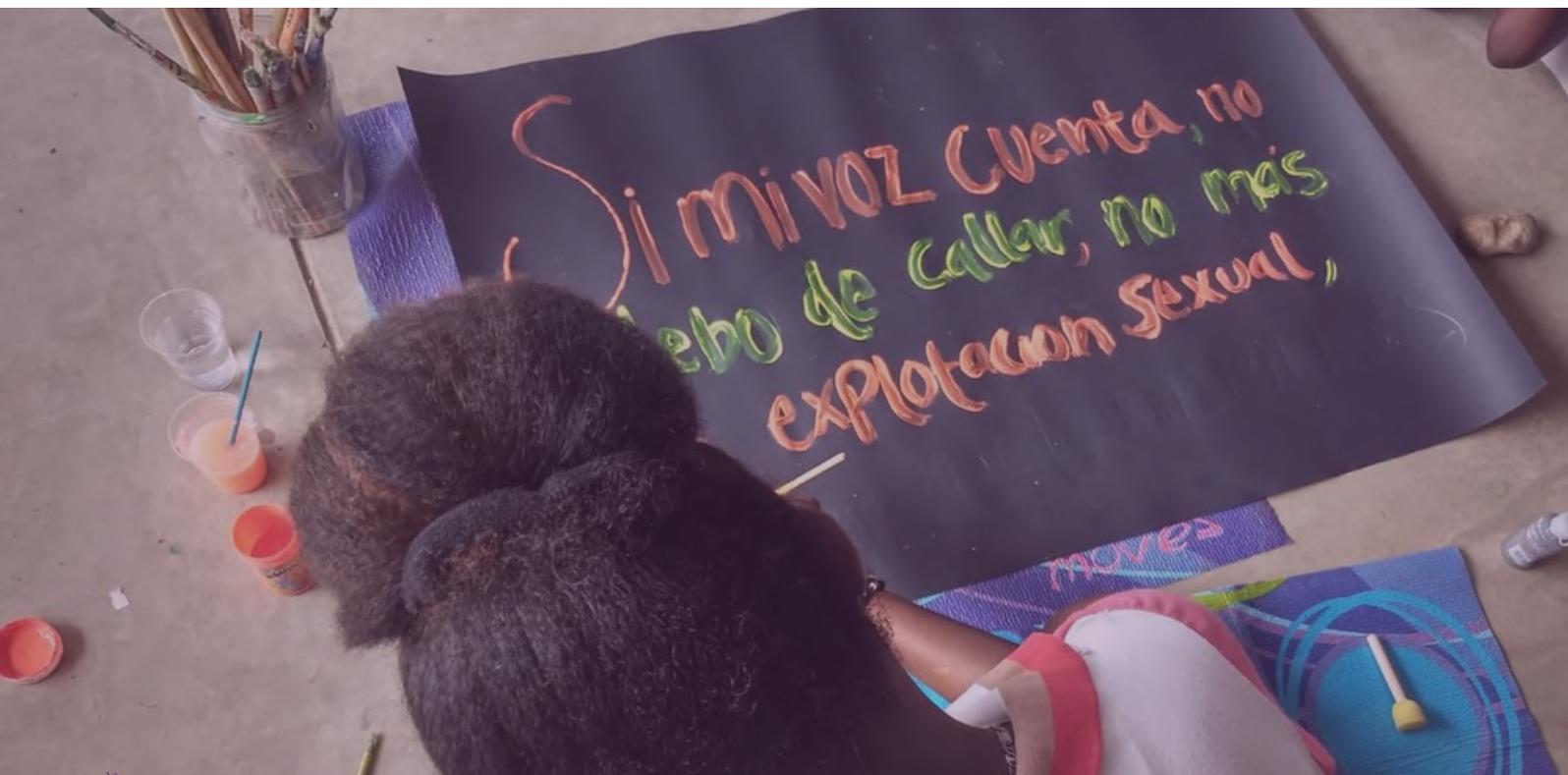


Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper



Gran parte de los periodistas utiliza una imagen de mujeres vulnerables o maltratadas para acompañar las noticias que publican. Esta práctica es revictimizante y equivocada.

