

MAYO 2024

2



INFORME

Estudio cualitativo sobre narrativas relacionadas a la Violencia Basada en Género en medios noticiosos dominicanos

PRESENTADO A:

Save the Children RD

ELABORADO POR:

Erinia Peralta

Elvin Calcaño

Ismael Batista

Índice

Introducción.....	2
Conceptos claves.....	4
Ecosistema mediático.....	4
Revictimización.....	5
Clima de opinión pública.....	5
Violencia Basada en Género.....	5
Metodología de Extracción y Clasificación de Datos.....	6
Proceso metodológico de extracción de Datos.....	6
Modelos implementados de Inteligencia Artificial.....	7
Indicadores.....	16
Resultados.....	18
Análisis cualitativo.....	19
Clasificación y Análisis de Noticias.....	19
Metodología de clasificación.....	23
Origen de las Noticias.....	24
Resultados principales.....	28
Tendencias identificadas según la noticia incluya o no la edad de la víctima.....	32
Claves sociopolíticas.....	33
Recomendaciones.....	36

Introducción

La distribución de noticias vinculadas a Violencia Basada en Género (VGB en lo adelante) en la República Dominicana se realiza a través de diferentes canales dentro del ecosistema mediático nacional. La VGB es un tema de continua generación de noticias, contenidos (en las redes sociales) y discusión cotidiana en el país. Esto es lo que arroja la data recopilada en este estudio, así como su clasificación y el análisis cualitativo realizado sobre la misma. De modo que es un elemento gravitante en lo que es el clima de opinión pública dominicano. Sin embargo, lo es más desde una perspectiva noticiosa/informativa que educativa. Y, por su parte, habría varios elementos que orientan la manera en que es tratada mediáticamente. Los cuales requieren ser analizados y visibilizados a los fines de poder construir un mejor abordaje para, de cara al futuro, contrarrestar los efectos nocivos o adversos que dicho tratamiento pueda estar generando en la sociedad en su conjunto.

En ese marco, este estudio realiza una recopilación de noticias entregadas por diversos medios dominicanos acerca de casos de VGB durante el periodo comprendido entre agosto de 2021 y marzo de 2024. Una vez recopiladas la hemos sistematizado en una Dashboard para facilitar su análisis y comprensión; organizándolas por diferencia de edades, tipo de violencia, caso o nombre de la víctima, comportamiento de las publicaciones en el tiempo, resultados de la clasificación de las publicaciones, género del agresor, consecuencia del agresor, relación del agresor con la víctima, ubicación de la noticia, análisis del impacto y enfoque dado. Y, en ese marco, hemos identificado cuáles de ellas han tenido un enfoque de prevención.

Posteriormente, se realiza un análisis cualitativo a partir de varios casos emblemáticos de VGB (de entre todos los que aparecen en la data) ya que en ellos se detectan patrones de revictimización. Es decir,

partimos de la primera noticia, meramente informativa del hecho de violencia, y evaluamos cómo la revelación de datos o hallazgos del caso fueron contribuyendo a la revictimización. El objetivo ahí será mostrar tendencias en la distribución de este tipo de casos (para conectar esto con recomendaciones que se hacen al final de este documento en materia de posibles campañas de concientización).

Dentro de ese mismo apartado, en clave cualitativa se propone un análisis de posibles efectos o traducciones sociopolíticas de las tendencias encontradas en cuanto a la distribución de noticias relacionadas a VGB en el país. Esto para, a su vez, orientar posibles abordajes o iniciativas a nivel político-institucional sobre el tema.

Finalmente, el documento cierra con una serie de recomendaciones que, a la luz de la data obtenida mediante la metodología implementada y el análisis cualitativo llevado a cabo, se entiende pueden ayudar en futuros abordajes en la línea de crear más conciencia sobre el adecuado tratamiento de la VGB en el ecosistema mediático dominicano. Dentro de dichas recomendaciones se plantean dos campañas que distribuyan mensajes que fomenten otras formas de manejar la VGB en medios. Y, asimismo, que tiendan a generar procesos de re-educación, entre actores mediáticos claves, para que en el país se vaya creando un ambiente y forma de discusión distintos sobre esta problemática. Siendo esto lo que, entendemos, en última instancia se persigue con el proceso que habilita este estudio.

Posibilidades que abre este estudio

En primer lugar, este estudio abre, según nuestra visión y conforme los hallazgos obtenidos, varias posibilidades para en lo adelante abordar estratégicamente el problema de la VGB en la República Dominicana (especialmente en lo que concierne a su tratamiento mediático). Dado que podrían a partir de este definirse posibles rutas en el terreno político (ejecutivo, congreso, judicial, etc.) para proyectar avanzar hacia

la concientización respecto del manejo mediático de la VGB. Y desde ahí, influenciar para la configuración de un ecosistema mediático que haga mejor tratamiento sobre esta acuciante problemática nacional.

Segundo, propone un horizonte de despliegue táctico para accionar en diferentes planos frente a las problemáticas identificadas en el escenario mediático nacional. Posibilitando así la implementación –casi inmediata– de campañas en clave multinivel y en serie para reconducir el abordaje mediático sobre la VGB. Partiendo de una perspectiva que articula lo conceptual y analítico con recomendaciones técnicas. En ese contexto, este estudio sienta bases para que este mismo año (que es estratégicamente clave al ser el del inicio de un nuevo periodo de gobierno y legislación) se puedan comenzar a cumplir algunos de los objetivos del TDR de estudio. Como lo referente a campañas de concientización y medidas para contrarrestar las narrativas mediáticas que fortalecen la circulación y normalización de la VGB en el país.

Conceptos claves

Para garantizar la mayor claridad conceptual posible se describen los principales conceptos o categorías analíticas que guían y el análisis y recomendaciones de este estudio:

Ecosistema mediático

En toda sociedad hay medios de comunicación hegemónicos en el sentido de que son los de mayor penetración. Los cuales se organizan dentro de determinada estructura propietaria. Por lo que sus contenidos reflejan visiones de mundo e intereses concretos que logran circular, dada la mencionada hegemonía, como información. Incidiendo sobre los sentidos comunes y opiniones cotidianas. Y si bien han perdido centralidad (sobre todo los convencionales), siguen siendo importantes porque se han articulado a la dinámica de la

internet y redes sociales. De modo que todavía son actores políticos de primer orden. Junto con las plataformas de redes sociales y el nuevo paradigma comunicativo que estas implican.

Revictimización

Cuando un caso noticioso relacionado a VGB genera repetición en lo que atañe a su distribución noticiosa. Y, por el lado de la audiencia, cuando dicha repetición provoca comentarios y discusiones que, centrados en características particulares de la víctima, copan la opinión pública o bien la conversación digital extendiendo el tiempo y la exposición de dicho caso. Y con ello, la afectación de la víctima.

Clima de opinión pública

Marco de interpretación de la realidad mediáticamente construido a través de medios tradicionales, plataformas digitales y personalidades reconocidas que influyen por medio de la identificación. Intereses económicos (conforme la estructura propietaria de los medios), valores y la competición política son los elementos que estructuran un clima de opinión pública. Y, en este tiempo, tiene una gran relevancia los algoritmos de redes sociales ya que configuran, a su vez, un esquema de generación de opinión.

Violencia Basada en Género

Cualquier daño físico, psicológico o de otro tipo que se da en el contexto de desigualdades de género y que tiene un impacto negativo en la persona y en su identidad en tanto sujeto social reconocido o en búsqueda de reconocimiento (Jaramillo-Bolívar y Carnaval-Erazo, 2019).

Metodología de Extracción y Clasificación de

Datos

El objetivo principal de esta sección es describir de manera detallada y metodológica el proceso de extracción y clasificación de datos sobre noticias de VBG en la República Dominicana. Este proceso incluye la recopilación de datos, la minería de textos y el uso de modelos de inteligencia artificial para clasificar las noticias en diversas categorías relevantes.

