

Universidad EAFIT
Departamento de economía y finanzas

**Feminicidio en la prensa:
Mercado de información y género en Colombia**

25 de octubre de 2019

Sara María Gómez Mesa

Asesor: Leonardo Bonilla Mejía

Banco de la República - Medellín

Resumen

Los medios de comunicación son la fuente principal de información para el público. De hecho, pueden influenciar la percepción de la gente y su comportamiento cotidiano. Sin embargo ¿Existen sesgos a la hora de reportar feminicidios en los medios de comunicación Colombianos? ¿Es posible que características de la demanda por información se relacionen con las noticias reportadas en los medios? A pesar de tratarse de un crimen con alta prevalencia y gran impacto social, hay pocos estudios académicos que aborden estas preguntas. Este trabajo analiza cuáles factores se relacionan con la probabilidad de que un feminicidio sea publicado y con su prominencia en los medios de comunicación impresos colombianos. La evidencia se basa en información de homicidios reportados por la Policía Nacional colombiana y noticias sobre ellos en medios informativos de circulación nacional. Se analiza si se informó o no el feminicidio y en qué cantidad dadas variables individuales del homicidio, víctima y municipio del crimen. Los resultados apuntan a que hay sesgo en selección según características del municipio donde se cometió el homicidio. Las características de la víctima y el homicidio resultan también influyentes cuando se decide la prominencia del crimen en los medios. En una segunda etapa, se estudia si estas decisiones de los medios varían ante choques en la demanda por información. Se estima que los sesgos sobre la cantidad de noticias pueden verse influenciados por las preferencias de los consumidores, mientras que la selección no. Finalmente, se encuentra que no hay cambios sobre el total de feminicidios diarios ante choques en la demanda por información. Los resultados indican en general una sensacionalización de la violencia en este tipo de crímenes, que podría ser resultado de preferencias de la demanda por información.

Palabras clave: Medios de comunicación, Crimen, Feminicidios.

Clasificación JEL: L82, A12,

Índice

1. Introducción	4
2. Femicidios en Colombia	8
3. Marco teórico: Un modelo del mercado de información	13
4. Datos y metodología	14
4.1. Datos	14
4.2. Metodología	18
5. Resultados	21
5.1. Determinantes de la selección y prominencia en los medios	21
5.2. Análisis choques de demanda	24
6. Conclusiones	26
Referencias	28
Anexos	30

1. Introducción

La información es un valioso recurso económico, en particular para las democracias modernas. En este contexto los medios de comunicación juegan un rol esencial para transmitirla al público en general, quien se encarga en última instancia de tomar decisiones. De acuerdo con ello, se ha encontrado que los medios tienen efectos significativos en ámbitos políticos, sociales y económicos; tales como la participación electoral, inquietudes del público y decisiones de los consumidores (McCombs y Shaw, 1972; DellaVigna y Kaplan, 2007; Gerber, Karlan, y Bergan, 2009; Kaniel y Parham, 2017; Duggan y Martinelli, 2011). Existe además evidencia en la literatura de que los medios informativos suelen estar sesgados. Algunos autores argumentan que las inclinaciones surgen debido a características de la oferta de los medios, como ideologías organizacionales, alianzas con partidos políticos o ingresos por publicidad (Beattie, Durante, Knight, y Sen, 2017; Zhuang, 2018), mientras que otros consideran que los sesgos surgen debido a características de la demanda por información, como preferencias de los consumidores (Mullainathan y Shleifer, 2005; Gentzkow y Shapiro, 2010).

Uno de los temas críticos en los que se ha enfocado esta literatura es la cobertura de medios sobre los crímenes. En efecto, se ha encontrado que existen sesgos importantes a la hora de informar acerca de un crimen, y esto a su vez puede incidir sobre la percepción de la gente y su comportamiento (Braakmann, 2012; Dustmann y Fasani, 2015). Factores como el género, la raza y la edad de la víctima resultan influyentes sobre las narrativas y representaciones del crimen en los medios de comunicación (Gilliam y Iyengar, 2000; Pritchard y Hughes, 1997; Lundman, 2003). En específico, algunos autores han sugerido que los crímenes perpetrados por hombres o cuyas víctimas son mujeres blancas tienen mayor probabilidad de ser reportados (Pritchard y Hughes, 1997; Reiner, 2007; Gruenewald, Pizarro, y Chermak, 2009). Tomando en cuenta este resultado, Taylor (2009) enfoca la atención en los homicidios de mujeres. La autora encuentra que la selección de este crimen como noticia se realiza de forma tal que se describa negativamente a las víctimas o se asigne culpa a ambas partes.

El presente documento aborda esta problemática para el caso colombiano. El objetivo principal estimar cuáles factores se relacionaron con la probabilidad de que un feminicidio fuera publicado y con su prominencia en los medios de comunicación impresos colombianos. Esta pregunta es abordada estudiando el caso de tres medios de comunicación nacionales colombianos¹ y considerando las noticias como un *mercado de información*. Adicionalmente, se estudia la posibilidad de que estas decisiones de los medios surjan a partir de preferencias de los consumidores colombianos. Para esto se utilizan cuatro eventos que afectaron la popularidad del tema de violencia de género en el país y se analiza cómo cambia el comportamiento de los medios de comunicación antes estos choques.

El estudio se hace a partir de información de dos grandes fuentes: la base de la Policía Nacional colombiana, sobre 2.060 homicidios de mujeres cometidos entre 2015 y 2016, y las noticias respecto a estos crímenes en medios de circulación nacional. Se analiza si los medios decidieron informar sobre el crimen y cómo lo hicieron considerando si el homicidio fue reportado o no y el número de artículos y palabras dedicados en total a cada delito. En una primera parte, se estima un modelo logit y regresiones poisson para analizar las características de los crímenes, víctimas y municipio del homicidio que se relacionan con la aparición y protagonismo que tienen en los medios.

Los resultados indican que las variables municipales, como la tasa de pobreza y de violencia, son las que se relacionan con la selección de los feminicidios publicados. En específico, hay una relación positiva entre la capacidad adquisitiva de los municipios y la decisión de publicación en los medios. Por otra parte, el protagonismo del delito se relaciona además con características del crimen, la víctima y el medio. En general estos resultados indican una banalización y sensacionalización de la violencia. Lo cual es consistente con otros hallazgos en el caso colombiano (Abbott Galvão, 2015; Bernal, 2019).

En una segunda etapa, se estudia cómo reaccionan los medios ante temas que se vuelven

¹Revista Semana, El Tiempo y El Espectador

tendencia para el público colombiano considerando cuatro eventos relacionados con feminicidios y crímenes sexuales (tanto nacionales como internacionales). Esto es con el fin de estudiar si los sesgos encontrados en la primera etapa pueden afectarse debido a cambios en preferencias de los consumidores. Se estima por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) el cambio promedio en el total de artículos diarios sobre feminicidios, el porcentaje diario de reporte (de los feminicidios totales) y la probabilidad que el crimen sea reportado luego del evento. Adicionalmente, considerando que los medios podrían influir el comportamiento mismo de los individuos y las políticas, se estima también el cambio promedio sobre el total de feminicidios diarios.

Las estimaciones sobre los choques en demanda por información son consistentes con lo planteado por el modelo de Mullainathan y Shleifer (2005), y los resultados de la primera etapa. Se encuentra que los choques sobre la popularidad de este tema para el público sí se relacionan con el total de artículos publicados sobre feminicidios, pero no con la probabilidad de que sean reportados. Se estima que escándalos sobre feminicidios colombianos se relacionan con mayor cantidad de artículos en los medios, mientras que escándalos internacionales sobre crímenes sexuales no tienen efecto o presentan una relación negativa. Además, la probabilidad de que un feminicidio sea reportado no varía luego del choque sobre demanda. Esto apunta a que los medios cambian la prominencia de los crímenes en sus artículos, pero no la decisión de reportarlos o no, según la demanda de los consumidores.

