

EL MANEJO DEL FEMINICIDIO EN LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

◉ Victor Javier Navarro Iñíguez *

* Doctor en Derecho, Educación e Innovación. Criminólogo. Policía Local de Cartagena. Profesor tutor Universidad Nacional a Distancia – Cartagena, España. E-mail: vicnavarro@cartagena.uned.es

PALABRAS CLAVE

KEYWORDS

● **Feminicidio**

Femicide

● **Violencia de género**

Gender violence

● **Medios de comunicación**

Media

● **Redes sociales**

Social networks

● **Mass media**

Mass media

- Fecha de recepción: 8 de noviembre de 2022
- Fecha de aceptación: 21 de diciembre de 2022
- DOI: 10.57042/rmcp.v6i19.615

Resumen: La información de los medios de comunicación es vital para que la sociedad conozca lo que ocurre a su alrededor y que de esta manera pueda tener una opinión veraz y concisa sobre asuntos que conciernen a la vida diaria. En ocasiones, la información no es del todo nítida cuando el objetivo de los medios de comunicación es buscar el sensacionalismo y la repercusión de la noticia, con lo que se distorsiona el contenido de esta y se dirige de manera clara hacia una forma específica de entender la violencia sobre la mujer. Es vital que se maneje una noticia conforme a cánones básicos de protección de la figura de la mujer y se aborde el feminicidio desde una postura claramente prevencionista.

Abstract: Media information is vital for society in order to know what is going on around them and thus be able to have a truthful and concise opinion on issues that concern daily life. Sometimes the information is not entirely clear when the objective of the media is to seek sensationalism and the repercussion of the news, thus distorting their content and clearly directing them towards a different way of understanding violence against women. It is vital that the way in which a news item is treated conforms with basic canons of protection for women, and to address feminicide from a clearly preventive stance.

SUMARIO

I. Introducción. II. Concepto de feminicidio. III. El tratamiento del feminicidio en los medios de comunicación. IV. Estudio de la Convención Internacional sobre mujer de Pekín en el año 1995. V. Conclusiones. VI. Fuentes de consulta.

I. INTRODUCCIÓN

Al día de hoy nos encontramos involucrados dentro de una sociedad digital 3.0 que marca las líneas de actuación de la mayoría de las actividades en pleno siglo XXI y en donde los diferentes fenómenos sociales se abordan a través de la gran variedad de canales de información tanto convencionales como tecnológicos, algo que sin lugar a dudas da la oportunidad de dar voz de una manera clara y sencilla a aquellos colectivos que puedan ser víctimas de discriminación u odio con motivo de su sexo, raza u opinión.

En esta línea cabe destacar que las nuevas tecnologías de la información y el desarrollo del periodismo, desde un punto de vista mucho más general, han desarrollado numerosos cambios en lo relativo al tratamiento de la noticia, y han dirigido su ideario informativo hacia una nueva forma de entender la noticia, orientada a trabajar sobre la ética de la comunicación, persiguiendo de esta manera no solo el informar y comunicar, sino también prevenir.

Lamentablemente, la noticia aún mantiene un carácter económico. Tal como señala González Pazos (2020), el tratamiento comunicacional decide cuáles son las temáticas de interés y, por lo tanto, oculta aquellas otras que no considera como tales, contaminando de esta manera las noticias que serían esenciales para ofrecer una mejor calidad informativa.

Afortunadamente, del otro lado de la moneda cabe destacar el papel de algunas administraciones públicas, agentes sociales y medios de comunicación, que son cada vez más conscientes de la importancia de abordar la violencia sobre la mujer desde una perspectiva de prevención y de ser; de esta manera, altavoz de miles de mujeres que sufren tratos vejatorios por el simple hecho de ser del género femenino, dentro de las relaciones de superioridad, control y poder que se han desarrollado a través de la historia por los fenómenos de estereotipado de género.

