

**LA CULPA**

**LA TRUPO**

**CUPIDO**

LOS TITULARES DECÍAN QUE  
POR AMOR NOS MATABAN.

NARRATIVA MEDIÁTICA SOBRE LA  
VIOLENCIA DE GÉNERO.

28.08.2021

Nº2

# LOS TITULARES DECÍAN QUE POR AMOR NOS MATABAN.

Lu Martínez (ARG).

Escritora, periodista cultural y guionista audiovisual.

**"Él se suicidó sobre el pecho sangrante de la amada" tituló El Día de Montevideo evitando hablar de ella. Entre la metáfora modernista de un pecho sangrante y la palabra femicidio que no existía Delmira se las ingenió para hacer y deshacer con la lengua lo que quedaba por decir.**

**Tamara Kamenszain, Chicas en tiempos suspendidos (fragmento).**

En Latinoamérica se llamó durante décadas “crimen pasional” a una buena parte de los asesinatos que hoy son caratulados como femicidios. ¿Qué implicaba cometer un crimen “pasional”? El homicidio de una feminidad estaba en manos de su pareja. Y la interpretación del acto delictivo, en principio, estaba ligada a la exacerbación del estado “sentimental”. Los femicidas parecían inconscientes, empujados por oscuras emociones provocadas por sus víctimas. No era nunca un acto con historia, no era visto como un crimen premeditado, ni tenía otros antecedentes de violencia. El autor del crimen había caído en un aparente exabrupto simple y desafortunado. Aunque no supiéramos en qué contexto, se suponía que había un momento de impulsividad que venía de una “emoción violenta”, un shock. No importaban las razones y dentro del ámbito de la pareja todo estaba justificado. Se suponía, se exponía, se intuía. En la narración de los actos, en la comunicación y, muchas veces, en los juicios, estaban naturalizadas las conductas violentas de parte de las masculinidades que se ajustaban al status quo.

Los periodistas contaban, escribían, titulaban. Se daba por hecho que eran los celos, la infidelidad y la posesión parte fundante de lo “esperable”. Pero este tipo de delitos no solo se comunicaba como algo normal, también ofrecía un alto impacto en las noticias. Y lo que se populariza y tiene impronta, más temprano que tarde, vende y cotiza. Y cuanto más vende, más se instala. Ese círculo vicioso parecía interminable. Como hoy se viralizan en la web cierto tipo de notas, con sus respectivos titulares “click-bait”, en los 80’s y los 90’s, también se imprimían más y más periódicos si las tapas mostraban ese enfoque, esas letras rojas que tenían de fondo el matiz amarillista y condescendiente: mujeres asesinadas, muchas veces jóvenes, muchas veces bellas, que parecían haber terminado sus vidas “envueltas en una tragedia”, como en una novela.

Nada tenían que ver esas muertes violentas con el amor, ni se trataba de ficciones, pero la popularidad de los titulares y el interés del público lector siguió avanzando. Incluso hoy, en plena cuarta ola del feminismo, estas narrativas no terminan su ciclo y las encontramos en los portales de los principales medios en nuestros países. Aunque la información crece, las figuras legales cambian, las generaciones de periodistas se renuevan y actualizan, el cambio cultural que implica dejar atrás esa mirada todavía no está terminado.

A quién no le resuenan ciertas palabras que tiñeron las historias de nuestras muertas. **“Amores intensos, amores que matan”** para contar tres femicidios en Chile, agrupados bajo la excusa de la pasión. También en Chile, el diario popular La Cuarta imprimió en letras blancas sobre negro de primera plana: “El amor y los celos la mataron”. En Argentina nos quedó grabada la parte del titular **“una fanática de los boliches que abandonó la secundaria”**, esta fue la manera en que el diario Clarín, el más leído del país, usó para definir a Melina Romero, que fue asesinada a los 17 años. En México, eligen esta triste comparación shakespeariana: **“Drama al estilo Romeo y Julieta: mata a su novia y luego se suicida, en Pensiones”**.

Estos son solo algunos de los títulos de notas recientes de nuestro continente. No hace falta hacer un estudio exhaustivo de análisis del discurso para notar que es común que se invisibilice el nombre, el accionar y, muchas veces, la responsabilidad del agresor. También queda a la vista cómo se prejuzga a las mujeres asesinadas, se las expone, se les demandan determinadas conductas y se les echan en cara otras. Y, además, se opina siempre sobre el vínculo, no para cuestionarlo, no para

evidenciar las violencias. La relación no se muestra como un agravante sino como un atenuante.

