

LA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN A COMIENZO DEL SIGLO XXI

(LIBRO DE ACTAS I CONGRESO INTERNACIONAL
DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN)

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Facultad de Comunicación

29, 30 y 31 de marzo de 2011

Editor:

Juan Carlos Suárez Villegas

CAPÍTULO 10

“Periodismo y violencia de género: la necesidad de un compromiso”

Zurbano Berenguer, Jezabel (Universidad de Sevilla)

jmartinez10@us.es

Martín Fábregas, Belén (Universidad de Sevilla)

bzurbano.berenguer@gmail.com

Resumen.

Convencidos de su relevancia como actores sociales y de cambio, el pasado 23 de noviembre, periodistas y medios de comunicación de la Comunidad Autónoma de Extremadura firmaron un acuerdo- marco por el que regular su actuación en noticias referidas a violencia de género.

Sin embargo, el principal problema a la hora de investigar en esta materia es el propio concepto ‘violencia de género’ ya que existe una gran variedad terminológica al respecto en la prensa española. El punto de partida del análisis que se propone es que esta diversidad conceptual puede estar provocada por una falta de consenso que puede devenir en una distorsión del propio concepto entre los receptores. Esto conlleva una necesaria reflexión sobre el papel ético de los informadores para con esta lacra.

A fin de vislumbrar el estado de la cuestión en los diarios españoles se han analizado documentos hemerográficos de diferentes adscripciones ideológicas y periodos temporales y se han comparado con los principales documentos normativo-deontológicos en la materia. Las principales conclusiones permiten arrojar cierta luz sobre este objeto de estudio –se han producido cuantiosos y positivos cambios- pero también descubren nuevas sombras, como la simplificación periodística del propio concepto ‘violencia de género’.

Palabras clave: Medios de comunicación, violencia de género, violencia doméstica, prensa nacional

Abstract: Convinced of the importance as social change agents, last November 23rd, journalists and media from the Autonomous Community of Extremadura signed an agreement in order to regulate their intervention in news related with gender violence.

Nevertheless, nowadays one of the main problems to deal with is the meaning of ‘gender violence’ itself, because Spanish press uses a wide terminological variety about this matter. The starting point of the proposed analysis is that this wide variety may be caused by the lack of a conceptual agreement which could become in a distortion of the proper meaning of the concept among the audience. So, this entails a necessary reflection about the ethical role of journalists in this cause.

In order to discern the state of this issue in the treatment of Spanish newspapers, hemerographic documents have been analyzed at different periods of time and ideologies, comparing them with the main deontological-normative documents about

these issues. Main conclusions sheds new light on this subject of study - considerable positive changes have happened- but these conclusions also find some new shadows such as the journalistic simplification about the proper concept of ‘gender violence’.

Keywords: Mass media, gender violence, domestic violence, Spanish national daily

1. Introducción: la comunicación como un necesario referente ético.

La comunicación es una actividad intrínseca al ser humano y de la que no puede desprenderse. Rige todas las formas de interacción social y está en la base de las relaciones entre los sujetos y las organizaciones que éstos han generado a lo largo de los siglos. De hecho, la legislación internacional ya ha otorgado a la comunicación el estadio de Derecho Universal (Organización de Naciones Unidas, 1948) dando a ésta un estatus nunca antes ostentado y que supone reconocer cómo la comunicación en nuestros días ha superado con creces el paradigma comunicacional que la configuraba como mero transcurso de emisión y recepción de mensajes de diferente naturaleza. Hoy, la comunicación adopta un papel esencial en cuanto a la configuración de identidades y de procesos sociales. Siendo, además, uno de los factores claves en la socialización de sujetos, la legitimación de conductas o en la dualidad visibilización-silenciación. En la actualidad, parece, ya no se duda de la vigencia de que *lo que no aparece en los medios no existe*.

Pascual Serrano (2008, 13) afirma en este sentido que “históricamente todos los grupos sociales han buscado recurrir a medios y estrategias de comunicación para transmitir al resto de la sociedad sus principios, valores, modelos e intereses”. La actualidad y un marco social amplio que podemos considerar la ‘cultura occidental’ –al menos, con respecto a otras nos sentimos desbordarnos por el desconocimiento- tienen, cómo no, sus propias ideas y valores a transmitir. Una de ellas es justamente la lucha contra la violencia de género. Especialmente en España, nuestro ámbito de referencia más próximo.

En el *III Informe Internacional Violencia contra la mujer en las relaciones de pareja del Centro Reina Sofía* (Sanmartín et al., 2010, 18) los datos arrojados con respecto a la mortalidad por esta causa en nuestro país –previamente exponemos que cualquier muerte causada por la sinrazón de una violencia de raíces culturales trasnochadas siempre es una desgracia- son especialmente halagüeños si los comparamos con otros contextos no muy lejanos. Según los últimos datos, la tasa nacional de feminicidios o de muertes por violencia de género⁵⁵ está por debajo de la mayoría de los países nor-europeos. En una aproximación numérica redondeada en Europa se dan el doble de asesinatos anuales por millón de mujeres y en América la cifra se quintuplica. Frente a estos indicadores comparativamente *bajos*, sin embargo, los esfuerzos político- legislativos, sociales y comunicativos para con esta lacra son ingentes. Lo que pudiera hacer parecer, en palabras de Sanmartín (2010), que la percepción de este problema en la sociedad española fuera como si estuviéramos en una *guerra abierta*. Éste además incide en lo que muchos otros ya han puesto de manifiesto y que en la actualidad se contempla como uno de los grandes riesgos de la información sobre violencia de género: el peligro de imitación o la inducción a la insensibilización