Sin duda, esta visión mediática sobre el tratamiento de la noticia para la protección de las personas víctimas se ha conseguido gracias al avance de una línea legislativa y social que diariamente trabaja hacia una postura de rechazo de todo tipo conductas delictivas, aunque aún continúa ese afán por buscar el sensacionalismo en la noticia, algo que en ocasiones puede generar el efecto contrario.

El uso de la imagen se ha convertido a lo largo de la historia en algo de suma importancia para combatir el *qué dirán*. Si bien en la actualidad nos encontramos en un momento en el que las redes sociales y otros medios de comunicación social generan estrés dentro de nuestra vida moderna —generando nuevos tipos de adicciones, tal y como señalan en su estudio los autores Critikián, D. M. y Núñez, M. M. (2021)—, las nuevas tecnologías han modificado indudablemente tanto a nivel general como específico los diferentes aspectos de tratar la información privada dentro de una gran variedad de áreas, como el comercio, la educación, la seguridad, el gobierno o la familia. Esto está provocando un choque entre la privacidad, la tecnología y las ciencias de la información, que en numerosas ocasiones buscan informar acerca de fenómenos sociales de forma muy concreta, que desvirtúa la opinión de las personas desde el desconocimiento.

Las nuevas innovaciones sociales digitales han creado, así, a través de esta forma de entender la comunicación, un nuevo espacio social y cultural que está abriendo nuevos caminos de desarrollo social que en algunos sectores está siendo popularmente conocido como la *cuarta revolución industrial*.

En esta línea, cabe destacar que las nuevas generaciones han nacido en una era informatizada, donde un terminal de telefonía, un equipo informático o internet de forma general son elementos de uso diario y con los que están bastante familiarizados.

II. CONCEPTO DE FEMINICIDIO

El feminicidio ha sido definido como tal por diferentes autores que han desarrollado de diferentes campos de conocimiento, dentro de los que destacan las autoras Russell (2006) y Caputi (1989). Ellas coinciden sobre que el feminicidio es el asesinato de una mujer por el hecho de serlo, motivado por el control, la superioridad, la misoginia o el placer, así como por el poder que el hombre cree tener sobre la mujer motivado por las desigualdades existentes desde el punto de vista físico y dentro de una sociedad

patriarcal centrada en la superioridad del hombre en la historia de nuestra sociedad.

Podríamos decir, entonces, que el feminicidio es el asesinato de mujeres por hombres motivados por el odio, la falsa creencia de superioridad, el placer o sentido de pertenencia hacia las mujeres, lo que lleva a realizar conductas denigrantes, vejatorias y que atentan contra la vida y la libertad de la mujer.

Sin embargo, la violencia contra la mujer y las niñas no se puede caracterizar por un mismo patrón de comportamiento por parte del agresor, ya que este se manifiesta de formas muy variadas según sus objetivos, ya sean sentimentales, económicos o biológicos, algo abre el abanico de tipos de violencia contra la mujer.

En este tenor, es importante diferenciar conceptos ligados al feminicidio y adaptar los estudios a las nuevas manifestaciones de criminalidad, como el caso de los transfeminicidios, que han tratado autores como Sánchez, Ortiz y Mora (2022). Estos autores destacan que la mala información y el poco conocimiento que se tiene sobre el tema han causado que gran parte de la sociedad considere, por ejemplo, al transgenerismo como algo relacionado solo con el placer sexual; hecho sobre el que las mujeres trans aseguran que no es una cuestión de placer sexual, sino sobre su identidad como mujeres.

Por ello, cuando se habla de *feminicidio* hay que tener en cuenta todas y cada una de las realidades de la violencia contra las mujeres y conocer que el término *mujer* incluye, además, a las niñas menores de 18 años, y que se atienda en todos los casos a una clara violación de los derechos humanos y a una forma de discriminación por cuestiones de género.

