

## Comunicar la violencia de género, un desafío que urge

(Especial para No a la Violencia)

Dra. Dixie Edith Trinquete

Hace unos meses, en su primer Informe Nacional sobre la Implementación de la Agenda 2030, Cuba reconoció por primera vez la incidencia en 2016 de 0,99 femicidios por 100.000 adolescentes y mujeres de 15 y más años. Por su parte, la Encuesta Nacional de Igualdad de Género 2016 (ENIG 2016)<sup>1</sup>, realizada por la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI) y la Federación del Mujeres Cubanas (FMC), reveló que el 26,7 por ciento de las mujeres entrevistadas afirmó haber sido objeto de violencia en los 12 meses anteriores a la encuesta. A diferencia de una década atrás, cuando el primer reclamo de quienes estudiaban la violencia de género en el país estaba dirigido a la necesidad de estadísticas para poder contabilizar y visibilizar el fenómeno, la situación de hoy exige profundidad para investigar y publicar sobre maltrato por razones de género.

¿Tenemos todas las estadísticas que necesitamos? ¿Son exactos los conteos que existen? Obviamente, no. En general, el comportamiento global del fenómeno –y Cuba no escapa a esa realidad- apunta a que muchísimas veces la violencia de género es sub declarada y no pocas víctimas, enredadas en un ciclo del que les cuesta mucho salir, o no denuncian, o retiran su acusación por causas disímiles que abarcan los ámbitos psicológicos, económicos, familiares y un sinfín de etcéteras.

Es por eso que urgen acercamientos integrales que tengan en cuenta todas sus intersecciones e impactos. Y que partan de la comprensión cabal de qué es violencia de género y cuáles son sus múltiples particularidades.

### Medios bajo la lupa

En tiempos de comunicación multimedial y multicanal, donde quienes consumen información no son simplemente “audiencias contemplativas”, sino “productores conectados”, como acuñara el experto colombiano Omar Rincón<sup>2</sup>, los medios de comunicación de masas (entre los que se encuentran no solo la prensa, la radio y la televisión, sino también el cine, las historietas, los videojuegos, la música e Internet), deben tener en cuenta principios básicos a la hora de construir contenidos sobre este tema. Para no errar y, sobre todo, para no revictimizar.

Una muestra evidente es la nominación de los fenómenos. El término “*femicide*”, por ejemplo, lo acuñó la sudafricana Diana Russel en 1992 y buscaba designar los asesinatos misóginos practicados contra mujeres, alejándolos de la neutralidad de la palabra homicidio<sup>3</sup>.

Más tarde, la feminista mexicana Marcela Lagarde lo tradujo al español como *femicidio*<sup>4</sup>. Este fenómeno se caracteriza porque apunta como culpables de la muerte de mujeres al machismo y a la misoginia.

De esto se desprende que, cuando se aborden en los medios de comunicación no se pueden tratar como un asesinato u homicidio más, pues nos referimos a “un fenómeno social cuya causa no está aislada de la estructura social”<sup>5</sup>. Femicidio es, por lo tanto, un término teórico y con sentido político.

A menudo la prensa ha sido acusada –generalmente con razón- de naturalizar las relaciones de poder que se esconden tras la violencia de género. La construcción social que tienen las personas que trabajan en los medios sobre el cuerpo, la sexualidad, el poder --por solo poner algunos ejemplos--, nace de las mismas herencias patriarcales que signan al resto de la sociedad, con lo cual, requiere de procesos de aprendizaje conscientes para poder abordar la violencia con enfoques de género y derechos humanos.

Según el Plan de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing, de 1995<sup>6</sup>, los medios de comunicación, empresas de publicidad y sus profesionales deben examinar las consecuencias de la reproducción de estereotipos sexistas en los contenidos, incluidos aquellos

<sup>1</sup> <http://www.one.cu/enig2016.htm>.

<sup>2</sup> Rincón, O. et al (2012) “De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de los ciudadanos mediáticos”. En: Revista Signo y Pensamiento. Vol. 31, No. 61. Bogotá.

<sup>3</sup> Radford, J. y Russell, D. (1992) *Femicide: The Politics of Woman Killing*. New York Toronto: Twayne Publishers.

<sup>4</sup> Lagarde, M. (2005) ¿A qué llamamos femicidio? En: [https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/marcela\\_lagarde/femicidio.pdf](https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/marcela_lagarde/femicidio.pdf)

<sup>5</sup> Solyszko, I. (2013) “Femicidio y femicidio: Avances para nombrar la expresión letal de la violencia de género contra las mujeres”. En: Revista GenEros. Vol. 20, Núm. 13. México: Universidad de Colima

<sup>6</sup> <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2006/4654.pdf>

que promueven la violencia y la discriminación de género, y adoptar medidas para eliminar estas imágenes negativas.

