

La industria cultural mediática de la violencia hacia las mujeres en la prensa escrita de Panamá

The media cultural industry of violence against women in Panama's written press

Claudia Figueroa Pino

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá
claudia.figueroa@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0009-0002-5136-6590>

Recibido: 21/01/2023

Aceptado: 12/04/2023

RESUMEN

Los medios masivos de comunicación social son los más grandes e influyentes productores de sentido dentro de las industrias culturales. En este sector, la prensa escrita es uno de productos que cuenta con mayor credibilidad e incidencia, en el establecimiento de la agenda temática de la opinión pública. Este artículo, estudia específicamente los discursos de la prensa escrita en Panamá, que utilizan narrativas textuales y visuales, que exhiben sin contexto la violencia hacia las mujeres. La metodología fue el análisis de contenido cualitativo, de un ejemplar del periódico tabloide El Siglo, seleccionado por su enfoque sensacionalista y por su alcance e impacto en la sociedad panameña. Como hallazgo se detectaron diferentes tipos de contenidos y formas de violencias simbólicas hacia las mujeres, como los estereotipos sexistas, la explotación sexual y la revictimización de las mujeres y sus familias, en los casos de femicidio. Así mismo, se identificaron los recursos discursivos utilizados en los contenidos violentos hacia las mujeres, en cinco secciones del diario: Portada, Crónica Roja, Curiosidades, Internacionales y Contraportada. Por último, se presentan las interrogantes sobre los ingresos económicos que estos contenidos representan para los medios de comunicación y sobre el papel que juegan las instituciones públicas, responsables de garantizar los derechos humanos de las mujeres en Panamá. Se concluye con la propuesta de profundizar en el estudio y diálogo en torno a esta problemática, desde la mirada crítica y ética de los derechos humanos.

Palabras claves: prensa escrita, sensacionalismo, violencia simbólica, violencia mediática, violencia hacia las mujeres.

ABSTRACT

The mass media of social communication are the largest and most influential producers of meaning within the cultural industries. In this sector, the written press is one of the products that has greater credibility and incidence, in establishing the thematic agenda of public opinion. This article specifically studies the discourses of the written press in Panama, which use textual and visual narratives, which exhibit violence against women without context. The methodology was the qualitative content analysis of a copy of the tabloid newspaper El Siglo, selected for its sensationalist approach and for its scope and impact on panamanian society. As a finding, different types of content and forms of symbolic violence against women were detected, such as sexist stereotypes, sexual exploitation and the revictimization of women and their families, in cases of femicide. Likewise, the discursive resources used in the violent contents towards women were identified, in five sections of the newspaper: Front Page, Red Chronicle, Curiosities, International and Back Cover. Finally, questions are presented about the economic income that these contents represent for the media and about the role played by public institutions, responsible for guaranteeing the human rights of women in Panama. It concludes with the proposal to deepen the study and dialogue around this problem, from the critical and ethical perspective of human rights.

Keywords: written press, sensationalism, symbolic violence, media violence, violence against women.

Introducción

A raíz de la investigación sobre la representación social de las mujeres en la prensa escrita en Panamá, del doctorado en ciencias de la comunicación social, surge la pregunta sobre los mensajes violentos hacia las mujeres que se difunden dentro de los contenidos de la prensa escrita panameña. Tal es el caso de los periódicos de tipo tabloide que se venden en Panamá, que precisamente parecen ser los de mayor tiraje y los más accesibles, en términos de precio, para la población de la clase trabajadora. Estos productos de la industria mediática exhiben, casi todos los días, en la portada y contraportada, imágenes de cuerpos ultrajados o erotizados de mujeres que visualmente son ofrecidas al público masculino, acompañadas del texto que no deja dudas del carácter de objeto con el cual el medio presenta a las mujeres.

Además de la cosificación sexual que se promueve en la contraportada de los periódicos tabloides La Crítica y El Siglo, en secciones completas, en las noticias internas y no pocas veces en la primera plana, se utilizan imágenes y textos violentos hacia las mujeres sin contexto ni análisis científico-social, como contenidos regulares para atraer a sus audiencias.

Con esta observación cabe destacar que, hasta el momento, no se han identificado investigaciones ni datos que evidencien que se ha realizado algún estudio, para analizar y cuantificar la utilización de la violencia hacia las mujeres como contenido regular de los medios

de comunicación masivos, parte importante de las industrias culturales en Panamá. Así mismo, tampoco se encontraron trabajos al respecto en la región latinoamericana.

