

Las tareas pendientes en la cobertura mediática del feminicidio

Marcela del Pilar Roa Avella^a Andrea Carolina Pérez Forero^b

De acuerdo con la ONU, “en 2022, unas 48 800 mujeres y niñas murieron a mano de sus parejas u otros familiares en todo el mundo. Esto significa que, por término medio, más de cinco mujeres o niñas son asesinadas cada hora por alguien de su propia familia” (ONU, 2023). Sin lugar a dudas, lejos de decrecer, el feminicidio se ha convertido en un problema de salud pública y en la más grave manifestación de la violencia en contra de las mujeres. Se trata de un problema histórico, legitimado y enraizado en estructuras patriarcales, en las que, desde los roles de género, se relega a las mujeres a papeles secundarios o asistenciales, mientras que se privilegia el rol masculino en la esfera pública de la sociedad.

En la lucha en contra de la violencia basada en género (en adelante VBG) y del feminicidio, el papel de los medios de comunicación en la representación de estos fenómenos es de vital importancia, no solo porque a través de ellos se construyen y representan realidades, sino

por el poder que ostentan en la construcción y legitimación de discursos e imaginarios en los destinatarios.

Como sociedad nos alimentamos de realidades construidas, lo que Bordieu (1985) llama el “lenguaje autorizado”¹, y en ese sentido los medios de comunicación han sido llamados el cuarto poder; esto plantea serios retos en cuanto a la labor que estos realizan en el cubrimiento de delitos, en particular del feminicidio. Van Dijk (2009), en sus estudios críticos del discurso planteó la capacidad creadora de realidades que tiene la palabra, poder que se intensifica cuando el relato proviene de quien detenta autoridad en las sociedades.² Así las cosas, no cabe duda de que la labor de los medios de comunicación, en el registro de la VBG y del feminicidio, plantea una responsabilidad importante.

A continuación, algunas recomendaciones y precisiones de los errores que pueden ocurrir en la cobertura del feminicidio:

a Editora de la revista Prolegómenos. Docente de la Universidad Militar Nueva Granada.

Correo electrónico: marcela.roa@unimilitar.edu.co; ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6307-3627>

b Editora de la revista Prolegómenos. Docente de la Universidad Militar Nueva Granada.

Correo electrónico: andrea.perez@unimilitar.edu.co; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7163-8365>

1 “El poder de las palabras solo es el poder delgado del portavoz [...] Cómo máximo, el lenguaje se limita a representar esa autoridad, la manifiesta, la simboliza” (Bordieu, 1985 pp. 67 y 69).

2 El autor indica que: “las élites simbólicas de hoy, como los políticos, los periodistas, los docentes, los abogados son quienes deberían definirse como los poderosos” (Van Dijk, 2009).

1. Manejo del lenguaje: hay que llamar las cosas por su nombre; esta es sin lugar a dudas la piedra angular para un correcto abordaje del feminicidio en medios de comunicación. Expresiones como “crimen pasional” o “muerte por celos” solo llevan a enmascarar la realidad de este delito, pues utilizan palabras que tienen un contenido positivo o romantizado para referirse a la violencia de género. El término feminicidio hace referencia a los homicidios de mujeres perpetrados por razones de género, esto evita la necesidad de caer en eufemismos. Este es un aspecto en el que sin duda se ha avanzado en los medios de comunicación televisiva, al igual que en medios escritos, utilizando de forma frecuente los términos feminicidio o femicidio, lo cual genera un eco en el uso del lenguaje utilizado en la sociedad.
2. Enfocarse en el agresor: no debe olvidarse quién es el presunto responsable. Es respecto del agresor de quien se precisa información. Los datos acerca de las actividades de la víctima, sus actitudes, forma de vestir, profesión, relaciones afectivas no son necesarios, pero si pueden hacer que se caiga en la culpabilización directa o indirecta de la víctima.
3. Consultar a expertos: el apoyo de expertos ya sea en VBG, feminicidio, estudios de mujeres, colectivos de mujeres o de entidades públicas o privadas que trabajan en su prevención y eliminación ayuda a clarificar ideas y precisar conceptos.
4. No caer en mitos: es necesario huir de los mitos que se han construido en torno a la violencia de género. Presentar la VBG como un problema que solo se presenta en mujeres de estratos bajos o sin educación, afirmar que las mujeres permanecen en relaciones violentas porque les gusta, al igual que señalar que el agresor es un sujeto que no puede controlar su ira, que padece enfermedades mentales o que se dejó llevar por los celos es un error. Estas ideas generan confusión, disminuyen indebidamente la responsabilidad del agresor y generan dudas infundadas en torno al carácter de víctima de la mujer.
5. Ofrecer información: los datos sobre líneas de ayuda, botones silenciosos, casas refugio, fundaciones de apoyo, etc., son vitales para mujeres que se encuentran sometidas a VBG y pueden hacer la diferencia en una situación de riesgo.

Si bien la responsabilidad de una cobertura precisa y clara sobre el feminicidio radica en los medios de comunicación, no es menos cierto que sobre este tema debemos hablar todos. En el reporte de noticias sobre feminicidios y en general sobre VBG contra las mujeres deben evitarse los lugares comunes de culpabilización de las mujeres por su ropa, su profesión o su aspecto físico; se requiere que los reportes se concentren en datos reales, que presenten la gravedad de la VBG como un fenómeno extendido en el mundo, pues afecta a mujeres de todas las edades, nacionalidades, profesiones y estratos, y causa consecuencias graves y devastadoras en su salud mental y física, lo cual limita sus oportunidades de acceso a educación, a empleo digno, a servicios de salud diferenciados, entre otras.

La VBG, en particular la violencia en contra de las mujeres, se enraiza en ideas patriarcales, y sexistas, se alimenta de estereotipos de género y se legitima en una sociedad que estratifica al individuo según su sexo. La lucha por la eliminación de la VBG y el feminicidio exige de la sociedad el desmonte de todos los mitos e ideas que la justifican; ese cambio cultural y social requiere de la decidida y responsable participación de los medios de comunicación. La cobertura responsable, en términos de claridad y precisión es una tarea en la que debe ponerse especial atención.

La construcción de protocolos, recomendaciones y buenas prácticas por parte de organizaciones internacionales es, sin duda, un paso en la construcción de una responsabilidad social de los medios de comunicación, en el marco de la lucha en contra de la VBG, en especial

de la violencia en contra de las mujeres. Lo anterior debe fortalecerse desde las facultades de periodismo, asociaciones de periodistas, entre otras.

La representación clara, precisa y real de la VBG y del feminicidio es un objetivo imperioso en el largo camino por la eliminación de este grave problema de salud pública.

Referencias

- Bordieu, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ediciones Akal Universitaria.
- Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Gedisa Editorial.
- ONU Mujeres. (2023). Guía para la cobertura periodística de femicidios y violencia basada en género. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>