Proceso metodológico de extracción de Datos

Recopilación de Datos

La recopilación de datos se llevó a cabo utilizando una combinación de técnicas de scraping web y APIs específicas. Se recolectaron datos de noticias publicadas en los medios de comunicación más influyentes del país desde agosto de 2021 hasta marzo de 2024. Las plataformas digitales seleccionadas incluyeron sitios web de noticias e Instagram, debido a su alta penetración y uso por parte de los medios de comunicación. La meta era construir una base de datos exhaustiva que reflejase la cobertura mediática sobre VGB en el país, el impacto que genera y el cambio de la narrativa a partir de la revelación de datos.

Minería de Datos

Para extraer los datos, se emplearon herramientas avanzadas de programación en Python que automatizaron el proceso de recolección. Se utilizaron técnicas de minería de textos para identificar términos y frases clave relacionadas con la violencia de género. Este enfoque permitió filtrar inicialmente las publicaciones irrelevantes y garantizar que solo se consideren aquellas que realmente trataban sobre VBG.

Modelos implementados de Inteligencia Artificial

La clasificación de los datos se realizó mediante modelos generativos avanzados de inteligencia artificial. Estos modelos fueron entrenados específicamente para reconocer patrones asociados con VGB. Se utilizaron criterios explícitos para identificar y clasificar las noticias en diversas categorías, asegurando una alta precisión en los resultados.

Criterios de Clasificación

Cada noticia fue evaluada y clasificada de acuerdo con los siguientes criterios basados en el contenido completo de la noticia:

Modelo de Clasificación de Artículos de Prevención

Este modelo clasifica si las noticias sobre violencia de género visibilizan, tratan sobre o promueven la prevención de la violencia de género. Se basa en la identificación explícita de iniciativas preventivas en el contenido de la noticia.

- **Sí:** La noticia visibiliza, trata sobre o promueve de manera explícita la prevención de la violencia de género. Esto incluye:
 - Campañas de concienciación contra la violencia de género.
 - Detalles de nuevas leyes o programas diseñados para prevenir la violencia de género.
 - Talleres educativos para jóvenes sobre cómo identificar y prevenir la violencia de género.
 - Promoción de recursos y líneas de ayuda disponibles para víctimas potenciales de violencia de género.
 - Conferencias internacionales sobre estrategias de prevención de la violencia de género.
 - Artículos que discuten señales de manipulación y control en las relaciones y cómo reconocerlas para prevenir la violencia de género.

- Programas de radio dedicados a educar sobre los signos de relaciones abusivas y cómo buscar ayuda.
- **No:** La noticia no menciona ni promueve de manera explícita la prevención de la violencia de género. Esto incluye:
 - Noticias que solo reportan incidentes de violencia de género sin mencionar esfuerzos preventivos.
 - Artículos de opinión que discuten el impacto de la violencia de género sin abordar la prevención.
 - Informes sobre estadísticas de violencia de género sin mencionar iniciativas de prevención.
 - Noticias que relatan casos judiciales sobre violencia de género sin incluir información sobre la prevención.
 - Artículos que se centran en los detalles de un crimen de violencia de género sin mencionar ninguna medida preventiva.
- **No identificado:** Cuando no se puede determinar claramente si la noticia promueve la prevención de la violencia de género debido a la falta de información suficiente.

Modelo de Clasificación de Elementos de Revictimización en Artículos

Este modelo identifica si las publicaciones de medios sobre violencia de género contienen elementos que podrían interpretarse como revictimización. Este análisis se enfoca en aspectos del contenido que pueden ser insensibles o perjudiciales hacia la víctima.

- **Sí:** Indica que la publicación contiene elementos potenciales de revictimización, incluyendo:
 - Cuestionamientos sobre el paradero de la víctima con adultos, sugiriendo implícitamente responsabilidad de la víctima en el incidente.

- Comentarios sobre la vestimenta de la víctima que implican una culpabilización o un juicio moral.
- Discusiones sobre diferencias significativas de edad en relaciones, presentadas de manera que sugieren un prejuicio sobre las decisiones personales de la víctima.
- Especulaciones sobre la vida amorosa de la víctima o detalles íntimos irrelevantes para el caso, que pueden distraer de la gravedad del acto de violencia.
- Insinuaciones de que el consumo de alcohol o la presencia de la víctima en ciertos lugares contribuyó al incidente.
- Juicios sobre el comportamiento previo de la víctima, como sus elecciones de vida o relaciones pasadas, que no tienen conexión directa con el acto de violencia.
- Enfoque en detalles gráficos o morbosos del incidente, diseñados para provocar una reacción emocional más que para informar.
- Comentarios que culpan a familiares o amigos de la víctima por no protegerla o por su supuesta negligencia en situaciones previas al incidente.
- **No:** La publicación no contiene ninguno de los elementos mencionados anteriormente que sugieran revictimización.
- **No identificado:** Cuando no es posible determinar por falta de contexto o información.

Modelo de Clasificación de Tipo de Artículo

Este modelo clasifica el tipo de artículo en noticias sobre VGB, diferenciando entre noticias, opiniones, análisis, entrevistas, entre otros.

- **Noticia/Reportaje:** Artículos que informan sobre hechos o eventos recientes de manera objetiva o investigaciones profundas sobre un tema específico.

- **Opinión/Crítica:** Artículos que expresan opiniones personales o editoriales, o críticas hacia las acciones o políticas relacionadas con la violencia de género.
- **Análisis:** Textos que ofrecen una exploración detallada del contexto o las causas de los eventos de violencia de género, analizando múltiples aspectos y consecuencias.
- **Entrevista:** Artículos basados en conversaciones con personas directamente involucradas o con conocimientos especializados, proporcionando perspectivas únicas.
- **Otro:** Cualquier contenido que no encaje claramente en las categorías anteriores, pero relacionado con la violencia de género.
- **No identificado:** Cuando no se puede determinar claramente el tipo de artículo o la información es insuficiente.
- **No Aplica:** Cuando el contenido no está relacionado con la violencia de género o el contexto no permite una clasificación relevante.

Modelo de Clasificación por Tipo de Violencia

Este modelo evalúa el tipo de violencia descrita en las noticias sobre VGB. Clasifica las noticias en varias categorías basadas en el contenido de la noticia. Se utilizan criterios específicos para determinar la naturaleza de la violencia descrita.

Respuesta	Descripción	Ejemplo de Criterio
Violencia Física	Identificación de agresión corporal directa como golpes o heridas	Si se identifican frases relacionadas con "golpeó", "heridas físicas", "agredió", etc.
Violencia Sexual	Involucra cualquier acto de naturaleza sexual sin consentimiento.	Si se identifican términos relacionados con "violación", "abuso"

		sexual", "coerción sexual",etc.
Violencia Psicológica	Incluye abuso emocional, amenazas, e intimidación	Si se identifican términos relacionados con "amenaza", "abuso emocional", "intimidación",etc.
Femicidio	Involucra la muerte de una mujer a manos de un agresor masculino.	Si se identifican términos relacionados con: "Hombre mata a su pareja", "mujer muerta por su esposo",etc.
Asesinato	La muerte de una persona que no es clasificada específicamente como femicidio, pero que sí fue identificada como un caso de violencia de género.	Si se identifican términos relacionados con menciones generales de "asesinato", "homicidio", "Mató", etc.
Otro	Si es una violencia pero no se clasifica en los tipos de violencia mencionadas en las categorías anteriores	Menciones generales de "asesinato", "homicidio".
No Determinado	Cuando el texto no especifica claramente el tipo de violencia.	Si la noticia no tiene información suficiente o no aplican.

Modelo de Clasificación por Diferencia de Edad entre Agresor y Víctima

Este modelo determina si la diferencia de edad entre el agresor y la víctima mencionada en las noticias es mayor a diez años. Se basa en la información explícita sobre las edades proporcionadas en el contenido de las noticias.

Respuesta	Descripción	Ejemplo de Criterio
Sí	Si la diferencia de edad mencionada entre el agresor y la víctima es mayor a diez años	Primero se realiza un análisis de frases que incluyen edades explícitas de las personas involucradas, luego se determina quién es el agresor y quién es la víctima según la narrativa y se le asigna la edad para calcular la diferencia posteriormente.
No	Si la diferencia de edad es de cinco años o menos.	
No Aplica	Si no se menciona la edad del agresor o la víctima en la publicación.	