⁵⁵ En el Informe los autores diferencian feminicidios (muerte de mujeres), feminicidios domésticos (muertes relacionadas con el ámbito familiar/ de convivencia) y feminicidios cometidos por la pareja o ex pareja (muertes relacionadas con personas del ámbito afectivo-sentimental de la víctima).

por repetición del mensaje, y, sobre todo, en la capacidad mediática para sesgar la visión que de la realidad se tiene. No es en vano por tanto la expresión “los medios construyen la realidad que narran” pues seleccionan los elementos que componen su relato, lo enfocan desde un determinado prisma y lo configuran de una determinada manera atendiendo a una multiplicidad de factores pero, principalmente, al formato en que se presente. En televisión por ejemplo, el enfoque de las noticias referidas a violencia de género acarrea efectos como los confirmados por Vives Cases, Torrubiano Domínguez y Álvarez- Dardet (2009, 594): “una narración exclusivamente centrada en el suceso trágico de la muerte puede incrementar la posibilidad de nuevas muertes. Sin embargo, piezas informativas que no se centren en el hecho luctuoso, en el que intervengan otros elementos relativos a leyes, declaraciones de expertos o de personas que trabajen en el ámbito de la violencia de género, pueden generar el efecto contrario”.

The presence of IPV⁵⁶ in television news reports would seem to increase the possibility of death from this cause by between 32% and 42%. News reports which focus exclusively on transmitting information about deaths from this cause would also appear to increase the possibility of death by between 28% and 32%. The opposite effect was observed when comparing news items about deaths with those about measures (relating to laws, declarations and interviews with politicians and key figures in the field of violence against women or public acts condemning this type of crime) or other IPV crimes. (Vives Cases, Torrubiano Domínguez y Álvarez-Dardet, 2009, 594)

La importancia, gravedad si se prefiere, de lo anteriormente expuesto deja a los medios de comunicación situados en el epicentro de una responsabilidad difícilmente eludible. Si lo que ellos hacen al producir sus mensajes puede acarrear tales efectos, el incremento de la mortalidad de mujeres en este caso, ¿qué papel han de jugar en la sociedad?, ¿deben dejar de informar sobre ciertas realidades? ¿deben cambiar sus prácticas comunicativas guiados por el miedo al efecto de las mismas?, ¿es esto ‘sano’ desde el punto de vista en el que el derecho a la información está recogido como derecho fundamental en nuestro marco legislativo?

De hecho, como afirma la doctora Aimée Vega Montiel (2009, 3) los medios de comunicación han sido señalados por los organismos competentes (ella cita a los de carácter internacional pero pueden añadirse algunos más próximos⁵⁷) como una institución con una responsabilidad central en la erradicación de la violencia contra las mujeres. “Al constituirse como una fuente de educación para la sociedad, al lado de la familia y de la escuela, tienen una tarea central en la búsqueda de soluciones.”

Puede afirmarse que hoy día existe cierto temor a los efectos de la actuación de los *media* en este asunto ya que, como se veía antes, la incidencia puede ser más perjudiciosa que beneficiosa. Miguel Lorente Acosta, delegado del Gobierno para la violencia de género, ha llamado a este efecto *catártico* de los medios ‘efecto paso a la

⁵⁶ Intimate partner violence (terminología utilizada por los autores del artículo).

⁵⁷ Por ejemplo, las atribuciones que el legislador a nivel nacional (España) y autonómico (Andalucía) hace a los medios en tanto que los incluyen en las leyes desarrolladas (España, 2004 y Andalucía, 2007 respectivamente) como actores sociales de relevancia de los cuales se espera un comportamiento determinado y responsable para proteger a las mujeres de la violencia de género.

acción'. No es el único que sostiene que determinados comportamientos o enfoques en las informaciones de violencia de género pueden conllevar tanto procesos de imitación –incremento del número de muertes violentas de mujeres en los días posteriores a la difusión noticiosa del hecho– como de insensibilización en la sociedad. Sin embargo, parece haber cierto consenso en la comunidad científica sobre los beneficios de la información tanto a nivel general como en materia de violencia de género.

Los expertos en psiquiatría reiteran que informar con más o menos pormenores sobre casos de violencia de género puede animar a potenciales maltratadores a repetir estas actuaciones. No obstante, la información de estos actos delictivos en España es más beneficiosa que los supuestos perjuicios porque los medios han ayudado a hacer visible una plaga silenciosa que soportaban en soledad las mujeres y que está costando la vida de más de una mujer cada semana. Además, el silencio y la impunidad han acompañado a este delito históricamente y por eso hay que romper esta tendencia perversa. (Yébenes Alberca, 2005, 9).

En un primer momento esto se debió a que el fenómeno pasó a considerarse de carácter público y de interés general desterrando así la concepción de puertas cerradas e inviolabilidad de la intimidad familiar. Sobre todo a raíz del llamado ‘caso Ana Orantes’ que, en 1997, marcó un antes y un después en la visibilización de este problema que todos conocían pero del que los grandes portadores y portavoces de la opinión pública, de la esfera pública, no se hacían eco de un modo consciente, homogéneo y, en algunos casos, hasta especializado. Esta mujer, que apareció en *Canal Sur Televisión* denunciando en público los malos tratos que había recibido durante su matrimonio fue días después quemada viva por su ex marido. Él declaró, a modo de justificación –si es que así puede entenderse–, que lo hizo por no poder soportar la enorme afrenta que suponía el conocimiento público de esa agresión. Lo relevante no fue que sociedad y medios de comunicación se volcaran con lo dramático –y cercano, pues era por primera vez televisado un testimonio de este tipo en un programa tan popular- del caso sino que, “la polémica ayudó a poner sobre la mesa muchas cuestiones que nos han acompañado en los últimos diez años: la existencia misma y la dimensión de esta lacra, el sufrimiento personal implicado, las medidas para hacerla frente, su tratamiento informativo, etc.” (Aznar, 2008 [en línea]).