Finalmente, no hay evidencia de que el número de feminicidios cambie luego de que estos temas se vuelvan tendencia. Ello podría deberse a que los choques no influyen el comportamiento de los individuos o que, en caso de hacerlo, las acciones tomadas no son eficientes debido precisamente al sesgo encontrado. Podría considerarse también que el efecto sobre los homicidios sea a un más largo plazo.

El estudio contribuye al creciente número de investigaciones sobre el sesgo en la selección de los medios en dos formas. En primer lugar, se considera que las dinámicas de los feminicidios

y, por tanto, sus representaciones son sustancialmente diferentes a los homicidios de hombres. Se ha estimado que las probabilidades de que un homicidio de una mujer sea cubierto son casi el doble que las de un hombre (Sorenson, Manz, y Berk, 1998, p.3). Sin embargo, hasta el conocimiento de la autora, los estudios que se han enfocado en los feminicidios se hacen a partir de análisis de contenidos². Esta metodología no permite estudiar las características de aquellos feminicidios que **no** fueron noticia. El presente estudio conecta todos los homicidios de mujeres registrados en la policía con su reporte en los medios y analiza las variables que se relacionan con el cubrimiento de este crimen. Además, dado que los datos son nacionales, se pudo controlar por características de los municipios, como tasa de pobreza y el área del municipio. Incluso se tomaron en cuenta proxies de la “novedad” del feminicidio en el municipio estudiado (utilizando frecuencias relativas).

Por otro lado, la pregunta sobre los criterios que inciden sobre la decisión de cubrir un feminicidio y en qué cantidad ha sido abordada cualitativamente. La estimación de este estudio permite establecer relaciones entre las variables y la automatización de la descarga de datos evita errores en el proceso de recolección. En estudios previos para Colombia se encuentra que las narrativas sobre los feminicidios los tratan en su mayoría como crímenes pasionales y hay una legitimación del crimen según las narrativas empleadas (Bernal, 2019). El enfoque de este estudio permite estimar cuantitativamente las relaciones y, como se mencionó previamente, tomar en cuenta tanto feminicidios que fueron publicados como aquellos que no.

El artículo se organiza de la siguiente manera, luego de la presente introducción se expone un marco teórico con los medios de comunicación bajo un modelo de mercado de información y se resume brevemente el contexto de los feminicidios en Colombia durante 2015 y 2016. En la cuarta sección se especifican los datos utilizados, con sus estadísticas descriptivas, y la metodología empleada. Posteriormente, se presentan y analizan los resultados obtenidos. La sexta sección concluye el estudio, contrastando los resultados con los objetivos planteados.

²Esta técnica consiste en extraer muestras de artículos, codificar sus frases y palabras y concluir respecto a la representación de los crímenes, víctimas y victimarios

2. Femicidios en Colombia

A pesar de tratarse de un crimen con alta prevalencia y gran impacto social, hay pocos estudios académicos que aborden el tema del feminicidio. De hecho, este es un crimen tipificado recientemente en el mundo³. Sin embargo, América Latina ha sido bastante reconocida como una de las regiones que evidencian las mayores tasas de feminicidios en el mundo; 18 países de la región, incluida Colombia, ya han modificado sus leyes para sancionar específicamente este crimen (CEPAL, 2018). En un informe, la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2018) analiza el número de feminicidios totales para 18 países de América Latina. Brasil y El Salvador son quienes evidencian los números más altos de la región, mientras que Colombia ocupa el sexto lugar. En el informe se resalta que, aunque para ese momento este delito ya había sido tipificado, los datos del país solo informan casos de feminicidio íntimo, es decir, cometido por la pareja o ex pareja de la víctima.

En Colombia el 6 de julio de 2015, el congreso decretó el feminicidio como un delito autónomo. Sin embargo, las estadísticas reflejan que este delito ya había sido ampliamente cometido. La base de datos de la Policía Nacional de Colombia registra entre 2015 y 2016 2.060 homicidios de mujeres. Durante los dos años analizados, las víctimas tenían en promedio 33 años y el total de muertos en cada homicidio fue en promedio 1,2. Además, la mayor parte de los delitos fueron cometidos en Bogotá y con arma de fuego.

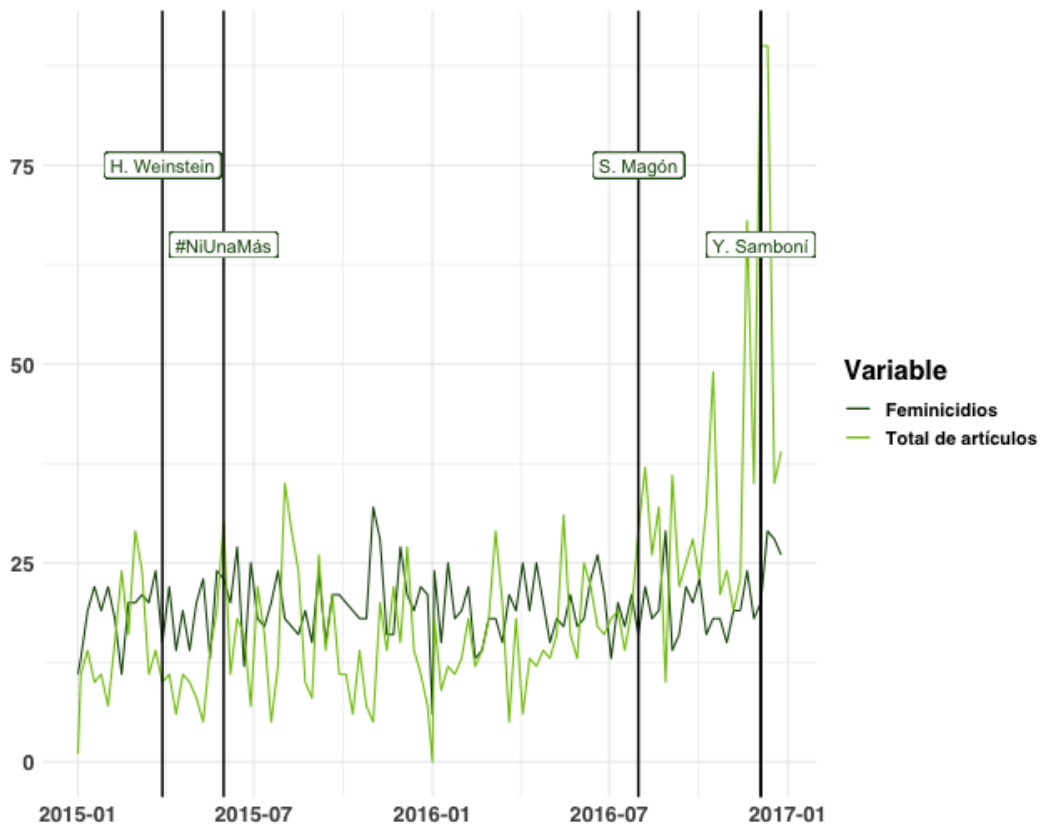
El total de feminicidios y artículos semanales entre 2015 y 2016, que es el periodo en el que

³Inicialmente el feminicidio fue concebido como “el asesinato misógino de mujeres por hombres” (Russell y Radford, 1992, p. xi). No obstante, en la práctica se ha adoptado una definición más amplia de este delito, con el fin de evitar inferencias descuidadas sobre el motivo del victimario. De esta manera, algunos autores toman como feminicidios todos aquellos homicidios de mujeres, sin importar el motivo del perpetrador ni su estatus (Campbell y Runyan, 1998, pp. 347-348). Esta es la definición cautelosa bajo la cual se basa el presente análisis, pues Medicina Legal no había tipificado el feminicidio en sus bases de datos durante este periodo.

se centra el estudio, se presentan en la figura 1. Adicionalmente, se marcan cuatro eventos⁴, analizados más adelante, en los que el feminicidio y la violencia de género temas populares en redes sociales y medios escritos y televisivos. Se puede evidenciar que los feminicidios semanales parecen oscilar alrededor de una media constante. Además, los artículos de los medios informativos tienen picos y caídas que no parecen relacionarse con el número de crímenes. Esto da lugar a preguntas que el estudio busca analizar ¿qué ocasiona un aumento en la prominencia de los artículos tomando en cuenta que los feminicidios permanecen constantes? ¿Es posible que choques sobre la demanda por información, como los eventos analizados en el artículo, influyan en el total de noticias publicadas en los medios?