El 56.3 por ciento de los encuestados usa una imagen cualquiera, en la que aparezca una mujer afrontando violencia. El 15.6 por ciento prefiere usar una fotografía del lugar en donde ocurrieron los hechos y el 9.4% de los encuestados utiliza una fotografía de la víctima. El resto de los periodistas usa otras imágenes.

## ¿Qué tipo de imágenes utiliza para acompañar sus notas sobre violencia sexual?

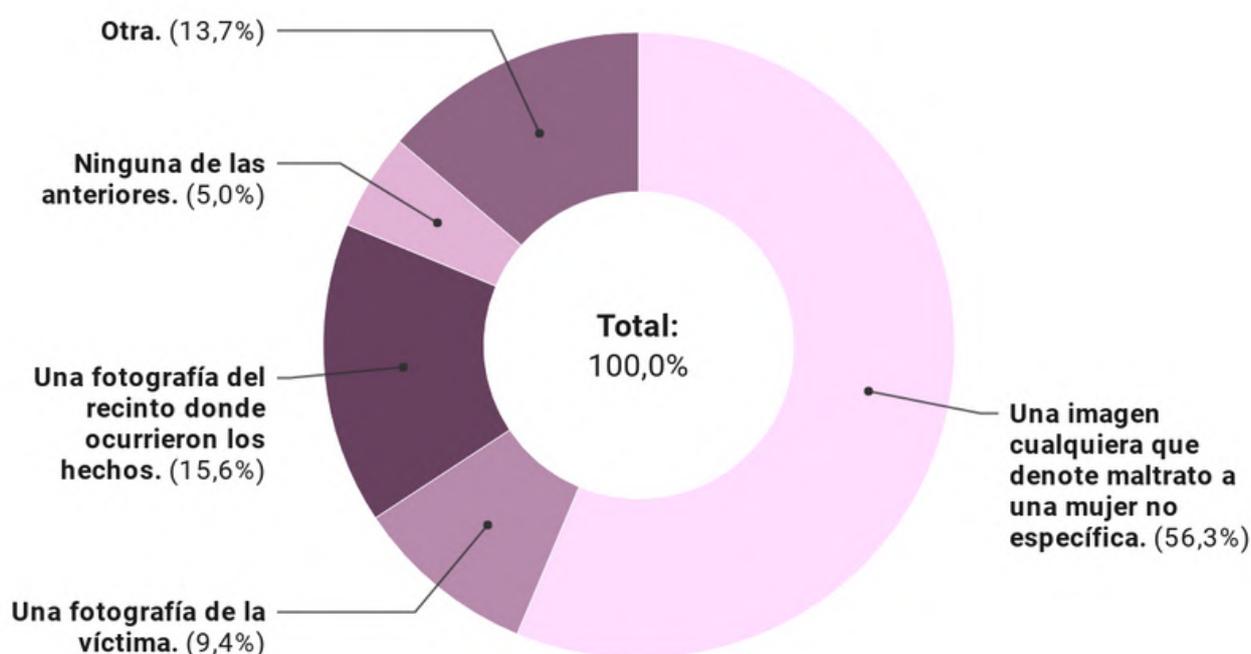


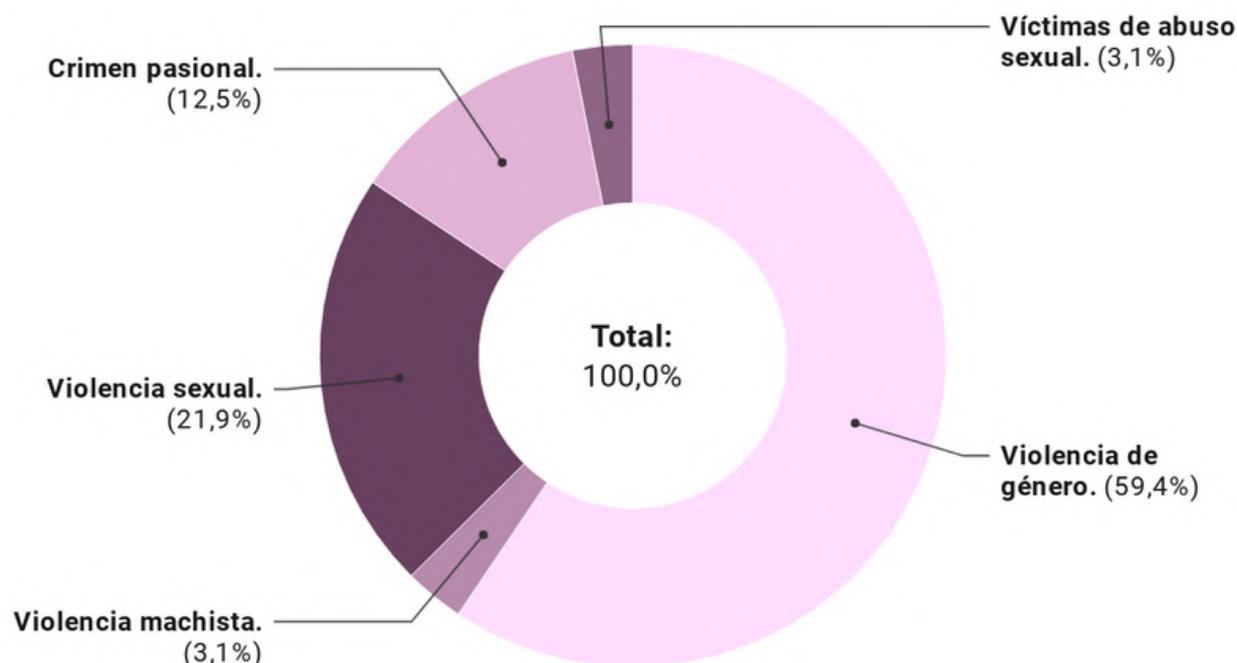
Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

Las ilustraciones son un recurso adecuado para acompañar las noticias sobre violencia en contra de niñas y mujeres.



Ilustración: Rowena Neme. Todos los derechos reservados No Es Hora De Callar.

## ¿Ha usado alguno de estos términos en sus notas periodísticas?



**Opciones:** a. Violencia de género. b. Violencia machista. c. Violencia sexual. d. Crimen pasional. e. Violencia masculina contra mujeres. f. Prostitución infantil. g. Crimen de odio. h. Víctima de abuso sexual.

Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

La expresión 'violencia de género' es la más usada por los periodistas, cuando publican una noticia relacionada con violencia contra niñas y mujeres. 'Violencia sexual' y 'crimen pasional' le siguen, aunque no en la misma proporción.

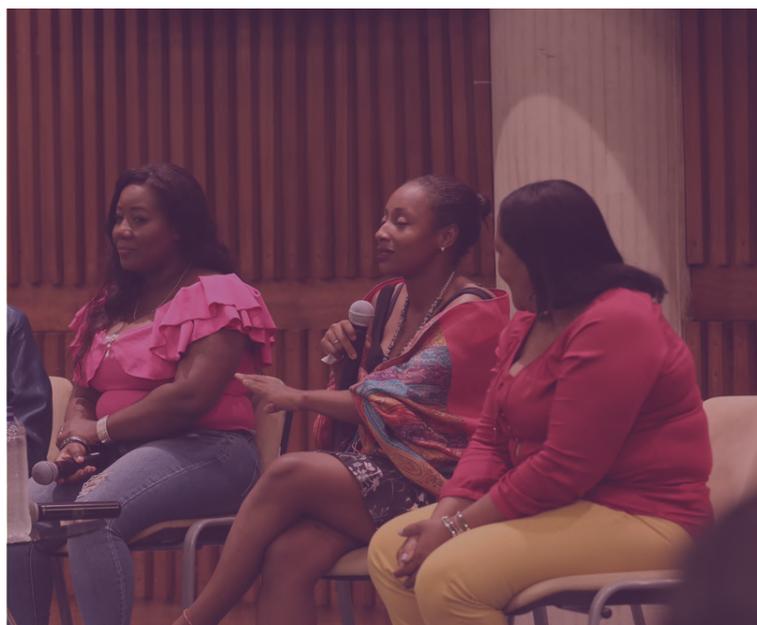
De acuerdo con los resultados, el 59,4 por ciento de los encuestados han usado el término 'violencia de género' en sus publicaciones. El 21,9 por ciento ha utilizado 'violencia sexual'; el 12,5 por ciento 'crimen pasional'; el 3,1 'violencia machista' y otro 3,1 por ciento 'víctimas de abuso sexual'. Contrario a las anteriores respuestas, ningún periodista afirmó, en esta pregunta, usar la expresión 'prostitución infantil'. Tampoco han usado la frase 'violencia masculina contra mujeres o crimen de odio.