Modelo de Clasificación por Ubicación (Local o extranjero)

Este modelo clasifica la ubicación de la noticia sobre VGB, determinando si el evento ocurrió dentro o fuera de la República Dominicana, basándose en la información geográfica mencionada en las noticias.

Respuesta	Descripción	Ejemplo de Criterio
Local	Si la ubicación es dentro de la República Dominicana.	Primero se realiza un análisis de las entidades de “lugares” identificado en la noticia, si el lugar identificado se encuentra dentro de la República Dominicana pues se asigna como tal.
Extranjero	Si la ubicación es claramente fuera de la República Dominicana.	
No Aplica	Si la ubicación no se menciona o no se puede determinar claramente.	

Modelo de Clasificación de Género y Edad

Este modelo unificado determina el género y la edad tanto del agresor como de la víctima a partir de la mención de la misma, también se determina por los nombres mencionados en las noticias.

- **Género del/la Agresor:**
 - **Masculino:** Si el texto se refiere a quien agrede como una persona Masculina.
 - **Femenino:** Si el texto se refiere a quien agrede como una persona Femenina.
 - **No especificado:** En caso de que el género no sea mencionado o sea desconocido.
 - **No Aplica:** En caso de no aplicar por el contexto de la noticia.

- **Género del o la Víctima:**
 - **Masculino:** Si el texto se refiere a la víctima como una persona Masculina.
 - **Femenino:** Si el texto se refiere a la víctima como una persona Femina.
 - **No especificado:** En caso de que el género no sea mencionado o sea desconocido.
 - **No Aplica:** En caso de no aplicar por el contexto de la noticia.

Modelo de Clasificación de Relación entre Agresor y Víctima

Este modelo identifica la relación sentimental o física previa entre el agresor y la víctima mencionada en las noticias.

- **Pareja:** Si el agresor y la víctima son pareja.
- **Expareja:** Si el agresor y la víctima son expareja.
- **Amigos:** Si el agresor y la víctima son amigos.
- **Conocidos:** Si el agresor y la víctima son conocidos.
- **Familiar:** Si el agresor y la víctima son familiares.
- **Desconocido:** Si el agresor y la víctima son desconocidos.
- **Otro:** Otra relación no listada anteriormente.
- **No identificado:** Cuando la relación no está clara o no se menciona.
- **No Aplica:** Por el contexto de la noticia no aplica.

Modelo de Clasificación de Tono de Redacción

Este modelo clasifica el tono en que está redactada la noticia sobre VGB.

- **Neutral/Informativo:** Presenta los hechos de manera informativa, objetiva y equilibrada.
- **Sensacionalista:** Utiliza un lenguaje emocional o dramático para atraer la atención o likes.
- **Empático:** Muestra compasión o empatía hacia la víctima y su situación.
- **Crítico:** Puede ser crítico hacia las acciones del agresor o hacia las respuestas institucionales.
- **Consciente:** Se centra en proporcionar información educativa o de concienciación.
- **Antipático:** Puede ser insensible o mostrar falta de simpatía hacia la situación de la víctima.
- **Otro:** Alguna otra consecuencia no listada anteriormente.
- **No identificado:** No se ha mencionado ninguna consecuencia.
- **No Aplica:** Por el contexto de la noticia no aplica.

Modelo de Identificación del Nombre de la Víctima.

Este modelo fue diseñado para identificar y extraer los nombres de las víctimas y los agresores mencionados en las noticias sobre violencia de género.

Proceso de Identificación:

- 1. Análisis del Texto Completo:** El modelo analiza el contenido completo de la noticia para asegurar que se captura el contexto adecuado en el que se mencionan los nombres.
- 2. Detección de Entidades Nombradas:** Se utilizan técnicas avanzadas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) para realizar la detección de entidades nombradas (NER). Esta técnica

permite extraer nombres específicos que son referidos como víctimas.

- 3. Contextualización y Diferenciación:** Una vez identificados los nombres, el modelo evalúa el contexto en el que se mencionan para diferenciar entre la víctima y el agresor. Palabras clave y frases relacionadas con violencia, agresión y roles de víctima/agresor son utilizadas para esta diferenciación.

Criterios Utilizados

- **Nombre Víctima:** Si el nombre es mencionado en el contexto de haber sufrido violencia, abuso o agresión.
- **No especificado:** En caso de que el nombre no sea claramente identificado como víctima o agresor.
- **No Aplica:** En caso de que no se mencione ningún nombre en el contexto de la noticia.

Indicadores

Indicador	% de aumento de mensajes de prevención de VBG difundidos en medios de comunicación (tradicionales y digitales), agencias publicitarias y líderes de opinión a los tres meses de finalizar la acción desagregados por tipo de mensajes, medio y tipo de VBG.
Desagregación	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de medio (tradicional, digital, influencer/periodista) - Mes/año - Ubicación (nacional, internacional)
Método de Cálculo	<ul style="list-style-type: none"> - En primer lugar se clasifican las publicaciones que contienen mensajes en donde se promueve o resalta la prevención. - Se calcula el % de publicaciones de prevención de VGB (total de publicaciones de prevención / total de publicaciones general * 100) - Luego se calcula el % de aumento (% general de prevención línea base - % general de prevención al finalizar el proyecto / % general de prevención línea base) * 100
Línea Base	<ul style="list-style-type: none"> - % general de mensajes de prevención 2021-2024 = 4.34% - % general de mensajes de prevención por tipo de medio 2021-2024: <ul style="list-style-type: none"> - Periódico Tradicional = 4.43% - Medios Comunicación Tradicional = 4.40% - Medios Digitales = 6.17% - Influencers / Periodistas = 1.41% - % general de mensajes de prevención por ubicación de la noticia 2021-2024 <ul style="list-style-type: none"> - Nacional = 4.82% - Internacional = 2.86%

Indicador	Porcentaje de Disminución de Publicaciones con Elementos de Revictimización en Noticias sobre VBG
Desagregación	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de medio: Tradicional, Digital, Influencer/Periodista - Tipo de violencia: Física, Sexual, Psicológica, etc. - Tipo de artículo: Noticias, Opinión, Análisis, etc. - Mes/año: Para identificar cambios temporales en la cobertura.
Método de Cálculo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contar el total de publicaciones sobre VBG en medios tradicionales y digitales durante el periodo analizado. 2. Identificar y contar las publicaciones que contienen elementos de revictimización dentro de ese total. 3. Calcular el porcentaje de publicaciones con elementos de revictimización: <i>(Publicaciones con elementos de revictimización / total de publicaciones vgb)*100</i> 4. Calcular el porcentaje de disminución comparando con la línea base y un punto posterior en el tiempo: <i>(Porcentaje de revictimización línea base - porcentaje de revictimización actual)/Porcentaje de revictimización línea base</i>
Línea Base	<ul style="list-style-type: none"> - % de mensajes con elementos de revictimización 2021-2024 = 2.97% - Desglose de mensajes con elementos de revictimización: <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de medio: <ul style="list-style-type: none"> - Periódico Tradicional = 52.90% - Medio de comunicación tradicional = 18.71% - Medio Digital = 21.29% - Influencer / Periodista = 7.10% - Tipo de Violencia: <ul style="list-style-type: none"> - Física = 21.94% - Sexual = 32.90%

	<ul style="list-style-type: none"> - Psicológica = 9.68% - Femicidio = 26.45% - Asesinato = 5.16% - Tipo de Artículo: <ul style="list-style-type: none"> - Noticia/Reportaje = 61.29% - Opinión/Crítica = 23.23% - Análisis = 4.52% - Entrevista = 9.03%
--	--

Resultados

El exhaustivo proceso de extracción y clasificación de datos ha dado como resultado un dataset robusto y detallado de noticias sobre VBG en la República Dominicana. Utilizando modelos de inteligencia artificial generativos y criterios de clasificación bien definidos, hemos logrado estructurar la información de manera precisa y coherente. Esto nos ha permitido obtener una base de datos sólida que puede ser utilizada para investigaciones y análisis posteriores.