⁴El primer evento es el 3 de marzo de 2015 y corresponde a una serie de acusaciones contra el productor de cine Harvey Weinstein por acoso sexual. Se tomó en cuenta debido a que tuvo gran impacto internacional. La fecha corresponde a la del artículo de *New York Times* en la que se realizan una de las primeras acusaciones. #NiUnaMás fueron una serie de protestas en Argentina en contra de los feminicidios durante el 3 de junio de 2015. Los últimos dos eventos corresponden a asesinatos de colombianas que tuvieron resonancia en el país. La diferencia es que el de Stephanie Magón ocurrió en México el 2 de agosto de 2016, mientras que el de Yuliana Samboní ocurrió en Bogotá el de diciembre de 2016. Los eventos anteriores coinciden con por los menos uno de los picos en el tema se vuelve tendencia en todo el mundo de acuerdo a *Google Trends* (a excepción de #NiUnaMás que parece ser tendencia constante)

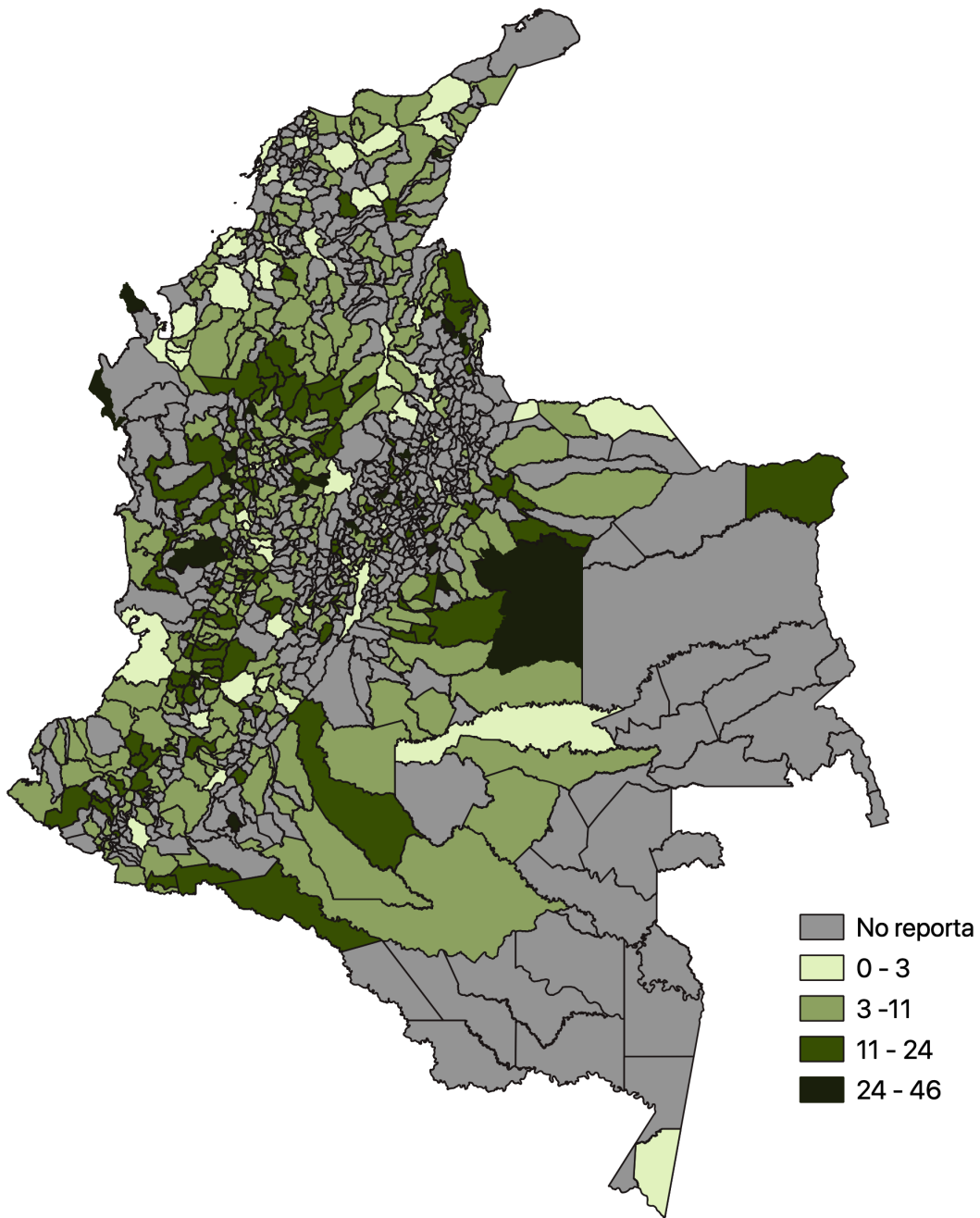
Figura 1: Número de feminicidios y noticias semanales entre 2015 y 2016



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Policía Nacional y medios de comunicación, 2019.

El número de feminicidios por cada 100.000 habitantes en los municipios colombianos entre 2015 y 2016 se puede observar en la figura 2. Aunque se reporten cifras absolutas más altas en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, las tasas per cápita indican tasas incluso mayores en otros municipios; como Villa Gómez en Cundinamarca, Albania en Santander o Salgar en Antioquia. Tomar en cuenta la diferencia a nivel municipal de los homicidios per cápita permite considerar además si lo “novedoso” o “noticioso” de este crimen en la ciudad podría tener alguna influencia sobre la probabilidad de que un feminicidio sea reportado o su prominencia en los medios.

