



MUJER, VIOLENCIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DOSSIER DE PRENSA



© Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2002

Carretera Dehesa de la Villa, s/n.

MADRID

Depósito legal: M. 51220-2002

Imprime: EGRAF, S. A.

ÍNDICE

DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO.

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES	7
Así se hizo. METODOLOGÍA.....	7
MARCO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	8
VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES. TRATAMIENTO INFORMATIVO.....	11
• Valoración	11
• Contenido	12
• Forma.....	13
• Lenguaje	14

MANUAL DE URGENCIA: Mujer, Violencia y Medios de Comunicación	17
--	----

ESTUDIO:

La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación	21
Pilar López Díez	

ANEXOS

– Relación de documentos nacionales e internacionales sobre medios de comunicación y perspectiva de género	36
– Evolución de la legislación internacional para la erradicación de la violencia contra las mujeres	38
– Resumen de actividades desarrolladas en la campaña europea contra la violencia doméstica.....	40
– Fechas institucionales a tener en cuenta sobre la violencia contra las mujeres en España	40

DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA violencia doméstica



DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO

TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES

En 1997 el caso Ana Orantes, muerta a manos de su marido tras denunciar malos tratos en un programa de televisión, saca a la luz pública una realidad, la de la violencia doméstica, que hasta ese momento estaba enquistada en el ámbito de lo estrictamente privado.

Las revelaciones de Ana Orantes, de una excepcional crudeza y su posterior asesinato, consiguieron que una amplia capa de la sociedad cobrara conciencia de la amplitud y gravedad de un problema que había permanecido en muchos casos oculto, mantenido en secreto por las propias víctimas.

Desde ese momento, se multiplica la difusión de noticias sobre malos tratos en el ámbito doméstico y, cuando en marzo de 2001 el CIS –Centro de Investigaciones Sociológicas– publicó un informe sobre el calado de estas informaciones, el 92 % de los encuestados afirmó haber visto, oído o leído noticias referidas a malos tratos a mujeres en los seis meses precedentes.

En una primera etapa, los formatos y programas populares ayudaron no sólo a destapar el problema, sino a crear una conciencia crítica colectiva frente a los malos tratos, sobre todo en las capas sociales más bajas, y a pesar de un tratamiento informativo cuestionable, a veces sensacionalista.

Hoy las personas expertas coinciden en que la situación es otra y que los medios de comunicación deben contribuir de forma decisiva a una didáctica social dirigida a eliminar este tipo de violencia.

Sin embargo, el tratamiento de esta clase de informaciones sigue presentando multitud de elementos de distorsión que pueden apartar la atención respecto al problema en sí: la violencia de dominación que se ejerce contra las mujeres.

El objetivo de este foro es proponer un espacio de reflexión sobre el tratamiento de la violencia doméstica contra las mujeres en los medios de comunicación, así como la elaboración de un protocolo, con las aportaciones de profesionales, juristas, organizaciones de afectadas y agentes sociales, que permita tratar el tema con la necesaria sensibilidad.

Así se hizo. Metodología

Este documento es el resultado de un laborioso trabajo de investigación, análisis y debate en el que han participado decenas de personas, conocedoras o expertas, por su trabajo o experiencia profesional, de la violencia contra la mujer en el ámbito doméstico. Personas del entorno de las víctimas, del círculo institucional y de las asociaciones de mujeres y profesionales de los medios de comunicación

1. En primer lugar, el equipo reunió y sistematizó noticias relacionadas con la violencia doméstica en prensa, radio y televisión, noticias que fueron analizadas para detectar hábitos, modos y tendencias. De ahí se extrajeron unas constantes sobre la manera de abordar este problema en los medios.
2. Esas conclusiones provisionales sirvieron de referencia para elaborar un cuestionario estructurado en los siguientes apartados:
 - Diagnóstico de la situación: cómo se está ofreciendo esta información en la actualidad.
 - Valoración: cómo valorar y dónde ubicar las noticias sobre violencia de género.
 - Contenido: qué aspectos o qué datos de la noticia son relevantes, cuáles superfluos y cuáles arriesgados.
 - Forma: ilustración, narrativa, recursos estilísticos en el diseño, elaboración o montaje.
 - Lenguaje: palabras, expresiones, frases hechas que pueden inducir a errores de lectura o interpretación.
3. Con ese cuestionario como base, se convocaron tres reuniones sectoriales para escuchar las opiniones de los profesionales: prensa, radio y televisión. Responsables de informativos, redactores-jefes del área correspondiente o periodistas especializados en este tipo de noticias de los más importantes diarios nacionales y algunos de ámbito regional o provincial aportaron sus reflexiones y sus propuestas de actuación. Las sesiones fueron grabadas y transcritas, y posteriormente, analizadas y estructuradas por el equipo técnico.