Para el **indicador de aumento de mensajes de prevención de VBG**, se estableció una línea base de 4.34% entre 2021 y 2024. Esta métrica refleja la proporción de publicaciones que contenían mensajes de prevención en diferentes medios y contextos. El análisis detallado por tipo de medio mostró variaciones específicas, con los medios digitales alcanzando el 6.17%, mientras que los influencers y periodistas mostraron un menor enfoque en la prevención con solo el 1.41%.

En cuanto al **indicador de disminución de mensajes con elementos de revictimización**, se encontró que el 2.97% de las publicaciones analizadas contenían elementos que podrían contribuir a la revictimización. Este porcentaje fue desglosado por tipo de medio, tipo de violencia, y categoría de artículo, ofreciendo una visión comprensiva de cómo diferentes formatos y contextos mediáticos

pueden influir en la representación de la violencia de género. El análisis reveló que los periódicos tradicionales tenían la mayor incidencia de elementos de revictimización con un 52.90%.

Cabe mencionar que, aunque los modelos utilizados han mostrado una precisión aproximada del 95%, es normal tener pequeños márgenes de error al implementar modelos de inteligencia artificial. Además, es importante destacar que los datos recopilados se basan en información pública disponible, lo que no abarca la totalidad de los datos existentes, pero proporciona una muestra representativa del discurso y la cobertura mediática. A pesar de estos márgenes de error, el dataset se mantiene como una herramienta fiable y útil para el análisis y la investigación.

Análisis cualitativo

Clasificación y Análisis de Noticias

Partiendo de la selección de los 10 casos de mayor exposición, hemos hecho un análisis cualitativo del comportamiento mediático o del posicionamiento de estas noticias. A fin de determinar cuáles generaron mayor cantidad de publicaciones.

En ese sentido, observamos que el caso de mayor impacto y publicaciones en el período observado fue el de la exponente urbana **“Yailin la más viral”**. Analizando cada una de las publicaciones, podemos concluir que, pese a ser un caso de amplia divulgación, se observa un escaso enfoque de prevención. La difusión de estas informaciones fue en general con un tono más atrayente hacia la noticia que hacia la concientización sobre el hecho como tal. Así, se observa que la atención generada por el caso estaba más enfocada en aumentar la controversia. En el 81.4% de las publicaciones se menciona algo relacionado al proceso judicial, y el 40.44% el tema central del

mensaje se enfoca en la justicia y aplazamientos; indicando esto último revictimización.

El segundo caso de más impacto es el de **Paula Santana Escalante**, que generó 124 publicaciones con un impacto de 8,153,608. En este caso, se observa un patrón similar al de Yailin en cuanto a que la mayoría de las noticias tienen un enfoque noticioso y muchas de ellas son mayormente comunicando hallazgos del caso: opiniones y asuntos del proceso. Llama la atención en ambos casos la cantidad de noticias informando aplazamientos de las audiencias y que en una cantidad mínima (una en este caso) se observó un enfoque educativo o de prevención. Con un 34.4% de las publicaciones mencionando elementos o procesos judiciales y el 41.60% de la narrativa de los mensajes enfocados en el tema de la justicia, se concluye que hubo revictimización en lo relacionado con los aplazamientos.

En el caso de **Esmeralda Richiez**, aunque no generó tantas publicaciones y menos impacto, se observan elementos revictimizantes tanto sobre Esmeralda como con la familia de esta. En este caso también se evidencia que al menos tres publicaciones tuvieron un enfoque de prevención y advertencia. El 36.1% de las publicaciones los medios realizaron mencionan procesos judiciales y el 60.20% de los mensajes publicados sobre los medios de comunicación fueron enfocados en el proceso judicial.

Otros casos:

- **Yenny Carolina Pérez:** 78 publicaciones, impacto de 1,630,544. Un 70.51% de las publicaciones se centraron en el agresor y sólo un 10.3% mencionaron procesos judiciales. No hubo revictimización.
- **Yennely Duarte Hilario:** 65 publicaciones, impacto de 7,660,257. Un 40% de las publicaciones se centraron en el agresor y sólo un 7.7% mencionaron procesos judiciales. No hubo revictimización.

- **Alexandra Mejía Arcalá:** 50 publicaciones, impacto de 2,235,071. Un 52% de las publicaciones tuvieron un enfoque en la justicia y un 72% mencionaron procesos judiciales. Hubo revictimización.
- **Susana Santana Fabián:** 46 publicaciones, impacto de 1,114,296. Un 76.09% de las publicaciones se enfocaron en la víctima y solo un 17.4% mencionaron procesos judiciales. No hubo revictimización.
- **Chantal Jiménez:** 37 publicaciones, impacto de 1,511,073. Un 54.05% de las publicaciones se enfocaron en la víctima y solo un 8.1% mencionaron procesos judiciales. No hubo revictimización.
- **Cassandra Castillo:** 34 publicaciones, impacto de 1,799,607. Un 38.24% de las publicaciones se enfocaron en el agresor y el 0% en procesos judiciales. No hubo revictimización.
- **Leslie Rosado:** 32 publicaciones, impacto de 889,062. Un 53.13% de las publicaciones se enfocan en la justicia y un 18.8% mencionando procesos judiciales. Hubo revictimización.

Al analizar los casos de mayor exposición, observamos que la revictimización está relacionada con altos porcentajes de publicaciones enfocadas en justicia y en procesos judiciales. Consideramos que hay revictimización cuando más del 40% de las publicaciones se enfocan en dilación de justicia.

Cuando la mayoría de las publicaciones de un caso se centran en la parte judicial, esto indica que el caso ha avanzado a la fase final de su proceso, lo que generalmente ocurre después de un tiempo considerable desde el incidente inicial. Esta exposición prolongada y reiterada de un caso de VGB en la fase final del proceso judicial puede revivir el trauma tanto para la familia de la víctima como para la víctima misma, en caso de estar con vida. La constante comunicación y enfoque en los procedimientos legales y judiciales, como aplazamientos de audiencias, sentencias y detalles del juicio, pueden reabrir heridas emocionales y causar estrés adicional. Esto impide un

cierre emocional adecuado, aumentando la ansiedad y la sensación de desamparo.

Además, en los casos en que el agresor estaba vivo, se observó que un porcentaje amplio de las noticias indicaban aplazamientos, lo cual sugiere dilación de la justicia. Esta demora no solo constituye una forma de revictimización por la exposición prolongada, sino que también envía un mensaje de "dificultad procesal" a otras posibles víctimas, afectando la confianza en el sistema judicial y causando un estrés adicional a las familias de las víctimas. Por tanto, es crucial que los medios de comunicación manejen con sensibilidad la cobertura de estos casos, evitando una exposición excesiva de los procedimientos judiciales para no contribuir a la revictimización.

Caso	Enfoque en la Justicia	Enfoque en el agresor	Enfoque en la víctima	Procesos Judiciales
Yailin "La Más Viral"	40.44%	32.24%	25.68%	81.4%
Paula Santana Escalante	41.60%	7.20%	50.40%	34.4%
Esmeralda Richiez	60.20%	13.89%	24.07%	36.1%
Yenny Carolina Pérez	16.67%	70.51%	12.82%	10.3%
Yennely Duarte Hilario	29.23%	40.00%	30.70%	7.7%
Alexandra Mejía Arcalá	52.00%	32.0%	16%	72.0%
Susana Santana Fabián	13.04%	10.87%	76.09%	17.4%
Chantal Jiménez	29.73%	10.81%	54.05%	8.1%
Casandra Castillo	29.87%	38.24%	30.35%	0.0%
Leslie Rosado	53.13%	3.13%	43.75%	18.8%

Elementos de profundización en análisis de la revictimización

Con el modelo que se explica más arriba se procesó el 100% de las publicaciones sobre VBG y se clasificaron las noticias que tenían elementos de revictimización según los criterios explicados en el modelo. Hemos seleccionado, para fines de análisis, los casos de

Chantal Jimenez, Doralba Peralta Martinez, Esmeralda Richiez y Janel de la Cruz por ser estos los que arrojaron mayor cantidad de publicaciones con elementos de revictimización.