Figura 2: Femicidios por municipio cada 100.000 habitantes entre 2015 y 2016



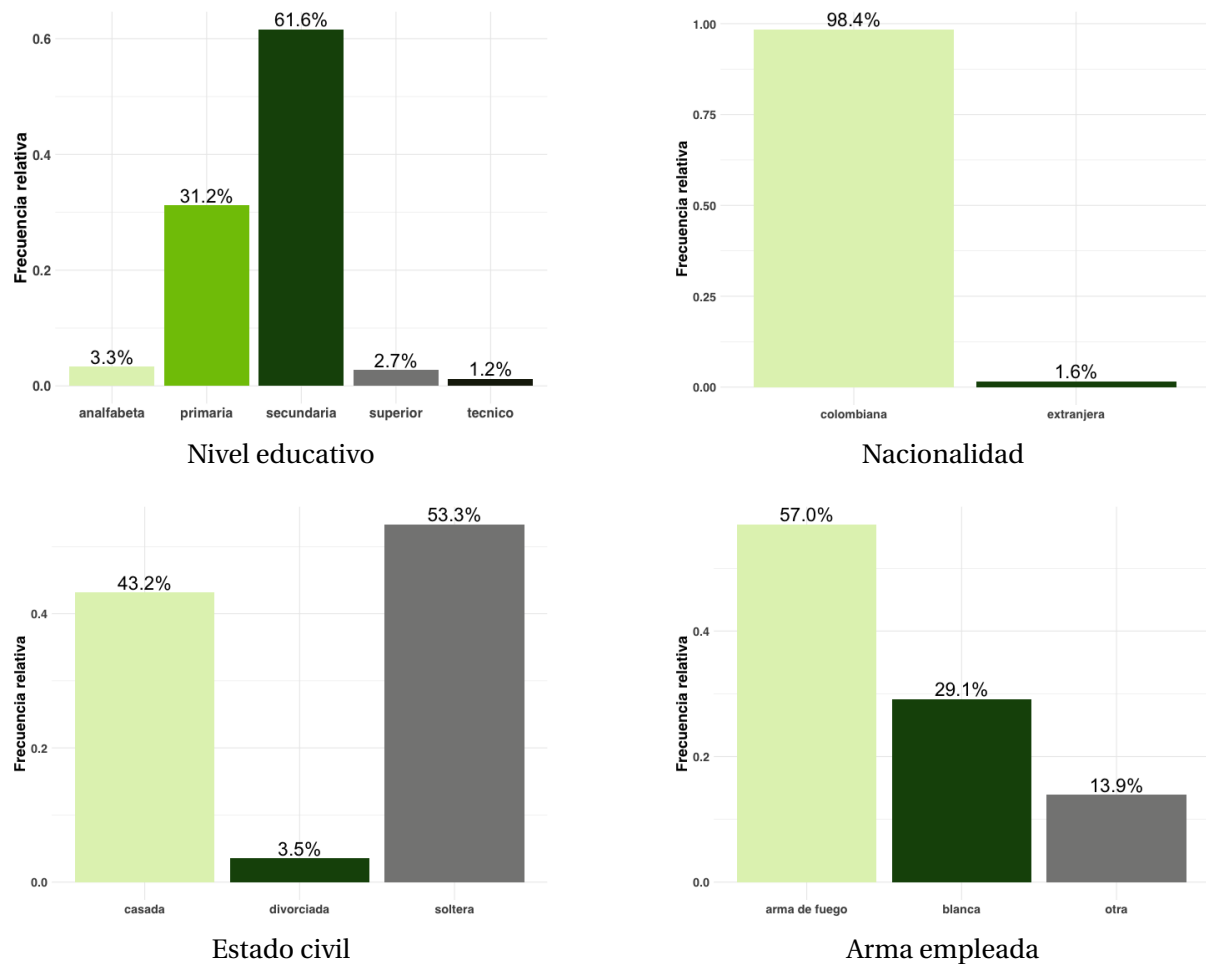
Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Policía Nacional, 2019.

Algunas frecuencias relativas de los 2.060 femicidios entre 2015 y 2016 en Colombia se

resumen en el la figura 3. Se evidencia que la mayoría de las mujeres eran colombianas, con un nivel educativo de secundaria y solteras. Además la mayor parte de los homicidios se cometieron con arma de fuego (57%).

La siguiente sección presenta un modelo sencillo que explica porqué algunas de estas características pueden afectar la probabilidad de que un feminicidio sea reportado por la prensa. Esta hipótesis será enseguida probada empíricamente en la sección cuatro.

Figura 3: Frecuencia relativa de feminicidios entre 2015 y 2016 según



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Policía Nacional, 2019.

3. Marco teórico: Un modelo del mercado de información

Mullainathan y Shleifer (2005) modelan la decisión de reportar noticias como un mercado en el que los consumidores maximizan su utilidad y los medios incorporan esto en sus decisiones óptimas. Los autores parten de los supuestos de que los lectores pueden tener preferencias sobre la información que leen y los periódicos pueden sesgar las noticias para satisfacer sus utilidades.

La estructura del modelo se compone por:

1. Dos consumidores

- Racional e insesgado: $U_r = \bar{u} - xs^2 - P$
- Con sesgos: $U_b = \bar{u} - xs^2 - \phi(n - b)^2 - P$

2. **Periódicos:** que reciben información sobre la noticia de interés: $d = t + \varepsilon \quad \varepsilon \sim N(0, \nu)$
y reportan $n = d + s$

Donde \bar{u} es una utilidad fija, s es el sesgo de las noticias, P el precio del periódico, n las noticias reportadas, b lo que los lectores quieren escuchar y t la información real sobre la el tema de interés. ϕ es un parámetro mayor a 0.

De esta manera, la utilidad de los lectores racionales disminuye a medida que el sesgo es mayor. Por otra parte, la utilidad de los lectores sesgados disminuye si las noticias se alejan de aquello que ellos prefieren leer. Por ejemplo, lectores que quieren saber cómo va la economía serían consumidores racionales, mientras que lectores que quieren escuchar que la economía va bien serían consumidores sesgados.

El juego completo se desarrolla en varios momentos. En el primero los periódicos anuncian sus inclinaciones y precios. Posteriormente los consumidores deciden si comprar o no basados en su utilidad esperada y precios. Finalmente, los periódicos reciben información y

reportan n .

Los autores desarrollan el modelo y concluyen que: (1) si todos los lectores son racionales que quieren información pura, los periódicos no tendrán sesgos en lo que reportan. (2) Si los lectores sí tienen preferencias, pero éstas son heterogéneas las noticias serán insesgadas. (3) Lectores con preferencias homogéneas por ciertas noticias resulta en noticias sesgadas. Además, una mayor competencia en el lado de la oferta de medios impacta el precio y no la selección.

Teniendo en cuenta este modelo, el presente documento analiza si las preferencias de los consumidores podrían influir los sesgos en los medios de comunicación. En este sentido, se estudian las características de los homicidios que pueden influir en su publicación y, en específico, si choques en las demandas por información se relacionan con cambios en el comportamiento de los medios. Según el modelo de Mullainathan y Shleifer, si existen sesgos en los medios, éstos podrían ser explicados debido a que la mayor parte de consumidores prefieren publicaciones con ciertas características.

4. Datos y metodología

4.1. Datos

El análisis empírico de este documento se basa en tres bases de datos que permiten medir la evolución de los feminicidios y los reportes en prensa entre 2015 y 2016: los homicidios ocurridos entre 2015 y 2016, las noticias que los reportan durante este periodo, y variables agregadas a nivel de municipio. El primer conjunto de datos proviene de la base de la policía nacional colombiana. Las estadísticas corresponden a consolidados de los Delitos de Impacto del país y la actividad operativa realizada por la Policía Nacional. Se limita información a los homicidios de mujeres, obteniendo 2.060 homicidios entre ambos años. De acá se recuperan variables respecto al homicidio: municipio, barrio, hora, fecha, día de la semana y arma

utilizada. Además, se obtienen variables características de la víctima: edad, nivel educativo, y estado civil.

La segunda fuente de información son los medios de comunicación nacionales impresos: Revista Semana, El Tiempo y El Espectador. Se eligieron estos medios debido a que tienen circulación en todo el país y, entre esos, son los más leídos a nivel nacional⁵. Se utilizó la herramienta de *webscraping* para la descarga de las noticias empleando el software R. Específicamente, se descargaron todas las noticias entre 2015 y 2016 que resultan de la búsqueda de: “feminicidio”, “violencia de género”, “mujer asesinada” y “asesinan a mujer”. A partir de esto se obtiene la fecha, el título, el encabezado y el texto completo de la noticia. En total se descargan 2.642 artículos.

La tercera fuente de información es el panel municipal del CEDE. De acá se recuperan variables agregadas a nivel de los municipios: altitud, distancia a Bogotá, rugosidad, área oficial en kilómetros cuadrados, población y tasa de pobreza (medida por el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)). La información se obtiene según el censo del 2005.