Pese a que el feminicidio es un crimen de odio, ningún periodista manifestó haber usado esta expresión en sus publicaciones.



Ningún periodista le da protagonismo al victimario, cuando informa sobre violencia de género.

El 59,4 por ciento de los periodistas prioriza el estado de la víctima, lo que coincide con las respuestas de una pregunta hecha previamente. El 21,9 por ciento prioriza la escena de los hechos en la noticia, así como a los detalles del suceso. El 15,6 por ciento se centra en el crimen y solo el 3,1 por ciento en los familiares de quien afrontó ese hecho de violencia. Dentro de las opciones de la pregunta se encontraba el victimario, pero ninguna persona encuestada seleccionó esta respuesta.



## Al momento de redactar su nota ¿a qué le da protagonismo?

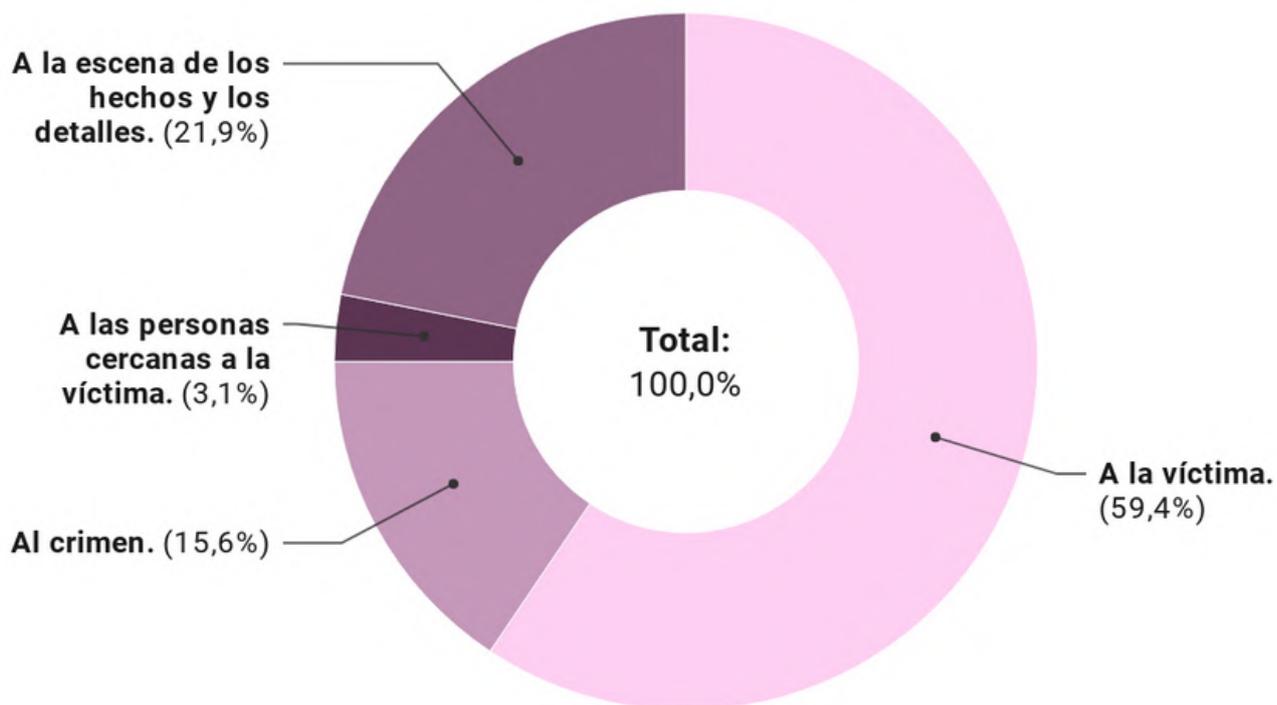


Gráfico: No Es Hora De Callar • Fuente: No Es Hora De Callar y Fundación Para la Libertad de Prensa • Creado con Datawrapper