Sin embargo, se localizó una investigación realizada en la Universidad de Alicante, España, por Rocío Moratalla (2014) denominada: *La violencia de género en la industria cultural. El caso de Las 50 Sombras de Grey*. En la cual, como parte del análisis teórico, Moratalla (2014) asegura que “tanto los medios de comunicación como el resto de productos de la industria cultural, sirven como agentes socializadores y tienen un papel fundamental en lo referido a perpetuar los estereotipos asignados a un modelo de género” (p.6).

En este sentido, la difusión cotidiana de imágenes y textos violentos hacia las mujeres, que parecen legítimos por ser publicados en un periódico como El Siglo, en el contexto de la sociedad panameña donde, según estadísticas del Ministerio Público (2023), entre 3 y 4 mujeres son víctimas de femicidio o intento de femicidio cada mes, sin la exposición de los diferentes aspectos de esta problemática social, puede llevar a conclusiones equivocadas sobre las causas, características y consecuencias del fenómeno de la violencia contra las mujeres., así como a la normalización, como algo que no se puede cambiar, a la desensibilización y reproducción social del imaginario de la violencia machista.

Violencia simbólica y violencia mediática

Por lo anterior, es importante revisar lo que establece en Panamá la ley que tipifica el femicidio y la violencia contra la mujer, sobre el concepto de violencia mediática. Artículo 4, numeral 21, de la Ley No.82 de 2013:

Es aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados, a través de cualquier medio masivo de comunicación que, directa o indirectamente, promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, deshonor, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, así como la utilización de mujeres en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o que construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres. (p.6)

De esta definición, es claro que las imágenes y los textos portadores de estereotipos sexistas y otros que explotan y humillan a las mujeres, con la consecuente legitimación y promoción de la desigualdad de trato en los contenidos, es violencia mediática porque promueve la representación de mujeres sometidas a la voluntad de los hombres, desde las páginas de la prensa escrita en Panamá.

Así mismo, la violencia simbólica está reconocida y definida en el artículo 4, numeral 27, de la Ley No.82 de 2013 que dice:

Son mensajes, íconos o signos que transmiten o reproducen estereotipos sexistas de dominación o agresión contra las mujeres, en cualquier ámbito público o privado, incluyendo los medios de comunicación social. (p.8).

Aunque tiene mucho en común con la violencia mediática, la simbólica se refiere al mensaje mismo y a lo que representa su significante y significado, en el contexto de la sociedad panameña. Se trata de mensajes o símbolos que representan desconocimiento o disminución de alguno de los derechos humanos de las mujeres, por el solo hecho de serlo. Y estos mensajes pueden transmitirse dentro o fuera de los medios de comunicación. Por ejemplo, en la pared de una escuela, en un vídeo producido en una clase universitaria, en un mensaje de WhatsApp dirigido directamente a la persona, en un mensaje publicado en la red socio digital twitter de manera pública y anónima, pronunciarse en un programa de radio de señal abierta o exhibirse en una valla en una carretera.

Ambas son formas de violencia en las que se discrimina y agrede a todas las mujeres en una sociedad, por el solo hecho de no haber nacido hombres. Esta violencia se produce, se difunde y se reproduce, contra la representación social de las mujeres., y tiene efectos importantes porque legitima la violencia sexual, la violencia económica, la violencia psicológica, el acoso callejero, los estereotipos sexistas, el acoso laboral, la brecha salarial de género y otras formas de discriminación y violencia.

Resultado del análisis de contenido del periódico tabloide El Siglo

En esta línea se revisó el periódico El Siglo, fundado el 9 de enero de 1985, que circula diariamente a nivel nacional a un costo treinta y cinco centésimos de dólar (\$0.35). Mediante la técnica de análisis de contenido cualitativo, se identificaron mensajes que se constituyen en violencia mediática, al publicar imágenes y textos que reproducen la violencia hacia las mujeres:

1. Portada

En la primera plana se difunde el adelanto de una noticia de la sección Crónica Roja, donde se informa de un posible femicidio en Panamá., pero de forma espectacular y sensacionalista por el lenguaje, los colores, el tamaño de las letras y el texto utilizados:

Título: *El Macabro hecho fue en Chorrera*

Subtítulo: *Identifican cadáver de la quebrada*

2. *Contraportada*

La contraportada es la última página del diario y al igual que la portada se pueden ver exhibidas, aunque no compres el periódico. En este caso, se extiende en la mitad de página la imagen de una mujer joven en bikini rojo, posando de manera erotizada, mirando directamente a la cámara, con un texto ubicado sobre sus órganos sexuales donde dice *-Sábado de Gloria. Hay que aprovechar-*. (El Siglo, 2023)