Se observa que en el caso de Esmeralda Richiez hay elementos revictimizantes en noticias que revelan detalles de la vida privada de su agresor y que desencadenan en revictimización: cuestionantes a sus padres y detalles de su vestimenta. Igualmente, se observan elementos revictimizantes en lo relacionado con los aplazamientos y dilación de justicia.

En el caso de Chantal Jimenez se observa que, incluso a nivel de editorial, se traslada la culpa no solo al Ministerio Público y autoridades sino a los familiares de esta. De igual forma, detalles sobre el accionar de la justicia en el caso de Chantal acarrear cuestionantes a la familia, y a ella misma, que terminan construyendo visiones que podrían ser revictimizantes.

Cuando se observa en su conjunto la totalidad de publicaciones con elementos revictimizantes se puede apreciar una publicación de marzo de 2021 que se titula “¿Es la mujer la culpable de que un hombre abuse en su contra? La cual busca posicionar una encuesta que justamente muestra la minimización de la violencia contra la mujer. Sin embargo, la colocación del titular sugiere elementos que pueden desvirtuar el objetivo de la misma.

Metodología de clasificación

En nuestro estudio, hemos clasificado las noticias en dos grandes grupos: aquellas que incluyen la edad de la víctima y las que no la mencionan. Este enfoque nos ha permitido observar patrones de comportamiento que pueden llevar a la revictimización, proporcionando una comprensión más profunda de cómo la edad de

las víctimas se maneja y se reporta en las noticias sobre VGB en el país. Se realizaron diversos tipos de análisis para comprender mejor la naturaleza y el contexto de estas noticias. Los análisis incluyeron:

- **Temporal:** Evaluando la frecuencia de publicaciones a lo largo del tiempo, identificando los meses y días con mayor número de noticias.
- **Geográfico:** Determinando las ubicaciones mencionadas en las noticias, tanto a nivel nacional como internacional.
- **De contenido:** Clasificando las noticias según el tipo de violencia reportada y el tono utilizado en la redacción.
- **De fuentes:** Analizando las diferentes fuentes de noticias para entender su impacto y alcance.

El porcentaje que se presenta es en relación a los hallazgos de las noticias bajo la categorización presentada.

Origen de las Noticias

Las noticias incluidas en este estudio provienen de diversas fuentes de medios de comunicación. Estas fuentes fueron categorizadas y clasificadas para comprender mejor la distribución y el alcance de la información sobre VGB. La distribución de noticias por tipo de medio es la siguiente:

Tipo: Periódico tradicional

Medio	Publicaciones (Mensajes)		Impacto VGB
	Total	VGB	
Diario Libre	66,055	1,751	22,379,935
El Caribe	25,369	432	375,245
Listín Diario	13,432	207	6,956,644

Periódico Hoy	5,815	190	3,602,609
Periódico El Día	7,579	147	217,421
El Nacional	4,309	116	225,229
Total	122,559	2,843 (2%)	33,757,083

Tipo: Medio de comunicación Tradicional

Medio	Publicaciones (Mensajes)		Impacto Total
	Total	VGB	
Noticias Telemicro	8,999	400	11,841,244
Noticias SIN	8,464	272	38,372,709
Antena Noticias 7	4,020	202	3,742,308
El Nuevo Diario	7,327	133	1,611,387
CDN 37	1,778	83	666,098
RCC MEDIA	1,896	71	90,362
El nuevo Diario TV	3,523	42	475,899
Zol 106	6,247	32	598,684
Z Digital	1,310	15	100,805
Tratame Bien Radio	54	12	No determinado
Telemicro HD	162	6	1,109,255
Acento TV	305	2	4,372
Telefuturo	39	1	No determinado
Telenoticias 11	72	1	333,662
Total	44,196	1,272 (3%)	58,946,785

Tipo: Medio de comunicación Digital

Medio	Publicaciones (Mensajes)		Impacto Total
	Total	VGB	
De último minuto Media	7,226	219	10,783,836
Acento Diario	8,969	198	399,384
7 Segundos Multimedia	5,788	132	972,210
Esto no es radio	19,347	48	3,548,404
Faia Media	356	7	61,420
ENTN Radio	610	2	5,677
Estrellas de la opinión	65	2	13,633
Les Oprimides	42	2	6,100
Sábado Sol	78	2	16,917
El nuevo diario Podcast	114	1	7,597
Sin Filtro Radio Show	73	1	N/A
Spkespectaculos	11	1	10,697
Un viaje a la historia	63	1	20,394
Total	42,742	616 (1%)	15,846,269

Tipo: Influencers / Periodistas

Medio	Publicaciones		
	Total	VGB	Impacto Total
Nuria Piera	13,140	292	3,399,934
Roberto Cavada	15,486	159	11,786,288
Alicia Ortega	1,558	34	2,757,252
Loren Montalvo	487	4	82,884

Pedro Casals	1,360	2	107,408
Ernesto Jiménez	16	1	40,223
José Martínez Brito	16	1	112,561
Noelia Hazim	242	1	No determinado
Yovanny Díaz	33	1	1,815
Total	32,338	495 (2%)	33,757,083

Resumen por tipo de medio.

Cantidad de cuentas, publicaciones e impacto por tipo de medio			
Tipo de medio	Cantidad	Publicaciones VGB	Impacto
Medio Tradicional	14	1,272	58,946,785
Medio Digital	13	616	15,846,269
Influencer / Periodista	9	495	18,288,365
Periodico Tradicional	6	2,843	33,757,083
Total	42	5,225	126,838,502

Los medios de comunicación convencionales y los periódicos tradicionales son los que generan la mayor cantidad de publicaciones y tienen un impacto significativo en la difusión de noticias sobre VGB. Estos medios convencionales cuentan con un total de 1,272 publicaciones y un impacto de 58,946,785, mientras que los periódicos tradicionales, aunque tienen menos fuentes, generan la mayor cantidad de publicaciones individuales (2,843): con un impacto de 33,757,083. Esto sugiere que las audiencias confían en estos medios para recibir información sobre VGB. Por otro lado, los medios digitales, con 616 publicaciones y un impacto de 15,846,269, también juegan un papel crucial en la era digital. Los influencers y periodistas individuales

contribuyen significativamente a la discusión pública sobre VGB con 495 publicaciones y un impacto de 18,288,365.

Top de medios por publicaciones e impacto **Fuente:** Elaboración propia

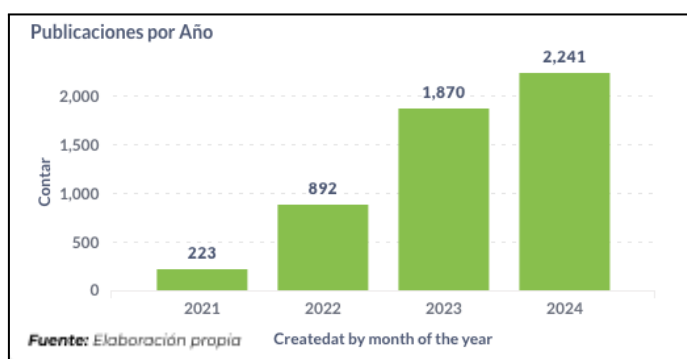
Username ^	Publicaciones	Impacto total
diariolibre	1,751	22,379,935
elcariberd	432	375,245
ntelemicro5	400	11,841,244
ndigitalmultimedia	292	3,399,934
sin24horas	272	38,372,709
deultimominutopedia	219	10,783,836
listindiario	207	6,956,644
anoticias7	202	3,742,308
acentodiario	198	399,384
periodico hoyrd	190	3,602,609
rcavada	159	11,786,288
eldia_do	147	217,421
elnuevodiariord	133	1,611,387
7segundosmultimedia	132	972,210

Cuando desglosamos los medios que tienen mayor cantidad de publicaciones se muestra que "Diario Libre" lidera en cantidad de publicaciones con 1,751 artículos y un impacto total de 22,379,935. Sin embargo, se observa también que "Noticias SIN" con tan solo 272 publicaciones ha generado un impacto significativo de 38,372,709.

