Proyecto: Fortaleciendo marcos legales y políticas públicas de comunicación que protejan la libertad de expresión y los Derechos Humanos

Paraguay PINV15-1232

Global Infancia, de la Asociación Global

Equipo de investigación;

María Silvia Calvo, Marta Trenado Díaz, Rosa Palazón, Natalia Rodríguez, Soledad Cáceres, Jazmín Rodríguez, Ramón Romero, Joao José Miguel

Reporte Final
Noviembre 2020
Asunción, Paraguay

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

Índice

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS**
3. **MARCO TEÓRICO**
4. **MATERIALES Y MÉTODOS**
5. **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**
6. **CONCLUSIONES**
7. **CONTRIBUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**
8. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**
9. **ANEXOS**

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

1. INTRODUCCIÓN

Global Infancia es una organización líder en la construcción de conocimiento e Incidencia en el campo de la comunicación en Paraguay. Sus acciones buscan impulsar la consolidación de un ecosistema mediático democrático y plural, considerado vector estratégico para la garantía de los derechos humanos y el desarrollo inclusivo. Desde 2004, con socios como Unesco, Unicef y ONU Mujeres, investiga el abordaje periodístico de temas sobre niñez y otras poblaciones vulnerables y los marcos legales y políticas relativas a medios y libertad de expresión. Como miembro de la Red ANDI América Latina1[1], actúa junto a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (OEA) y la Comisión Niñ@Sur.

En el año 2008, la Red ANDI América Latina desarrolló una investigación que indicó graves deficiencias en marcos legales de comunicación del continente en lo que a niñez y adolescencia se refiere. El estudio La regulación de los medios de comunicación y los derechos de los niños, niñas y adolescentes abordó la legislación vigente y los proyectos de ley en trámite. Una de las principales conclusiones fue que los dispositivos legales existentes para organizar el ecosistema mediático en este campo padecen de poca consistencia desde un punto de vista técnico.

La libertad de expresión –como derecho fundamental- aún necesita ser promovida y defendida de manera cotidiana, ya sea por la interferencia del Estado o por la presión de grandes grupos económicos. En los últimos años, y gracias principalmente a una intensa movilización de organizaciones de la sociedad civil y a procesos de consolidación democrática de algunos países, el tema empezó a ocupar un espacio en la agenda de debate público y político. En Paraguay, un país marcado por una dictadura de 35 años es casi imposible hablar de regulación de medios sin que la discusión gire erróneamente hacia la censura.

En sociedades contemporáneas la comunicación es una herramienta esencial para el desarrollo inclusivo y sostenible. Se concibe a los medios de comunicación como actores sociales privilegiados por su capacidad única para marcar la agenda social y promover, calificar y orientar los debates de las sociedades democráticas.

[1] La Red ANDI América Latina nació en el año 2003 como una iniciativa conjunta de organizaciones no gubernamentales comprometidas con la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Su tarea es apoyar la consolidación de una cultura periodística que fortalezca la visibilidad pública de las políticas prioritarias para estos segmentos poblacionales y contribuya para el desarrollo humano y social, la igualdad y la equidad (http://www.andi.org.br/publicacao/red-andi-america-latina).

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

Supervisar las acciones gubernamentales, cambiar imaginarios sociales fuertemente arraigados, visibilizar aspectos cruciales vinculados a los derechos de las minorías y fomentar debates amplios y de alto nivel sobre políticas públicas son funciones indelegables de los medios de comunicación.

En ese contexto, la Agencia Global de Noticias trabaja hace más de 15 años promoviendo un periodismo respetuoso de los derechos de la niñez. Desde el monitoreo de medios se detectan avances. Sin embargo, aún se observan violaciones incluso a la escasa normativa que existe en la materia. La autorregulación de algunos periodistas y medios de comunicación, inspirados en el ejercicio ético de la profesión, pareciera no ser suficiente para garantizar un abordaje acorde a los compromisos asumidos como país y a la protección necesaria para que niños y niñas se desarrollen adecuadamente.

Conscientes de este importante rol de los medios y su alta capacidad de Incidencia en la agenda pública, la Agencia Global de Noticias suma un nuevo aporte al análisis y debate en esta materia. Con el apoyo técnico y financiamiento del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Conacyt, ha desarrollado entre los años 2017 y 2020 tres investigaciones:

1. Investigación socio-jurídica sobre potenciales violaciones a marcos legales nacionales e internacionales de derechos humanos, cometidas por reporteros y presentadores de los principales noticieros de televisión paraguayos.
2. Investigación socio-jurídica sobre los discursos emitidos contra los parámetros estructuradores de la ciudadanía y los derechos humanos, por reporteros, presentadores y fuentes de información de los principales noticieros de televisión paraguayos.
3. Investigación de análisis de contenido sobre piezas publicitarias emitidas por canales televisivos paraguayos durante los noticieros que producen y transmiten narrativas sobre temas relacionados a violencia y seguridad pública.