3. *Curiosidades*

En la página denominada Curiosidades, se publica la columna de un personaje ficticio llamado **Rosa Fogosa**. Por lo cual, todo lo que ahí se difunde recae en autoría y la responsabilidad de la redacción central del medio. En esta sección, del ejemplar que se revisó para este análisis, se extraen los siguientes elementos:

Título de la nota: *Lo dejan de lado y son una parte fundamental*

Texto de la nota: *“Te sugerimos que, por ejemplo, tengas algo comestible que deberás extender por su cuerpo, concentrándote en las áreas donde más puedas provocarlo: del vientre hacia su... Lame con suavidad cada rincón, sin prisa”*. (El Siglo, 2023).

4. *Crónica Roja*

En esta sección interna del periódico, de la cual frecuentemente se toman elementos para la portada y contraportada, es donde más evidentemente se observa la utilización de los hechos violentos hacia las mujeres para llamar la atención de la audiencia. Mediante la revisión de la información y el análisis de contenido, se seleccionaron dos noticias.

En la primera, se lee un titular donde se usa el mismo adjetivo con el que se denomina a una categoría de las películas del cine de ficción. Es decir, se ubica el femicidio en el ámbito de la cultura del espectáculo. De igual manera, en parte del texto de la nota, se asegura que las causas de los femicidios, estarían relacionadas a comportamientos provocados por las mujeres. Todos estos son elementos que reproducen, no explican ni atienden, el problema social de la violencia hacia las mujeres.

En la segunda noticia identificada en la sección Crónica Roja, se informa sobre el presunto femicidio de una mujer. Sin embargo, se vulnera la intimidad de la víctima ya que desde la portada se revelan sus datos personales, como su nombre completo, dónde vivía, qué estaba haciendo antes que la asesinaran, las señas que tenía en su cuerpo y se describe la ropa que se había puesto, incluida su ropa interior. Y lo más grave, es que se divulgan datos de su hijo menor de edad. Además, especulan sobre las causas del femicidio y utilizan la etiqueta de “se presume que este crimen tenga ribetes pasionales”. Con esa narrativa, se desinforma sobre las causas reales y responsabilidades en los casos de femicidio, los antecedentes, las señales previas de la violencia, así como las consecuencias sociales de no prevenir estos niveles de violencia contra las mujeres.

4.1. Título de la nota: *¡De terror! 206 femicidios se han dado en Panamá en 10 años*

Texto de la nota: “Entre los factores criminógenos en la violencia contra la mujer que terminan en feminicidios están: los celos, la infidelidad, el abandono o el rechazo de una relación amorosa por parte de la mujer”.

4.2. Título de la nota: *A mujer encontrada muerta en una quebrada, le propinaron un disparo en la nuca*

Texto de la nota:

La dama vestía un pantalón corto sin ropa interior y una blusa, informó una fuente judicial...Agregó que en el lugar se encontró una toalla que tenía plasmado el nombre de un hotel situado en la ciudad capital...Presuntamente, Geraldine había estado en dicho hotel acompañada de un hombre...Se presume que este crimen tenga ribetes pasionales...Extraoficialmente, se conoció que Geraldine Ninoska Lyder de Carrillo, residía en el residencial Los Flamings en La Chorrera y tenía apenas un mes de haberse separado de su esposo con quien mantenía un hijo de 12 años de edad. (El Siglo, 2023)

Además de estas notas, que se destacan por su nivel de objetivación de las mujeres, despojándolas de su carácter de personas sujetas de derechos humanos y ciudadanos, por los estereotipos sexistas y sexuales, por la inferiorización de las mujeres en relación al lugar y voluntad de los hombres, de la vulneración a la intimidad de las mujeres víctimas de femicidio y sus familias, de la espectacularización y utilización de sus muertes en las portadas y sus cuerpos cosificados en las contraportadas para vender el diario, se identificaron otras noticias en la sección de internacionales del periódico, donde la intención del contenido parece ser atemorizar a las mujeres.

Conclusiones

Para este artículo se analizaron solamente los contenidos del periódico tabloide El Siglo, que se distribuye a nivel nacional con una venta diaria aproximada de 65 mil ejemplares, según las últimas cifras publicadas. Por lo cual, no es posible asegurar que la mayor parte de los periódicos en Panamá, difunden imágenes y textos violentos hacia las mujeres. Sin embargo, es público y notorio en el caso de los tabloides que lo hacen cotidianamente en sus portadas y contraportadas.