Utilizando palabras clave sobre la hora, día, municipio y edad de la víctima, se une la información de cada homicidio con las noticias respectivas. Dada la poca precisión de los buscadores de los medios, fueron eliminados 1.692 artículos que no hablaban de los asesinatos, aunque trataban sobre el tema de feminicidios. Se construye una variable indicando si el homicidio fue cubierto por los medios o no, y se agrega el número total de palabras y artículos dedicados en total. A partir de esto se obtienen que 189 homicidios fueron reportados por lo menos una vez en los medios, es decir, aproximadamente un 9,175%.

Esta base de datos se une con la información agregada respecto a cada municipio utilizando

⁵De acuerdo al Estudio General de Medios Colombia (EGM, 2016). La encuesta encuentra también que los periódicos Q'hubo y ADN están entre los más leídos en el país. Sin embargo, el primero se declara abiertamente como un periódico tabloide por lo que por defecto tiene sesgo por delitos más violentos. Mientras que el segundo es gratuito por lo que no aplica para el modelo económico utilizado para entender los criterios de selección.

el código Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)⁶. Utilizando la base completa de homicidios se mide la violencia en cada municipio entre 2010 y 2014. Se construyen la tasa de homicidio de hombres, mujeres y total por cada 1.000 habitantes.

La estadísticas descriptivas se presentan en el cuadro 1. El promedio de artículos y palabras por homicidio que sí apareció en los medios son 2 y 982, respectivamente. Las personas que aparecen en los medios son en promedio 2 años más jóvenes que aquellas que no. En cuanto a los municipios, mientras que los homicidios que reportados por los medios se ubican en ciudades en promedio más pequeñas, la población es en promedio mayor, al igual que la tasa de urbanidad. Por otra parte, los homicidios de mujeres reportados en los medios tienen en promedio menor índice de NBI y tasas de homicidio (tanto total como de mujeres y hombres).

⁶Identificador único de cada municipio generado por la entidad

Cuadro 1: Estadísticas descriptivas

	media	d.e	mín	máx	n
A. No reportadas por los medios					
Número artículos	0	0	0	0	1871
Palabras en total	0	0	0	0	1871
Edad	33,45	15,20	0	89	1871
Área km ²	1.191,04	2.269,37	15	41.653	1871
NBI	28,25	20,87	5,43	100	1871
Población municipio	1'094.641,92	2'035.410,22	0	6840116	1871
Tasa de homicidio	47,94	29,42	0	181,83	1871
Tasa de homicidio hombres	44	27,29	0	165,14	1871
Tasa de homicidio mujeres	3,95	2,87	0	24,88	1871
Tasa urbanidad	0,74	0,27	0	1	1871
B. Reportadas en los medios					
Número artículos	2,11	7,37	1	101	189
Palabras en total	982,68	5.059,20	62	68.854	189
Edad	31,24	13,39	2	81	189
Área km ²	906,01	856,88	67	6.785	189
NBI	21,83	16,68	9,20	84,60	189
Población municipio	1'916.874,53	2'481.042,13	4691	6'840.116	189
Tasa de homicidio	46,83	27,37	7,02	117,27	189
Tasa de homicidio hombres	43,19	25,62	5,27	110,91	189
Tasa de homicidio mujeres	3,64	2,33	0	18,66	189
Tasa urbanidad	0,83	0,26	0,06	1	189

Fuente: elaboración propia utilizando datos de la policía nacional, base municipal CEDE y artículos de Revista Semana, El Tiempo y El Espectados (2019). Las tasas de homicidio son el promedio por municipio entre 2010 y 2014, cada 100.000 habitantes. Para la población, el NBI y la tasa de urbanidad se utiliza información del censo nacional del 2005.

La base de datos tiene algunas limitaciones. Por un lado, se cuenta únicamente con dos años de estudio, por lo que no se puede controlar por fluctuaciones en los medios o en homicidios a largo plazo. Por otra parte, no se tiene datos desagregados sobre el agresor, lo cual ha sido

enfaticado como un factor importante por la literatura. Además, empíricamente los datos no permiten estimar porqué existen los patrones que se encuentren; tal análisis está por fuera de la disponibilidad de la información. Hay poca variabilidad por el lado de la oferta de medios nacionales impresos, por lo que no se pueden analizar factores de este lado del mercado (como ideología de la organización).

4.2. Metodología

El presente documento aborda dos grandes preguntas. La primera busca analizar los factores relacionados con la decisión de publicar y, posteriormente, la prominencia de los feminicidios en los medios. Para esto se estima un modelo de probabilidad *logit* y regresiones *Poisson*. En la estimación *logit* se considera la probabilidad de que el feminicidio sí aparezca en prensa condicional a características del municipio, víctima y circunstancias. El método *logit* asume una distribución logística, cuya función de distribución acumulada es:

$$Prob(reportada = 1|X_i) = F(X_i'\beta) = \Lambda(X_i'\beta) = \frac{e^{X_i'\beta}}{1 + e^{X_i'\beta}} \quad (1)$$

El estimador de β se obtiene por máxima verosimilitud. La metodología consiste en estimar los valores de los parámetros que maximizan la función de densidad conjunta de obtener la muestra observada. De esta manera, β es aquel que maximiza la probabilidad de observar la muestra actual (Cameron y Trivedi, 2005, p. 139).

Los efectos marginales de las variables continuas y categóricas están dados respectivamente por:

$$\frac{\partial P(reportada = 1|x)}{\partial x_k} = \beta_k f(X_i'\beta) \quad (2)$$

$$\frac{\partial P(reportada = 1|x)}{\partial x_k} = \Lambda(x_1\beta_1 + \dots + (x_k = 1)\beta_k) - \Lambda(x_1\beta_1 + \dots + (x_k = 0)\beta_k) \quad (3)$$

Donde $f(\cdot)$ es la función de densidad logística.

Esta metodología permite probar la bondad de ajuste de todo el modelo y calcular la importancia relativa de cada regresor. Adicionalmente, el método considera que los regresores pueden tener diferentes efectos marginales dependiendo del punto donde se evalúen (como se observa en las ecuaciones 2 y 3).

Hay varias formas de resumir los efectos marginales de cada variable. En este caso se decidió calcular el promedio de todos los efectos estimados de cada individuo (AME por sus siglas en inglés). Para las variables continuas y categóricas, respectivamente, están dados por:

$$\hat{AME}_k = \beta_k \sum_{i=1}^N f(X_i' \beta) \quad (4)$$

$$\hat{AME}_k = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\partial P(\text{reportada} = 1|x)}{\partial x_k} \quad (5)$$

Adicionalmente, para analizar la prominencia de cada feminicidio en los medios, medida por el número de noticias y palabras sobre el feminicidio, se estiman regresiones Poisson. Esta distribución es apropiada dado que se las noticias y palabra totales son contadores que toman únicamente valores enteros positivos. Condicionamos la muestra a que el homicidio sí sea reportado, es decir, una vez que el homicidio aparece en los periódicos ¿qué determina su protagonismo en los medios?

Esta regresión implica una distribución de Poisson para el número de noticias y número de palabras con una función de probabilidad:

$$Pr[Y = y] = \frac{e^{-\mu} \mu^y}{y!} \quad (6)$$

Donde Y sería número de palabras y de artículos, μ es el parámetro de intensidad que corresponde a la esperanza y la varianza de la distribución (Cameron y Trivedi, 2005, p. 668). Se estiman los parámetros β por máxima verosimilitud de la forma:

$$\text{Log}L(\beta) = \sum_{i=1}^N y_i X_i' \beta + \exp(X_i' \beta) - \ln(y_i!) \quad (7)$$

La estimación de cada β_i es la solución de K ecuaciones no lineales que satisfacen la condición de primer orden dada por:

$$\frac{\partial \text{Log}L(\beta)}{\beta} = \sum_{i=1}^N y_i - \exp(X_i' \beta) X_i = 0 \quad (8)$$

La segunda gran pregunta abordada en el documento es sobre la influencia de choques en la demanda por información (considerando momentos en los que el tema se vuelve tendencia) en el comportamiento de los periódicos y revistas de circulación nacional. Esto es tomando en cuenta el modelo de Mullainathan y Shleifer (2005) explicado en la sección anterior. En este sentido, se esperaría que si estos eventos cambiaron la demanda por información sobre feminicidios de los consumidores, entonces los medios responderán a ello. Lo cual además sería consistente si se encuentran sesgos en la selección o prominencia de las noticias en los medios. Para responder la pregunta se emplea MCO y se toman en cuenta eventos que se volvieron tendencia en Colombia relacionados con feminicidios o crímenes sexuales, explicados en la sección 2.