Esto es tan solo un ejemplo que demuestra que aunque algunos medios tienen menos publicaciones, su alcance e influencia pueden ser mucho mayores.

Resultados principales

La cantidad de publicaciones sobre VGB ha experimentado un aumento significativo a lo largo del tiempo, especialmente en los últimos meses. Este incremento destaca una mayor atención por parte de los medios hacia la cobertura de este tipo de noticias.

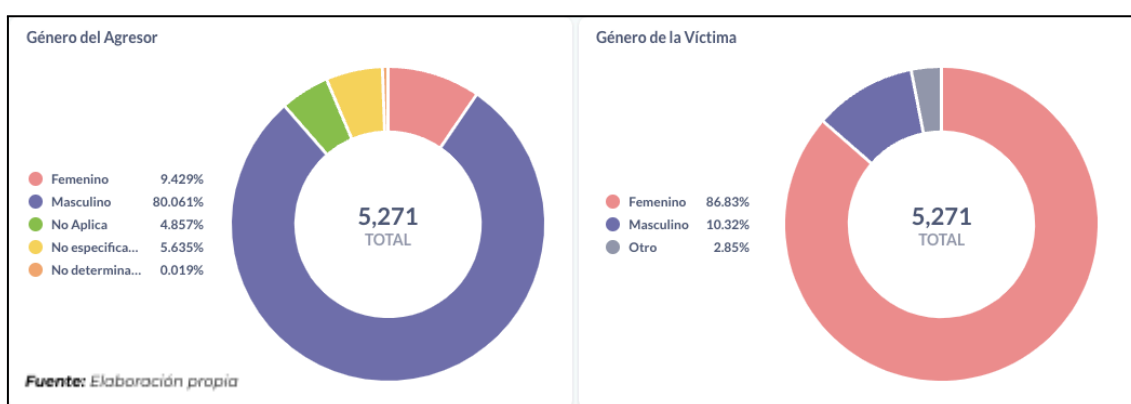


El análisis anual muestra un incremento constante en la cantidad de publicaciones sobre VGB, con un aumento notable en 2024. Se debe tomar

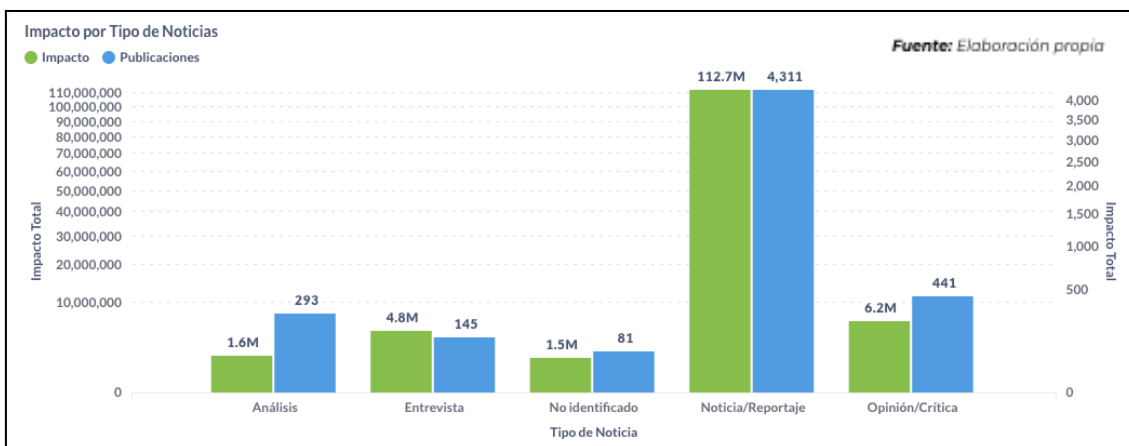
en cuenta que los datos del 2021 son a partir de agosto y los datos del 2024 hasta marzo.

El gráfico de tipo de violencia revela que los casos de asesinato y femicidio son los más reportados en las noticias, seguidos por la violencia física y psicológica.

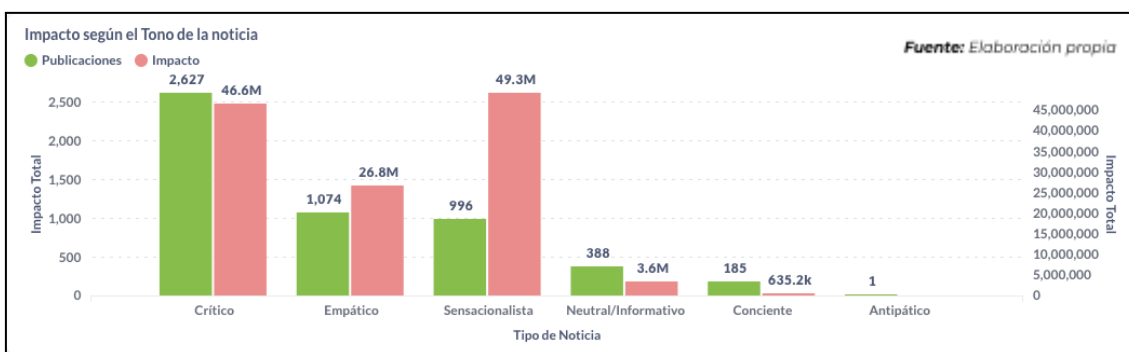
La distribución de estos tipos de violencia muestra que los medios prestan atención a diversas formas de violencia basada en género, no solo a los casos más extremos.



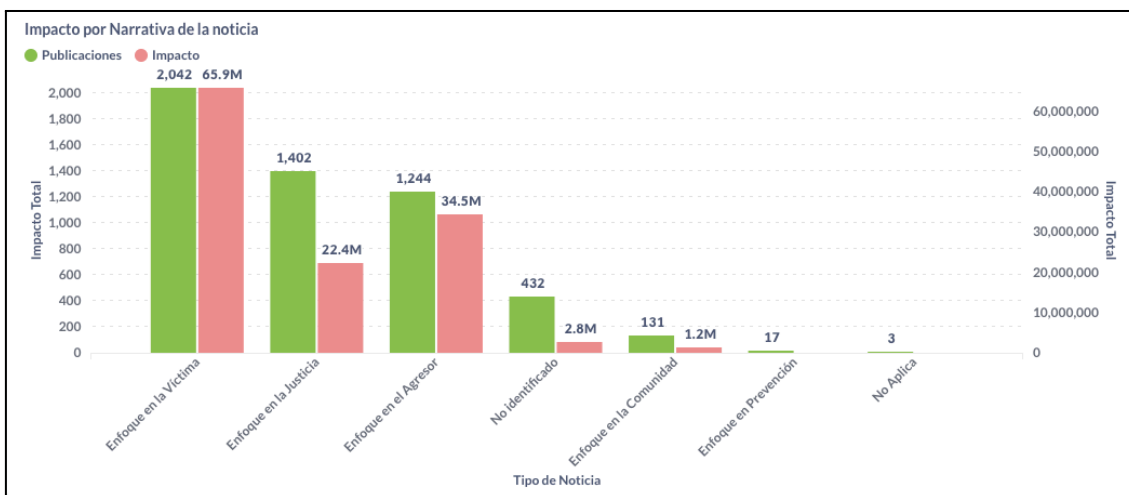
La mayoría de los agresores reportados en las noticias son masculinos (80%), mientras que las víctimas son predominantemente femeninas (86%). Por lo que queda reflejada la dinámica de género en los casos de violencia reportados, donde los hombres son los principales perpetradores y las mujeres las principales víctimas.