Posteriormente, los beneficios de la información mediática respecto a la violencia de género empezó a relacionarse con el carácter de los *media* como configuradores o potenciadores de una sensibilidad suficiente como para construir una sociedad comprometida que convirtiese a ciudadanos en miembros activos de lucha contra esta lacra. Para ello no bastaba sólo con que algunos casos dieran ‘el gran salto’ a la palestra pública sino que había que deslegitimar, condenar y crear conciencia de ello en toda una sociedad. Y en esta labor parece que los medios de comunicación –a pesar de las conocidas desviaciones llamadas, por ejemplo, ‘caso Svetlana’- han tenido mucho que ver. Así, investigaciones como la referida por Lorente Acosta (2009, 51) en las jornadas *Los retos de los medios de comunicación ante la violencia de género* (Universitat de València) relacionan directamente a los *media* con el aumento de sensibilidad social y a ésta con la disminución de la mortalidad: “Vemos que conforme la sensibilidad aumenta, al año siguiente disminuyen los homicidios; pero cuando hay una sensibilidad baja, al año siguiente aumentan los asesinatos. Hay una relación inversa entre sensibilidad y número de homicidios”.

Esto no contradice a otros estudios puestos ya de manifiesto sino que viene a consolidar la importancia del enfoque de las noticias de violencia de género y el cuidado necesario en la configuración de su mensaje. Ya que, en el periodo que confirma este aumento de la sensibilidad en el estudio se da una proliferación informativa por el debate en torno a la Ley integral, no se reduce la violencia de género a ‘casos’ de violencia de género. “Cuando se aprobó la ley integral se estuvo hablando, y mucho, de violencia de género, no de casos de violencia de género, que es de lo que habitualmente se habla en los medios de comunicación, sino de violencia de género” (Lorente Acosta, M., 2009, 51).

En esta línea también se ha pronunciado Carballido González (2009, 158) quien defiende una mayor proactividad actual por parte de los medios que puede percibirse no sólo desde el aspecto cuantitativo de la proliferación noticiosa sino también desde un punto cualitativo reflejado en una mayor implicación, cuidado y variedad de los enfoques. O Yébenes Alberca (2005, 1), quien les otorga el estatus de “difusores de mecanismos que ayuden a solucionar el problema”.

Parece que puede darse por consensuada cierta confianza –aún con las precauciones que los efectos de ciertos formatos informativos pueden acarrear- en el beneficio de la información de los medios con respecto a la violencia de género. Y asimismo, a juzgar por el cambio que vienen sosteniendo los distintos autores y por la proliferación de códigos autorregulatorios, parece que los medios de comunicación están convencidos de su papel necesario y responsable para con esta lacra. Sin embargo, es la misma multiplicación de los manuales y códigos de buenas prácticas la que hace suscitar la duda, ¿siguen siendo necesarios pues?, ¿qué dice de esto la praxis periodística? La proliferación de estas guías de actuación – la última aparecida el día 19 de enero de 2011- induce a todos estos cuestionamientos y parece desvelar un problema aún no resuelto.

2. Metodología: el análisis de contenido como la mejor forma de acercamiento a la configuración del mensaje periodístico sobre violencia de género

En esta comunicación se pretende vislumbrar el estado actual de la práctica periodística en prensa en relación a lo que los manuales, códigos y decálogos establecen. Se parte de la premisa pues de que existe cierta desviación entre el *ser* de la información sobre la violencia de género y el *deber ser* que los principales documentos de la profesión establecen.

Para ello se ha elegido la técnica del análisis de contenido como la mejor vía para demostrar la hipótesis de esta investigación: en ocasiones, teoría y práctica no se corresponden en el discurso informativo de la violencia de género.

Este análisis ha sido definido por Krippendorff (1980) como una técnica de investigación que se utiliza para hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de los mismos y por Bardin (1986, 7) como un “conjunto de instrumentos metodológicos cada vez más perfectos y en constante mejora, aplicados a discursos (contenidos y continente) extremadamente diversificados”.

Para este análisis se han tenido en cuenta documentos hemerográficos correspondientes a diferentes estudios⁵⁸ y periodos temporales de modo que se enriqueciese una visión panorámica del fenómeno evitando acotarlo a la realidad falseada de una definición muestral dada sino a las posibilidades analíticas de un mayor número de documentos –ya tratados– en los que vislumbrar el comportamiento de los medios de un modo más general. Se trata no tanto de establecer la lógica del discurso mediático de un modo universalizable sino de atender, y para ello cuantas más pruebas empíricas mejor, a ciertos contenidos que evidencien la existencia de ciertas prácticas informativas que hacen necesaria la multiplicación de los manuales deontológicos existentes.

Se han estimado para los diferentes estudios y por tanto para la revisión que aquí se hace, las siguientes cabeceras: *El País*, *El Mundo*, *Abc* y *Público*. Éstos son los principales periódicos generalistas de tirada nacional en cuanto a número de lectores. Según los datos del Estudio General de Medios (EGM), *El País* es el primer diario de información generalista en número de lectores con 2.012.000 lectores diarios. Le sigue en este segmento informativo el diario *El Mundo* (1.329.000 lectores al día) y un poco por debajo en el *ranking* de medios impresos aparecen *Abc* (751.000 lectores al día) y *Público* (239.000 lectores al día).