Con los resultados de las investigaciones se busca aportar al debate y la reflexión que encamine a la toma de decisiones y definiciones político-empresariales que aseguren las condiciones apropiadas para que la ciudadanía paraguaya pueda ejercer efectiva y eficientemente su derecho de acceso e interacción con los medios de comunicación.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

2. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivos del Proyecto

Analizar la producción de narrativas sobre temas de violencia y seguridad pública en los noticieros de la televisión paraguaya, de forma a identificar violaciones de derechos a los marcos legales nacionales y multilaterales cometidas por reporteros y presentadores.

Impulsar avances en tres vertientes complementarias: los instrumentos de regulación y políticas públicas del campo de la radiodifusión; las prácticas de autorregulación adoptadas por agencias de publicidad y empresas anunciantes; y los parámetros técnicos y éticos que orientan la construcción del discurso sobre temas de violencia y seguridad pública emitido por los noticieros de televisión.

Indicadores de cumplimiento:

3 investigaciones elaboradas en base a metodologías de monitoreo y análisis innovadoras y replicables, con foco en contenidos de violencia y seguridad; socializadas de manera multisectorial.

1 documento profundizado, elaborado y socializado, alrededor de datos y reflexiones sobre resultados de 3 investigaciones socio jurídicas sobre el abordaje de diversos aspectos que realizan 7 canales televisivos paraguayos (violaciones a marcos legales nacionales y multilaterales de derechos humanos; discursos emitidos contra los parámetros estructuradores de la ciudadanía y DDHH; piezas publicitarias emitidas durante los noticieros).

Resultado

Producción de documento profundizado y organización de un evento de debate multisectorial y de difusión de datos y reflexiones sobre el conjunto de resultados cuantitativos y cualitativos generados por las investigaciones mencionadas anteriormente.

Medios de Verificación:

• 1 documento profundizado con datos y reflexiones sobre resultados de las investigaciones mencionadas; elaborado y socializado.
• 3 documentos de investigación y documento profundizado con resumen de los estudios
• 1 documento con información de marcos regulatorios y políticas públicas relevadas
• 7 canales televisivos monitoreados durante 4 semanas distribuidas a lo largo de 4 meses
• Piezas informativas y publicitarias analizadas e incluidas en software de clasificación
• Matrices de análisis elaboradas e incluidas en software de clasificación
• Archivos de prensa
• Copias de boletines de pauta periodística

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

3. MARCO TEÓRICO

La Agencia Global de Noticias de Global Infancia monitorea, desde el 2003, el comportamiento editorial de los medios de prensa escrita paraguaya en relación a los derechos de la niñez y la adolescencia. Para ello utiliza la metodología de ANDI de Brasil, que desde 1996 trabaja con periodistas y fuentes de información para la producción de un periodismo socialmente responsable y de calidad, incluyendo entre sus tareas el monitoreo de medios.

La herramienta de investigación adoptada por Global es la del Análisis de Contenido, desarrollada originalmente en el campo de las ciencias sociales, pero que con el alcance ampliado de los medios masivos pasó a ser utilizada para generar diagnósticos sobre diversos tipos de productos mediáticos, en el ámbito del periodismo, el entretenimiento o la publicidad.

Esta metodología intenta cuantificar las características de determinados contenidos de forma objetiva y con rigurosidad científica. El sistema de clasificación redobla esfuerzos para que el analista prácticamente no tenga lugar a interpretación, sino que se limite a identificar los elementos presentes o ausentes en cada pieza monitoreada.

Harold Lasswell, polítólogo norteamericano, ha formulado cuestiones centrales de esta metodología aplicada a los medios. Su coterráneo Bernard Berelson, pionero en el área de la ciencia comportamental, define que ese método de investigación pondrá foco en elementos que pueden ser objetivamente observados y evaluados; hace inferencias con respecto a mensajes y significados existentes; y genera resultados que pueden ser numéricamente presentados.

El proyecto planteó trabajar con investigaciones vinculadas al impacto que tienen los medios de comunicación, particularmente los televisivos, en situaciones de violencia y seguridad pública.

Se partió de la hipótesis de que los canales televisivos del Paraguay trasgreden cotidianamente las escasas normativas previstas en la legislación del país y los principios éticos de respeto de sus derechos humanos y la seguridad pública. Esto puede afectar la seguridad y desarrollo adecuado de las poblaciones más vulnerables, ya sea privándoles de la exposición a contenidos adecuados que estimulen su creatividad y pensamiento crítico, a través de la exposición constante a contenidos que impactan negativamente en su bienestar y desarrollo armónico e integral y; vulnerando sus derechos cuando son objeto de noticias que reportan situaciones violentas, principalmente cuando están en condición de victimarios-

Con los resultados de estas investigaciones se busca aportar al debate y la reflexión que encamine a la toma de decisiones y definiciones político –empresariales que aseguren las condiciones apropiadas para que la ciudadanía pueda ejercer efectiva y eficientemente su derecho de acceso e interacción con los medios de comunicación.

El proyecto está relacionado con las Tecnologías de la información y la comunicación, en tanto que se espera que los resultados de estas investigaciones despierten el debate para favorecer un marco institucional y regulatorio para y desde los mismos medios de comunicación del forma a que los mismos puedan cumplir de la mejor manera con todo el potencial para marcar agenda social y pública, calificar los debates propios de una sociedad democrática, visibilizar aspectos cruciales vinculados a derechos de las minorías y cambiar imaginarios sociales que perjudican su desarrollo y bienestar.

