

Resumen de la charla: análisis de cobertura en feminicidios.

Por: **SOCIALTIC. 01/12/2020**

Este 24 de noviembre previo al día por la eliminación de las violencias hacia las mujeres abrimos un espacio de conversación para conocer diversos análisis de la cobertura mediática sobre los feminicidios.

En esta conversación identificamos elementos para una cobertura ética y responsable sobre la violencia de género y el feminicidio en México y otros países.

Junto a [Asunción Collante](#) de Paraguay, [Cristina Vélez](#) de Linterna Verde, [Estela Casados](#) de la Universidad Veracruzana y [Gabriela Cortez](#) del ITAM reflexionamos sobre el rol de los medios, cómo abordan estos actos violentos, si los reconocen como un problema social y de salud pública y si aportan contexto para señalar la violencia estructural por razones de género.

Metodologías de análisis:

¿Cómo los diarios paraguayos construyen las noticias sobre feminicidios en 2019?

Con base en un análisis crítico del discurso, Asunción analizó el contenido de las notas sobre feminicidios en El Diario Hoy y El ABC de Paraguay en el primer trimestre del 2019. Algunos elementos de su análisis fueron: nombre de la mujer asesinada, fecha de publicación de la nota, mención del crimen (algunas notas los señalan como asesinatos u homicidios), el lugar del crimen para mapear zonas con mayor feminicidios y conocer si hay asistencia por parte del gobierno. También identifica fuentes predominantes que presenciaron el crimen o cercanos a la víctima posterior al feminicidio, como vecinos, la policía y la fiscalía.

El análisis señala palabras en la narración que reproducen desigualdad de género, como: “mala mujer, mala madre, concubina, mujer infiel”. Incluye también detalles sobre cómo son presentadas las escenas del crimen, identificando que una práctica

recurrente es ahondar en detalles morbosos de las armas utilizadas y cómo fue asesinada la mujer.

Un elemento clave ausente en las notas son acciones de concientización que contextualice y brinden información sobre la problemática, como datos estadísticos y contactos para que mujeres violentadas puedan denunciar, solicitar apoyo y atención.

[Aquí puedes consultar la presentación de Asunción.](#)

¿Cuál es el debate público digital sobre el feminicidio en México?

[Linterna Verde](#) es un grupo interdisciplinario que busca comprender cómo se construyen los debates públicos digitales, las voces, los actores y narrativas dominantes.

El análisis “Cuando se acaba la política del amor” busca comprender la conversación en medios digitales sobre feminicidio en México entre febrero y marzo 2020, los actores relevantes, mensajes y narrativas posicionadas y dónde hay consensos y rechazos.

Cristina Vélez comparte que para su análisis construyeron una línea del tiempo con hitos de conversación sobre feminicidios, posteriormente recogieron fechas claves y artículos digitales relacionados para identificar actores y narrativas, puntos de consensos y tensión. Este ejercicio visibilizó cómo los medios de comunicación juegan un papel clave como amplificadores de voces oficiales como es el caso del discurso del Presidente de México, Andrés Manuel López Obrador.

El encuadre de los medios determina en gran medida los protagonistas de la conversación y amplifican ciertas narrativas. Las fuentes oficiales muchas veces también son fuentes de desinformación y estigma, y es responsabilidad de los medios tener una posición crítica, verificar y señalar los mensajes que desinforman.

¿Cómo se muestran las víctimas en los medios de comunicación? Fotoperiodismo sobre feminicidios en Veracruz

Estela Casados del [Observatorio Universitario de Violencias contra las Mujeres en Veracruz](#) comparte el análisis del tratamiento que a los asesinatos hacia mujeres

desde el fotoperiodismo. Los datos recopilados por el observatorio evidencian la situación de violencia que viven muchas mujeres en contexto de confinamiento: de 74 feminicidios registrados en 2020, 54 han acontecido en esta etapa.

El observatorio sistematiza y analiza la información gráfica, parte de una metodología feminista que evita revictimizar y compartir las imágenes analizadas en la difusión de sus resultados. Señala también el acceso diferenciado de los medios digitales en el Estado de Veracruz, por lo que también incluyeron en su análisis medios impresos.

Un hallazgo es la sexualización frecuente del cadáver, mostrando parte de su cuerpo desnudo y su ropa interior.

¿Cuáles son los titulares que utilizan los medios digitales?

Gabriela Cortez analiza en su trabajo de tesis la cobertura de los feminicidios en medios digitales en México del 2017 al 2019.

Para su análisis utilizó Media Cloud, una herramienta de fuente abierta que permite obtener bases de datos sobre la cobertura de un tema. ([Aquí una guía para explorarla](#)).

Con un total de 474 medios digitales, la limpieza de datos le permitió obtener los titulares, y posteriormente hacer un análisis exploratorio del número de notas de casos de feminicidio por año, teniendo como resultado un aumento de notas del 2017 al 2019. El aumento de notas se relaciona con el aumento de casos de feminicidios en el país y con una mayor relevancia del tema debido a los movimientos feministas del 2019, siendo marzo y noviembre meses con picos de cobertura en los tres años analizados.

Su análisis arroja luces sobre posibles problemas de cobertura por región, ya que en algunas no hay relación entre número de notas, número de medios y número de casos de feminicidios.

Hallazgos:

- Aunque los medios emplean el término feminicidio, siguen entiendo estos actos como crímenes pasionales o tragedias amorosas y no como un problema social y de salud pública.

- Existe una escasez de fuentes y los medios muchas veces se limitan a ser portavoces de una fuente única, en muchos casos la policía.
- El discurso empleado tiene como propósito atraer, suscitar morbo o entretener antes que informar responsablemente.
- La presentación y exhibición de los cuerpos es diferenciada entre hombres y mujeres. Los cuerpos de las víctimas son sexualizados. En contraste, las imágenes del victimario exaltan agresividad y fuerza.
- El mensaje implícito de las imágenes constituye un mecanismo aleccionador. Las imágenes son tan ilustrativas como espeluznantes, transmiten el mensaje de que a las mujeres se les castiga con la vida por romper estereotipos de género. El agresor rara vez está presente.
- Las palabras más relevantes en los titulares analizados son: mujer, feminicidio, violencia y asesinar.

Aspectos para mejorar la cobertura y los análisis:

- Brindar contexto y relacionar estos actos a la violencia de género para que no sean percibidos como sucesos aislados.
- Capacitación en la academia y en las redacciones sobre perspectiva de género para no promover estereotipos, apelativos y justificar la violencia contra las mujeres.
- Diversidad en las redacciones.
- Conocer el ciclo noticioso en casos de feminicidios en la región para comprender el ecosistemas de medios y el rol de distintos actores.
- Reconocer el vínculo de los medios de comunicación en la interpretación y amplificación de sus contenidos en las redes sociales.
- Evitar el uso perverso del clickbait para atraer a notas de feminicidio sobre titulares e imágenes que no tienen como objetivo informar y sensibilizar sobre la problemática.
- Analizar los discursos articulados, por ejemplo la cobertura sobre marchas y protestas contra la violencia de género.
- Realizar análisis colaborativos y dar seguimiento datero de las narrativas utilizadas sobre violencia en otras redes sociales y formatos como: Instagram y Facebook.
- Reconocer la responsabilidad y el impacto de la cobertura en la impartición de justicia y en la percepción social del problema.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: SOCIALTIC.

Fecha de creación

2020/12/01