Además, se ha creído conveniente recoger éstos y no otros por una cuestión de diversidad en su posicionamiento ideológico. Por esto, enfrentar las posiciones de *El País* y *El Mundo*, representantes de opciones políticas –reconocidas– absolutamente divergentes nos ha parecido oportuno. Con respecto a *Abc*, que también está entre los más leídos en el panorama nacional, ha interesado más la conexión con el público local, el prestigio que goza entre los sevillanos como medio de referencia⁵⁹. Máxime si se tiene en cuenta que este medio dispone de una importante sección local que, además, concentra la mayoría de las noticias relacionadas con nuestro objeto de estudio. En el caso de *Público* las razones principales que llevan a su inclusión son, en primer lugar, su posicionamiento ideológico que, tendente a la izquierda, compensa en cierta medida el peso liberal- conservador de las cabeceras *El Mundo* y *Abc*. Y en segundo lugar, aunque no menos importante, el hecho de que haya ‘nacido’ con un manual para orientar a los profesionales de sus redacciones de cómo informar sobre violencia de

⁵⁸ Programa de **Beca de Colaboración, Ministerio de Educación** (2009-10): Proyecto “Violencia de Género y Medios de Comunicación: análisis de la incidencia de la legislación vigente en la prensa”. Resultado: **González, R. y Zurbano, B.** Formas de representación y tratamiento discursivo de la violencia de género en prensa. En: *Actas del II Congreso de Investigación y Género*. Unidad de Igualdad. Universidad de Sevilla. (Sevilla 17-18 de junio de 2010)

Programa de **Beca de iniciación a la investigación, Universidad de Sevilla** (2010) : Proyecto “El concepto de violencia de género en su aplicación en la prensa diaria nacional”. Resultado: **Zurbano B.** El uso del concepto “violencia de género” en su aplicación a la prensa diaria nacional. En: *Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de la Laguna. (Tenerife 7-10 diciembre de 2010).

⁵⁹ Ya en 2008 *Abc* se consolidaba como uno de los medios que más había crecido en la provincia con un 4,5% de aumento. Según una información propia del medio: “este dato tiene mayor valor si lo comparamos con la evolución negativa del resto de cabeceras en nuestra provincia. A excepción de *El Correo de Andalucía*, que crece el 1,6 por ciento, las demás cabeceras pierden difusión: *El País* baja en el 18,4 por ciento, *El Mundo* tiene una caída del 18,3 por ciento, *Diario de Sevilla* desciende el 8,7 por ciento y *La Razón*, el 29,7 por ciento.” (*Abc*, 2009)

género ha resultado un gran acicate en la inclusión de éste como cabecera a tener en cuenta aun cuando no pueda encontrarse sino a partir del año 2007⁶⁰.

Para completar este estudio se han tenido en cuenta también las principales aportaciones en materia ética y deontológica. Así, los principales códigos autorregulatorios que se manejan en la profesión y que hemos tomado como referencia a la hora de abordar cómo se entiende por parte de los profesionales un buen tratamiento informativo de la violencia de género, son los siguientes: *Decálogo de recomendaciones a los medios de comunicación para el tratamiento de la violencia contra las mujeres*, Instituto Andaluz de la Mujer, IAM (1999). Sevilla; *Manual de urgencia. Cuestión de principios. Mujer, violencia y medios de comunicación*, Instituto Oficial de Radio y Televisión, IORTV (2002); *Recomendaciones para elaborar una "Noticia 10"*, *Noticias de lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica*, Unió de Periodistes Valencians (2002); *Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres*, Red PAR (2008); *Decálogo para informar sobre la violencia de género*, Público (2008). *Acuerdo marco del compromiso de los medios de comunicación y periodistas de Extremadura contra la violencia hacia las mujeres*, Asociación de la prensa de Mérida, Asociación de la prensa de Cáceres, Asociación de la prensa de Badajoz (2010).

También destacan las orientaciones realizadas por Julia Yébenes Alberca (ex Secretaria de la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la FAPE): *Tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recomendaciones para las buenas prácticas en la información sobre violencia de género* (2005). Por Maite Rodigou en Argentina dentro del marco del Programa Regional "Ciudades Seguras: Violencia contra las Mujeres y Políticas Públicas": *La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación: herramientas para el trabajo periodístico* (2008). O el reciente trabajo de coordinado por Myriam Noblejas: *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja* (2011).

3. Estudio: tratamiento informativo de la violencia de género en la prensa española

A pesar de la multiplicidad de manuales y orientaciones de que se nutre la profesión periodística en esta materia, en la actualidad podemos encontrar una información de violencia de género que contradice los principales presupuestos de dichos manuales. En su mayor parte, las recomendaciones siguen un enfoque similar y una voluntad unívoca. Todas estas recomendaciones –por no tener valor coercitivo alguno- están impregnadas por el espíritu de defensa de la violencia como la violación de un derecho y por la máxima de la salvaguarda de la mujer. Podemos encontrarnos con alusiones- principios comunes- como por ejemplo el que mencionábamos del enfoque desde el derecho: "Es importante situar el contenido de la noticia como una violación de los derechos humanos que atenta contra la libertad y la dignidad de las mujeres" (IAM, 1999); "Los malos tratos contra las mujeres atentan contra los derechos humanos. Los malos tratos son un delito, un problema social y nos concierne a todos y a todas. Los malos tratos no son un asunto privado, ni doméstico, ni un suceso fortuito o

⁶⁰ Público goza de un decálogo para el tratamiento de las noticias de violencia de género que puede consultarse en Internet. En éste se describe cómo deben los redactores abordar esta cuestión en la praxis periodística lo que denota un posicionamiento claro con respecto a la violencia de género y la adecuación de los procesos periodísticos. (Público, 2008)

desgraciado” (IORT, 2002); “Tratar la violencia de género como una violación de los derechos humanos y un atentado contra la libertad y la dignidad de las personas” (Yébenes Alberca, 2005); “ La violencia de género es un delito, en tanto y en cuanto constituye una conducta antijurídica que debe ser prevenida y sancionada. Es un problema social, un atentado contra el derecho a la vida, la dignidad, la integración física y psíquica de las mujeres. Es en definitiva, una cuestión concerniente a la defensa de los derechos humanos” (Red PAR, 2008), “Identificar la violencia contra las mujeres como un atentado contra los Derechos Humanos que viola la libertad, integridad y dignidad de las personas” (Asociación de la prensa de Mérida, Asociación de la prensa de Cáceres, Asociación de la prensa de Badajoz, 2010).

