



COBERTURA MEDIÁTICA DEL FEMICIDIO Y EVENTUALES CONSECUENCIAS *

Media coverage if femicide and its possible consequences

Fecha de recepción: 1-12-2015 Fecha de aceptación: 1-2-2016

PATSILÍ TOLEDO VÁSQUEZ

Doctora en Derecho público por la Universidad Autónoma de Barcelona. En 2009 realiza una Consultoría publicada por la Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Derechos Humanos – México, en torno a los procesos de tipificación del femicidio y feminicidio en países latinoamericanos. Es autora de artículos en torno a estos procesos publicados, entre otros, en el Anuario de Derechos Humanos de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile, y en el libro *Tipificación del femicidio en Chile: Un debate abierto*, de la Red Chilena contra la Violencia Doméstica y Sexual.

CLAUDIA LAGOS

Periodista y Magister en estudios de Género. Profesora Asistente de la Universidad de Chile. Actualmente cursa un doctorado en *University of Illinois at Urbana-Champaign*. Como periodista, trabajó en diversos medios de comunicación chilenos y en investigaciones independientes. Ha sido investigadora o coinvestigadora en diversos estudios sobre periodismo, medios y feminismo y comunicación. Es autora del libro *Aborto en Chile* LOM Ediciones (2001) y ha publicado en revistas académicas nacionales e internacionales.

Resumen: Investigación sobre la violencia contra las mujeres en los procesos de producción mediática, en las representaciones de género, en los discursos y en los contenidos de los medios. Las diferentes culturas televisivas ofrecen diferentes narrativas y proponen diversas visiones de la sociedad a través de éstas. Esta cobertura mediática de los femicidios podría incidir en la violencia contra las mujeres.

Palabras clave: Femicidio – Medios de comunicación – Europa – América Latina

Abstract: *This work shows some results of a research on violence against women in media production processes, genre representations, discourses and media content. Different television cultures offer different narrative forms and through them suggest several views of the society. Media coverage of femicide could influence violence against women.*

Key words: *Femicide - Means of communication – Europe - Latin America*

Los homicidios de mujeres han ganado más atención social y mediática en las últimas décadas, en particular los casos en que mujeres son asesinadas por sus parejas o ex parejas, denominados femicidios íntimos. Éstos conforman la parte más significativa de los homicidios de mujeres a nivel global y se han incrementado relativamente a pesar de la disminución de los homicidios en las últimas décadas, como ha señalado Naciones Unidas (UNODC, 2011).

En Europa, a pesar de la inexistencia de estadísti-

cas regulares en gran parte de los países, cuando se han cuantificado, se evidencia un incremento o un nivel constante de crímenes, a pesar de las políticas orientadas a reducirlos (1). Los estudios existentes confirman que los femicidios íntimos suelen ser el corolario de violencia previa; es decir, no constituyen incidentes violentos aislados. En Latinoamérica, las organizaciones de mujeres registran estos casos desde hace más de una década y, en los últimos años, también hay estadísticas oficiales, al menos parciales. Latinoamérica es la ter-



cera región con mayor prevalencia de homicidio de mujeres cuyos victimarios son sus parejas, después del Sudeste Asiático y África (WHO, 2013).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA MACHISTA

En relación al femicidio y la violencia contra las mujeres, diferentes culturas televisivas ofrecen diferentes narrativas y proponen diversas visiones de la sociedad a través de éstas. Por ejemplo, los recursos narrativos de la ficción (música, primeros planos, reiteraciones, construcciones melodramáticas) son centrales en la construcción narrativa de los medios en América latina, pero son inusuales en países europeos.

En Latinoamérica, el sensacionalismo de la cultura popular de masas tiene como antecedente el de la imagería religiosa de la Iglesia Católica, utilizada como instrumento de propaganda (de estética simbólico-dramática) y replicado posteriormente por los medios de comunicación que buscan “conseguir un mismo efecto: apelando a los instintos primarios (al miedo, a la emoción, al dolor, al sufrimiento, a la alegría, etc.) intentarán causar sensación, es decir, impresionar” (Sunkel, 1985: 50).