4. De la misma manera un amplio abanico de editores y responsables de informativos de los principales medios nacionales respondieron a través del correo electrónico a ese cuestionario. Respuestas que fueron igualmente tabuladas y estructuradas por el equipo técnico.
5. Con el resumen de las reflexiones y las propuestas de los profesionales, se elaboró un borrador de documento con el diagnóstico de situación y las propuestas o recomendaciones de actuación.
6. Con ese borrador como documento base se convocaron nuevas reuniones, en este caso multidisciplinarias para someter a su consideración las propuestas y escuchar sus iniciativas: Un primer encuentro con el mundo universitario, más en concreto con aquellos departamentos y universidades que han investigado sobre alguno de los múltiples aspectos del problema; un segundo con especialistas de la policía, la judicatura, la abogacía, la psicología o las instituciones de ayuda a la mujer; y, finalmente, una tercera reunión con las asociaciones de víctimas y responsables de centros de acogida. Encuentros todos ellos de gran utilidad porque permitieron incorporar al documento otras sensibilidades diferentes en algunos casos a las puramente informativas.
7. Finalmente, el equipo técnico estructuró el documento final en tres formatos diferentes:
 - el documento llamado *De lo privado a lo público*, que recoge ampliamente en su primera parte el diagnóstico sobre el tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación y, en su segunda, las propuestas de actuación.
 - Todas esas propuestas, comprimidas para facilitar su consulta rápida, se le ha dado forma en un *Manual de Urgencia*.
 - En tercer lugar, de ese manual hemos extractado un *decálogo* para garantizar una mejor divulgación al que se ha dado forma de marcador.

EL MEDIO Y EL MENSAJE

MARCO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

Consideraciones generales

1. *El peso de la imágenes de género femenino y masculino*

La violencia doméstica contra las mujeres constituye un grave problema social consecuencia de la dominación ancestral que el hombre ejerce sobre la mujer, y que presenta profundas raíces sociales y culturales. Es un problema, por tanto, que se debe enmarcar dentro de la definición de violencia contra las mujeres, y que tiene que ver con el papel de sumisión al que la mujer ha sido durante siglos relegada.

Cabe plantear una reflexión respecto a cómo en la prensa, la radio, el cine, la publicidad o la televisión, y en general en toda la industria de la cultura, se detecta un constante goteo de imágenes y expresiones que alimentan precisamente ese patrón que muestra una visión deformada de la mujer como víctima, objeto, sexo débil y figura dominada y vicaria.

Una tarea global, más allá de la noticia

A pesar de los avances registrados en los últimos años, en los que se observa, por parte de las y los profesionales, una mayor toma de conciencia sobre la imagen discriminatoria de las mujeres en los medios de comunicación, eliminar los mensajes que contribuyan a crear este estereotipo femenino, debería ser, sin duda, el punto de partida prioritario para poder afrontar con posibilidades de éxito el problema de la violencia que se ejerce contra las mujeres.

Se trata, por tanto, de una tarea global, que va más allá de un enfoque correcto en una noticia sobre malos tratos.

Ampliar el campo de representación de la mujer

Es importante ampliar la representación de las mujeres con imágenes positivas que reflejen la auténtica realidad. Conviene recordar que hay mujeres juezas, ingenieras, transportistas, astronautas, agricultoras o ministras, y que eso debe reflejarse también en la imagen que de la mujer transmiten los medios de comunicación. Es una manera de acercarnos a la realidad y de ampliar el campo de representación de la mujer para evitar que se sobredimensione la violencia.

2. La urgencia informativa: Escasa o nula reflexión

La inmediatez que requiere la elaboración de informaciones para la radio, las ediciones digitales de la prensa, la competencia de los programas de sucesos y magazines, hace que la reflexión sobre las noticias de malos tratos sea en ocasiones escasa o nula, con todos los riesgos que ello conlleva a la hora de valorar, sopesar versiones y testimonios, e investigar las causas y las circunstancias de la noticia.