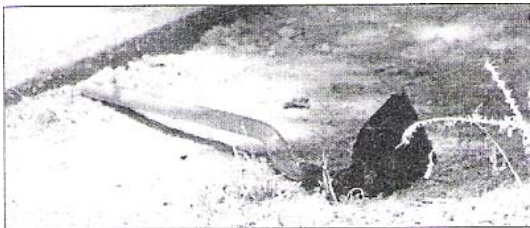
También se atiende generalizadamente a presupuestos específicos referentes al uso del titular o al de las imágenes: “Evitar los titulares sensacionalistas y las descripciones morbosas de los hechos, obviando los tópicos, frases hechas, comentarios frívolos y lenguaje habitual en las noticias de sucesos. No recrearse en las imágenes que hacen más patentes el dolor y el sufrimiento de las víctimas y no repetir de forma innecesaria el momento de la agresión” (Asociación de la Prensa de Mérida, Asociación de la Prensa de Cáceres, Asociación de la Prensa de Badajoz, 2010), “ Siempre incluiremos en la noticia un teléfono gratuito de ayuda a las víctimas y cualquier otra información que les pueda ser útil” (Red PAR, 2008), “La violencia contra las mujeres no es un suceso, ni una noticia convencional...ni urgente: lo urgente es resolver el problema. Investiga, date un tiempo para ...la reflexión y contextualiza la información en lo que se conoce como "violencia contra las mujeres". No la incluyas en la sección de Sucesos o en la crónica negra” (Rodigou, 2007), “No hay que recoger expresiones recurrentes que aludan a la belleza femenina, adjetivaciones o comentarios despectivos porque justifican como normalizadas posiciones machistas amparadas por el poder del hombre sobre la mujer. Hay que incidir en este desequilibrio y contextualizar la información con la presentación de los antecedentes y el proceso seguido por la persona agredida” (Yébenes Alberca, 2005).

Además, en el estudio de Noblejas (Periodista Digital, 2011 [en línea]) aparece que “el 59,9% de los profesionales cree que las descripciones del modus operandi y los detalles de los crímenes no deben aparecer en la noticia, mientras que en la sociedad lo piensan el 80,2% de los entrevistados”. Sin embargo, la realidad con la que nos encontramos⁶¹, muestra lo siguiente:

⁶¹ Cabe recordar en este punto que la selección de estos ejemplos se corresponde con desviaciones encontradas a lo largo del estudio de varios periodos muestrales lo que viene a decir que no puede reducirse la praxis informativa a estos patrones de conducta. Las noticias referidas aquí lo son, precisamente, por alejarse de lo conveniente o recomendable, sin embargo, la habitualidad periodística no está representada por estos ejemplos.



Homicidio en Granada. Asesinada cruelmente a golpes de azadón. *Abc*, 2/VII/ 2010.



El cuerpo sin vida de R.C.C.; debajo, la azada utilizada por el agresor. / EFE

Mata a su ex pareja en la calle golpeándola con una azada. *El Mundo*, 2/VII/ 2010.



Estefanía y su padre, Pedro.

Lo que callaba Estefanía. La niña ecuatoriana que murió víctima de abusos sexuales sólo llevaba cinco meses en España. *El País*, 16/XI/2008.



La madre de la fallecida abraza a uno de sus hijos. / E. LOBATO



La joven asesinada con su hija menor. / EL MUNDO

Violencia de género. La última víctima. El detenido en Utrera reconoce que mató a su compañera. *El Mundo*, 30/XI/2004.



El 10% de los nuevos ingresados en prisión son maltratadores. *Público*, 4/I/2011

Como se puede apreciar en las imágenes expuestas algunos de los déficits más perceptibles que hoy se encuentran en la información en prensa sobre violencia de género tienen que ver con el uso de imágenes no apropiadas: de víctimas, de restos de agresiones, del dolor causado en los familiares o de armas homicidas. En algunas de estas fotografías puede apreciarse que la autoría corresponde a una agencia de noticias y no al propio medio de comunicación pero este dato es irrelevante: la responsabilidad, la toma de decisión, pertenece a quien difunde de manera consciente imágenes que no aportan nada significativo a la información. En ellas se muestran elementos de una realidad acontecida que no sólo no beneficia a nadie sino que puede dañar el entorno de la víctima, su dignidad y que, desde luego, son contrarias al espíritu de los códigos autorregulatorios vigentes.

2.1. Por qué es importante definir una conceptualización de violencia de género.

Ahora vamos a adentrarnos un poco más en lo que la prensa de referencia en España configura en sus mensajes como ‘violencia de género’ centrándonos en los aspectos sensacionalistas que aún quedan entre nuestros medios más prestigiados.

Uno de los déficits de la información de violencia de género en las principales cabeceras nacionales de carácter generalista tienen que ver con la configuración de titulares excesivamente centrados en el modo de la agresión física -redactados a veces de forma incluso sensacionalista- y por la simplificación temática en la que caen los medios. Con respecto a los titulares podemos ejemplificar esta afirmación con los siguientes: “Atropella y apuñala seis veces a su mujer, que tramitaba el divorcio” (*El Mundo*, 2/XI/2000), “Arranca un trozo de nariz a su mujer en una discusión” (*El Mundo*, 7/XI/2000), “Un hombre asfixia a su esposa y pasa dos días con el cadáver” (*El País*, 6/XI/2008), “Detenido por desfigurar la cara de su ex novia” (*El País*, 4/XI/2008), “Siguió dándole golpes después de muerta” (*Público*, 4/I/2011), “Diez martillazos por querer abandonarlo” (*Público*, 4/I/2011).