En este caso, se identificaron contenidos violentos y discriminatorios hacia las mujeres en cinco secciones del periódico. Violencia simbólica y mediática, que va desde los estereotipos sexistas y la explotación sexual, hasta la revictimización de las mujeres asesinadas y sus familias, en casos de femicidio.

De igual manera, queda la interrogante sobre los ingresos económicos que estos contenidos generan a los medios de comunicación. Es decir, el dinero que acumulan por ejemplo los tabloides, como La Crítica y El Siglo, por utilizar la explotación sexual, la cosificación de las mujeres, los femicidios y la información íntima de las mujeres, como mercancía publicable. Además, se plantea la interrogante sobre el papel pasivo que juegan las instituciones, que tienen la obligación de implementar la política pública de igualdad de género hacia las mujeres y garantizar sus derechos a una vida libre de violencia y discriminación.

Así mismo, se subraya la necesidad de realizar estudios que resulten en cifras y datos, que describan y cuantifiquen los contenidos violentos hacia las mujeres en la prensa escrita. Con esa información, se podrían diseñar propuestas de transformación mediática viables, para promover el diálogo desde los medios y las audiencias, sobre las consecuencias sociales de difundir masivamente contenidos violentos hacia las mujeres.

Finalmente, el abordaje de este problema debe realizarse desde el enfoque indivisible de los derechos humanos. En el cual, no pueden excusarse o desconocerse los derechos de la mitad de la población, las mujeres. Estos derechos no solo están en las convenciones internacionales ratificadas por el Estado panameño, sino que forman parte integral de la ley y de la política pública de igualdad de género en Panamá.

En conclusión, se plantea un cuestionamiento crítico respecto a la utilización de contenidos violentos hacia las mujeres en la prensa escrita, como excusa para mantener sus ventas, tal y como sucede en los tabloides panameños, o como argumento vinculado falsamente a la libertad de expresión., porque el ejercicio de la libre expresión no debe incluir la divulgación de mensajes discriminatorios ni violentos, que vulneren la dignidad humana y social.

Referencias Bibliográficas

- Calvillo, A. (22/04/2021). La publicidad atiza la violencia contra las mujeres. *Revista Sinembargo.mx*. México. Recuperado de <https://www.sinembargo.mx/22-04-2021/3966364>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (03/04/2017). Violencia contra las mujeres en los medios de comunicación y la publicidad. Blog del Gobierno de México. Recuperado de <https://www.gob.mx/conavim/articulos/violencia-contra-las-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-y-la-publicidad>
- García, N. y Martínez, L. (2015). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Revista Comunicación y Sociedad*, 5 (10), p. 111-128. Recuperado de <https://doi.org/10.32870/cys.v0i10.1845>

- Ley No.4 del 29 de enero de 1999, *por la cual instituye la igualdad de oportunidades para las mujeres*. República de Panamá. Recuperado de file:///C:/Users/ADMIN/AppData/Local/Temp/leyes_1999_176_1226-2.pdf
- Ley No. 82 de 2013, *que tipifica el femicidio y la violencia contra la mujer*. República de Panamá. Recuperado de https://oig.cepal.org/sites/default/files/2013_pan_ley82.pdf
- Ministerio Público (2023). *Estadísticas de femicidio a nivel nacional*. Recuperado de <https://ministeriopublico.gob.pa/wp-content/uploads/2023/01/Informe-Estadistico-Victimas-de-Femicidio-a-Nivel-Nacional-Diciembre-2022.pdf>
- Moratalla, R. (2014). *La violencia de género en la industria cultural. El caso de 50 sombras de Grey*. Universidad de Alicante. España. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/38607>
- Vega, A. (2014). El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. *Revista Comunicación y Medios No. 30*, pp. 9-25. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Disponible en: <https://boletinjidh.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/30332/37648>
- Panamá América (20/12/2011). Crítica, líder en ventas y lectoría. *Panamá América*. Recuperado de <https://www.panamaamerica.com.pa/nacion/critica-lider-en-ventas-y-lectoría-765474>
- El Siglo (08/04/2023). Portada y contraportada Diario El Siglo. Recuperado de <http://elsiglo.com.pa/media/journals/document/6430a883f31d9.pdf>
- El Siglo (29/03/2023). Los dejan de un lado y son una parte fundamental. *El Siglo*. Recuperado de <http://elsiglo.com.pa/curiosidades/dejan-lado-parte-fundamental/24222788>

Conflicto de interés

La autora de este trabajo declara no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse a la autora al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace: https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