Se considera que este proyecto es un aporte para la promoción de la apropiación del conocimiento y su aplicación en la innovación social, creando oportunidades para una innovación social emprendedora desde los medios de comunicación y aportando al desarrollo de masa crítica.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

4. MATERIALES Y MÉTODOS

Se consideran 7 canales televisivos paraguayos: Canal 9, Canal 13, Telefuturo, Paravisión, Red Guaraní, Paraguay TV y Unicanal. La muestra contempla todos los noticieros presentados en períodos cercanos al mediodía y al horario central de la noche; habitualmente utilizados por los programas informativos de mayor influencia sobre la opinión pública. Serán monitoreadas 4 semanas completas, de lunes a domingo, registradas a lo largo de diferentes meses, tomándose la semana 1 del mes 1, la semana 2 del mes 2 y así sucesivamente.

Cada noticia y cada pieza publicitaria fue evaluada en fichas específicas como una unidad de análisis. Las matrices de análisis fueron generadas en un software que facilita las etapas de clasificación, análisis y posterior procesamiento estadístico de la información.

Para esta iniciativa se tomaron en consideración los 7 canales televisivos del Paraguay: 6 canales comerciales abiertos (Canal 9, Canal 13, Telefuturo, Paravisión, Red Guaraní), 1 canal abierto público (Paraguay TV) y un canal de cable (Unicanal). Se monitoreó la programación y publicidad emitida entre las 7 y las 21 hs,

En base a los insumos de ese monitoreo, se realizaron las tres investigaciones de referencia que apuntan a distintos aspectos a considerar en relación a las regulación y cuidado del contenido mediático: el nivel de cumplimiento de lo establecido por ley; las características y calidad del abordaje desde una perspectiva ética; y las características de las pautas publicitarias, considerando el impacto de las mismas en niños y niñas (regulación desde las empresas).

La muestra de análisis contempló 4 semanas, de lunes a viernes, que fueron tomadas a lo largo de 4 meses (septiembre, octubre, noviembre y diciembre), del año 2017; tomándose la semana 1 del mes 1, la semana 2 del mes 2 y así sucesivamente. Cada programa o pieza publicitaria fue analizada en una ficha específica, como una unidad de análisis. La matriz de análisis fue incluida en un software exclusivo de la Red Andi que permite la clasificación, análisis y posterior procesamiento estadístico de la información.

Los indicadores para el análisis fueron definidos tomando en consideración investigaciones similares de la Red Andi y criterios específicos del país. En líneas generales se utilizaron indicadores cuantitativos (número de piezas analizadas) y cualitativos (que incluyeron de acuerdo a cada investigación aspectos de cumplimiento legal, de calidad periodística, de enfoque de derechos, de preponderancia, de temáticas abordadas, de cuestiones éticas, de impacto en la vida de niños, entre otros).

A partir de los datos generados por la tabulación se aseguró la construcción de una amplia radiografía del tratamiento editorial o publicitario dado por los medios seleccionados.

Basándose en las tablas producidas, los investigadores del equipo de análisis de medios tuvieron las condiciones de realizar las lecturas que ayudarán en la producción de las investigaciones.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

La Agencia Global de Noticias es pionera en el desarrollo de investigaciones de monitoreo de medios desde la metodología descrita. Las escasas investigaciones nacionales de monitoreo de medios existentes han sido desarrolladas con una metodología diferente que no siempre reflejan el método y rigurosidad que plantean la Red Andi AL. La Agencia entra a cubrir un déficit en el país en lo que hace a lectura analítica y objetiva de medios, de manera sistemática hace ya más de 17 años, reconociendo la importancia estratégica de los medios de comunicación en el desarrollo de la sociedad, en la formación crítica de la opinión pública y en la incorporación de temas relevantes en la agenda pública y política del país.

Las investigaciones de esta iniciativa son innovadoras ya que incluyen elementos que anteriormente la Agencia no consideraba con la rigurosidad planteada: el análisis e impacto del contenido publicitario y programático televisivo desde el cumplimiento de las leyes y normas establecidas como atendiendo a delineamientos éticos y de respeto de los derechos humanos.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A pesar del gran desarrollo tecnológico de las comunicaciones y de la multiplicación de plataformas mediáticas para que el ciudadano se informe y comunique, la garantía de la libertad de expresión no es una tarea simple. Son diversos los obstáculos para la libertad de expresión, un derecho fundamental de todas las personas. Dos son los grandes desafíos: la amenaza de la interferencia indebida del Estado con el objeto de filtrar y modular el flujo de informaciones que circulan en la esfera pública y la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.