## ENCUESTA SOBRE VIOLENCIA CONTRA MUJERES PERIODISTAS (OBSERVATORIO DE LA DEMOCRACIA, UNIVERSIDAD DE LOS ANDES)

Con el objetivo de conocer el impacto de la violencia machista en el trabajo que desarrollan las mujeres periodistas, No Es Hora De Callar con el apoyo del Observatorio de la Democracia de la Universidad de los Andes y el respaldo de ONU Mujeres, realizó un estudio sobre la incidencia de distintas formas de violencia en contra de la mujer, en particular, en el desarrollo del trabajo de las mujeres periodistas. El estudio, que se cerró hace pocos días, se encuentra en la etapa de análisis y los resultados se darán a conocer los primeros días del mes de noviembre.

Este estudio ha recogido las opiniones y experiencias de mujeres periodistas a quienes se invitó a participar mediante correo electrónico y a través de las redes sociales. Este trabajo permite evidenciar la alta incidencia de la violencia de género en el trabajo de las mujeres periodistas (6 de cada 10 reportan ser víctimas de violencia de género); este es un fenómeno ampliamente conocido: 8 de cada 10 mujeres periodistas afirma conocer de algún caso de violencia de género en contra de alguna de sus colegas. Además del impacto personal, este estudio pone en evidencia el enorme impacto de la violencia de género en el ejercicio del periodismo en el país pues 4 de cada 10 mujeres periodistas han debido abandonar fuentes como consecuencia de estas agresiones.

# TRABAJO DEL GOBIERNO NACIONAL PARA REFORZAR MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y ATENCIÓN EN EL TEMA DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

La pandemia mundial ocasionada por el virus covid-19 trajo un sinnúmero de desafíos para la humanidad. Las medidas de aislamiento preventivo y confinamiento ordenadas por los gobiernos locales a nivel mundial, para proteger a las personas del contagio, conllevaron un nuevo reto: la exacerbación de las violencias contra las mujeres en sus hogares.

Los datos aportados por el Observatorio Colombiano de las Mujeres de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer registraron aumentos significativos en las llamadas efectuadas a las diferentes líneas de emergencia, comparadas con las cifras del año anterior.

En este sentido, mientras duró el aislamiento preventivo obligatorio, se evidenció un incremento general del 102% en las llamadas realizadas a la **Línea 155**, línea gratuita nacional para la orientación a las mujeres víctimas. Se pasó de 9.044 llamadas en 2019, a 18.272 llamadas en el 2020. De estas últimas, 13.920 corresponden a hechos de violencia intrafamiliar, que contrastan con las 6.262 registradas en el mismo periodo del año anterior. Es decir, se registró un aumento del 122 por ciento en el número de llamadas a la línea 155.

Ante esta situación, el Gobierno ha activado todos los mecanismos para hacer efectiva la política de cero tolerancia de la violencia contra las mujeres. Esto llevó a que se adelantara un Consejo Nacional de Seguridad exclusivo para el tema, liderado por la Presidencia y Vicepresidencia de la República, bajo la estrategia "Mujeres Libres de Violencias". En esta, se delimitaron tres líneas de acción clave que buscan garantizar la vida y los derechos de las mujeres:

- **Mecanismo de prevención y atención** de las mujeres víctimas de violencia, especialmente de aquellas en riesgo grave.
- **Focalización territorial de la Estrategia** en aquellos departamentos con mayores índices de violencias contra las mujeres, según el Índice Unificado de Violencia -IUV construido por el Observatorio Colombiano de las Mujeres. Este ejercicio se está implementando mediante el acompañamiento a los gobiernos regionales en la realización de consejos de seguridad, con foco en violencia contra las mujeres. A la segunda semana de octubre de 2020, se habían realizado consejos en el Valle del Cauca, Cauca, Meta y Cundinamarca. También se inició una focalización sectorial de la estrategia, en aquellos sectores con mayores problemáticas asociadas. En este sentido, se acompañó la elaboración de Protocolos y lineamientos para la prevención y el abordaje integral de las violencias contra las mujeres, especialmente acoso y violencia sexual, con los sectores Gobierno, Deporte, Educación, Cultura y Fuerza Pública. Se tiene previsto avanzar próximamente con la Rama Judicial y la Unidad Nacional de Protección.
- **Oferta institucional focalizada**, que se desarrolla a través de cuatro ejes de acción: prevención; atención y protección; acceso a la justicia y restablecimiento de derechos en perspectiva de estabilización socioeconómica.