Respecto a la reducción simplista de la conceptualización del término podemos aducir a la categorización del problema de la violencia de género únicamente en casos de agresiones físicas –o de muertes- de un hombre hacia una mujer con una vinculación afectiva- sentimental actual o pasada. Esto, que no deja de ser una práctica más de violencia de género –el hostigamiento y la agresión física llegando en ocasiones a causar la muerte- no es sino una de las manifestaciones posibles. Sin embargo, éstas

pueden tipificarse hasta en casi una veintena de formas⁶² que además, son recogidas en nuestro panorama mediático inmediato con la salvedad de que no son entendidas como tal.

Entonces, ¿los delitos sexuales no son un acto de violencia de género?, ¿la lapidación no es un acto de maltrato?, ¿el maltrato no es violencia de género? y ¿qué es y qué se entiende por violencia de género? Parece necesario en primer lugar, definir la llamada “violencia de género” como algo más que un caso aislado de agresión física.

2.2. La otra violencia de género: la información internacional

Otro de los problemas que parece acechar las informaciones de violencia de género es el uso que se hace de las mismas. Ya autoras como Inés Alberdi y Natalia Matas apuntaban hace algunos años que “los medios de comunicación se encuentran atrapados entre dos intereses contrapuestos: respetar la seriedad de las noticias teniendo en cuenta la gravedad de los hechos y satisfacer su necesidad de atraer al máximo la atención del público, y eso es más fácil de conseguir por la vía del sensacionalismo. Se encuentran entre la responsabilidad como informadores y formadores de la opinión y su posición empresarial de ofrecer un producto que el público desee y consuma” (Alberdi y Matas, 2002, 242). A esto hay que añadir que los medios no esconden sólo fines economicistas, también –o ligados a éstos- están revestidos de una política ideológica (la llamada ‘línea editorial’) que, si bien en ocasiones no es sino una fachada para su inserción en determinados nichos de mercado, impregna los contenidos interpretando realidades y mostrándolas (usando dichos acontecimientos) de una manera determinada. En ocasiones, las empresas periodísticas hacen un uso deliberado e intencionado de los acontecimientos periodísticos conforme a unos valores, políticos o mercantiles, determinados. Y la violencia de género no queda al margen.

Uno de los ejemplos más flagrantes es el uso que el diario *Público* –primer medio impreso en nacer con un manual del redactor para el tratamiento informativo de la violencia de género (*Público*, 2008)- hizo del reportaje publicado por el semanario *Time* en agosto de 2010. El viernes 6 de agosto el diario *Público* (Guillaume, F. 2010 [en línea]) se hacía eco en portada de la publicación americana *Time*. Ésta llevaba en su primera página un reportaje titulado “*What Happens if We Leave Afghanistan*” (Qué pasa si abandonamos Afganistán⁶³). La imagen es estremecedora y habla por sí sola. A la izquierda de esas palabras, una joven sin nariz –y ligeramente cubierta con un pañuelo- evidencia ese qué pasaría si abandonaran Afganistán.

⁶² Acid throwing (lanzamiento de ácido), domestic violence (violencia doméstica), dowry-related violence (violencia relacionada con la dote), early marriage (matrimonio precoz), female genital mutilation (mutilación genital femenina), female infanticide (infanticidio femenino), femicide (femicidio), forced marriage (matrimonio forzoso), forced pregnancy (embarazo forzoso), forced sterilization (esterilización forzosa), harmful practices in general (prácticas perjudiciales en general), maltreatment of widows (maltrato de las viudas), marital rape (violación en el matrimonio), sexual harassment (acoso sexual), sexual violence (violencia sexual), so-called honor crimes (los llamados crímenes de honor), stalking (acoso), trafficking (tráfico de mujeres) (Base de datos del Secretariado General sobre la violencia contra la mujer que puede consultarse en la siguiente dirección electrónica: <http://webapps01.un.org/vawdatabase/advancedSearch.action> [Consultado 07/01/2011]).

⁶³ Traducción propia. También ha sido traducida en otros medios como “Qué pasa si *nos vamos* de Afganistán”



Portada del semanario estadounidense *Time*, 29 julio de 2010. Disponible en: <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,2007238,00.html> [Consultado 30.01.2011]



Portada del diario *Público*, 6/VIII/2010.

El reportaje de *Time*, que luego fue defendido por el redactor jefe de la publicación norteamericana, Richard Stengel⁶⁴, ligaba la presencia militar en Afganistán con la violencia contra la mujer hasta tal punto que el reportaje fue objeto de una gran controversia⁶⁵. Para el *Time*, aquel reportaje, aquella imagen estremecedora y aquel titular aportaban un gran significado político- táctico: ligar la violencia de género, el desarrollo de la igualdad y las condiciones indignas de las mujeres a la independencia afgana y/o la salida de las tropas del país. Un mecanismo harto efectivo para, en tiempos en los que la igualdad es un valor en occidente, sumar adeptos a la *causa pro tropas* en el país afgano.

Sin embargo, y esto es lo que evidencia cómo un mismo hecho puede “usarse” para fines absolutamente contrapuestos, *Público* también supo insertar la polémica sobre el reportaje y la guerra⁶⁶ dentro de su escala propia de sentido, de su línea

⁶⁴ Según informaciones de *El País* (Iori, R., 2010), Stengel publicó un editorial para explicar la decisión tomada con respecto a aquel reportaje. Sobre todo, con respecto a la imagen –tan impactante- y al titular -de graves implicaciones políticas-. En este editorial se aludía a la importancia de la imagen – “espeluznante y perturbadora” según el propio redactor jefe– para trasladar el contexto afgano a los lectores.