Generalmente, a las mujeres se las asocia a roles tradicionales o se les representa como objetos sexuales o grupos de consumo. Pocas veces se les muestra como agentes sociales en áreas como la ciencia, la economía o la política. Visibilizar a las mujeres en papeles estereotipados, lejos de impulsar su derecho humano a una vida sin violencia, promueve que se les discrimine y abre la posibilidad de reproducir la violencia de género.

Estas representaciones sexistas, estereotipadas y degradantes persisten con fuerza en el discurso mediático. Por tanto, es válido afirmar que “el paradigma de la violencia simbólica es, precisamente, el género”<sup>7</sup>.

El tratamiento mediático de los actos de violencia contra mujeres a nivel mundial mantiene mecanismos de ocultamiento que desvirtúan la realidad y gravedad del asunto. Entre ellos se encuentra la utilización de términos confusos para definir la situación. Otras prácticas comunes son diferenciar a las víctimas según su estrato social y formación académica; o acudir a narraciones sensacionalistas; omitir información importante; justificar al agresor con patologías psiquiátricas o, simplemente, retratar el feminicidio como un drama o tragedia inevitable. Presentar el feminicidio o la violencia de género como un “arranque” o como un efecto de la “pasión”; atribuirlo al alcohol o a las drogas, no ayuda a prevenir el maltrato.

En el caso de crímenes con violencia sexual, se maneja la expresión *bajos instintos*, cuyo uso tiende a asociar la violación a la acción instintiva de quien la comete y resta responsabilidad al agresor. Por otro lado, son mostrados los hechos de violencia extrema, de una mujer hacia un hombre (como un asesinato), y no las situaciones de maltratos continuados que dan lugar a la reacción de mujeres, muchas veces agredidas durante mucho tiempo previo.

A los medios les queda, además, un largo camino por recorrer con respecto a la representación de los géneros. La escasez de recepción crítica en materia audiovisual hace del espectáculo un componente esencial cotidiano para la creación de productos comunicativos donde la búsqueda de audiencia se coloca por encima de consideraciones éticas. Esto propicia puestas en escena que apelan al componente sexual, fenómeno en el cual son los cuerpos femeninos los protagonistas por excelencia.

En Cuba, los actos violentos contra las mujeres, sean en el ámbito público o privado, no suelen recibir mucha cobertura mediática, con lo cual se soslaya un problema que está latente en la sociedad. La cuestión no reside, por supuesto, en transformar situaciones extremadamente delicadas en espectáculos que apelen al morbo de la audiencia, sino en tratar de dar a conocer y denunciar esta realidad.

Los medios de comunicación no determinan la violencia de género, pero sí contribuyen a reforzar estereotipos acerca de ella. Las concepciones de género, es decir, las características que en determinado contexto social se asignan a mujeres y hombres, están instaladas en el imaginario social, y los medios de comunicación las reproducen, muchas veces sin siquiera ser conscientes de ello. Justamente visibilizar lo inconsciente es la tarea fundamental de la comunicación para contribuir a contrarrestar la violencia de género.

En Cuba aún no hemos hecho una reflexión profunda e integral sobre el problema de la violencia de género y su relación con los medios de comunicación, aunque se han dado pasos como los emprendidos por la doctora y periodista Isabel Moya o el propio quehacer sistemático de SEMLac durante cerca de tres décadas, por solo citar algunos ejemplos; o las reflexiones de expertas de otros campos del conocimiento, como la socióloga Clotilde Proveyer, y estudios más recientes como el desarrollado por el Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas (CIPS) en el marco de una investigación sobre imaginarios juveniles acerca de la violencia de género, fruto de la alianza entre la organización no gubernamental OXFAM Internacional y el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso).

Sin embargo, una realidad salta a la vista. Los medios seguirán siendo naturalizadores de las relaciones desiguales de poder que sirven de sustrato a la violencia, mientras no se comprenda

---

<sup>7</sup> Gamba, S. (2009) *Diccionario de estudios de género y feminismo*. Segunda edición, Buenos Aires: Biblos.

que la perspectiva de género no es trabajar “los temas de mujeres”, sino un enfoque relacional que debe visibilizar las desigualdades y contribuir a “desaprender” el machismo.