Para las regresiones se toma el valor diario de: número de noticias antes de emparejar con los feminicidios (2.642), número de artículos emparejados (389), porcentaje de feminicidios reportados (como proporción de los feminicidios totales ese día) y el total de feminicidios. Se toman en cuenta ventanas de tiempo de 7, 14 y 21 días antes y luego de la fecha del choque. Posteriormente, se crea la variable dicotómica *tendencia* que toma el valor de 1 en caso de que el día sea antes del evento y 0 en caso contrario. El modelo a estimar de forma general es:

$$Y_i = \beta' X_i + \delta \textit{tendencia} + \varepsilon_i \quad (9)$$

X_i son controles por día de la semana y medio (este último no se toma en cuenta en el caso de número de feminicidios). El vector de estimadores de β se obtiene como:

$$\hat{\beta} = (X'X)^{-1}(X'Y) \quad (10)$$

5. Resultados

5.1. Determinantes de la selección y prominencia en los medios

La estimación de la relación de características del homicidio, víctima y municipio sobre los feminicidios en los medios de comunicación se presenta en el cuadro 2. La columna *Reportada* es estimada por logit y considera la relación de los regresores con la aparición de los feminicidios en los medios. En este caso las características a nivel de municipio son las que se relacionan con el reporte. Por una parte hay una relación positiva entre ciudades capitales de departamento y la tasa de homicidio de hombres. Por otra parte, a mayor tasa de pobreza menor probabilidad de que el feminicidio sea reportado en los medios. Tomando en cuenta que se controló por diversas características de los municipios, se obtiene que ciudades con mayor capacidad adquisitiva, y por tanto mayor consumo de medios, pueden influenciar la selección de los feminicidios que son reportados.

El número de artículos y palabras dedicados a cada feminicidio son medidas del protagonismo que tuvieron los crímenes (tomando en cuenta feminicidios que sí aparecieron en los medios - margen intensivo). En este caso resultan significativas también variables a nivel de homicidio y de las víctimas.

En primer lugar, en cuanto a las características del homicidio, entre mayor número de muertos ese día en el municipio, menor es el número de artículos. Sin embargo, hay una relación entre los homicidios múltiples y su prominencia en los medios, al igual que los feminicidios ocurridos el fin de semana, respecto a los ocurridos en semana. En lugar de reportar por igual cada uno de los crímenes, esto indica una banalización y la sensacionalización de la violencia. Lo cual es consistente con otros hallazgos en el caso colombiano (Abbott Galvão, 2015; Bernal, 2019).

En segundo lugar, la edad de la víctima tiene una relación negativa hasta un punto, a partir del cual se vuelve positiva. Lo cual indica que los feminicidios a una edad temprana o mucho

mayor tienen mayor protagonismo en los medios. Por otro lado, los homicidios de mujeres casadas tienen menor prominencia respecto a los de mujeres solteras. Además, que la víctima tenga un nivel educativo máximo de primaria se relaciona con mayor protagonismo en los medios que los crímenes sobre analfabetas. Todo lo anterior indica una narrativa sobre crímenes que sean posiblemente más vendidos al público, según la hipótesis de Mullainathan y Shleifer. Esto es consistente con lo encontrado por Abbott Galvão (2016, p.3) quien concluye que la cobertura de los medios informativos no logra humanizar el tema. Al contrario, fluctúa entre la banalización y la sensacionalización de la violencia.

En tercer lugar, resultan significativas más variables de nivel de municipio. Incluso tomando en cuenta nivel de pobreza y si la ciudad es capital, los feminicidios ocurridos en municipios más lejanos a Bogotá, a mayor altura y con mayor área tienen menor prominencia en los medios. Todo ello indica que, a diferencia de la selección, el protagonismo se ve influenciado por el municipio *per se*. Se encuentran entonces inclinaciones no solo según capacidad adquisitiva o violencia del municipio, sino también del tamaño y ubicación del mismo.

Finalmente los medios resultan significativos, siendo la categoría base “El Tiempo”. Esto es consistente con diferentes políticas organizacionales y espacio disponible de cada uno. Resulta interesante contrastar este resultado con el de la columna de *reportada*, pues no parece haber una diferencia de selección de los crímenes, sino de protagonismo de los mismos.

Cuadro 2: Relación de características del homicidio, víctima y municipio sobre la selección y promi-nencia de los feminicidios en los medios de comunicación colombianos

		Margen extensivo		Margen intensivo	
		Reportada	Artículos	Palabras	
Homicidio					
	Número muertos	-0,38 (0,51)	-0,43 (0,21)**	-0,25 (0,25)	
	Homicidio múltiple	0,81 (0,64)	0,77 (0,30)**	0,53 (0,38)	
Arma	cortopunzante	0,58 (0,22)***	0,23 (0,14)	0,33 (0,19)*	
	otras	0,40 (0,31)	0,28 (0,16)*	0,34 (0,21)	
Día	fin de semana	-0,18 (0,21)	0,24 (0,14)*	0,28 (0,19)	
Víctima					
	Edad	0,02 (0,03)	-0,05 (0,02)**	-0,08 (0,02)***	
	Edad ²	-0,00 (0,00)	0,00 (0,00)*	0,00 (0,00)**	
Estado civil	casada	0,16 (0,21)	-0,29 (0,13)**	-0,38 (0,18)**	
	divorciada	-0,23 (0,63)	0,29 (0,35)	0,18 (0,47)	
Nacionalidad	extranjera	-0,75 (1,05)	0,01 (0,35)	-0,18 (0,46)	
Escolaridad	primaria	0,54 (1,08)	1,12 (0,44)**	1,48 (0,64)**	
	secundaria	1,06 (1,07)	0,67 (0,46)	0,97 (0,67)	
	superior	1,51 (1,18)	0,75 (0,51)	1,22 (0,73)*	
	técnico	2,16 (1,22)*	0,66 (0,54)	0,81 (0,78)	
Municipio					
	Capital	0,72 (0,35)**	0,59 (0,21)***	0,76 (0,28)***	
	Área km ²	-0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)*	-0,00 (0,00)	
	Altura	-0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)**	-0,00 (0,00)***	
	Dist. capital	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	0,00 (0,00)	
	Dist. bogota	-0,00 (0,00)	-0,00 (0,00)***	-0,00 (0,00)***	
	NBI	-0,03 (0,01)**	-0,01 (0,01)	-0,01 (0,01)	
	Tasa homicidio h	0,02 (0,01)***	-0,00 (0,00)	-0,01 (0,00)	
	Tasa homicidio m	-0,13 (0,08)	-0,04 (0,04)	0,01 (0,04)	
	Tasa urbanidad	0,41 (0,87)	-0,90 (0,48)*	-1,20 (0,66)*	
Medio					
	El Espectador	21,93 (748,60)	0,62 (0,14)***	0,72 (0,18)***	
	Revista Semana	21,30 (1161,34)	1,39 (0,17)***	1,76 (0,21)***	
AIC		911.6			
BIC		1119.93			
Log Likelihood		-418.8			
Deviance		837.6	111.22	67261.85	
Num. obs.		2060	189	189	

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$.