Esta acción en particular tiene una labor priorizada en prevención y **Trabajo con mujeres rurales**, que actualmente incluye a los Departamentos de Caquetá, Casanare, Cundinamarca, La Guajira, Tolima y Valle del Cauca, donde se cuenta con **INÉS (Iniciativa Nacional para la Equidad en Sectores Rurales)**, que brinda jornadas de sensibilización y formación en temas de violencias basadas en género y visitas puerta a puerta en los hogares rurales, en convenio con Alianza para la Paz, APAZ.

**En atención:** a) La **Línea 155** que está siendo fortalecida para cualificar y mejorar la atención y reducir los tiempos de respuesta. b) En próximos días se expedirá un **Decreto del Mecanismo Articulador para el Abordaje integral de las violencias basadas en género, a nivel nacional y territorial**. c) **Fortalecimiento de las Comisarías de Familia**, a través de diferentes acciones, entre ellas un proyecto de ley que se encuentra en trámite, para darles mayor capacidad y acción. d) **Asignación de presupuesto al Ministerio de Salud** (14 mil millones de pesos) para los entes territoriales, orientado a medidas de atención para mujeres víctimas. Los departamentos beneficiados, inicialmente, son Boyacá, Risaralda, Santander, Valle del Cauca, Cundinamarca, Cauca, Atlántico y los Distritos de Cali, Bogotá y Buenaventura. e) **Activación de Casas Refugio en los entes territoriales**, para la atención de mujeres víctimas, en Popayán, Santa Marta, Sogamoso, Bogotá, Cisneros – Antioquia, La Tebaida – Quindío, Palmira – Valle del Cauca y Pasto – Nariño. Se encuentra en trámite la entrega de casas refugio para los departamentos de Putumayo, Amazonas, Córdoba, Nariño, Valle del Cauca y Norte de Santander.

Así mismo, en alianza con la cooperación internacional (Unión Europea) y la sociedad civil (Sisma Mujer), y con el apoyo de las entidades del Valle del Cauca, se está brindando acompañamiento psicológico y jurídico a mujeres identificadas por el Instituto de Medicina Legal, que están en riesgo grave y extremo de feminicidio.

En el estudio en general se evidencia que un factor que influye notablemente en la exacerbación de violencia contra las mujeres, es el tema económico. En ese sentido, el Gobierno tiene una estrategia de estabilización socioeconómica y formación para las mujeres, para la prevención de violencias.