El escenario que se vive en Latinoamérica -y en Paraguay- es bastante problemático. La preponderancia del sistema privado de comunicaciones ha estado conviviendo con una amplia ausencia de reglamentación de este sector. La histórica omisión de los Estados presenta como síntomas más evidentes una fragilidad de los marcos legales y de políticas públicas, además de una dispersión de los organismos responsables de efectuar la supervisión y control correspondientes. La instrumentalización de medios privados ha encontrado poca resistencia. Los propios medios de comunicación han obstaculizado el debate. Las propuestas de modernización democrática en este sector con frecuencia son tildadas de buscar, en realidad, la censura de la libre expresión de ideas.

Los medios de comunicación cargan con innumerables responsabilidades, establecidas en documentos internacionales En un informe presentado ante la Asamblea General de las Naciones Unidas en octubre del 2014, el Relator Especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y de Expresión, Frank la Rue llama la atención sobre la necesidad de formular e implementar medidas de carácter protector.

La comunidad académica mundial, organizaciones de la sociedad civil, gobiernos de diversos países y organismos multilaterales han acumulado conocimiento sobre temáticas relacionadas con el desarrollo de marcos legales y políticas públicas enfocadas en la garantía del derecho a la libertad de expresión y comunicación. Los Estados deben actualizarse y perfeccionar los mecanismos que hagan viable una relación saludable, constructiva y ciudadana entre la ciudadanía y medios de comunicación; principalmente si se habla de poblaciones vulnerables, como la de los niños, niñas y adolescentes.

El vacío generado por omisión de los Estados da oportunidad a graves violaciones y abusos cometidos cotidianamente por medios de comunicación. Aparte del impacto negativo directo, la ausencia de parámetros orientadores hace que el inmenso potencial positivo de los medios para promover el derecho de los más jóvenes a un desarrollo integral se vea desperdiciado.

Paraguay no escapa a este contexto. El monitoreo de medios realizado por la Agencia Global de Noticias da cuenta de múltiples trasgresiones a normativas existentes y a principios éticos.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

6. CONCLUSIONES

Las investigaciones realizadas ponen en evidencia la necesidad de que los medios operen con el mayor y mejor ajuste y consideración de lo establecido en los diferentes dispositivos legales con que cuenta el Paraguay, así como con discursos y narrativas más y mejor alineados a los derechos humanos para organizar su ecosistema mediático. Observar el alto porcentaje de narrativas encontradas con potenciales trasgresiones al marco jurídico paraguayo; así como la presencia residual de referencias a derechos humanos en las notas televisivas sobre violencia. debería constituir un llamado de atención y exhortar a la reflexión de profesionales y empresas del periodismo que consideren el conocimiento y respeto del marco legal como un valor y elemento imprescindible para un ejercicio profesional ético.

Sobre las violaciones al marco jurídico

De un total de 1.256 notas sobre violencia monitoreadas y analizadas en el marco de esta investigación, emitidas en 280 ediciones de noticieros televisivos, entre los meses de septiembre y diciembre del año 2018; en 612 oportunidades (48%) se han identificado una o más posibles violaciones de derechos y desatención a leyes y normas autorregulatorias de la jurisdicción interna paraguaya.

No se ha logrado detectar, a lo largo de la investigación, un patrón que establezca una clara relación entre la cantidad de espacio cedido a temáticas policiacas o de violencia en base a los criterios establecidos en la presente investigación, y el nivel de irrespeto al marco jurídico nacional establecido. Esto solo se ha dado en el caso de Canal 9, medio en el que se registró la mayor cantidad de notas con contenido violento emitido en los medios y periodo de estudio (295 de las 1.286 analizadas) y el mayor porcentaje de presunta trasgresión a una o más normativa en el desarrollo de estas notas (29,25%). Cabe mencionar que este canal fue también el único en el que se identificaron todas las posibles violaciones estudiadas.

En el otro extremo, y confirmando lo mencionado en el párrafo precedente, Paraguay TV, que fue el medio con menor cantidad de notas sobre violencia (16, equivalentes al 2,61% del total), fue el segundo medio con mayor alto porcentaje de identificación de afectación presunta al marco jurídico establecido: 51,61%.

Así, el orden de medios en cuanto a cantidad de narrativas sobre violencia emitidas en el periodo de estudio es: Canal 9, Telefuturo, Paravisión, Canal 13, Unicanal, Red Guaraní y Paraguay TV; mientras que el orden en relación a los porcentajes de presencia de presuntas trasgresiones al marco jurídico se conforma de esta manera: Canal 9, Paraguay TV, Canal 13. Paravisión, Unicanal, Red Guaraní y Telefuturo.

Otro elemento que debería constituir un elemento de reflexión es el hecho de que la mayoría de las notas con contenido policiaco y con posibles violaciones a la normativa nacional son transmitidas principalmente en el horario del mediodía; horario considerado como de protección a niños, niñas y adolescentes. Sería aconsejable, en este sentido, que

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

los medios consideren la posibilidad de "reservar" este tipo de notas por fuera de este horario, más aún considerando que el contenido referenciado en este estudio, además de exponer escenas de violencia, podrían estar normalizando ciertas prácticas que podrían constituir un irrespeto a la ley paraguaya. Cabe reconocer en este aspecto a Paravisión, Unicanal y Paraguay TV, medios que presentaron los menores porcentajes de notas con posibles violaciones en el horario de protección, aunque un absoluto reconocimiento y respeto a la vulnerabilidad de niños y niñas adolescentes debería implicar la ausencia total de este tipo de contenido en el horario de protección.