Especialización y observatorios de reflexión

Sería importante que en las redacciones de los periódicos, de las televisiones y las emisoras de radio, y en las agencias de noticias y de publicidad se alentara la valoración y el debate del trabajo realizado y que sirvieran para generar un cambio de actitud respecto al problema de la violencia doméstica contra las mujeres, buscando la dignificación del mensaje informativo.

De la misma manera se apunta como necesaria la especialización y por consiguiente la formación, no sólo de las personas que trabajan con este tipo de noticias, sino de todas las personas que informan sobre ellas.

3. La necesidad de síntesis: Pérdida de matices

La concisión del lenguaje informativo, la dictadura del tiempo en los noticiarios de radio y televisión o en los medios digitales obliga a una síntesis que se enfrenta a las exigencias de claridad y sensibilidad que un asunto tan complejo necesita.

De otro lado se observa una peligrosa *rutinización* informativa, una cierta burocratización en el tratamiento de las noticias referidas a la violencia contra las mujeres. Y no es aconsejable generalizar. No todos los casos son iguales y su ubicación en lo que se conoce como “violencia de género” ó “violencia contra las mujeres” es la consecuencia final y no el punto de partida.

4. La búsqueda de referencias para titular: El riesgo de los lugares comunes

Las normas tipográficas o de estilo de los diferentes medios obligan a veces a titular de manera tan esquemática que resulta difícil transmitir los distintos matices del hecho en tan pocas palabras.

El recurso fácil a los lugares comunes como punto de encuentro con el lector arrastra no pocos riesgos que deben sopesarse. Determinadas frases de impacto introducen una dosis de frivolidad y de justificación encubierta altamente peligrosa.

Por otro lado, la obsesión de buscar que la comunicación sea asequible, de lograr un lenguaje coloquial, puede igualmente pervertir la información al buscar contextos costumbristas o supuestas referencias culturales.

5. La espectacularidad en la televisión: El dramatismo

La escasa educación audiovisual del público con el espectáculo como referencia, y la búsqueda de audiencia por encima de consideraciones éticas, nos sitúa en ocasiones ante perversiones informativas que en nada contribuyen a una mejor comprensión del problema. Llamar la atención sobre los aspectos más dramáticos para buscar espectacularidad puede aumentar la conmiseración por las víctimas pero hacer, al tiempo, que se pierda la perspectiva global.

En el caso de la televisión existe un mensaje verbal, y un mensaje no verbal. Determinado tipo de escenografías, vestuario o puestas en escena no ayudan a dar al tema de la violencia doméstica contra las mujeres la importancia y gravedad que se merece.

Tampoco contribuye a ello determinadas denuncias en programas *late night* a cargo de conocidos personajes del mundo del corazón, en un marco de frivolidad y espectáculo.

6. *Informativos y programas*

Se observan significativas diferencias en el tratamiento de este tipo de noticias en los espacios informativos y en el área de programas. Los informativos, en general, han comenzado a tomar todas las prevenciones ante noticias de malos tratos para evitar los riesgos a los que se está aludiendo. Pero en los programas, con la lucha por la audiencia como bandera, se cae con frecuencia en el *infoespectáculo* sin más aspiraciones.

A veces, se atenta contra el derecho de las víctimas, se frivoliza sobre el móvil aportando conjeturas, testimonios banales, en definitiva, aportando informaciones superfluas y engañosas.

7. *Prensa: La tentación del sensacionalismo*

Aunque en España han fracasado los sucesivos intentos de lanzar productos de prensa popular o *amarilla*, los periódicos se ven obligados a captar lectores día a día en los quioscos, convertidos casi en escaparates. En algunos casos todavía se recurre al trazo grueso —“Le asestó 25 puñaladas”, “A sartenazos”—, para llamar la atención del comprador/ compradora.

Con propuestas de este tipo, se entra de lleno en el esquema de la noticia de sucesos con el riesgo de trivialización que ello supone.

8. *La necesidad de encontrar fuentes adecuadas*

La utilización interesada, a veces irresponsable, del testimonio de las víctimas ha llevado a asociaciones de ayuda a las mujeres a negarse a que las personas bajo su tutela aparezcan en los medios de comunicación, aún cuando pudiera haber garantías de un tratamiento equilibrado.

