

Violencia Mediática

*primero
la gente*



Ministerio de las Mujeres,
Géneros y Diversidad
Argentina



Obs.
Observatorio de las Violencias
y Desigualdades por Razones
de Género



El Observatorio de las Violencias y Desigualdades por Razones de Género (OVyDRG) del Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad tiene entre sus objetivos sistematizar y visibilizar los datos existentes sobre las violencias y desigualdades que atraviesan mujeres y lesbianas, gays, bisexuales, travestis, trans, intersex, no binaries y otras identidades de género y

orientaciones sexuales (LGBTI+) en los distintos ámbitos de su vida.

En esta oportunidad, presentamos una breve caracterización de **la violencia mediática por motivos de género**. Para ello se tomaron como fuentes de información:

- Las comunicaciones recibidas en la Línea 144 (el acumulado de 2015 al primer trimestre de 2022).
- Las consultas realizadas a la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión que coordina el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), el Observatorio de la Violencia contra las Mujeres (antes bajo la órbita máxima del Ministerio de Desarrollo Social) y el Ministerio de Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la provincia de Buenos Aires.



¿Qué es la violencia mediática por motivos de género?

Es una de las modalidades a través de las cuales se expresan las violencias de género contra mujeres y LGBTI+. De acuerdo con la Ley N° 26.485 de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, la modalidad mediática es **aquella que se ejerce a través de la publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipadas en cualquier medio masivo de comunicación que**

promueva la explotación de mujeres y LGBTI+, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra su dignidad, como así también su utilización en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o la construcción de patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencias de género¹.

1. Línea 144 - Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación (MMGyD)

La Línea 144, bajo la órbita del MMGyD, brinda atención, asesoramiento y contención gratuita y confidencial ante situaciones de violencia de género, las 24 horas del día, los 365 días del año, desde cualquier lugar del país.

A continuación, se presenta una caracterización realizada por el O.V.D.R.G. sobre las comunicaciones recibidas en la Línea 144, identificadas como violencia mediática.

En la información acumulada **disponible desde 2015 hasta la actualidad, se identifican 203 comunicaciones por violencia mediática.**

No es posible establecer un promedio de comunicaciones puesto que presentan un comportamiento oscilante. Los años 2017, 2018, 2019 y 2020 son los que más consultas presentan. Sin embargo, en ningún caso superan las 62 comunicaciones.

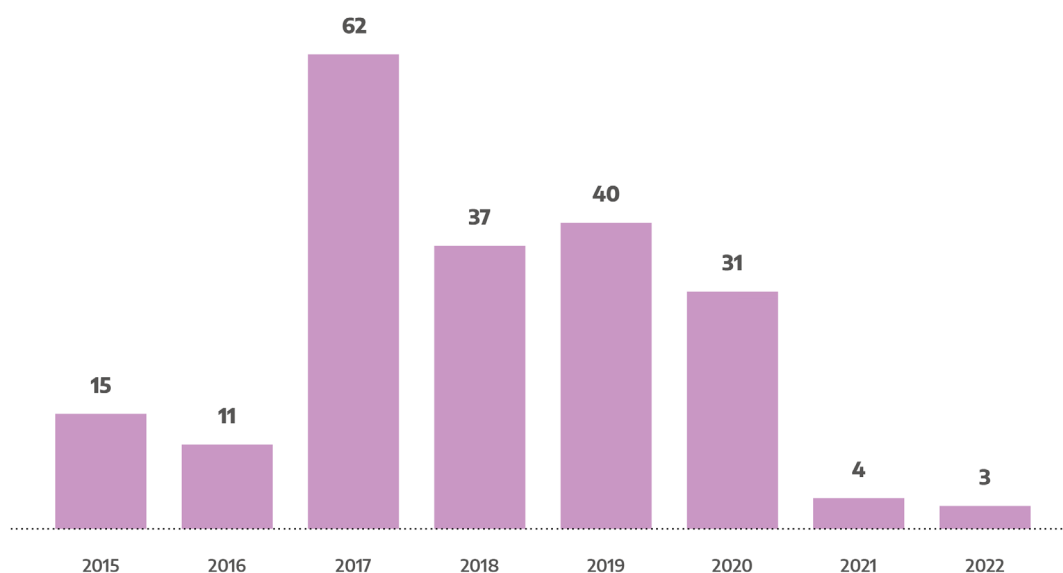
En 4 de cada 10 comunicaciones, las personas informan que también se encuentran en situación de violencia de género en otras modalidades.