El tiempo de duración de exposición a contenido violento y con posibles trasgresiones a la normativa nacional establecida, debería ser otro elemento importante de reflexión. De acuerdo a los supuestos del estudio, el mayor tiempo de exposición maximiza la posibilidad de efecto negativo; por lo tanto, se asume que cuanto más prolongada sea la exposición de la narrativa sobre violencia, mayores posibilidades hay de incurrir en violaciones de normas. El monitoreo realizado ha permitido identificar casos de extensas coberturas, llegando a notas de entre 86 y 88 minutos; un tiempo considerado alto, especialmente para un tipo de medio en el que cada minuto tiene un importante valor.

Exposición indebida de personas y Violación de la presunción de inocencia, han sido los aspectos encontrados con mayor frecuencia en el monitoreo realizado, en base a las especificaciones conceptuales y metodológicas establecidas para la presente investigación. Estas cuestiones, que juntas representan más del 80% del total de posibles violaciones registradas, al ser expuestas públicamente ponen en vilo la dignidad y honra de la persona. Desde esta investigación se considera que uno de los mayores desafíos del periodismo en este tipo de cobertura es el de informar desde el concepto del "interés ciudadano", sin confundirlo con "la curiosidad o morbo ciudadano", y sin caer en la contradicción de presentar en el abordaje periodístico rasgos conductuales similares a los que están siendo criticados.

Si bien no se pretende clasificar las presuntas violaciones como más o menos dañinas, se valora le presencia menos significativa de cuestiones como el Discurso de odio y prejuicios por diversos motivos (raza, color, etnia, religión, situación socioeconómica, orientación sexual o género, nivel de escolaridad, edad u origen nacional); la Identificación de adolescentes en conflicto con la ley o involucrados en causas judiciales o administrativas; y la Incitación a la Violencia y a la desobediencia de leyes y decisiones judiciales. Los medios de comunicación social pueden dar un gran aporte en la construcción de una sociedad justa, igualitaria, libre de discriminaciones; que tenga como valor el respeto irrestricto a las normas fundamentales para una convivencia pacífica y democrática y que reconozcan a la niñez y adolescencia como un sector que debe ser particular y especialmente protegido.

Se reitera el interés de esta investigación de dar un aporte para una reflexión conjunta sobre la labor periodística, especialmente en casos que hacen al ámbito judicial o policial, y en noticias donde prevalece la violencia; muchas veces poniendo en riesgo el respeto a derechos constitucionales que deben ser considerados de manera prioritaria en el ejercicio de la importante labor del periodismo y la comunicación.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

Sobre los Discursos vinculados a los derechos humanos

Los Derechos Humanos tiene una presencia residual en las notas televisivas sobre violencia. Solo el 9,02% de las 1.286 noticias de violencia registradas y analizadas, mencionan la amplia esfera que recubre el tema de derechos humanos.

Cuando los noticieros televisivos hacen mención de los derechos humanos, en su gran mayoría (70,69%) esa mención implica una crítica. En un Estado democrático, el conocimiento y la claridad en relación a la garantía y cumplimiento de estos derechos, para todas las personas, resulta imprescindible. La prensa podría tener un rol fundamental en este aspecto.

Los noticieros televisivos monitoreados destacan una posición mayoritariamente negativa al hacer referencia a los derechos humanos (54%); es decir, principalmente se hacen críticas. La valoración positiva apenas estuvo presente en el 13% de los casos registrados. Cabe destacar que en un considerable 27% de las menciones no se presentó valoración alguna.

En la prensa televisiva prevalece una mirada crítica y cuestionadora a las instituciones democráticas y, tácitamente, a los derechos humanos; a juzgar por el monitoreo realizado: el 32,46% de las críticas registradas se centró en descalificar a instituciones democráticas. En menor medida, también fueron objeto de esta postura cuestionadora el marco jurídico vigente en el país y de los derechos humanos, en general (cada uno con el 12,28%) En menos medida se descalifica a los políticos en general (8,77%). Un dato revelador surge ante la defensa de la adopción de legislaciones más rígidas, que, aunque no presenta un porcentaje significativo (6,14%), denota una línea de pensamiento más alineada a una visión de "mano dura" que a una propuesta educativa y de reinserción.

El análisis de datos muestra indicios de una mirada que se endurece y hace crítica ante las políticas e instituciones públicas, su gestión, los actores responsables de las mismas y el marco jurídico que las regula.

Sectores tradicionalmente postergados en la garantía y respeto de sus derechos, tuvieron igualmente una baja recordación en los noticieros televisivos. Se observa con optimismo que sea casi insignificante la descalificación a los derechos de estas poblaciones particularmente vulnerables: mujeres, personas en situación de pobreza del ámbito rural y urbano y los adolescentes en conflicto con la ley. Sería oportuno, incluso, que la prensa tenga un claro enfoque de promoción y respeto de sus derechos.