Ese rechazo no se ha visto acompañada de otras alternativas. Sería conveniente, en este sentido, contar con personas que, desde organizaciones e instituciones pudieran dar voz a las víctimas con un mensaje que vaya más allá del meramente legal o administrativo y que sepan captar la atención del público.

Fuentes institucionales y opiniones particulares

En lo que respecta a las instituciones, debería evitarse declaraciones a título particular. La colaboración de policías, jueces y juezas o de la fiscalía, a título individual, con los medios de comunicación, ofreciendo opiniones propias, muchas veces efectuadas de forma irreflexiva al calor de los hechos, supone un alto riesgo, dada la credibilidad que se presta a estas fuentes.

En todo caso, es labor del periodista o la periodista saber cuándo dichas fuentes hablan a título personal, y cuándo lo hacen en nombre de la institución que representan.

9. *Dar también buenas noticias*

Tan útil o más que dar la noticia de un caso de malos tratos, es ofrecer otras aportaciones eficaces para afrontar el problema: seguimiento detallado de casos, iniciativas novedosas, sentencias ejemplares, seguimiento judicial de un agresor para evitar el regreso al domicilio conyugal...

Las asociaciones de víctimas, instituciones públicas y, por supuesto, los y las profesionales de los medios, deberían implicarse en una política activa de información, más allá de los datos o las campañas concretas.

10. *La noticia de agencia y la noticia de medio: La selección errónea*

La noticia de agencia ofrece diversos ángulos, testimonios o hipótesis para que cada periodista de los medios siga, investigue y seleccione. Hay que entender estas dos diferentes funciones del trabajo periodístico porque, si no es así y asumimos como válido y sólidamente contrastado cuanto recoge la noticia de agencia, estaremos asumiendo no pocos riesgos.

Conviene evitar aquellos datos que pueden dirigir la atención hacia aspectos colaterales de la información. Las condiciones étnicas, culturales o laborales de quienes protagonizan los hechos ayudan a configurar y en ocasiones a deformar el hecho noticiable.

De hecho los malos tratos a mujeres suelen asociarse con ambientes marginales, tendencia que hay que superar. Dar a conocer el hecho de que la violencia doméstica existe en todas las clases sociales puede contribuir a reforzar la autoestima de las víctimas.

11. Una realidad difícil de cuantificar

La cuantificación de la violencia contra las mujeres es un aspecto que tiene distintos tratamientos estadísticos según la realidad que cada entidad u organismo contempla.

Los datos pueden referirse a distintos tipos de violencia o a distintos ámbitos territoriales. Por eso, en la tarea informativa, es necesario conocer y contrastar con las fuentes qué situaciones contemplan las estadísticas concretas que se facilitan (en el ámbito de la pareja, en el de la familia, violencia contra las mujeres fuera del ámbito doméstico, violencia sexual, etc.).

VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES TRATAMIENTO INFORMATIVO

Valoración

1. *No es una noticia convencional y, por tanto, debe valorarse con las debidas cautelas*

Si su inclusión en el informativo o sección no responde a una valoración informativa adecuada, el resultado puede ser pernicioso. Hay que dejar claro que los malos tratos son un problema social, y que la violencia contra las mujeres constituye un atentado contra el derecho a la vida, la dignidad y la integridad física y psíquica de las víctimas; en definitiva, un atentado contra ellas y contra sus derechos humanos.

Quienes la padecen presentan un perfil que no se corresponde con el de las víctimas de un suceso aislado. Los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, y no se puede presentar como un crimen pasional. Por tanto, las noticias referidas a la violencia contra las mujeres deben ubicarse en las secciones de sociedad, y nunca como sucesos.

También es importante cuidar la confección del bloque de noticias que rodean a la que se presenta. Un caso de violencia de género a continuación de una noticia sobre un ajuste de cuentas entre bandas, por ejemplo, un incendio o un accidente, induce a una lectura muy diferente a la pedagogía social que se pretende. Se trataría, entonces, de un suceso aislado o fortuito y no de un problema de profundas raíces sociales.

Hay que resaltar, igualmente, la influencia negativa que plantea la convivencia en los medios de comunicación de noticias de violencia doméstica con otras informaciones que frivolizan o degradan la imagen de las mujeres.