Así, tal como bien señala Echevarría (2020), destaca la importancia de la educación como elemento preventivo, que empuja a que la sociedad en general trabaje en las siguientes líneas:

- a) Trabajo conjunto y alianzas interinstitucionales. En esta línea es vital que todas las organizaciones trabajen de forma coordinada para evitar los casos de feminicidio a través de diferentes campañas de sensibilización y programas educativos. Son numerosas las entidades que junto con las administraciones públicas y privadas trabajan a diario sobre la concienciación sobre la igualdad de género desde una perspectiva social, pero quizás la asignatura que aún queda pendiente en nuestra sociedad es la de trabajar desde una perspectiva laboral.

- b) Repensar la lengua y cultura. La cultura, junto a la familia y la educación, son pilares importantes para el desarrollo social de las personas. Es por ello que debemos eliminar de forma progresiva todo tipo de conductas que generen desigualdad de género.
- c) Trabajo con las familias. Hoy el hombre y la mujer son iguales y, afortunadamente, la imagen de la mujer se ha ido protegiendo con el paso del tiempo, propiciado por el trabajo común de la sociedad en encuentros internacionales como el de Beijing en el año 1995.
- d) Educación social preventiva para el uso de TIC dirigida a docentes, padres y estudiantes. El reto que debemos de afrontar actualmente en nuestra sociedad es el exceso en el uso de las nuevas tecnologías, pues se han convertido en un bien de primera necesidad entre los jóvenes, y son uno de los focos de transmisión de la imagen anacrónica y estereotipada de las mujeres a través de imágenes, videos y aplicaciones no destinadas a menores que en numerosas ocasiones representan de una manera desvirtuada la concepción sobre la realidad.

El anonimato que ofrece el mundo de internet y las nuevas tecnologías sirve como escudo dentro del ámbito de las relaciones afectivas y personales, lo que termina convirtiéndose en un instrumento fácil de utilizar que pasa a convertirse en un comportamiento puramente controlador, al que podemos referirnos bajo el nombre de “violencia virtual”, que puede ser trasladado hacia la percepción del hombre sobre la mujer.

- e) Formación permanente de docentes. Los centros educativos deben de convertirse en un lugar donde docentes, padres y alumnos sean conscientes de las nuevas manifestaciones de criminalidad sobre la mujer, protegiendo a través de programas específicos la imagen de la niña y la mujer, así como las nuevas formas de identidad de género.

Aunque existen diferentes clasificaciones para identificar las clases de maltrato sobre la mujer, el más conocido es el realizado en el ámbito de la pareja o violencia de género, pero es importante conocer otros tipos de violencias que se ejercen tanto de forma física, sexual, psicológica, económica, patrimonial, vicaria o bien de carácter instrumental.

- Violencia de género. Aquella que nace fruto de las relaciones de poder del hombre sobre la mujer, que somete a esta a un grave maltrato físico, psicológico o económico fruto de la sensación de superioridad.

- Violencia de carácter sexual. Tienen por objetivo el acceso carnal o atentar contra la libertad e indemnidad sexual de la mujer. Donde debemos incluir a su vez todo tipo de acciones de carácter sexual, como la violación, el acoso sexual, la provocación sexual o el exhibicionismo.
- Trata de seres humanos. Un grave problema, sobre todo en los países del tercer mundo, donde por desgracia la comercialización de las personas sigue siendo una práctica bastante extendida.
- Matrimonio infantil. De carácter cultural dentro de algunas costumbres o etnias, atenta contra la libertad de las niñas, sobre todo en aquellos supuestos donde la unión forma parte de beneficios de carácter económico.
- Mutilación genital femenina. Práctica cultural de diferentes etnias que implica la alteración de los genitales femeninos, lo que ocasiona un grave riesgo médico y se considera una práctica que vulnera la totalidad de los derechos humanos, la salud y la integridad física de mujeres y niñas.