Igualmente, plausible se considera el no registro de menciones a descalificación a aspectos relativos a los derechos de ancianas/os, niñas, niños y adolescentes, poblaciones indígenas, población LGBT, personas con discapacidad y otras.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

La gestión de las instituciones democráticas fue principalmente la más criticada; es decir, la forma en que éstas realizan u operativizan sus funciones. En menor medida se criticó la competencia (9%) y solo en un 7% se hizo alusión crítica a la existencia de la institución. Esto permite suponer de parte de la prensa una comprensión y respeto en relación a la existencia de las instituciones establecidas democráticamente.

Los principales autores de las críticas realizadas son los propios reporteros, cronistas y presentadores del noticiero; seguidos de los partidos políticos, el Ministerio Público, abogados de la víctima y del sospechoso/a; entre los principales. Llama la atención el hecho de que algunos actores que tienen la función de defender los derechos humanos figuren entre quienes más realizan críticas; tal es el caso de partidos políticos, el Ministerio Público y profesionales del derecho (abogados/as).

El 44% de las reacciones de los medios ante las críticas de los DDHH conlleva un énfasis a las mismas; en el 52% de los casos no reaccionan ante las críticas. En ni una oportunidad se contradice la crítica, aunque en el 1% la suaviza o relativiza. En el 3% de los casos se presentaron discrepancias de posturas dentro del medio.

Las criticas encontradas se refieren principalmente al accionar policial en general y en acciones cotidianas de violencia.

El perfil de las personas referidas en las notas en que se hace mención a los derechos humanos incluye principalmente a las sospechosas y víctimas de violencia, hombres, adultos y adultos jóvenes.

Las personas sospechosas o investigadas son las que aparecen en mayor proporción (70,83%). Alerta el hecho de que éstas son tratadas muchas veces como si ya estuviera probada su participación y autoría en el hecho reportado. En mucho menor medida son mencionadas las víctimas (14%) y las familias de las víctimas (5,5%).

Se reitera la importancia de cuidar que las coberturas televisivas no incurran en una invasión e intromisión en espacios íntimos, privados y familiares.

Se destaca y valora positivamente el hecho de que no se ha detectado vulneración de derechos de grupos étnicos.

Sobre las tandas publicitarias

Se analizaron 7.847 anuncios comerciales en 280 noticiosos de siete canales de televisión nacionales; un promedio de 28 avisos publicitarios por noticiero.

El sector privado identificado en la muestra alcanza a 67 empresas, las que invierten en el 89% (6.964 piezas) del espacio pagado en los noticiosos de televisión. 16 empresas de estas 67 empresas utilizan el 51,72% del tiempo del pautaje en los noticiosos monitoreados. El 48,28% del tiempo restante se distribuye entre 51 empresas que no superan las 100 apariciones.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

Los rubros más anunciados son: Telecomunicaciones (22,41%), Limpieza del hogar (21,91%), Belleza y aseo personal (16,22%), Bebidas alcohólicas (9,87), Servicios de belleza y moda (6,49%), Alimentos (5,49%) y Bebidas saborizadas (4,02%).

Continúan los arquetipos predominantes del rol femenino ligado a la belleza y el cuidado de la casa y el hogar. La marca OMO (Unilever), con su publicidad para el producto Primer lavado (11 pautas), es la única que presenta a un varón realizando una tarea doméstica, rol atípico para el standard al cual la sociedad está acostumbrada, hasta el momento.

Bebidas alcohólicas también forman parte de uno de los rubros que más servicios ofrecen (categoría Ocio y placer) ya que promocionan eventos culturales y musicales importantes. Que no aparezcan mujeres sugerentes en las publicidades monitoreadas que promocionan alcohol es un hecho novedoso y positivo para anuncios de este tipo de productos, cuyos mensajes habitualmente están ligados al uso de la iconografía femenina para atraer a varones.

El Código de Autorregulación de CERNECO (Centro de Regulación, Normas y Estudios de la Comunicación), en el artículo 34 dispone que: "En ningún caso la publicidad de estos productos sugerirá que su consumo produce en el consumidor estados de bienestar o satisfacción vital o psicológica, atribuyéndoles propiedades nutritivas, de sedantes o estimulantes", Sin embargo, todas las publicidades de productos alcohólicos muestran que esta normativa no es tenida en cuenta, ya que las piezas sí promueven el consumo de estos productos alcohólicos como fuente de bienestar propio y social.

De entre las categorías de servicios, lidera el ránking el rubro de Telecomunicaciones. Las marcas de telefonía móvil Personal (380 pautas) y Tigo (312), aparecen entre las primeras cinco empresas con mayor presencia en publicidad, mientras que Claro está muy lejos de ellas con 116 pautas.

En la categoría de Organizaciones de la sociedad civil se pudieron identificar 192 piezas publicitarias. La Cámara Paraguaya de Libranzas y Débito Directo (CAPALI) es la organización que mayor cantidad de piezas publicitarias presenta, con casi un 31% del total. Muy de cerca aparece la Cámara Paraguaya de Casas de Crédito (CPCC), con casi un 30% de anuncios del total identificado y en tercer lugar, se visualiza a la Fundación Ñande Paraguay, con un 23% del total de espacios publicitarios.