¿Cómo llegamos hasta esas noticias? ¿Cómo llegaron a escribirse, editarse y publicarse esos titulares? El paradigma del amor-pasión estuvo siempre ligado al contexto de los celos, el despecho, la falta de lealtad y, finalmente, a la agresividad, la posesividad y la violencia, que termina en muerte. ¿Cómo desarmamos la dupla Eros-Thánatos? La idea del crimen pasional no es una idea del periodismo reciente. Existía ya en los mitos clásicos, se enraizó con los tópicos literarios de obras como Tristán e Isolda, fundando arquetipos medievales y modernos, y termina de arraigarse en el imaginario actual melodramático de la telenovela. Fueron cambiando los roles de varones y mujeres (y muchas veces negadas las diversidades y sus fugas) sí, pero las bases de la cultura occidental actual están cimentadas sobre maneras de sentir que justifican y perpetúan las violencias machistas y patriarcales. El sintagma “crimen pasional” no es casual, y mucho menos, inocente. Se arrastra la misma idea en el “si te cela es porque te ama” o “los que se quieren, se pelean”. Amor romántico y crimen pasional caminan de la mano. Bajo la idea de amor romántico se genera no solo violencia física explícita, sino **todo tipo de expectativas imposibles de cumplir** bajo las que se ejercen otros tipos de violencias: simbólica, psicológica, patrimonial, etc.

Sabemos que la era de la pareja eterna, utópica, ideal, única y comprometida “hasta que la muerte nos separe” está llegando a su fin. Son tiempos de nuevas formas vinculares. Los sentimientos ligados al relacionarse sexo-afectivamente con otros están mutando. Pero queda una pregunta más que hacer, aunque la responsabilidad principal de prevenir y eliminar los femicidios es de los estados y recae en sus sistemas legales, ejecutivos y judiciales, ¿quién sostiene, quién difunde el discurso que hay atrás del femicida? Los conceptos que armaron esa torre, ladrillo por ladrillo, a lo largo de la historia de nuestra cultura fueron funcionales y se multiplicaron a través de la palabra. Oral y escrita. Y en las últimas décadas, ese discurso fue clave para los medios de comunicación.

Como periodistas feministas nos dimos a la tarea de evidenciarlo y traer aire, titular diferente, comunicar con responsabilidad, aprender maneras y desactivar las viejas palabras. Y también de volver una y otra vez a decir: No mata el amor. No matan los celos. Matan los seres humanos. Y matan con más impunidad si hay un discurso, un contexto y un sistema que los avala.

# NARRATIVA MEDIÁTICA SOBRE LA VIOLENCIA DE GENERO: EL FOCO EN LAS VICTIMAS, NUNCA EN LOS FEMICIDAS.

Lucía Quispe (ARG).  
Politóloga feminista argentina y creadora  
de **Deconstrucción Mediática**.

La narrativa mediática sobre la violencia por motivos de género está compuesta por estrategias discursivas que moldean cotidianamente la percepción y los hábitos de las audiencias masivas. Estos discursos, expresados a través de la radio, televisión, prensa gráfica y digital, a la vez que son replicados mediante redes sociales, funcionan como dispositivos culturales que contribuyen a la construcción del famoso “sentido común” de época. El mismo, presentado ante las sociedades desde una supuesta objetividad y neutralidad, está estructurado para reproducir y legitimar intereses dominantes capitalistas y patriarcales. Así, las prácticas socioculturales están permanentemente influenciadas y manipuladas por la visión del mundo presentada por los grandes medios de comunicación.