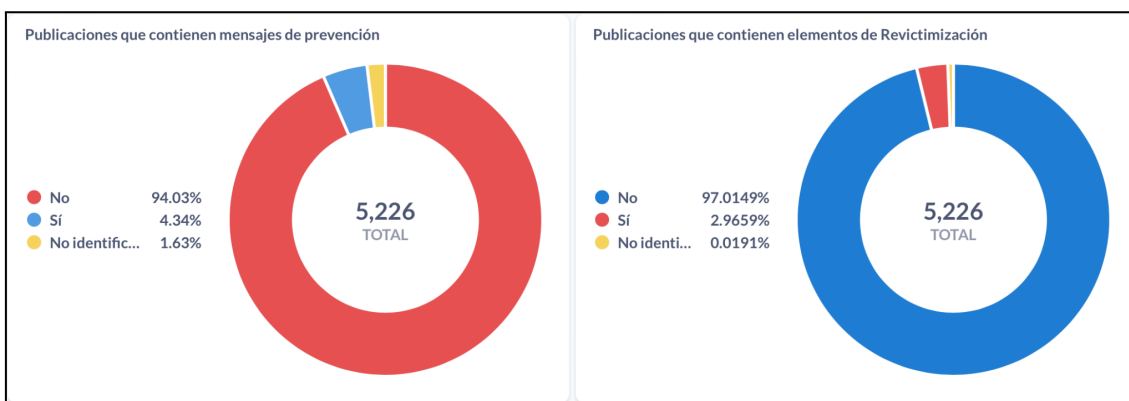
Cuando se realiza el cruce de información entre la cantidad de publicaciones e impacto según el tipo de noticias se demuestra que las Noticias y Reportajes generan el mayor impacto mediático. Las entrevistas y análisis tienen un impacto menor en comparación, incluso se observa que las que tienen una connotación más analítica son las que generan menor impacto en los medios.



El tono sensacionalista tiene el mayor impacto en la audiencia, seguido por el tono crítico y empático. Esto indica que las noticias que utilizan un lenguaje emocionalmente cargado tienden a captar más atención. A su vez, los tonos completamente informativos y conscientes tienen un impacto significativamente menor.



Las noticias en donde la información o narrativa de la noticia se enfoca en lo sucedido a la víctima, es la narrativa más común en las informaciones sobre VGB. Seguida por cuando se comunica o la narrativa se enfoca en la justicia y el agresor. Las narrativas centradas en la comunidad y la prevención son menos frecuentes, lo que sugiere que los medios tienden a priorizar las experiencias de las víctimas y las respuestas legales sobre otros aspectos muy por encima de los mensajes preventivos.



En el análisis realizado, se identificó que el **4.34%** de las publicaciones analizadas contienen mensajes con elementos que pueden ser asociados con la prevención de la violencia de género. Estos elementos incluyen información sobre recursos de ayuda, actividades, jornadas, estrategias sobre violencia de género o campañas educativas, aunque representan una porción menor de la cobertura total.

Por otro lado, el **2.97%** de las publicaciones presentan elementos que podrían considerarse de revictimización. Esto se refiere a contenido en las noticias que incluye cuestionamientos sobre el comportamiento de los familiares de las víctimas, críticas a las acciones personales de las víctimas, o juicios sobre las circunstancias del incidente, que podrían ser interpretados como una forma de culpabilizar o juzgar a la víctima en lugar de centrarse en los hechos del caso.

Tendencias identificadas según la noticia incluya o no la edad de la víctima.

Cuando no incluye

- Principales tipos de violencia: feminicidio (28.1%), violencia sexual: violaciones y acoso mayormente (27.7%) y violencia física (17.9%).
- Género del agresor: 80% hombres y 9.4% mujeres / género de la víctima: 86.8% mujer y 10.3% hombres.
- Relación del agresor con la víctima: pareja (44%) y familiar (17.5%).
- Principales tonos (sentimientos) de las noticias: crítico (49%), empático (20%) y sensacionalista (18%).
- Las publicaciones de tono sensacionalista y crítico son las de mayor alcance (por mucha diferencia).
- Principales enfoques: en la víctima (38.7%), en la justicia (27.3%) y en el agresor (24.3%).
- Las noticias/reportajes tienen mayor impacto en términos de alcance. Con medios tradicionales como periódicos y páginas web de actores mediáticos individuales o de emprendimientos noticiosos.

- Las noticias con enfoque en la víctima tienen ampliamente mayor impacto.
- Las noticias que involucran una celebridad, una mujer de clase alta o elementos como diversidad sexual o celos producen muchas más publicaciones; por lo tanto, mayores niveles de re victimización.

Cuando incluye

- Principales tipos de violencia: feminicidio (48.4%), violencia sexual (29.4%) y violencia física (15%).
- Género del agresor: hombre (87%) y mujer (12.1%) / género de la víctima: mujer 90.6% y hombre 9.1%.
- Relación del agresor con la víctima: pareja (57%) y familiar (22.1%).
- Principales tonos (sentimientos) de las noticias: crítico (59.5%), sensacionalista (28.2%) y empático (7.3%).
- Las publicaciones de tono crítico y sensacionalista son las de mayor alcance (las segundas tienen mejor relación entre cantidad de noticias y volumen de impacto).
- Principales enfoques: en la víctima, en el agresor y en la justicia.
- Las noticias/reportajes tienen mayor impacto en términos de alcance.
- Las noticias con enfoque en la víctima tienen -ampliamente- mayor impacto.

Claves sociopolíticas

- **Revictimización como problema a atender, sin limitarse a, priorizando los dos siguientes enfoques:**

- **Cuando no se menciona la edad de la víctima** las noticias que involucran una celebridad, una mujer de clase alta o elementos como diversidad sexual o celos producen muchas más publicaciones. Lo cual implica mayor seguimiento y, en consecuencia, mayor exposición a revictimización.
 - Por su parte, **cuando se menciona la edad de la víctima**, y esta última es menor que su agresor, las noticias que involucran elementos como diversidad sexual o celos producen muchas más publicaciones. Y, por tanto, mayores dinámicas de revictimización.
 - **Cuando el enfoque es sobre el proceso judicial:** catalogamos como revictimización cuando una noticia sobre VGB tiene más del 40% de su contenido enfocado en la justicia y más del 35% en menciones a procesos judiciales. Esto se debe a que un alto enfoque en estos temas generalmente indica que la mayoría de las publicaciones se centran en la fase final, que es la consecuencia al agresor. Idealmente, esta parte debería recibir menor cobertura, ya que algunos casos trascienden hasta un año después del momento de la prisión preventiva y los aplazamientos judiciales. Por lo tanto, una cobertura excesiva en estos aspectos puede reavivar el trauma de la víctima y su entorno, prolongando una exposición pública innecesaria.
-
- **La narrativa mediática sobre la VGB no tiende a generar conciencia sobre el problema de fondo:** Conforme las noticias analizadas dentro del periodo de tiempo considerado en este estudio, los casos de VGB que se dan en el país se producen

fundamentalmente en entornos de parejas y familiares (este último caso refiere a cuando entre agresor y víctima no media una relación sentimental formal). Con una tendencia a ser tratados desde perspectivas críticas o sensacionalistas por parte de los medios. Teniendo estas últimas un considerable alcance. En ese marco, se evidencia que los actores mediáticos dominicanos tienden a carecer de una formación adecuada en cuanto a cómo encuadrar las informaciones sobre la VGB a los fines de generar en las audiencias un impacto que tienda a disminuirla.

- **Tendencia a poner la carga de culpabilidad en la víctima femenina:** las noticias sobre episodios de VGB donde se menciona que la víctima era menor que el agresor, generan comentarios tendentes a culpabilizar a la primera. Lo cual podría estar mostrando poca cultura en derechos en buena parte de la población dominicana. De ahí esos comentarios de que “cómo es que esa muchachita estaba con ese viejo” o “algo hacía para que le hicieran eso” o –de los peores– “se ponen a buscar viejos por dinero y después el malo es él si le hace algo”. En estos casos también se observan narrativas que apuntan a los padres.