Como en cualquier tipo de fenomenal social, es vital conocer las estadísticas para abordar el fenómeno del feminicidio de una manera más específica, ya que para detener la epidemia de feminicidios a nivel mundial es necesario monitorear de cerca cada caso de asesinato de una mujer: ¿cómo va?, ¿cómo termina? Así como cuestionar el trato que se le da a cada una de las noticias en los medios: ¿cómo se hacen?, ¿qué modelos a seguir se promueven? A nivel mediático, se requiere un rechazo social, y a nivel legislativo, tal y como resalta el autor Díaz (2019), es importante abordar el feminicidio desde una perspectiva prevencionista.

III. EL TRATAMIENTO DEL FEMINICIDIO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación han venido contextualizando dentro de sus planes editoriales de actuación un desarrollo de la perspectiva de género, adaptándose a la normativa vigente.

Esta perspectiva de género pasa por garantizar todos y cada uno los derechos de las mujeres a la hora de elaborar los contenidos, para lo cual deben trabajar en los siguientes puntos de actuación:

- Combatir y cuestionar la desigualdad de género entre mujeres y hombres para acercar el problema a la sociedad.
- Establecer líneas editoriales que trabajen esta perspectiva de género desde un punto educativo y preventivo.
- Trabajar como observadores de la discriminación llevada a cabo, y fungir como altavoz de las acciones que van en contra de los principios de igualdad de género.
- Colaborar de forma activa en la erradicación de la desigualdad de género, abordando noticias que supongan una discriminación desde el punto de vista familiar, social, educativo o laboral.
- Crear recursos para facilitar que las mujeres desarrollen su potencial humano y su autonomía sin ningún tipo de tutela masculina.
- Trabajar con los medios de comunicación y agencias publicitarias para la elaboración de programas especiales de protección de género.
- Fomentar la investigación sobre las estrategias informativas y educativas que tengan como objetivo establecer un equilibrio sobre las mujeres entre niños y niñas dentro de la sociedad.
- Promover estrategias que eliminen anuncios y aspectos comunicativos con un contenido degradante, vejatorio o discriminatorio que resulte ofensivo para el género femenino.
- Proteger la imagen del menor, especialmente en la proyección de escenas violentas o pornográficas sobre mujeres y niñas.
- Sensibilizar a los medios de comunicación para que desarrollen modelos comunicativos que presenten a las mujeres como seres inferiores, eliminando la figura de objeto sexual o de consumo.
- Fomentar una imagen de respeto y civismo entre ambos sexos dentro del concepto de igualdad.

Los medios de comunicación deben abordar en todas las etapas de aprendizaje, tanto en edades tempranas como en la adolescencia, un objeto específico de estudio para proporcionar así una postura prevencionista frente a las conductas violentas ejercidas de forma desproporcional hacia el género femenino, ya que estos medios de comunicación tienen un papel socializador y son fuente actual de modelos de comportamiento, valores sociales y normas, según señalan Núñez y Loscertales (2008), algo que sin duda refleja de forma directa la realidad en la que nos encontramos inmersos.

En esta visión puramente socializadora sobre la actuación desarrollada a través de los medios de comunicación, es importante considerar con detenimiento la importancia que supone para los jóvenes y adolescentes la imagen que perciben sobre sí mismos y respecto a los demás, así como descubrir cómo funciona la sociedad que les rodea. En este punto destacan las aportaciones de Muñoz y Feixa (2022), quienes relacionan semánticamente el término *juvenicidio* con los de *genocidio*, *etnocidio* y *feminicidio*, dentro de una reconceptualización jurídica, académica o mediática.

Uno de los problemas relativos a la divulgación de noticias relacionadas con el feminicidio es sobre todo la difusión de los roles sociales tradicionales del hombre y la mujer que aún persisten en nuestra sociedad y de modelos de comportamiento. Esto se convierte en una de las causas del aumento de los casos de la violencia de género, influenciado en numerosas ocasiones por la forma en la que se refleja la imagen de la mujer a través de los distintos canales comunicativos, fruto de la hipersexualización femenina en los medios de comunicación y otros canales de información, algo que bien detalla Verdú Delgado (2018).