Atrae la atención que todos los avisos de la Fundación Ñande Paraguay pueden ser considerados como anuncios del gobierno, ya que informan exclusivamente sobre resultados de acciones estatales, y es de conocimiento general que esta institución pertenece al mandatario en ejercicio al momento de este estudio (Horacio Cartes).

De las 7.847 publicidades monitoreadas, un 1,13% se corresponde con promociones del Poder Ejecutivo y un 0,1% se corresponde con actividades promovidas por el Poder Judicial.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

De las 89 pautas publicitarias, la mayor parte de las actividades promovidas por el Poder Ejecutivo se engloban en dos variables: Campañas de Interés Público (con 48 pautas) y Resultados de Acciones Estatales (con 41 pautas).

De los siete canales monitoreados, Telefuturo, Canal 13 y Unicanal son los que mayor presencia de publicidad tienen en sus noticiosos. Telefuturo, con 1.682 anuncios comerciales, encabeza esta lista. Por el contrario, Paraguay TV es el que menos espacios publicitarios tiene, con 36 pautas monitoreadas, lo que supone una notoria diferencia si lo comparamos con el siguiente canal con menos publicidad, Paravisión, con 547 pautas.

Casi el 57% de estas pautas promocionan valores de diferente tipo acorde a un sentido de comunidad, ética y moral; el 22% posee contenidos violentos que podrían incitar a la violencia y el uso de Malas Palabras aparece en 22 pautas suponiendo casi un 4% de esas.

Casi un 10% son publicidades de productos dirigidos al consumo de niños (59 piezas) un interesante 7,6% divulga entre sus contenidos antivalores que promueven actitudes poco apropiadas como ejemplo para los televidentes (45 pautas).

Se han identificado como publicidades con antivalores las pautas que hacen referencia a programas institucionales de las propias emisoras.

Las empresas privadas que promueven valores según el monitoreo llevado a cabo vienen repartidas en los diferentes canales monitoreados.

Se identificó un total de 766 tandas, entre publicidades y spots gubernamentales y de la sociedad civil, donde aparecen niñas, niños y adolescentes, en el total de la muestra analizada de 7.847 pautas, lo que equivale a casi un 10%.

El 84% de estas tandas tienen como anunciantes a empresas del sector privado; los 55 spots restantes son del Gobierno nacional (7,2%) y 34 corresponden a la sociedad civil (4,4%).

La presencia de la niñez se da en 539 productos publicitarios. Esta presencia se da con mayor frecuencia en tres rubros de productos: Alimentos, con 198 tandas; Limpieza del hogar, con 165 tandas y en productos que van dirigidos a niños y niñas, en un total de 99 apariciones.

En los 148 Servicios en los que aparece la niñez como protagonista o con rol secundario se han encontrado 44 pautas en servicios de Telecomunicaciones; 31 pautas en la clasificación de Ocio y placer y 20 en emblemas de distribución de combustible.

En el 14,6% del total de 766 tandas publicitarias monitoreadas, se pudo identificar la promoción de valores.

A partir de este grupo de spots del Estado, donde se observa como protagonistas o en roles secundarios a niños/as y adolescentes, este estudio se cuestiona la necesidad de aparición de este segmento de la población ya que los mensajes de resultados de acciones

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

estatales no son expresamente dirigidos a ellos y tampoco brindan servicios que ayuden específicamente a su desarrollo.

Los registros del monitoreo realizado indican que hay 230 spots y publicidades dirigidas a públicos infantiles o adolescentes y que es en Red Guaraní donde hay mayor presencia de este tipo de pautas, con 61 anuncios monitoreados.

Con respecto a la zona horaria en la que se presentan encontramos que 129 se emiten en horario de mediodía siendo parte del horario infantil; mientras que unos 79 se emiten a la noche. En ambos casos, las pautas aparecen dentro de la tanda de intervalos publicitarios.

Conforme a la naturaleza de las instituciones anunciantes, se observa claramente una prevalencia de empresas privadas con 175 anuncios, seguidas de instituciones de naturaleza estatal, con 26 pautas promovidas por el Ejecutivo y las organizaciones de la sociedad civil que presentan 18 anuncios dirigidos a niños/as y/o adolescentes.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

7. CONTRIBUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A partir de las investigaciones, se pretende contar con datos y avances en tres vertientes complementarias: los instrumentos de regulación y políticas públicas del campo de la radiodifusión; las prácticas de autorregulación adoptadas por agencias de publicidad y empresas anunciantes; y los parámetros técnicos y éticos que orientan la construcción del discurso sobre temas de violencia y seguridad pública emitido por los noticieros de televisión.

Con los resultados presentados se busca aportar al debate y la reflexión que encamine a la toma de decisiones y definiciones político –empresariales que aseguren las condiciones apropiadas para que niños, niñas, adolescentes, jóvenes y la ciudadanía en general puedan ejercer efectiva y eficientemente su derecho de acceso e interacción con los medios de comunicación. De esta forma se aspira a favorecer un marco institucional y regulatorio para y desde los mismos medios de comunicación. de tal forma a que los mismos puedan cumplir de la mejor manera con todo el potencial para marcar agenda social y pública, calificar los debates propios de una sociedad democrática, visibilizar aspectos cruciales vinculados a derechos de las minorías cambios imaginarios sociales que perjudican su desarrollo y bienestar.