La producción y reproducción de estereotipos de género y, en particular, de la violencia de género en los medios ha sido objeto de interés de los estudios feministas desde hace décadas (Mattelart, 2003). Así, se ha investigado sobre el lugar de las mujeres y, en particular de la violencia contra éstas, en los procesos de producción mediática, en las representaciones de género, en los discursos y en los contenidos de los medios, entre otros.

En el caso de la producción informativa, la participación de las mujeres en las redacciones de los medios y en los cargos de responsabilidad editorial es baja (IWMF, 2010) y diversos estudios muestran que los valores noticiosos hegemónicos corresponden a una cultura machista que impregna las rutinas periodísticas de las salas de redacción. Finalmente, distintos estudios, en diversos países, dan cuenta de la sobrerrepresentación de la violencia y la discriminación contra mujeres y niñas en los contenidos informativos, especialmente los que se transmiten por televisión. (2)

POSIBLES CONSECUENCIAS DE LA COBERTURA INFORMATIVA DE LOS FEMICIDIOS

a) Enfocar la violencia contra las mujeres como un problema individual/de pareja:

En la cobertura mediática del femicidio y de la violencia contra las mujeres, se han identificado

cuatro enfoques: 1) el policial; 2) el que considera que dichos eventos involucran a “otros” diferentes a “nosotros”; 3) el que culpa a las víctimas y/o excusa al victimario; 4) el que resalta el impacto debido a que el perpetrador es identificado según su “normalidad” (Gillespie et al., 2013).

Los enfoques policiales o “sólo los hechos” favorecen una visión sensacionalista, destacan datos escabrosos -como el número de puñaladas que recibió la víctima-, a los celos o el uso de drogas o alcohol, reproduciendo acríticamente la justificación del propio autor del crimen o incluyen expresiones como “del amor al asesinato” o “crimen pasional”, enmarcando los homicidios como “historias de amor”. Este enfoque es frecuente en Latinoamérica pero también está presente en Europa. Estos enfoques mantienen una desconexión crítica entre los femicidios, presentados como casos aislados e individuales, y la violencia contra las mujeres como un problema social más amplio (Gillespie et al, 2013), tal como señala también Halili (2013) en un estudio realizado en Suecia, y lo denuncian organizaciones feministas en Italia y Reino Unido, cuestionando en particular, aquellas noticias en que se culpa a la víctima o se condona la violencia contra las mujeres. (3)

b) El efecto imitación o *copy-cat*:

La cuestión sobre si los medios pueden modificar las conductas de los individuos forma parte de la tradición de investigación sobre efectos en el campo de la comunicación y no ha estado exenta de controversias. Hasta ahora, existe evidencia de que esto ha ocurrido en casos de suicidio juvenil (Malmuth y Briere, 1986).

El efecto *copy-cat* es mencionado en diversos informes en relación a los casos de mujeres quemadas con ácido en países como Bangladesh, India, Cambodia y Uganda, donde se sostiene que el incremento de los casos de mujeres quemadas de esta manera puede explicarse por este efecto de imitación (Kalantry y Kestenbaum, 2011: 10; Acid Survivors' Foundation Uganda, 2011: 16).

El caso de Cambodia es interesante, ya que se considera que el ataque a una conocida cantante habría provocado un agudo incremento de los ataques con ácido registrados (Kalantry y Kestenbaum, 2011). El caso concitó gran atención mediática así como el hecho que los responsables no fueron arrestados ni juzgados. Aunque es posible que solo se haya incrementado el interés de los medios en informar sobre cada caso, también es posible que el caso Marina haya contribuido a un incremento en los ataques, en la medida que más personas podían creer que lanzar ácido no



era un acto penado y quedaba impune (LICADHO, 2003).

En España, el riesgo del efecto *copy-cat* fue destacado especialmente por el ex Delegado del Gobierno para la Violencia de Género, Miguel Lorente, señalando que “la propia constatación de una realidad violenta puede actuar como refuerzo de muchos agresores y como alimento del miedo que vive en el interior de las mujeres amenazadas” (Lorente, 2010: 19). Lorente señalaba que los agresores, al ver en los medios de comunicación cómo otro hombre ha matado a su mujer, pueden encontrar elementos semejantes, sentimientos significativos, que les refuerzan su decisión de cometer el crimen.