⁶⁵ Algunas mujeres afganas se mostraron, como indica *El País* (Iori, R., 2010 [en línea]), indignadas y ofendidas y arremetieron desde el sitio web *Muslima Media Watch* contra los intereses ocultos de este reportaje y su falta de contextualización: “Salvar a las mujeres ha sido parte de la retórica occidental detrás de la invasión, pero las mujeres afganas raramente han representado una prioridad para las fuerzas de la coalición, que para conseguir el objetivo de derribar a los talibanes han trabado alianzas con muchos misóginos a lo largo de la ocupación. La foto perpetúa un mito, el del ocupante extranjero liberador de las mujeres, que no corresponde a la realidad”.

⁶⁶ El antetítulo de portada rezaba: “Ocho años de guerra *no* han liberado a las mujeres”.

editorial y de su posicionamiento tradicional ante este conflicto internacional. Además, este diario reforzó en la doble página que dedicó al tema, ese universo simbólico de lo negativo que ha envuelto –por méritos propios y con ayuda de los medios de comunicación occidentales- a Afganistán casi desde el principio de su historia en este lado del mundo (porque no siempre se ha conocido la existencia de un lugar llamado Afganistán en todos los lugares de España).

Por otro lado, si *Time* pretendía con el ejemplo de la violencia de género reforzar en el imaginario colectivo la necesidad de mantener las tropas en el país, *Público* argumentaba a raíz del mismo episodio, justamente lo contrario. Y mientras, las informaciones teñían de negro esa parte del mundo que apenas conocemos si no es por su representación mediada.

Para valorar el tratamiento mediático de este hecho sólo es necesario atenerse a los titulares⁶⁷ de las diversas piezas informativas que componían ese mosaico de portada y primeras dos páginas de aquel viernes 6 de agosto en el diario *Público*: “Ocho años de guerra no han liberado a las mujeres”, “Para qué sirve estar en Afganistán”, “El rostro de Aisha, mutilado por su marido, ha reactivado el debate entre quienes creen que hay que retirar las tropas porque no están defendiendo los derechos humanos y los que temen que todo sea aún peor si los soldados se van”, “Ocho años de guerra no han liberado a las afganas”, “El caso de Aisha, desfigurada por su marido, desata una polémica en EEUU sobre el papel de las fuerzas extranjeras en Afganistán”, “Los aliados y Karzai quieren ahora dialogar con los talibanes”, “Mutilada por un marido ‘ofendido’”, “Una condena a muerte en vida que toleramos”, “La OTAN mata a 39 mujeres y niños”. Sólo los elementos destacados del texto a los que nos estamos refiriendo, construyen un universo negativo, aterrador si se quiere, al menos para las mujeres- con respecto a una realidad, que, de tan lejana, debería encontrarse mejor contextualizada.

El caso de Aisha –la mujer afgana de la que habla el reportaje- no es sino la *excusa* (más disimulada en el caso de *Público*, evidente en el *Time*) para abordar un tema totalmente diferente: la presencia militar –detrás de esto: gasto económico, postura diplomática, etc.- en Afganistán. Este reportaje, elaborado por los medios que ya hemos referenciado, no es sino el uso de lo espectacular, de la apelación a los sentimientos, a la empatía en el caso de todas las mujeres (por el sufrimiento y por el concepto occidental de belleza, de ahí la gran importancia de la imagen y de cómo está tomada) y de muchos hombres para introducir otro asunto bien distinto que funcionará con la fuerza que ha propulsado el icono emocional: el discurso de la guerra. Como ya hemos expuesto con anterioridad, ese mismo objeto referenciado lleno de fuerza visual y emocional puede justificar dos posturas necesariamente antagónicas. Quedarse o irse son decisiones contrarias que pueden venir influidas por un mismo objeto de referencia: el caso de Aisha. Pero, en todo caso, éste es visibilizado y queda patente sólo cuando detrás se esconde otro centro de atención o subtema: la guerra de Afganistán (Zurbano, 2010).

⁶⁷ Se contemplan como partes del titular, aunque se referencien aquí como frases separadas una tras otra, tanto antetítulo como título y subtítulo.

4. Conclusiones: la necesidad de un consenso. Principales acuerdos en cuanto a violencia de género, medios de comunicación y ética aplicada.

Si damos por consensuada la idea de que los medios de comunicación hacen suya la lucha común contra la lacra que supone la violencia de género, ciertas desviaciones como las que esta comunicación ha puesto de manifiesto no deben sino contribuir a la reflexión serena sobre las causas de las mismas. ¿Falta de tiempo?, ¿necesidad de publicar lo que otros publican? o ¿falta de formación?

Información y contenido de los códigos de buena conducta o decálogos para las buenas prácticas en ocasiones, como hemos podido comprobar, no coinciden lo que despierta ciertas dudas en cuanto a la configuración de los procesos periodísticos en nuestro entorno y a la finalidad de los mismos. El último estudio sobre tratamiento mediático y conciencia periodística al respecto apunta la necesidad de formación específica de los periodistas. ¿Será entonces que no se está sabiendo hacer?

Los manuales recogen la necesidad de rigor en el tratamiento gráfico y, sin embargo, siguen apareciendo fotos de bolsas con cadáveres; reclaman un enfoque desde la vulneración de derechos y a pesar de ello, sigue habiendo titulares que se ciñen al *modus operandi* del agresor. Es evidente que a pesar los esfuerzos notables de mejora, siguen existiendo ciertas carencias que merecen una reflexión serena.

En palabras de Hugo Aznar (2008, [en línea]), “el reto inmediato pues es articular y dar efectividad a un conjunto amplio y extendido de mecanismos de autorregulación y de corrección”. Ya sabemos, en la teoría, cómo hay que hacerlo, ahora sólo falta llevarlo a la práctica o estudiar los motivos que están impidiendo que así sea.