¹ Para conocer más, podés consultar "Violencias por motivos de género", Colección XYZ, Editorial Mingeneros, 2021. Disponible en: <https://editorial.mingeneros.gob.ar:8080/xmlui/handle/123456789/32>



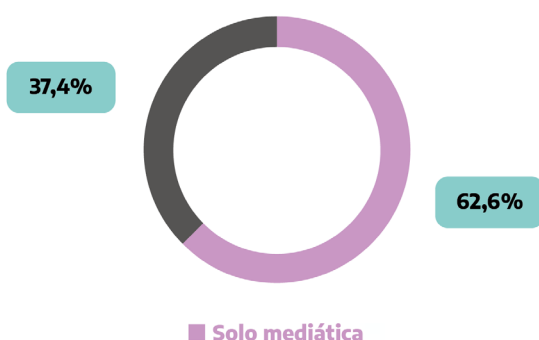
Infografía 1: Comunicaciones recibidas en la Línea 144 identificadas como violencia mediática

Total de comunicaciones recibidas en la Línea 144, identificadas como violencia mediática.
Período 2015 - 1er trimestre de 2022 (en absolutos).



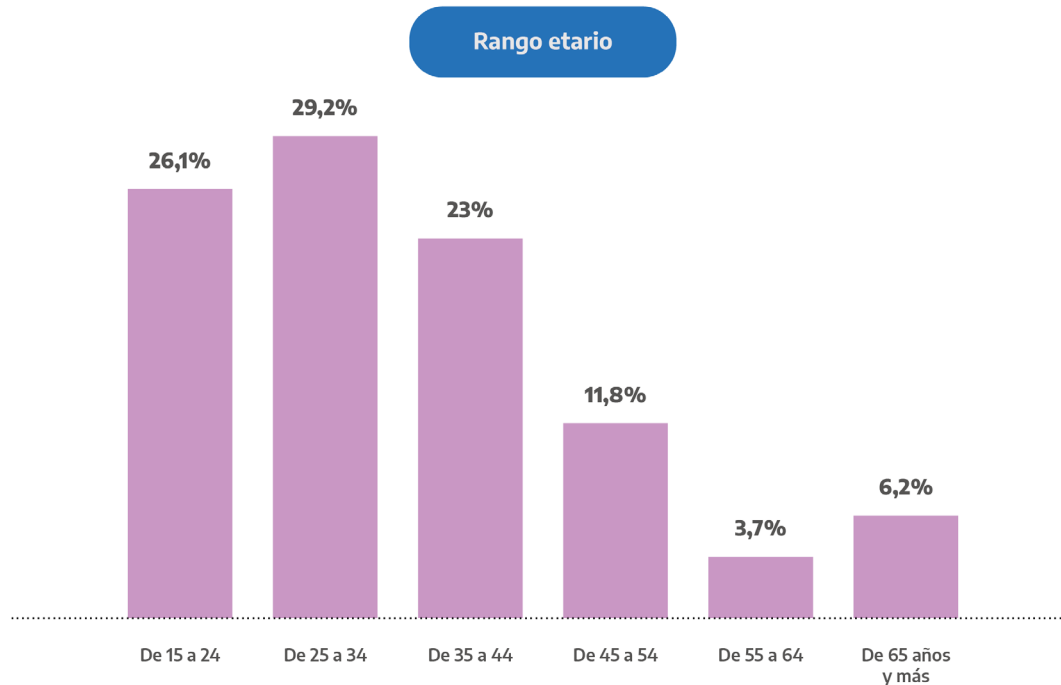
- Las intervenciones de la Línea 144 relacionadas con violencia mediática oscilan ampliamente año a año. Esta modalidad es la que menos comunicaciones recibió en todos los años analizados. En especial, para **2021** y el primer trimestre de **2022**, se contabilizan únicamente **4** y **3 registros**, respectivamente.
- De las **203** comunicaciones recibidas, el **62,6%** corresponden a la modalidad mediática (es decir que no consultan por otra modalidad de violencia de manera simultánea).