En un estudio sobre la cobertura mediática de femicidios en España, Vives, Torrubiano y Álvarez (2009) identifican un cierto efecto de imitación al comparar los días en que las noticias involucran casos de femicidios y los días en que no se presentan este tipo de noticias y concluyen que la presencia de femicidios íntimos en las noticias de televisión parecería aumentar la posibilidad de muerte por esta causa entre un 32 y un 42%.

El femicidio de Wanda Taddei, en Argentina, quien murió en 2010 a consecuencia de quemaduras causadas por alcohol encendido por su marido, también ha generado debate sobre el efecto imitación. Por diversos motivos, el caso tuvo amplio eco mediático. De acuerdo a los informes de la organización “La Casa del Encuentro”, los casos de femicidio por incineración en Argentina han tenido una mayor presencia desde el año 2010, en que se produjo el femicidio de Taddei, pasando de un 2,6% del total de femicidios en 2009 (6 mujeres incineradas), a un 10,28% de los casos en 2011 (29 mujeres incineradas). En los tres años posteriores al femicidio de Wanda Taddei, 132 mujeres fueron quemadas por hombres; casi la mitad murieron. La alusión al “efecto Wanda Taddei” se ha generalizado en los medios argentinos para aludir a la multiplicación de los femicidios cometidos mediante incineración tras aquel caso.

c) Mujeres con más miedo:

El miedo a ser víctimas de violencia constituye un mecanismo que contribuye a asegurar la subordinación de las mujeres (ONU Mujeres, 2011). Los medios de comunicación juegan un papel importante en los niveles de miedo al delito, en general, y en particular en las mujeres. La prensa tiende a sobre-representar a las mujeres como víctimas y los homicidios son mayormente incluidos en la prensa cuando las víctimas de homicidio son mujeres. Las informaciones centradas en el cuerpo

de las mujeres que sufren violencia de género están construidas a partir de la categoría de víctima que requiere protección y asistencia y las mujeres de otras culturas son vinculadas a la prostitución y la violencia de género (CNTV, 2013).

d) Efecto protector:

También se ha detectado un efecto protector de las noticias, cuando están enfocadas en las medidas frente a la violencia contra las mujeres y los femicidios. En España, este efecto se ha identificado durante la época en que se produjo la aprobación de una nueva ley sobre violencia de género (Vives, Torrubiano y Álvarez, 2009).

En Costa Rica, al ser aprobada la Ley de Penalización de la Violencia contra las Mujeres en 2007, se produjo un importante descenso en las cifras de femicidio, a prácticamente la mitad que en años anteriores, explicable únicamente por la entrada en vigencia de la Ley y la amplia difusión que tuvo en los medios de comunicación (Toledo, 2014).

CONCLUSIONES

La cobertura mediática de la violencia contra las mujeres y los femicidios se suma a la multiplicidad de factores sociales que inciden en estos fenómenos. Si bien es difícil establecer de manera concluyente la magnitud de sus efectos o cómo inciden en los medios en relación con otros factores, tampoco es posible desconocer que tienen un impacto.

Los estudios que han sido analizados en este documento permiten reconocer que la cobertura mediática de los femicidios puede incidir en la violencia contra las mujeres. Esto puede ocurrir en casos donde se suma a otros factores e incidir tanto en potenciales victimarios, en las mujeres -potenciales víctimas de violencia-, así como en la sociedad en su conjunto, a través de la construcción simbólica tanto de lo masculino como lo femenino, como de las relaciones entre hombres y mujeres. Y, a través de dichas construcciones, contribuir a consolidar los marcos más o menos tolerantes a la violencia contra las mujeres.

Desde la perspectiva de las obligaciones de los Estados de prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres, esta influencia de los medios, aunque sea relativa, debe ser considerada y por tanto, deben fortalecerse los mecanismos que promueven y favorecen una información que contribuya a garantizar los derechos de las mujeres.

Desde la perspectiva de los medios de comunicación masiva, debieran promoverse buenas prácticas que contribuyan a mejorar los estándares de calidad en la cobertura de la violencia contra las



mujeres, lo que es coherente con las políticas de responsabilidad social empresarial (RSE) que se han ido consolidando poco a poco a nivel global. Los géneros de ficción o entretenimiento no han sido considerados en este artículo. No obstante, hay que consignar su relevancia social, en particular los géneros de ficción (teleseries o *soaps shows*) y entretenimiento (como los *reality shows*) que son importantes debido al consumo y apropiación/resignificación por parte de las audiencias. Trabajos posteriores debieran indagar en su relevancia.