Más puntualmente en el caso de los femicidios, transfemicidios y travesticidios acontecidos en América Latina, analizar la cobertura de la prensa masiva puede servirnos como punto de partida para repensar el profundo anclaje sociocultural y los prejuicios que rodean a la temática. **La violencia simbólica, sanitaria y económica ejercida contra las personas que integran la población LGBTIQ+** suele ser invisibilizada por los grandes medios de comunicación. Esto implica que cuando lxs agreden, desaparecen o matan, las noticias sobre quienes eligen una identidad de género que no coincide con el sexo asignado al nacer no suelen formar parte de la agenda mediática. Asimismo, tampoco es frecuente que la prensa masiva profundice sobre las dificultades del colectivo para acceder al sistema de salud, al mercado laboral formal y por ende su baja expectativa de vida

**(35 años).** Afortunadamente, hay que destacar que a nivel regional contamos con el trabajo de los **medios autogestivos y/o transfeministas** que escapan a la lógica comercial de la agenda de masividad e informan sobre la discriminación estructural de quienes viven su identidad desde la diversidad sexual.

A diferencia de ello, las coberturas de prensa sobre los femicidios sí han tomado una mayor relevancia y visibilidad en los últimos años. En este sentido es importante destacar que su amplia difusión no necesariamente derivó en una mayor concientización sobre la temática, e incluso en muchos casos ha resultado contraproducente. **No es casual que al pensar en los casos de femicidios que trascendieron a la opinión pública tengamos tan presente la identidad y hábitos de la víctima, pero poco o nulo conocimiento sobre el femicida.** Este tipo de lógica contribuye a reforzar la tan instalada idea en los imaginarios sociales de que las víctimas son, en mayor o menor medida, responsables de sus propios asesinatos. **Es por eso que de-construir las noticias atravesadas por estos pensamientos que revictimizan, justifican y hasta romantizan a los femicidios es definitivamente un ejercicio y compromiso colectivo urgente e indispensable.** Si bien es cierto que el universo informativo latinoamericano es inabarcable, a través de este breve análisis pretendo reflexionar acerca de cómo la prensa gráfica y digital reproduce conceptos estereotipados que legitiman socialmente la violencia por motivos de género.

En un contexto de globalización, hiperconsumo informativo e inmediatez, es innegable la centralidad que han adquirido los titulares y el diseño de su previsualización a través de las redes sociales. Por este motivo, resulta de suma importancia que pongamos la lupa en los conceptos e imágenes de los titulares para entender cómo los medios presentan los hechos ante sus audiencias masivas.

¿Qué características tiene la narrativa mediática que pretende **anular la responsabilidad de los femicidas**? En primer lugar es importante destacar que los femicidios representan la expresión más brutal de la violencia por motivos de género, pero no la única. Para analizar el enfoque de prensa dominante –con tintes romanticistas y revictimizantes– ante esta problemática social, es preciso destacar algunas sutilezas sobre el proceso de construcción de sentido que realizan en relación a las identidades de las mujeres. Propongo el rápido ejercicio de repasar mentalmente sobre los temas de la agenda en que aparece-

mos nosotras, ya sea en diarios y revistas, ¿qué hechos son considerados “noticiables”? El foco principal sobre nuestras corporalidades se mantiene como una constante hasta la actualidad: las mujeres con cuerpos hegemónicos son constantemente sexualizadas, mientras que toda corporalidad que no encaja dentro de ciertos cánones estéticos de belleza y juventud es invisibilizada o implícitamente cuestionada.

**“La Chilindrina reveló por qué se dejó ver en bikini a los 70 años”**

**“Silvina Escudero elevó temperatura en redes sociales”**

**“Leslie Shaw enciende la temperatura con topless en Instagram”**

**“Bianca Gascoigne, hija de una leyenda del fútbol, enciende las redes con sus fotos en bikini”**

No sólo se habla más del “look” o de la apariencia física que de cualquier otra capacidad, sino que además suelen hacer referencia sin ningún tipo de pudor como “la mujer/pareja de”, haciendo alusión a una clara idea de objeto y propiedad.

**“Al límite: la pareja de Arturo Vidal elevó la temperatura en las redes”**

**“Lionel Messi y Antonella se fueron de copas con la mujer de Cesc Fábregas”**

**“Las lágrimas de la mujer de Cristiano”**

Y eso no es todo: la sexualización se advierte cada vez a mayor temprana edad: las hijas menores o adolescentes de las famosas ya cuentan con cientos de notas en relación a como se visten o qué publican en sus redes sociales.