Las investigaciones en cuestión ofrecen información y reflexiones que constituyen una oportunidad para una innovación social emprendedora y ética desde los medios de comunicación y para el desarrollo de una masa crítica en torno a la acción, el rol y el impacto de los medios de comunicación.

Se espera también de alguna manera incidir toma de decisiones y definiciones político –empresariales que aseguren las condiciones apropiadas para los medios de comunicación actúen en conformidad a los marcos legales y políticas públicas vigentes para el Paraguay, en consonancia con la libertad de expresión y los Derechos Humanos del Paraguay u qie así los medios de comunicación puedan cumplir de la mejor manera con todo el potencial para marcar agenda social y pública, calificar los debates propios de una sociedad democrática, visibilizando aspectos cruciales vinculados a Derechos Humanos.

Igualmente, sumar nuevas referencias a las que ya ha venido desarrollando previamente la institución, que permitan ofrecer herramientas e insumos que favorezcan un ejercicio ético y de calidad de periodistas y medios de comunicación.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Congreso Nacional del Paraguay. Proyecto de Ley "que modifica el Artículo 19 de la Ley N° 1160/97 'CÓDIGO PENAL". Paraguay, 2017.
- María de Monserrat Pérez Contreras. Infancia y violencia en medios de comunicación. Aproximación a un aspecto de la educación informal. UNAM. Instituto Investigaciones Jurídicas. México, 2008.
- Oscar Lezcano Barreto - ABC Color, ¿Y el horario de Protección del Menor? Paraguay, 26 de agosto de 2011.
- Fundación Secretariado Gitano. Igualdad de trato, medios de comunicación y
- comunidad gitana. Guía Práctica para Periodistas. Madrid, 2010.
- ANDI. Guia de monitoramento: Violações de direitos na mídia brasileira III. Brasil, 2016.
- Defensoría del Público Gobierno Argentina. Guía para el tratamiento periodístico
- responsable de noticias policiales. Argentina, 2016.
- José Manuel Bezanilla, Ma. Amparo Miranda, Jorge Humberto González Fabiani. Violaciones graves a derechos humanos: violencia institucional y revictimización. Cuadernos de crisis y emergencias. México.
- Javier Alvarez- Galvez. Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. 2012.
- Francisco Muñoz Conde. La búsqueda de la verdad en el proceso penal. España,
- Septiembre, 2003.
- María Elena García-Perrote Forn. Proceso Penal y Juicios Paralelos. Tesis Doctoral Universidad de Barcelona. España, noviembre 2015.
- Lic. Wendy Blanco Donaire - Mundiario. Algunos medios de comunicación se convierten en máquinas de revictimización. 10 de octubre, 2013.
- ACNUDH. Conjunto de Principios para la protección de todas las personas sometidas a cualquier forma de detención o prisión. Página web de ACNUDH.
- Centre Londres 94. La Violencia en los Medios de Comunicación. Efectos en Niños y Adolescentes. http://www.centrelondres94.com/files/Violencia_medios_comunicacion_efectos_ninos_adolescentes.pdf.
- Romaidentity. Medios de Comunicación e Identidad Romani. Proyecto Europeo. Junio, 2014
- Periodistas en Español.com. Periodistas contra el Discurso de Odio en los Medios.
- Madrid, 14 de agosto de 2015.
- UNICEF. Hojas informativas sobre la protección de la infancia. Niños en conflicto con la ley. 2006.
- Global Infancia. Niñez y Adolescencia en la Prensa Paraguaya. Informe 2006. Paraguay, 2007.
- Red Andi América Latina – Página Web: http://www.andi.org.br/publicacao/red-andiamerica-latina
- CONATEL - Página Web: https://www.conatel.gov.py/conatel/leyes/
- Ultima Hora. El 2018 cierra con 55 víctimas de feminicidio. 28 de Diciembre, 2018.

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".

9. ANEXOS

Se anexan, en adjunto, los siguientes documentos:

- Documento con marcos regulatorios
- Documento de contratos
- Informes y registros fotográficos de capacitaciones de Equipo Técnico
- Planillas de asistencia a capacitaciones de Equipo Técnico
- Planilla de detalle de grabaciones
- Presupuestos y fotos de equipos adquiridos
- Grilla de Análisis publicitario
- Ficha de análisis de investigaciones 2 y 3
- Presentación multimedia preliminar de investigaciones
- Presentación multimedia final de resultados de investigaciones
- Tabla de resultados Análisis de noticieros televisivos
- Boletines Huellas
- Informe de difusión en medios
- Registros fotográficos de presentación de resultados
- Muestras de invitación a presentación de resultados
- Documentos de investigaciones

El *CONACYT es un ente financiador de los proyectos de investigación.*
Las opiniones y conclusiones del resultado final de los proyectos son de exclusiva responsabilidad de los autores y las instituciones beneficiarias".