5. Bibliografía

ALBERDI Y MATAS, (2002). La Violència domèstica: informe sobre els maltractaments a dones a Espanya. Barcelona, Fundació “La Caixa”. [en línea] Disponible en: http://www.estudios.lacaixa.comunicacions.com/webes/estudis.nsf/wurl/pfes010cos_esp [Consultado: 12.01.2011]

Andalucía. Ley 13/2007 de 26 de noviembre, de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 18 diciembre de 2007, núm. 247.

Asociación de la prensa de Mérida, Asociación de la prensa de Cáceres, Asociación de la prensa de Badajoz (2010). *Acuerdo marco del compromiso de los medios de comunicación y periodistas de Extremadura contra la violencia hacia las mujeres*. [en línea]. Disponible en: <http://www.periodistasmerida.es/proymuj.htm> [Consultado: 12.01.2011]

AZNAR, H. (2008). “Violencia de género y medios de comunicación: antecedentes, logros y retos”. Dilemata: portal de éticas aplicadas. [en línea]: Disponible en:

<http://www.dilemata.net/index.php/Etica-de-la-comunicacion/violencia-de-genero-y-medios-de-comunicacion-antecedentes-logros-y-retos.html> [Consulta: 01/01/2011].

BARDIN, L. (1986). *Análisis de contenido*, Akal, Madrid.

CARBALLIDO GONZÁLEZ, P. (2009). Medios de comunicación social y violencia de género. Una revisión desde la teoría del framing. En Bernardo Paniagua, Martínez García y Montiel Roig (coords.), *Retos de la Comunicación ante la Violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social* (pp. 157- 174). Barcelona: Tirant Lo Blanch.

España. Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de diciembre de 2004, núm. 313.

GUILLAUME, F., (2010, Agosto 6). Ocho años de guerra no han liberado a las afganas. *Público*, p.2. Secc. En Portada.

Instituto Andaluz de la Mujer (1999). *Decálogo de recomendaciones a los medios de comunicación para el tratamiento de la violencia contra las mujeres*. Sevilla.

Instituto Oficial de Radio y Televisión (2002). *Manual de urgencia. Cuestión de principios. Mujer, violencia y medios de comunicación*. [en línea]. Disponible en: http://estaticos.elmundo.es/documentos/2004/06/sociedad/malostratos/mujer_violencia_ymedios.pdf [Consultado: 11.02.2011]

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.*, Paidós. Barcelona.

LORENTE ACOSTA, M. (2009): ¿Qué papel pueden tener los medios de comunicación de masas en la erradicación de la violencia de género al amparo de la Ley Integral?, Bernardo Paniagua, Martínez García y Montiel Roig (coords.), *Retos de la Comunicación ante la Violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social* (pp. 49- 63). Barcelona: Tirant Lo Blanch.

Organización de Naciones Unidas. (1948): Declaración Universal de los Derechos del Humanos. [en línea]. Disponible en: <http://www.un.org/es/documents/udhr/> [Consultado: 12.12.2010].

Red PAR (2008). *Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres*. [en línea]. Disponible en: http://www.obserdiscriminacion.gov.ar/web/wp-content/uploads/2009/10/Decalogo_PAR.pdf [Consultado: 12.12.2010].

Público (2008): *Decálogo para informar sobre la violencia de género*. [en línea]. Disponible en: <http://www.publico.es/espana/039014/publico/compromete/decalogo/ionformar/violencia/genero> [Consulta: 13/11/2010]

RODIGOU ET AL. (2007). *La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación: herramientas para el trabajo periodístico*. [en línea]. Disponible en: http://www.redmujer.org.ar/pdf_publicaciones/art_21.pdf [Consultado: 12.12.2010].

SANMARTÍN J., IBORRA I., GARCÍA Y. Y MARTÍNEZ P. *III Informe Internacional. Violencia contra la mujer en las relaciones de pareja (estadísticas y legislación)*. Valencia: Centro Reina Sofía, 2010. Serie Documentos (vol.16)

SERRANO, P. (2008). *Medios Violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra*. España: El Viejo Topo.

Unió de Periodistes Valencians (2002). *Recomendaciones para elaborar una "Noticia 10"*, Noticias de lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica. Valencia, UPV-Generalitat Valenciana. [en línea]. Disponible en: http://www.fundacionava.org/pages/articulos_revista.php?page=1&tip=&sec=&id=280 [Consulta: 01/11/2010]

VEGA MONTIEL, A. (2009). La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia de género contra las mujeres y las niñas, *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós*, vol.12, No.1.

VIVES CASES, TORRUBIANO DOMÍNGUEZ Y ÁLVAREZ, DARDET (2009): The effect of television news items on intimate partner violence murders, *European Journal of Public Health*, Vol. 19, No. 6.
Cómo deben los periodistas informar sobre la violencia contra la mujer en la pareja para no caer en el sensacionalismo (2011, enero 19). *Periodista Digital*. Secc. Periodismo. [en línea]: Disponible en: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2011/01/19/como-deben-los-periodistas-informar-sobre-violencia-contra-la-mujer-en-las-relaciones-de-pareja.shtml> [Consultado: 27.11.2011]

YÉBENES ALBERCA (2005). *Tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recomendaciones para las buenas prácticas en la información sobre violencia de género*. [en línea] Disponible en: http://www.comisiondequejas.com/Otras_Normas/Recomendaciones/Relacion/Violencia_genero.pdf [Consultado: 25.10.2010]

ZURBANO BERENGUER, B. (2010). El uso del concepto 'violencia de género' en la prensa diaria de tirada nacional en España. En Actas del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (Tenerife 7-10 diciembre 2010). [en línea]. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/Zurbano_genero.pdf