La violencia ejercida contra las mujeres está fuertemente relacionada con las diferencias de poder y de género, además de la necesidad que tienen algunos hombres de desarrollar acciones de control sobre las mujeres por el simplemente hecho de considerarlas inferiores. Sin duda, modificar el estereotipo de género de los medios de comunicación aporta un mecanismo clave para la prevención de todo este tipo de conductas que parten de una base de desigualdad.

La labor continua para eliminar esta ideología sexista de desigualdad de género debe iniciarse a través de todos y cada uno de los agentes sociales tanto a nivel jurídico, académico como comunicativo, con una fuerte presencia de las administraciones públicas encargadas de la protección de las políticas de igualdad de género, cuyo objetivo principal es establecer los mecanismos mencionados que eliminen cualquier rastro de desigualdad entre el hombre y la mujer.

Por ello, el papel de los medios de comunicación y canales de información social debe ser abordar el fenómeno del feminicidio desde edades tempranas, trabajando para ello con la juventud, pues esta es la etapa por excelencia donde se construye la identidad de una persona, y es por eso que en esta edad se pueden crear los cimientos para establecer la percepción sobre el rol de género y el desarrollo de creencias y valores.

Por ello, los medios de información tienen la obligación moral de evitar en todo momento el sensacionalismo informativo en todo el material informativo emitido. Jácome (2020) aborda la importancia que supone que a través de las líneas editoriales de los medios de comunicación informativa, dentro de la responsabilidad corporativa, se replanteen sus enfoques, promuevan la eliminación de estereotipos de género, contextualicen las noticias, descomercialicen el cuerpo femenino y prioricen al ser humano en su entorno social y cultural, dentro de los conceptos generales de igualdad de género y protección de la mujer.

En esta misma línea, autores como De Los Ríos y Martínez (1997) hablan de la importancia que supone dar un cambio radical a la comunicación sobre la imagen que se da sobre la mujer, ya que se sigue presentando un modelo con un estereotipo muy marcado que no es acorde con su realidad, donde en algunas ocasiones se les presenta como un objeto, y se permite de forma pasiva que la niñez y la juventud sigan observando este tipo de modelos sociales que deben de erradicarse para eliminar un falso yo, especialmente en las niñas, que son tratadas como *figuras para agradar*, algo que les impide desarrollar correctamente su autoestima.

Uno de los grandes problemas de la sociedad actual es el aspecto negativo que se genera al utilizar a la mujer como foco mediático, ya que se presenta como víctima de la agresión, en vez de fomentar los canales de prevención.

Partiendo de esta idea, Vega Montiel (2010) señaló dentro de su estudio que las imágenes de violencia contra las mujeres, en particular las representaciones de violaciones o de esclavitud de carácter sexual sobre las mujeres y las niñas, son elementos que contribuyen a que se perpetúe esa violencia, que perjudica a la sociedad, y en particular a la juventud y la niñez.

IV. ESTUDIO DE LA CONVENCION INTERNACIONAL SOBRE MUJER DE PEKÍN EN EL AÑO 1995

Afortunadamente, la imagen de la mujer se ha ido blindando poco a poco conforme pasan los años gracias al trabajo de diferentes organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que a través de las diferentes convenciones realizadas sobre la figura de la mujer ha establecido cánones de protección en diferentes esferas.

La ONU ha promovido diferentes convenciones de carácter internacional cuya temática principal ha sido la mujer y la niña, si bien cabe destacar la cuarta edición en Beijing (1995), tras las realizadas en Ciudad de México (1975), Copenhague (1980) y Nairobi (1985).