**“5 famosas peruanas que reflejan su pasión por la moda junto a sus hijas pequeñas”**

**“Matilda Salazar se vistió de princesa y enterneció a sus seguidores”**

**“Wanda Nara mostró el impactante cambio de look de su hija Francesca Icardi. A través de sus redes sociales, la mediática compartió cómo quedó su pequeña tras su paso por la peluquería”**

Ahora, pensémoslo a la inversa, ¿cuántas notas, secciones o revistas específicas dedicadas al aspecto físico de los hombres hay?... Para rematar, propongo reflexionar acerca de los contenidos de las revistas orientadas a un homogeneizado “público femenino” sobre temáticas vinculadas a la maternidad y al cuidado estético del cuerpo y la salud, mientras que las revistas para los hombres se centran en imágenes de cuerpos hegemónicos sexualizados de mujeres.

**Hay una especie de hilo conductor escalofriante en la lógica que atraviesa el abordaje mediático referido a los femicidios: los procesos de construcción de sentido sobre las corporalidades e identidades continúan operando incluso cuando nos comunican la noticia.** A través de detalles innecesarios que sólo buscan generar morbo (y por ende, ampliar audiencias para obtener mayor rédito económico) las violencias ejercidas sobre las mujeres asesinadas continúan siendo objeto de noticia. No es casual que este tipo de notas suelen ubicarse en las secciones vinculadas a temas policiales, y no a las de sociedad. El problema que se advierte es doble: el abordaje de la temática como si fueran casos aislados de “asesinatos” (omitiendo la especificidad del concepto de “femicidios”) y no como una problemática que concierne a toda la sociedad, por un lado, y por el otro el amarillismo que suele acompañar estas coberturas espectacularizadas.

**“El padre hundió el cuchillo en el pecho de la madre”**

**“Chica descuartizada en Neuquén: el detenido por el asesinato había subido a Facebook un violento post”**

**“Tiró a su novia por la escalera, la quemó en la parrilla y la descuartizó”**

**“Horror en Catamarca: mató a su novia y quemó los restos en una parrilla”**

Las víctimas son discursivamente colocadas como eje central de la construcción de la noticia a través de la construcción de un supuesto “perfil de víctima”. Sus imágenes de las redes sociales, sus hábitos y hasta sus chats o audios privados son publicados, mientras que la responsabilidad de los femicidas es subestimada o directamente invisibilizada. Dar cuenta de este punto es central para comprender prejuicios e imaginarios surgidos en la opinión pública que responsabilizan a las mujeres, ya sea por su vestimenta, por estar alcoholizadas, por circular solas en determinados lugares a altas horas de la noche, y por una larga (y lamentable) lista de excusas. Los titulares del estilo “la mató porque...”

dan cuenta de esta justificación misógina que centra la responsabilidad en las mujeres:

**“Una fanática de los boliches, que abandonó la secundaria”**

**“Mató a su novia porque estaba embarazada”**

**“Mató a golpes a su novia porque se le había soltado la bikini al tirarse a la pileta”**

**“Era infiel y para que no lo descubran mató a su amante embarazada”**

Estos intentos permanentes de justificación son un terreno ideológico propicio para la peligrosa romantización del vínculo entre víctima y victimario. Según esta idea, el principal responsable de los femicidios es el concepto de “amor”.

**“amores que matan”**

**“el amor y los celos la mataron”**

**“la culpa la tuvo cupido”**

**“el amor violento de la bella colombiana que fue descuartizada”**

**“drama al estilo Romeo y Julieta: mata a su novia y luego se suicida”**

Al igual que ocurre con las justificaciones mencionadas anteriormente, la **estrategia de la romantización también diluye la responsabilidad del femicida, pero va más allá y la esconde tras ideas del amor romántico.**

Incorporar y transversalizar la perspectiva de género interseccional a los medios de comunicación masivos es imprescindible para poder repensar y modificar este tipo de relatos cargados de violencia simbólica. Es sumamente necesario que los femicidios sean informados de manera responsable para generar una mayor conscientización, no para generar rating a través del morbo y la espectacularización. **Que protejan la intimidad y dignidad de las víctimas, además de contextualizar desde la relevancia social utilizando términos adecuados a través de cifras, causas y consecuencias de las violencias por motivos de género.** Necesitamos, asimismo, que den mayor visibilidad y análisis a los casos de transfemicidios y travesticidios en nuestra región. En definitiva, avanzar hacia nuevos paradigmas comunicacionales que dejen su postura de complicidad para comprometerse con la conscientización sobre violencia patriarcal.