* Este artículo es una versión del informe originalmente publicado por la Fundación Heinrich Böll en 2014, disponible en http://eu.boell.org/sites/default/files/uploads/2014/07/femicidio_mc_ptoledo_clagos_es.pdf

NOTAS

(1) En Alemania, la mitad de las mujeres asesinadas lo han sido por sus parejas o ex parejas (BKA-Statistik, 2012); en Francia, el número de mujeres asesinadas por “violencia conyugal” ha aumentado entre 2001 y 2012 en más de un 20 % (Ministerio del Interior, 2013). En Italia, diversas organizaciones denuncian un sostenido incremento de estos casos (Eures-Ansa, 2012)

(2) Para una discusión bibliográfica sobre este punto, ver CNTV, 2013. Para la discusión bibliográfica general y ejemplos, ver http://eu.boell.org/sites/default/files/uploads/2014/07/femicidio_mc_ptoledo_clagos_es.pdf

(3) Presentación de organizaciones británicas ante la Comisión Leveson sobre la Cultura, Prácticas y Éticas de la Prensa. Informe publicado en noviembre de 2012.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ASFU (2011), Acid Violence in Uganda. A Situational Analysis. Uganda: Acid Survivors' Foundation Uganda.
- BKA -Statistik (2012). Polizeiliche Kriminalstatistik, Bundesrepublik Deutschland, Berichtsjahr 2011.
- Eures-Ansa (2012). Il femminicidio in Italia nell'ultimo decennio. Dimensioni, caratteristiche e profili di rischio.
- Gillespie, Lana; Tara Richards, Eugena Givens y Dwayne Smith (2013). “Framing Deadly domestic violence: why the media's spin matters in newspaper coverage of femicide”, en *Violence against women*, Vol. 19, No. 22, pp. 222-245.
- Halili, Jennie (2013) *Relationsbräckersamhällsproblem - En kritisk diskursanalys* av hur nyhetsmediaskildrarmäns våld mot kvinnor. Trabajo de licenciatura en la Göteborgs Universitet / Institutionen för Socialt Arbete.
- International Women's Media Foundation [IWMF] (2010). *Global report on the status of Women in the News Media*, International Women's Media Foundation. Washington D.C.: IWMF.

- Kalantry, Sital y Kestenbaum, Jocelyn Getgen, “Combating Acid Violence in Bangladesh, India, and Cambodia” (2011). Avon Global Center for Women and Justice and Dorothea S. Clarke Program in Feminist Jurisprudence. Paper 1. http://scholarship.law.cornell.edu/avon_clarke/1 Cambodian League for the Promotion of Human Rights
- La Casa del Encuentro (2010), La muerte de Wanda Taddei y la impunidad, http://www.lacasadelencuentro.com.ar/descargas/wanda_taddei.pdf
- LICADHO (2003). *Living in the Shadows: Acid attacks in Cambodia*. Phnom Penh: Cambodian League for the Promotion & Defense of Human Rights (LICADHO).
- Lorente, Miguel (2010). *Violencia de género: Cuándo y cuánto*. En: Fernández Arribas, Javier y Noblejas, Myriam, *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja*. España, 2010, p. 19.
- Mattelart, M. (2003-2004). *Femmes et medias. Retour sur une problématique*. Réseaux, 120, 23-51.
- Oficina de Naciones Unidas sobre las Drogas y el Delito (UNODC) (2011), *Global Study on Homicide 2011. Trends, contexts, data*.
- ONU Mujeres (2011). *El Progreso de las Mujeres en el Mundo 2011-2012: En busca de la Justicia*. NY: ONU Mujeres.
- Sunkel, G. (1985). *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre la cultura popular, cultura de masas y cultura política*. Santiago de Chile, ILET.
- Vives, C., Torrubiano, J. y Álvarez, C. (2009) *The effect of television news items on intimate partner violence murders*, *European Journal of Public Health*, Vol. 19, No. 6, 592-596.
- WHO World Health Organization (2013) *Global and regional estimates of violence against women: prevalence and health effects of intimate partner violence and non partner sexual violence*. WHO, Switzerland.