Comunicaciones por la modalidad de violencia mediática

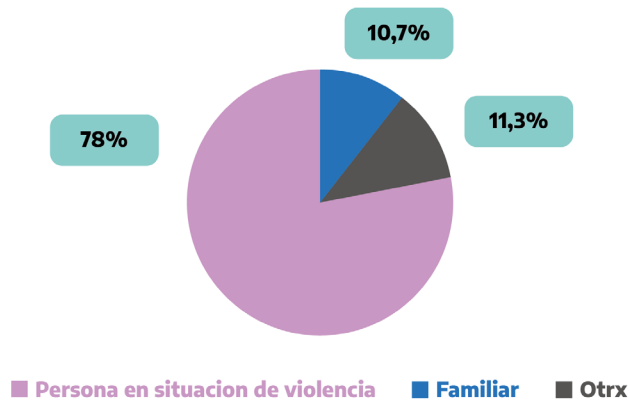


Fuente: Línea 144 - Tres sedes. Llamados correspondientes a violencia mediática. Período 2015 - 1er trimestre de 2022. Base: 203 casos

Infografía 2: Características de las personas en situación de violencia mediática



Persona que se comunica con la Línea 144

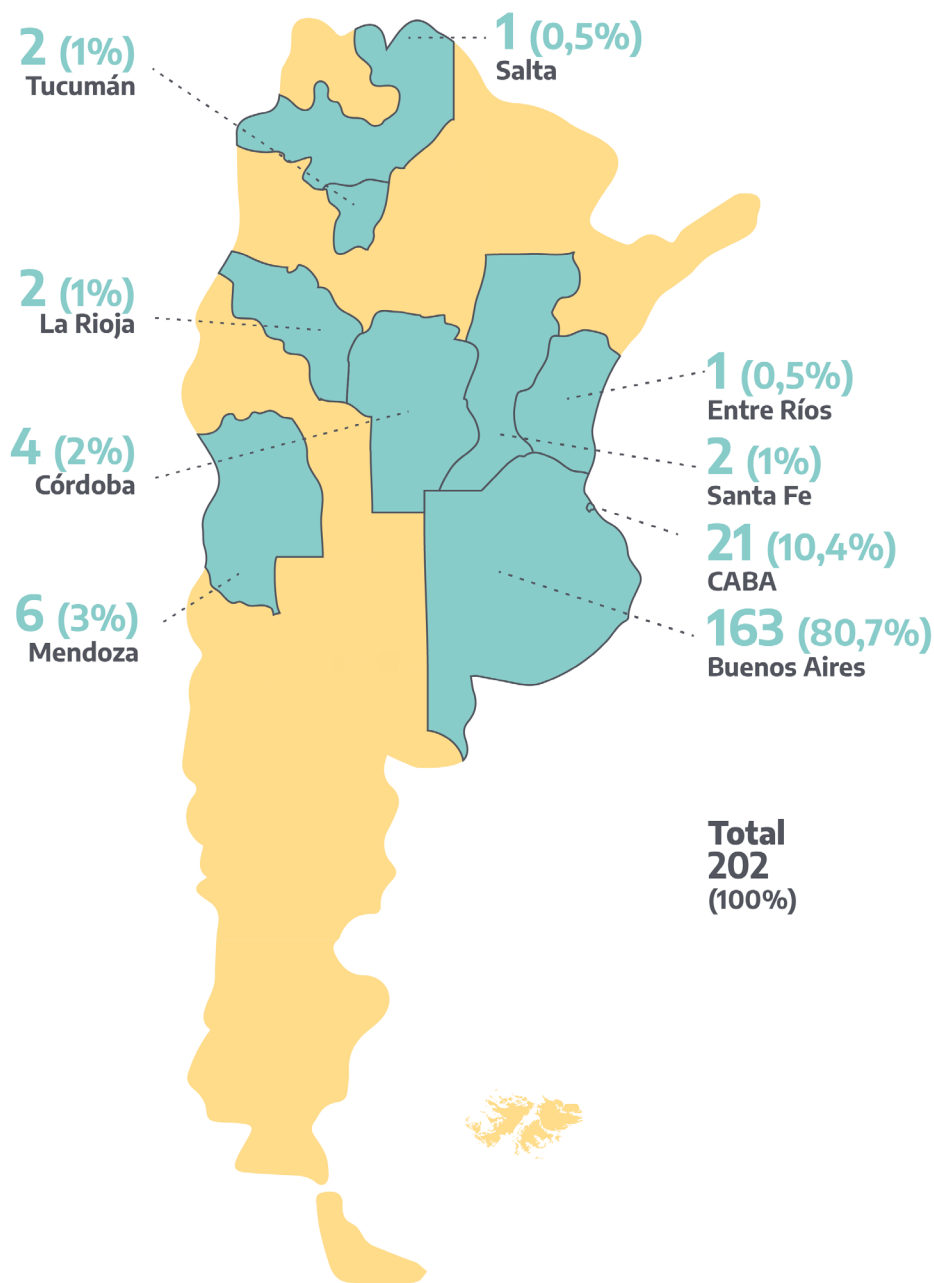


- El **78%** de las comunicaciones relacionadas con la violencia mediática las realiza la persona que se encuentra en la situación de violencia, mientras que en el **10,7%** de los casos lo hace un familiar y en un **11,3%** otrx (sin especificar).
- El **29,2%** de las comunicaciones las realizan mujeres y LGBTI+ jóvenes adultxs, de 25 a 34 años y un **23%** de 35 a 44 años. Lxs más jóvenes, de 15 a 24 años, concentran el **26,1%** de las comunicaciones.
- El **97,5%** son mujeres.

Fuente: Línea 144 - Tres sedes. Llamados correspondientes a violencia mediática. Período 2015 - 1er trimestre de 2022. Base: 203 casos



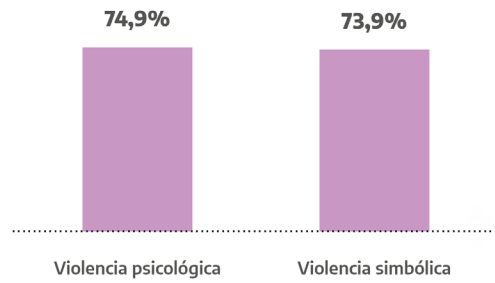
Infografía 3: Procedencia de las comunicaciones por violencia mediática a la Línea 144 por provincia



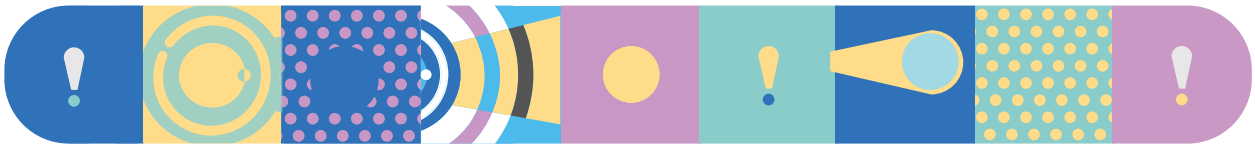
- La Provincia de Buenos Aires concentra el **80,7%** de las comunicaciones referidas a la violencia mediática, mientras que el **10,4%** son realizados desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el **3%** de Mendoza.