Los modelos incluyen intercepto. Los niveles bases de las variables categóricas se pueden encontrar en los anexos.

La columna **Margen extensivo** contiene toda la muestra. **Margen intensivo** trabaja con la muestra de los feminicidios que sí fueron reportados en los medios de comunicación.

5.2. Análisis choques de demanda

La estimación de la ecuación 9, la cual examina la relación entre los choques sobre la demanda por información y la selección y protagonismo de los feminicidios en los medios nacionales colombianos se presenta en el cuadro 3. El primer conjunto de regresiones miden el efecto del choque en la demanda sobre el número total de noticias relacionadas con feminicidios. Mientras que la primera columna toma en cuenta todas las noticias respecto al tema (margen extensivo), la segunda comprende únicamente noticias que hablan efectivamente de los homicidios de mujeres registrados entre 2015 y 2016 (margen intensivo). La columna 3 captura el efecto de los choques sobre el porcentaje de feminicidios diarios reportados. Las siguientes dos especificaciones (columnas 4 y 5) miden la relación de los choques con la probabilidad de reporte, con y sin controles respectivamente. Finalmente, la columna 6 analiza si estos choques de demanda tienen algún impacto sobre el total de feminicidios diarios.

Los resultados parecen indicar que los choques no tienen efectos sobre la selección de los artículos, es decir, sobre la variable *reportada* y reportadas como porcentaje de los homicidios de ese día. Por otra parte, la prominencia de los feminicidios en los medios parece cambiar luego de los eventos. Mientras que la noticia sobre Harvey Weinstein tiene una relación negativa con el número de artículos, el asesinato de Yuliana Samboní y Stephanie Magón evidencian una relación positiva. Ello podría deberse a que las denuncias contra Harvey Weinstein fueron por acoso en lugar de homicidio, por lo que los medios se concentrarían en otro tema diferente a homicidios de mujeres. En general, los signos de los eventos sobre los artículos sin emparejar y emparejados se mantienen, lo cual indica que no solo se hay un cambio en el tema de feminicidios en los medios, sino también en el de violencia de género en general. Esto a su vez sirve como verificación de que el tema sí cambió la popularidad en general en Colombia.

Las estimaciones son consistentes con los de la sección 5.1, pues se encuentran mayores sesgos en prominencia que en selección de crímenes en los medios. Incluso más, las estima-

ciones en conjunto indican que los medios se ajustan a preferencias de los consumidores para elegir la cantidad de artículos publicados y no tanto en cuáles crímenes reportar, siendo consistente con el modelo de Mullainathan y Shleifer (2005). Los temas preferidos por los consumidores sí pueden tener un impacto sobre el comportamiento de los medios. En resumen, para el caso colombiano los patrones de consumo de medios parecen influenciar el protagonismo de los feminicidios, en lugar de su selección.

Por otra parte, la columna 4 del cuadro 3 busca analizar si estos choques sobre la demanda por información podrían tener algún impacto sobre el total de homicidios. Esto podría darse debido a cambios en el comportamiento o elecciones de las personas según los cambios en las noticias. Sin embargo, contrario a lo encontrado en algunos estudios, los resultados indican en general que no hay efecto de estos choques sobre el número de feminicidios por día. Ello podría deberse a que los medios no influyen el comportamiento de los individuos o que, en caso de hacerlo, las acciones tomadas no son eficientes. Podría considerarse también que el efecto sobre los homicidios sea a un más largo plazo.

Cuadro 3: Estimaciones de choques sobre la demanda de información

	1		2		3		4		5		6	
	Noticias en total		Noticias emparejadas		% Femicidios reportados		Reportada controles		Reportada sin controles		Femicidios diarios	
	coef	desv est	coef	desv est	coef	desv est	coef	desv est	coef	desv est	coef	desv est
Denuncias a Harvey Weinstein 30/03/2015												
7	-0.50*	(0.25)	-0.28*	(0.14)	-1.39	(1.28)	0.52	(264909)	-18.33	(8747)	-1.67***	(0.38)
14	-0.25	(0.16)	-0.14	(0.09)	-2.59	(1.95)	-4.79	(112793)	-18.63	(7624)	-0.44	(0.52)
21	-0.37***	(0.14)	-0.1	(0.06)	-1.69	(1.30)	-3.02	(145507)	-18.28	(6480.04)	-0.52	(0.41)
#NiUnaMás 03/06/2015												
7	-0.56	(0.39)	0	(0.14)	4.63	(5.76)	3.89	(605759)	0.4	(1.47)	-0.33	(1.07)
14	-0.35	(0.22)	-0.09	(0.08)	9.09**	(4.24)	2.99	(263998)	-0.14	(0.96)	-0.22	(0.58)
21	-0.09	(0.17)	0	(0.08)	6.18**	(3.07)	0.06	(0.79)	0.04	(0.66)	0.26	(0.54)
Stephanie Magón 02/08/2016												
7	0.56	(0.43)	-0.11	(0.07)	-1.39	(2.19)	-11.4	(569033)	-18.89	(7362)	-0.33	(0.98)
14	0.59**	(0.27)	-0.10**	(0.05)	-3.33	(2.91)	-25.08	(690595)	-18.69	(4357)	0.52	(0.63)
21	0.53**	(0.21)	-0.04	(0.05)	-0.65	(2.71)	-4.6e ¹⁴ ***	(14363294)	-0.25	(0.79)	0.13	(0.47)
Yuliana Samboní 04/12/2016												
7	3.11***	(0.73)	2.33***	(0.49)	-2.78	(5.27)	-5.88	(376872)	0.08	(1.02)	0.5	(0.49)
14	2.02***	(0.62)	2.17***	(0.28)	-3.11	(2.96)	-62.1	(105466)	-0.15	(0.69)	0.56	(0.43)
21	1.54***	(0.48)	1.52***	(0.23)	-2.8	(2.05)	-32.87	(96753)	-0.25	(0.66)	0.77**	(0.37)

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Se reporta únicamente el efecto de la variable categórica *tendencia*.

La columna 1 corresponde al número de noticias antes de emparejar con la base de homicidios en total por día. La columna 2 corresponde al número de noticias emparejadas con la base de homicidios en total por día. La columna 3 considera el número de feminicidios reportados en los medios como % del total por día. Las columnas 4 y 5 corresponden al efecto sobre si el feminicidio fue reportado o no, la primera con todos los controles a nivel de homicidio, víctima y municipio, y la segunda sin controlar. Finalmente, la columna 6 estima la relación entre los eventos sobre el número de feminicidios diarios.

Las columnas 1-3 toman en cuenta controles por medio y día de la semana.

6. Conclusiones

El estudio automatiza la descarga de noticias sobre feminicidios entre 2015 y 2016 para conformar una base que permitiera analizarlos. En general se encontró que, de los feminicidios reportados en los medios, hay en promedio un artículo y 982 palabras. Además, la mujer reoportada tiene en promedio 31 años y fue asesinada en un municipio con un promedio de 906 kilómetros cuadrados y un índice de NBI de 21,83.

La literatura previa había considerado características de la víctima, como el nivel educativo y

la raza de la víctima, relevantes para la selección de los feminicidios reportados en los medios. Para el caso colombiano en el periodo de estudio se encuentra que las variables relacionadas con el reportajes son en su mayoría características del municipio. Sin embargo, una vez que el feminicidio es reportado, su protagonismo en los medios se relaciona además con características de la víctima y circunstanciales del homicidio. Adicionalmente, se encuentra que la prominencia de los feminicidios en los medios varía según el periódico o revista analizado.