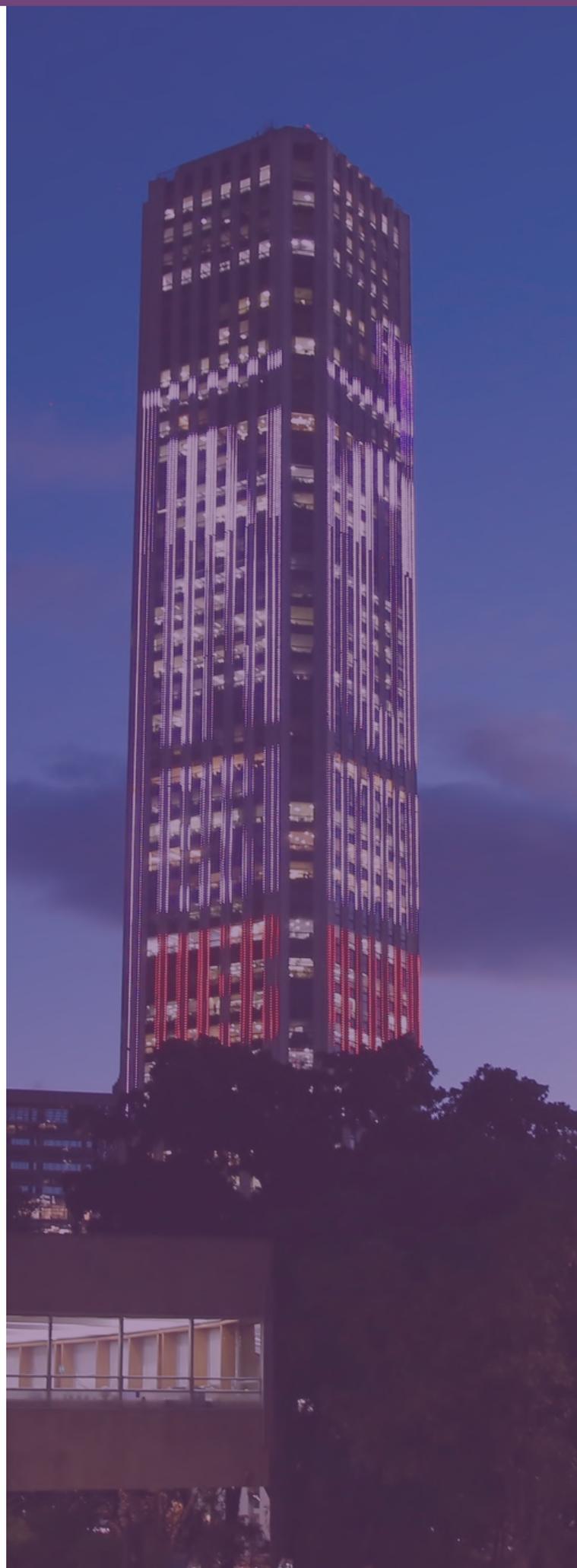
- **Giras Regionales “Colombia es Mujer emprendedora”**, un entrenamiento gratuito para mujeres en herramientas digitales en Alianza con Facebook, para fortalecer sus ideas de negocios.
- **Casas de las Mujeres Empoderadas**, que se ha implementado en los departamentos de Nariño, Norte de Santander, Valle del Cauca (sede Buga), Quibdó, Riohacha y Santander. El objetivo de estos espacios es que las mujeres puedan encontrar herramientas que les ayude al empoderamiento económico, político, educativo y promoción de su derecho a vivir una vida libre de violencias.

Por último, al identificar la necesidad de abordar el tema de acoso y bucar mecanismos de solución, con el acompañamiento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en asocio con Gender Lab y la Consejería Equidad Mujer, se está diseñando una plataforma tecnológica que mediante el uso de algoritmos e inteligencia artificial, permita identificar, abordar y prevenir el acoso sexual en el ámbito laboral. Inicialmente, hay cuatro empresas priorizadas en el país para el plan piloto. En el 2021, la herramienta se aplicará en 30 empresas/entidades más.

Parte de la responsabilidad de los medios de comunicación es también visibilizar este tipo de acciones, que les permita a las mujeres acceder a herramientas de transformación de sus entornos.

## ALGUNAS SUGERENCIAS Y CONCLUSIONES ADICIONALES

- De ser necesario, antes de informar hay que asesorarse por una persona experta en violencia de género, además de estudiar y entender las cifras reales de estas agresiones.
- Es fundamental publicar datos sobre las líneas de atención y protección.
- Tras la realización de varios talleres, se pudo concluir que **la campaña No Es Hora De Callar tuvo un impacto positivo en la estructuración de noticias**, pues se incrementó la difusión de las líneas de atención y protección, así como el uso de términos correctos para informar sobre violencia de género. Incluso, se encontraron artículos dirigidos exclusivamente a la identificación de la violencia de género y cómo informar al respecto.
- El subregistro sobre casos de violencia basada en género es uno de los mayores problemas que se tiene a nivel nacional; esto permitiría poner en marcha acciones más efectivas y contundentes.
- Los periodistas tienen una gran responsabilidad al momento de comunicar eventos sobre violencia contra mujeres y niñas, por lo que deben hacer su trabajo con el rigor que merece.



# AGRADECIMIENTOS

ONU Mujeres  
Embajada de Suecia  
Fundación para la Libertad de Prensa, FLIP  
Observatorio de la Democracia, de la Universidad de Los Andes  
Embajada de Reino Unido en Colombia  
Consejería para la Equidad de la Mujer

Contacto de prensa:  
[noeshoradecallar@eltiempo.com](mailto:noeshoradecallar@eltiempo.com)



**NO**  
**ES HORA**  
**DE CALLAR**