- No se registran comunicaciones provenientes de las provincias de Catamarca, Chaco, Chubut, Corrientes, Formosa, Jujuy, La Pampa, Misiones, Neuquén, Río Negro, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santiago del Estero y Tierra del Fuego AIAS.
- La nacionalidad de la mayoría de las personas que se comunican con la Línea 144 es argentina.

Fuente: Línea 144 - Tres sedes. Comunicaciones correspondientes a violencia mediática. Período 2015 - 1er trimestre de 2022. Base: 203 casos

Infografía 4: Tipos de violencias de género en los que se expresa la violencia mediática



Fuente: Línea 144 - Tres sedes. Llamados correspondientes a violencia mediática. Período 2015 - 1er trimestre de 2022. Base: 203 casos





2. Monitoreo género y política. Campaña electoral PASO 2021 - Representaciones y paridad en noticieros televisivos

El MMGyD, el Ente Nacional de Comunicaciones, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Instituto Nacional Contra la Discriminación, la xenofobia y el racismo (Inadi) llevaron adelante la investigación “Monitoreo Género y Política. Campaña electoral PASO 2021 Representaciones y paridad en noticieros televisivos”² con el objetivo de responder al siguiente interrogante: ¿Cómo son los discursos mediáticos que giran en

torno a las candidaturas electorales, durante la campaña nacional para las primarias, atendiendo especialmente a representaciones relacionadas con la discriminación, violencias de género y/o mensajes estereotipantes, entre otros aspectos?