Se encuentra evidencia de que las preferencias de los consumidores pueden influir sobre la cantidad de noticias sobre feminicidios en los medios. Esto se mide tomando en cuenta posibles choques sobre la demanda por información, según momentos en los que el tema feminicidio se vuelve tendencia. En concordancia con los hallazgos anteriores, hay evidencia a favor de una relación entre la demanda de los consumidores y un sesgo en los artículos de los medios, no en la decisión de reportar o no sino en la cantidad de reportes.

Los resultados confirman que en Colombia existe un sesgo de selección de los medios de comunicación nacionales colombianos según características del municipio. Sin embargo, hay un sesgo según características de la víctima, el homicidio y el municipio para el protagonismo que tendrá el homicidio en los medios. Se provee evidencia de que estos sesgos no influyen el nivel de feminicidios. Se consideran posibles futuras investigaciones sobre cómo podrían influir la selección de noticias en el comportamiento de los individuos o en variables como la inversión o el gasto en protección.

Referencias

- Abbott Galvão, L. (2015). *Reporting on violence against women: A case study of select news media in seven countries in latin america and the caribbean* (Inf. Téc.). Inter-American Development Bank.
- Beattie, G., Durante, R., Knight, B., y Sen, A. (2017, October). *Advertising spending and media bias: Evidence from news coverage of car safety recalls* (Working Paper n.º 23940). National Bureau of Economic Research. doi: 10.3386/w23940
- Bernal, D. A. H. (2019, Enero). Femicidio y medios de comunicación en colombia. *Feminicidio y medios de comunicación en Colombia*. Descargado de <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/feminicidio-medios-comunicacion-colombia>
- Braakmann, N. (2012). How do individuals deal with victimization and victimization risk? longitudinal evidence from mexico. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 84(1), 335–344.
- Cameron, A. C., y Trivedi, P. K. (2005). *Microeconometrics: methods and applications*. Cambridge university press.
- Campbell, J., y Runyan, C. W. (1998). Femicide: Guest editors' introduction. *Homicide Studies*. doi: 10.1177/1088767998002004001
- CEPAL. (2018, Noviembre). *El feminicidio, la expresión más extrema de la violencia contra las mujeres*. Descargado de https://oig.cepal.org/sites/default/files/nota_27_esp_0.pdf
- DellaVigna, S., y Kaplan, E. (2007, 08). The Fox News Effect: Media Bias and Voting. *The Quarterly Journal of Economics*, 122(3), 1187-1234. doi: 10.1162/qjec.122.3.1187
- Duggan, J., y Martinelli, C. (2011, 02). A Spatial Theory of Media Slant and Voter Choice. *The Review of Economic Studies*, 78(2), 640-666. doi: 10.1093/restud/rdq009
- Dustmann, C., y Fasani, F. (2015, 04). The Effect of Local Area Crime on Mental Health. *The Economic Journal*, 126(593), 978-1017. doi: 10.1111/eoj.12205
- EGM. (2016). *Boletines - egm*. Descargado de <http://www.acimcolombia.com/boletines/boletines/>
- Gentzkow, M., y Shapiro, J. M. (2010). What drives media slant? evidence from us daily newspapers. *Econometrica*, 78(1), 35–71.
- Gerber, A. S., Karlan, D., y Bergan, D. (2009). Does the media matter? a field experiment measuring the

- effect of newspapers on voting behavior and political opinions. *American Economic Journal: Applied Economics*, 1(2), 35–52.
- Gilliam, F. D., y Iyengar, S. (2000). Prime suspects: The influence of local television news on the viewing public. *American Journal of Political Science*, 44(3), 560–573.
- Gruenewald, J., Pizarro, J., y Chermak, S. M. (2009). Race, gender, and the newsworthiness of homicide incidents. *Journal of criminal justice*, 37(3), 262–272.
- Kaniel, R., y Parham, R. (2017). Wsj category kings – the impact of media attention on consumer and mutual fund investment decisions. *Journal of Financial Economics*, 123(2), 337 - 356. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2016.11.003>
- Lundman, R. J. (2003). The newsworthiness and selection bias in news about murder: Comparative and relative effects of novelty and race and gender typifications on newspaper coverage of homicide. *Sociological Forum*, 18(3), 357–386. Descargado de <http://www.jstor.org/stable/3648888>
- McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. Descargado de <http://www.jstor.org/stable/2747787>
- Mullainathan, S., y Shleifer, A. (2005, September). The market for news. *American Economic Review*, 95(4), 1031-1053. Descargado de <https://ideas.repec.org/a/aea/aecrev/v95y2005i4p1031-1053.html> doi: 10.1257/0002828054825619
- Pritchard, D., y Hughes, K. (1997). Patterns of deviance in crime news. *Journal of Communication*, 47(3), 49-67. doi: 10.1111/j.1460-2466.1997.tb02716.x
- Reiner, R. H. (2007). Media made criminality: The representation of crime in the mass media. En M. M. Reiner Robert y R. Morgan (Eds.), *The oxford handbook of criminology* (p. 302-340). Oxford University Press, Oxford, UK.
- Russell, D. E. H., y Radford, J. (1992). *Femicide : the politics of woman killing* [Book; Book/Illustrated]. Buckingham, England : Open University Press. (Includes index)
- Sorenson, S. B., Manz, J. G., y Berk, R. A. (1998). News media coverage and the epidemiology of homicide. *American journal of public health*, 88(10), 1510–1514.
- Taylor, R. (2009). Slain and slandered: A content analysis of the portrayal of femicide in crime news. *Homicide Studies*, 13(1), 21-49. doi: 10.1177/1088767908326679
- Zhuang, M. (2018). Intergovernmental conflict and censorship: Evidence from china's anti-corruption campaign.

Anexos

Cuadro 4: Variables utilizadas en el análisis de regresión

Variable	Definición
Dependientes	
Reportada	Indica si el feminicidio apareció por lo menos una vez en los medios 0: no fue reportada (BASE). 1: apareció en los medios.
Noticias en total	total de artículos diarios sobre el tema de feminicidios.
Noticias matched	total de artículos diarios emparejados con los feminicidios.
% Feminicidios reportados	feminicidios reportados diariamente en los medios como % del total.
Homicidio	
Número de muertos	El total de asesinados, contando hombres y mujeres, en el mismo lugar y hora del feminicidio
Homicidio múltiple	Indica si el homicidio fue múltiple 0: Solo fue asesinada una persona en el homicidio (BASE) 1: Fueron asesinadas más de una persona
Arma	Es el arma empleada por el homicida 0: arma de fuego (BASE) 1: arma cortopunzante. 2: otras. Incluye almohadas, prendas, explosivos, combustibles, granadas, bolsa plástica, cinturón, cuerdas, veneno y demás.
Día de semana	Indica si el homicidio se cometió en un fin de semana 0: semana (BASE) 1: fin de semana
Víctima	
Edad	Edad de la víctima en el momento del feminicidio.
Estado civil	0: soltera (BASE). Incluye mujeres viudas. 1: casada. Incluye unión libre. 2: divorciada. Incluye mujeres divorciadas y separadas.
Nacionalidad	0: colombiana (BASE). 1: extranjera.
Escolaridad	Indica nivel educativo de la víctima. La categoría base es analfabeta.
Municipio	
Capital	0: el homicidio no se cometió en una ciudad capital (BASE). 1: el homicidio se cometió en una ciudad capital.
Área km ²	Área del municipio.
Altura	Metros sobre el nivel del mar.
Dist. capital	Distancia del municipio a la capital del departamento.
Dist. Bogotá	Distancia del municipio a Bogotá.
NBI	Personas con NBI como % de la población total.
Tasa homicidio h	Homicidio de hombres cada 1.00 habitantes. Según la población del censo de 2005.
Tasa homicidio m	Homicidio de mujeres cada 1.00 habitantes. Según la población del censo de 2005.
Tasa urbanidad	población urbana, como % de la población total. Según la población del censo de 2005.

Fuente: elaboración propia, 2019.