Por su parte, las narrativas de empoderamiento en clave de clase media “consciente” parecerían contraproducentes para atender este tipo de dinámicas. Puesto que de cara a las jovencitas de sectores vulnerables que sufren VGB, el susodicho empoderamiento podría profundizar en una visión de que cada quien es responsable de lo que le pase. Además de que ello oculta las estructuras sociales que determinan las trayectorias de muchas jovencitas humildes que son víctimas de VGB.

Recomendaciones

1. Desarrollar campañas de concientización: Se recomienda desarrollar campañas estratégicas dirigidas a medios de comunicación convencionales y digitales para crear conciencia sobre la VBG. Estas campañas deben basarse en los hallazgos del estudio, promoviendo un enfoque informativo y empático que evite la revictimización. Con las que se pueda orientar sobre los peligros de una construcción inadecuada de un titular o noticia. Y con ello Promover que los medios asuman el compromiso de que, una vez colocada una noticia sobre VGB, se genere una coetilla que aclare términos y situaciones o se comunique dando un número de contacto para aquellas que se sientan víctimas de VGB (algo similar a lo que se hace cuando se coloca una noticia sobre suicidio).

Implementación:

- Dos conceptos de campaña: abordar comunicacionalmente las problemáticas identificadas en este estudio mediante la puesta en marcha de dos conceptos de campaña conducentes a un mismo objetivo: dar un giro a la discusión pública sobre la VGB en República Dominicana para evitar/disminuir la revictimización.
- Cada concepto se organizará alrededor de un slogan, línea gráfica para las piezas y partirá de un abordaje estratégico del cual se derivará, a su vez, un plan táctico para aplicarlo. Y también contará con un plan de medios.

2. Capacitación de periodistas y medios: Implementar programas de formación para periodistas y medios de comunicación sobre cómo tratar la VBG de manera ética y constructiva. Esto incluiría talleres sobre narrativas no sensacionalistas y la importancia de contextualizar la VBG dentro de un marco de violencia

Implementación:

- Diseñar y aplicar tres jornadas formativas impartidas por especialistas en ámbitos de análisis y comunicación política y violencia de género en contextos como el dominicano.
- Cada jornada estará dirigida a un grupo específico: grupo 1: periodistas de medios convencionales y digitales; grupo 2: influencers de redes sociales afines a la promoción de la no violencia de género; grupo 3: comunicadores de instituciones públicas que por sus funciones estén vinculadas al tratamiento de la VGB.

3. Diseño de estrategias mediáticas inclusivas: Construir e implementar estrategias mediáticas que promuevan la igualdad de género y desafíen las normas patriarcales. Estas estrategias deben incluir la representación de voces diversas y la promoción de historias que destaquen la resiliencia y superación de las víctimas.

Implementación:

- Impulsar, apoyar (financieramente) y ayudar a estructurar un proyecto comunicacional de corte novedoso y promotor de sentidos comunes progresistas que se pueda insertar exitosamente en el ecosistema mediático dominicano.
- Se le daría asesoría comunicacional y política y se establecería agenda para su salida.

4. Monitoreo y evaluación continuos: Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación continuos para analizar cómo los medios están cubriendo la VBG y el impacto de las campañas de concientización. Esto permitirá ajustar y calibrar las estrategias según sea necesario para maximizar su efectividad. De igual forma, ante la ocurrencia de un caso y su tratamiento se podrían generar alertas que puedan evidenciar que la colocación de la noticia viene con palabras claves que pueden tender a la revictimización o a la minimización de la noticia.

Implementación:

- Crear un observatorio sobre el manejo de la VGB en medios noticiosos dominicanos.
- El observatorio, mediante una herramienta tecnológica basada en IA, hará un monitoreo permanente sobre la discusión pública dominicana en términos de noticias y audiencias vinculadas a la VGB.
- Se entregará un reporte mensual donde se identificarán patrones de conversación alrededor de noticias sobre VGB en términos de cómo se titulan las informaciones, perfil de los medios, así como tendencias y frecuencias.
- El reporte incluirá conclusiones y recomendaciones de expertos de análisis y comunicación política.

5. Promoción de narrativas positivas y educativas: Fomentar la creación de contenidos que eduquen al público sobre las causas estructurales de la VBG y las formas de combatirla. Estos contenidos deben incluir testimonios de sobrevivientes, análisis de expertos y recursos educativos que promuevan una comprensión más profunda del problema.

Implementación:

- La puesta en marcha de esta recomendación es transversal a los puntos 2 y 3. Y, asimismo, integraría parte del punto 1 de las dos campañas.

6. Alianzas estratégicas con actores clave: Formar alianzas con actores estatales y del sector privado que tengan una visión progresista y/o crítica sobre la VBG. Estas alianzas pueden ayudar a impulsar cambios en las políticas públicas y prácticas mediáticas, así como en la legislación y la aplicación de la ley.

Implementación:

- Conforme la estructuraciones sociales y políticas que reflejan las narrativas sobre la VGB en República Dominicana, establecer vínculos, en la forma de convenios y otros acuerdos, con actores públicos y privados relevantes de cara al objetivo de contrarrestar los efectos de la VGB en el país.
- Presentar las campañas y el observatorio y el proyecto mediático ante estos actores (stakeholders) para recabar apoyos materiales e institucionales, así como accesos a ámbitos de decisión e influencia.

7. Utilización de tecnología y redes sociales: Aprovechar las plataformas digitales y las redes sociales para difundir mensajes de concientización y campañas educativas sobre la VBG. Las redes sociales pueden ser una herramienta poderosa para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa. Esto no solo a través de influencers que puedan abanderarse de las distintas causas, sino de la irrupción como tal en la conversación digital para generar otras narrativas.

Implementación:

- La aplicación de esta recomendación es transversal a los puntos 2 y 3.

8. Utilizar medios de alto alcance: Apalancarse del alcance que tienen los medios que se indicaron más arriba para potenciar los mensajes y las contra narrativas. Intentar siempre ofrecer una versión del problema que pueda ayudar a mejorar el entendimiento con que la gente lo percibe partiendo de cómo estos lo posicionan.

Implementación:

- La aplicación de esta recomendación se haría con el punto 2. Y se visualizará mediáticamente con el proyecto comunicacional del punto 3.

9. Correlacionar ciertos indicadores: Cruzar con otras estadísticas los indicadores que se visualizan en el Dashboard: como los días o los meses del año de más cobertura para tener una perspectiva más amplia de a qué se debe ese comportamiento y poder sugerir correctivos.

Implementación:

- La aplicación de esta recomendación se haría a partir de los reportes generados por el observatorio del punto 4. A través de un personal experto en indicadores sobre VGB que cruce y sistematice los datos levantados en cada reporte para generar una caracterización de los comportamientos señalados.

10. Aumentar el enfoque en la prevención de la VBG: Enfocar más la cobertura mediática en las medidas preventivas y estrategias a largo plazo para reducir la violencia de género.

Implementación:

- Colaborar con organizaciones que trabajan en prevención de la VBG para desarrollar historias y reportajes sobre iniciativas exitosas y prácticas recomendadas.

11. Crear segmentos educativos en los medios: Desarrollar segmentos educativos regulares en los medios de comunicación populares que aborden la VBG desde una perspectiva informativa y preventiva.

Implementación:

- Producir y transmitir contenido educativo en colaboración con expertos y organizaciones de la sociedad civil, destacando temas como el consentimiento, la igualdad de género y la prevención de la violencia.

12. Fomentar la responsabilidad social de los medios: Promover la responsabilidad social de los medios en la cobertura de la VBG, incentivando una representación ética y sensible del problema.

Implementación:

- Establecer códigos de ética específicos para la cobertura de VBG e implementar programas de capacitaciones regulares a periodistas sobre cómo reportar estos casos de manera responsable.

13. Sensibilización al Ministerio Público, sistema judicial y medios que cubren la justicia:

- Traslada a actores judiciales la importancia de explorar vías que puedan agilizar la impartición de justicias en casos como estos. Explorar el tema de las órdenes de alejamientos y su funcionalidad y ver cómo pueden hacerse más efectivas.
- Ver con periodistas que cubren este tipo de fuentes enfoques que puedan orientar a la ciudadanía en cuanto a las condenas y el proceso.