A partir del monitoreo de programas informativos de canales de las provincias con mayor padrón electoral, se registró que:

- Sobre un total de 237 menciones a candidatxs, 88 corresponden a mujeres (37%) y 149 a varones (63%).
- Esta asimetría se acentúa al considerar el tiempo de palabra con el que contaron: 71% correspondió a varones y 29% a mujeres.
- Si bien hubo varios partidos políticos que incorporaron precandidaturas de LGBTI+ en sus listas, no hubo menciones en las coberturas noticiosas.
- Se analizaron dos piezas en profundidad por haberse “detectado prácticas discursivas alejadas de la perspectiva de género y diversidad sobre dos candidatas mujeres cis”³.

3. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisuales

La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisuales (SCA) publica monitoreos anuales de noticieros televisivos de canales de aire de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En el último monitoreo, “¿Qué es la noticia para los noticieros de televisión abierta?”⁴, observó que para 2020, de las 7863 noticias monitoreadas, 352 (4,5%) abordaron temas vinculados a “géneros”.

² Disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/01/monitoreo_genero_y_politica.pdf

³ Disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/01/monitoreo_genero_y_politica.pdf

⁴ Disponible en <https://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2021/12/DEFE-Monitoreo-2020-INFORME-v7.pdf> (págs. 57-60).

El análisis de estas noticias evidenció lo siguiente:

- “Cuando se analizó Géneros como tema prevalente se observó que, en 120 noticias, la principal asociación temática se identificó con Política (52,5%)”, por la influencia del debate por la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo.
- Además, se analizaron noticias que tematizaron Géneros en segunda instancia y cuyo tema prevalente pertenecía a otro tópico: “En ese caso, a diferencia del año 2019 en el que casi el 80% de las noticias se relacionaron con Policiales e ‘inseguridad’, en 2020, el 52,5% se relacionó con Política”.
- En casos donde hubo otro tema prevalente, la relación de Géneros con Policiales se situó en segundo lugar (31,5%).
- Solo 52,8% de las noticias que tematizó sobre Géneros fue construida mediante el uso de fuentes explícitas (como encuestas, datos estadísticos, entre otros).
- Del total de las fuentes utilizadas, el 28,3% correspondió al Poder Legislativo (diputadx, senadorxs).
- El 12,6% de las noticias sobre género fueron construidas a partir de fuentes privadas como: vecinx, ciudadanx de a pie, transeúnte, consumidor/x, conductor/x.

4. Observatorio de la discriminación en radio y TV

Este observatorio es un espacio institucional del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) que asiste al Directorio de ese organismo y que tiene convenios de trabajo con el INADI y el MMGyD.

El estudio “Mujeres en la noticia”⁵ mide la representación y roles de género en la difusión de las noticias a partir del relevamiento de programas informativos de canales de aire del AMBA. Para octubre de 2020, se registró que la participación de las mujeres alcanzaba un 42% (protagonizaron 602 unidades informativas sobre un total de 1586 registradas) mientras que el 58% restante son varones.

En una investigación anterior, vinculada a discursos y mensajes, el “Monitoreo de las prácticas y discursos discriminatorios en la Televisión”⁶, se evaluó la programación de canales de televisión abierta de CABA y se relevaron segmentos audiovisuales que abordaron distintos ejes temáticos: violencia contra las mujeres, discapacidad, pobreza, diversidad sexual, estado de salud, edad, aspecto físico, migrantes, etnia, religión y nacionalidad.

Entre los datos sobre la perspectiva de género y diversidad aplicados a la programación de canales de aire se destacan los siguientes:

- La categoría “violencia contra las mujeres” se visibilizó en el 55% de los registros hallados.
- El 48% de esos registros fueron discriminatorios y sin perspectiva de género y diversidad, es decir, configuraron situaciones de violencia mediática.
- El 27% tuvieron aspectos positivos y negativos (es decir, coexistió una “doble vara”: enfoques que buscaron ser inclusivos poniendo en cuestión y desnaturalizando prácticas

⁵ Disponible en <http://www.obserdiscriminacion.gob.ar/wp-content/uploads/2020/12/Mujeres-en-la-Noticia-2020-1.pdf>

⁶ Disponible en https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/ARG/INT_CEDAW_ARL_ARG_24602_S.pdf



discriminatorias, pero, al mismo tiempo, hubo momentos de reproducción de tratamientos discriminatorios).