Esta convención, que reunió a 189 países y fue realizada en el continente asiático, marcó un antes y un después en la agenda mundial sobre la igualdad de género entre hombres y mujeres, que logró que se establecieran una serie de objetivos estratégicos que fomentaran la igualdad de género, todo ello abordado en 12 esferas imprescindibles y cruciales:

1. La mujer y la pobreza
2. Educación y capacitación de la mujer
3. La mujer y la salud
4. La violencia contra la mujer
5. La mujer en los conflictos armados
6. La mujer y la economía
7. La mujer en el ejercicio de poder y la adopción de decisiones
8. Mecanismos institucionales para el adelanto de la mujer
9. Los derechos humanos de la mujer
10. La mujer y los medios de difusión
11. La mujer y el medio ambiente
12. La niña (ONU, 1995)

Ciñéndonos a lo específicamente abordado en la décima esfera, relativa a la mujer y los medios de difusión, cabe desgranar todos los artículos para conocer de cerca estos criterios que tenían el objetivo de depositar unas líneas básicas de comunicación en una sociedad que por aquel entonces se basaba en un modelo informativo mucho más básico, pues disponía solamente de los medios de comunicación tradicionales.

El primero de los artículos del apartado J de esta conferencia internacional sobre los derechos de la mujer define claramente la importancia de informar y comunicar en beneficio de los derechos de la mujer, donde las nuevas tecnologías e innovaciones han fomentado una mayor comunicación y difusión en beneficio de la imagen de la mujer en nuestra sociedad, algo que bien podemos observar en lo establecido en el artículo 234:

En el último decenio, los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de una red mundial de comunicaciones que trasciende las fronteras nacionales y que influye en las políticas estatales, las actitudes privadas y el comportamiento, en especial de

los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en mucha mayor medida al adelanto de la mujer.

Continuando con lo dispuesto, en el artículo 235 la cuestión de género en los medios de difusión se ha encontrado totalmente desatendida muchísimo tiempo, algo que a través de la incorporación de las leyes estatales de publicidad y difusión han dado una vuelta de tuerca, es por ello que destaca lo dispuesto textualmente en este artículo:

Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

Siguiendo el estudio para la protección de la imagen de la mujer y de la niña, el artículo 236 de la citada cuarta convención señala la importancia de la eliminación de imágenes que vayan en contra de la igualdad de género. En lo dispuesto en este artículo se destaca que:

Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución.

En esta misma línea cabe destacar lo señalado con anterioridad sobre la importancia que supone para la protección de los derechos de la mujer que se restrinja todo tipo de material que ofrezca productos de carácter violento, degradante o vejatorio sobre la imagen de la mujer. Este mencionado artículo 236 detalla a su vez que:

Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

Para ofrecer una imagen de la mujer mucho más acorde a la actualidad y para profundizar la difusión de una igualdad real entre géneros, es importante eliminar estereotipos marcados por la sociedad, dejando atrás todos los cánones patriarcales y de relación de superioridad entre ambos géneros. Para ello, el artículo 237 de esta convención destaca textualmente lo siguiente:

Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentará su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género. La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las sinfonistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Así pues, es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.

Uno de los problemas que debemos afrontar actualmente es el exceso en el uso de las nuevas tecnologías sin ningún tipo de filtro o control, las cuales se han convertido en un bien de primera necesidad entre los jóvenes —posicionándose en ocasiones por encima de la alimentación— y representan uno de los principales focos de transmisión de la imagen anacrónica y estereotipada de las mujeres a través de diferentes imágenes, videos y aplicaciones no destinadas a menores, tal y como han señalado Madolell Orellana, Gallardo Vigil y Alemany Arrebola (2020), quienes señalan que el género es una construcción social y, como tal, presenta ideas predeterminadas y etiquetas que establecen qué es lo masculino y qué es lo femenino

Esta lucha por el derecho sobre la imagen de la mujer va a continuar a medida que surjan nuevas técnicas de procesamiento de datos y de información, lo que hace necesaria una postura legislativa vigilante para la protección de los derechos fundamentales.