- El 25% fueron abordajes positivos por ser inclusivos y no discriminatorios.
- En relación al tratamiento de los contenidos que refieren a los modos en que se representa y tematiza a LGBTI+, de los 191 registros que forman parte del presente monitoreo, el 7,3% se corresponden con la categoría Diversidad. Dentro de ese subtotal, la mitad se caracteriza por un abordaje con un tratamiento discriminatorio seguido de un 35,7% en el que se superponen aspectos positivos y negativos mientras que tan solo el 14,3% presenta aspectos que podríamos definir como positivos, con perspectiva de derechos.
- El 50% se caracterizó por un abordaje discriminatorio, es decir, a través de prejuicios y un lenguaje estigmatizante.
- En un 36% se superponen aspectos positivos y negativos (es decir, “doble vara”).
- El 14% incluyó la perspectiva de género, diversidad y derechos.

5. Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI)

El INADI tiene por objeto elaborar políticas nacionales para poner fin a toda forma de discriminación, xenofobia y racismo, impulsando y llevando a cabo acciones federales y transversales articuladas con la sociedad civil, y orientadas a construir una sociedad diversa e igualitaria. Produce, entre otros documentos, la revista *Inclusive*, una publicación periódica abocada al análisis, la reflexión y la divulgación

de producciones científicas, académicas y literarias sobre discursos discriminatorios.

En su edición de abril de 2021 (Año N° 3, vol. II), se presentaron los avances de la investigación “Discursos de odio online hacia los feminismos en la Argentina” realizada sobre contenidos publicados en portales de periódicos. A partir de lo que revela, se destaca que:

- Sobre el total de 1654 mensajes, 1117 fueron categorizados como negativos (68%), 374 neutros (23%, mayormente, informativos) y 147 (9%) presentaron una orientación valorativa positiva.
- Además, un total de 775 mensajes fueron categorizados como discursos de odio hacia los feminismos (69% del total de comentarios negativos y 47% del total de comentarios), “sugiriendo así que las reacciones negativas tienden a decantarse con facilidad por la enunciación de hostilidades, amenazas, desagrado y desacreditación abusiva. Comentarios vertidos mayoritariamente por usuarios de género presunto masculino”.

6. Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género y Diversidad Sexual de la Provincia de Buenos Aires

El informe “Femicidios, transfemicidios y travesticidios en la prensa gráfica digital argentina”⁷ da cuenta de los principales resultados acerca del tratamiento mediático en la cobertura de femicidios, transfemicidios y travesticidios, ocurridos en esa provincia.

- Se analizaron un total de 180 notas para el período correspondiente al primer semestre de 2020. Se registraron 50 víctimas de femicidio y 3 travesticidios y transfemicidios. El corpus también contempla 4 femicidios vinculados.
- El 66% de las notas analizadas fueron presentadas en la sección “policiales”, el 44% utilizó fuentes policiales y un 20% fuentes judiciales. Según el informe, esto puede leerse como “la decisión de los medios de comunicación que ubica a los femicidios en la sección policiales implica el abordaje del femicidio como un ‘hecho de inseguridad’”.
- El 13% de las notas analizadas aparecen en la sección sociedad. “Estas notas presentan el contexto de situación de violencia por razones de género en la que se concretó el femicidio. Esto permite suponer que las y los profesionales de la información que trabajan en la sección sociedad, consultan otras fuentes de información y tienen un mayor conocimiento”.
- En el 22% de las notas se exponen datos íntimos de la víctima de femicidio, travesticidio y transfemicidio. Entre ellas, en el 83% se muestra el domicilio de la persona y se informa sobre consumos problemáticos y padecimientos en salud mental.
- El 22% de las notas presentan a los femicidios con una hipótesis de justificación.
- El 32% de las imágenes muestran a la víctima y a sus familiares sin protección de identidad, el 30% muestran la escena del femicidio y el 2% exhibe el cuerpo de la persona asesinada.
- En 9 artículos no se nombra al femicida. Por fuera de ello se suele recurrir a “la utilización de apodos o características particulares para hacer mención a los agresores”.

7. Observatorio de la Violencia contra las Mujeres (del Instituto Nacional de la Mujeres)

El Instituto Nacional de la Mujer (INAM) era el organismo competente en materia de género antes de la creación del MMGyD. En 2018 realizó el “Relevamiento sobre la representación de las maternidades en portadas de revistas”⁸ donde analizó las portadas de 5 revistas de espectáculo de interés general con el objetivo de conocer las representaciones que se realizan en torno a las maternidades y los estereotipos de género.

⁷ Disponible en <https://ministeriodelasmujeres.gba.gob.ar/pdf/prensagraficadigitalargentina.pdf>

⁸ Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ovsym_maternidades.pdf?fbclid=IwAR2fT7yPgQlZUH6bpYTKxsQ40_LwpHmXiwZ-S-3751p60jqQeWgITIJRCCo



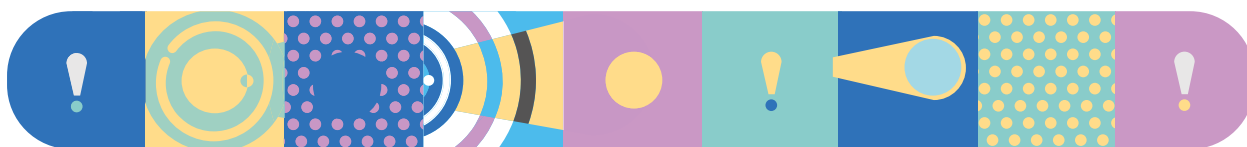
Allí se señaló que “los mandatos o roles de género pueden contribuir a situaciones de fuerte discriminación o violencia, y que la comunicación se concibe como un derecho humano, al igual que el hecho vivir una vida libre de violencias”.

El informe reveló que:

- El 58% de las tapas de revistas incluyó únicamente a mujeres como imagen principal.
- En ningún caso se reflejaron las identidades reconocidas en la Ley de Identidad de Género, y la heterosexualidad era el discurso dominante. El 44% de las tapas hizo referencia a temas relacionados con la maternidad, que apareció como tema recurrente vinculado a “lo femenino”, y se observó que esa representación de la maternidad estuvo asociada a otros estereotipos, como (1) modelo de belleza hegemónico, (2) maternidad como realización femenina, (3) los varones (padres y parejas de esas mujeres en tapa) son la pareja ideal y cumplen el rol de proveedores, (4) las mujeres como objeto sexual y, finalmente, (5) las mujeres como únicas responsables del trabajo de cuidado.

En síntesis:

- En la información acumulada desde 2015 hasta la actualidad, se identifican 203 comunicaciones por violencia mediática. Aunque el comportamiento es oscilante, los años 2017, 2018, 2019 y 2020 son los que más consultas presentan.
- En 4 de cada 10 comunicaciones, las personas informan que también se encuentran en situación de violencia en otras modalidades.
- Los tipos de violencia a partir del cual se expresa la violencia mediática son la psicológica y la simbólica.



El Sistema Integrado de Casos de Violencia por Motivos de Género (SICVG)

El SICVG es la herramienta que desarrolló el MMGyD para registrar, procesar y analizar información sobre las consultas y denuncias por violencia de género que ingresan por diferentes organismos en todo el territorio nacional.

Con el SICVG es posible realizar un seguimiento de los casos, establecer indicadores de riesgo, saber si quien realiza una denuncia tuvo intervenciones previas por parte del Estado, entre otros aspectos.

¿Para qué sirve el SICVG?

Mejora la respuesta del Estado y la eficacia de las políticas públicas frente a las violencias de género mediante un sistema de gestión de la información que permite conocer en profundidad las características de las violencias y determina el riesgo estableciendo cuáles son los contextos en los que es más probable que la violencia se incremente y ponga en peligro la vida o la integridad física y psicológica de las personas que denuncian o hacen consultas y de sus familiares o allegadxs.

nicipales) de todo el país que aportan información al sistema respecto de sus jurisdicciones.

Para más información, consultar:

Pueden acceder y consultar el SICVG los organismos públicos (nacionales, provinciales y mu-



Datos públicos del MMGyD:

El Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de la Nación en números:

Línea 144:

Programa Acompañar:



*primero
la gente*



Ministerio de las Mujeres,
Géneros y Diversidad
Argentina



Obs.
Observatorio de las Violencias
y Desigualdades por Razones
de Género