V. CONCLUSIONES

El feminicidio necesita de un fuerte cambio social para ser considerado por los medios de comunicación como un problema que hay que eliminar. Y

aunque los Estados han venido desarrollando estrategias legislativas que protegen la imagen de la mujer en los medios de comunicación, aún existe resistencia por parte de las diferentes tradiciones y costumbres desarrolladas por parte de etnias y comunidades.

Desde la Conferencia Mundial sobre la Mujer de 1995, celebrada en Beijing, la protección sobre la mujer y la niña y su imagen hacia los medios de comunicación han modificado la hoja de ruta de los diferentes canales de información. Si bien las nuevas generaciones consumidoras de formas novedosas de informarse han hecho cambiar por completo los estereotipos de género, es necesaria una actuación inmediata desde el punto de vista educativo, familiar y social.

Aunque todos los medios de comunicación que operan a nivel mundial trabajan a través de sus líneas editoriales para difundir de manera objetiva y menos sensacionalista las noticias que tengan que ver sobre el feminicidio, existen otros medios de comunicación no formal es que aún conservan mensajes de carácter estereotipados sobre la figura de la mujer.

Podemos llegar a la conclusión de que los medios de comunicación a través de diferentes iniciativas legislativas han sabido utilizar los instrumentos políticos para proteger a las mujeres que han sido víctimas de maltrato, pero la herramienta más eficaz para erradicar los casos de feminicidio es el monitoreo de casos de manera actualizada y trabajar desde la prevención a través de diferentes campañas de sensibilización sobre la protección de la figura de la mujer y la igualdad de género.

VI. FUENTES DE CONSULTA

- Caputi, J. (1989). "The sexual politics of murder". *Gender & Society*, 3(4), 437-456.
- Critikián, D. M. y Núñez, M. M. (2021). "Redes sociales y la adicción al like de la generación Z". *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. DOI: <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- De Los Ríos, M. J. y Martínez, J. (1997). "La mujer en los medios de comunicación". *Comunicar*, 5(9), 97-104. DOI: <https://doi.org/10.3916/C09-1997-14>
- Díaz, O. H. (2019). "Feminicidio: La inutilidad de los mecanismos penales y la necesidad de medidas preventivas y estructurales". En *Perspectiva multidimensional del conflicto penal, de la política criminal a la concreción*

- normativa la línea invisible*”: libro homenaje a la profesora Dra. María Acale Sánchez (pp. 122-137). Editorial Unijuris.
- Echevarría, M. S. (2020). “Feminicidio y violencia sexual en niños, niñas y adolescentes en tiempos de pandemia”. *Rastros y rostros tras el barbijo*, 231.
- Jácome, N. P. (2020). “La violencia de género contra las mujeres y los medios de comunicación, entre la información y el rating”. *Revista Enfoques de la Comunicación*, (4), 69-96.
- Madolell Orellana, R., Gallardo Vigil, M. Á. y Alemany Arrebola, I. (2020). “Los estereotipos de género y las actitudes sexistas de los estudiantes universitarios en un contexto multicultural”. *Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado*, 24(1), 284-303.
- Muñoz, G. y Feixa, C. (2022). “Presentación: Juvenicidios: una mirada global”. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 20(3), 8 p.
- Núñez T. y Loscertales A. (2008). *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años*. España: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Organización de las Naciones Unidas (1995). *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer*. Recuperado de: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>
- Radford, J. y Russell, D. E. (Eds.) (2006). *Feminicidio: la política del asesinato de las mujeres* (Vol. 8). México: UNAM.
- Sanchez, K.V. B., Ortiz, K. D. R. y Mora, C. A. A. (2022). *Del feminicidio al trans feminicidio*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Vega Montiel, A. (2010). “La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia de género contra las mujeres y las niñas”. En *Jornadas Anuales de Investigación 2009* (pp. 303-312). México: UNAM.
- Verdú Delgado, A. D. (2018). “El sufrimiento de la mujer objeto. Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación”. *Feminismo/s*, (31), 167-186. DOI: <https://doi.org/10.14198/fem.2018.31.08>