2. *Evitar el efecto narcotizante*

La opinión general es que deben darse todas las noticias de violencia doméstica con resultado de muerte, así como sentencias judiciales, incumplimiento de las mismas y, en general, todas las noticias que contribuyan a evidenciar la raíz del problema, tanto las que critiquen deficientes actuaciones como las que aporten posibles soluciones.

Dar a conocer a la sociedad que un asesinato, una agresión, ha tenido su castigo, sitúa en el camino hacia la tolerancia cero con los malos tratos.

Ahora bien, este tipo de informaciones, dadas de forma continuada, puede generar en la audiencia un efecto narcotizante. Para evitarlo, las y los profesionales deben plantearse tratamientos informativos diferentes y novedosos, evitando fórmulas del estilo de “un caso más”, “otro caso de...”, y sí remarcando, por ejemplo, los aspectos que podrían haberlo evitado.

Otra sugerencia es aportar material de apoyo, contextualizando la información, así como buscar ramificaciones del problema: salidas, nuevos proyectos, campañas.

3. *No justificar el morbo con el interés social*

Dado el interés social que este tipo de noticias despiertan, a veces se catalogan en el paquete de las llamadas “con tirón”. Unas informaciones que se colocan en el minutado en momentos de máxima competencia.

En este sentido, sería deseable mantener los criterios ya expuestos a la hora de valorar y ubicar estas noticias, sin recurrir al cierre emotivo ni a la apertura sensacionalista.

Habría que hacer lo posible por conseguir de las y los profesionales, pero también de las empresas, el compromiso de no buscar rentabilidad económica o en términos de audiencia con este tipo de informaciones.

Contenido

4. Es necesaria una rigurosa investigación

Las noticias referidas a los malos tratos contra mujeres, por sus especiales características, exigen una rigurosa investigación y contraste. Y sólo después de las oportunas averiguaciones, y si así se dedujere, se deberá contextualizar la noticia dentro de lo que se conoce como violencia contra las mujeres.

Sería deseable no aplicar clichés de urgencia, irreflexivos y no comprobados. Puede ser políticamente correcto, dado el peso cultural del androcentrismo, pero alejado de la ética profesional.

5. No vale como referencia la plantilla habitual de una noticia de sucesos

Los malos tratos domésticos no son un suceso, un hecho aislado, o algo que ocurre de forma accidental, sino que se enmarcan en un problema más amplio, el de la violencia contra las mujeres, en el que se debe situar evitando la tentación de buscar móviles convencionales.

Datos sí, pero con criterio

Determinadas informaciones sobre desavenencias conyugales pueden ser erróneamente interpretadas, e inducir a pensar que los malos tratos pueden ser consecuencia lógica de una situación de deterioro. Por el contrario, subrayar las buenas relaciones de la pareja, es un argumento que podría avalar la hipótesis del arrebató pasional.

6. Atención a los testimonios cercanos al agresor o la víctima

En muchos casos son testimonios inducidos por las preguntas de quién informa y entre personas sin preparación para hablar ante los medios. Obnubiladas por su momento de gloria ante las cámaras, no son conscientes en la mayoría de los casos de la trascendencia de sus declaraciones. En otras ocasiones, pueden ser parte interesada.

En general, el vecindario, la familia y quiénes se prestan a dar testimonio suelen sugerir hipótesis más que dar información fiable sobre lo sucedido. Valoran según sus referencias culturales y con frecuencia irreflexivamente ante las preguntas insistentes del o la periodista que intenta encontrar sonidos e imágenes para ilustrar la noticia.

Deben extremarse, además, las cautelas con aquellas personas que únicamente buscan notoriedad, presencia gratuita ante las cámaras, defensa interesada del agresor, o las que aportan detalles morboso-carentes de interés.

7. Consultar opiniones de personas expertas, sentencias judiciales, campañas de información y prevención, ayudan a ubicar adecuadamente el problema

En contra de lo que pudiera parecer, hay un gran desconocimiento entre las víctimas de la violencia sobre el camino a seguir para poner fin a su situación. En muchas ocasiones, las propias víctimas no son siquiera conscientes de que lo son. Pero las informaciones de servicio público no se improvisan: hay que asesorarse. Es aconsejable instar a la audiencia a informarse antes de denunciar. A veces, las buenas intenciones juegan malas pasadas y hay riesgos que no debemos correr.

Las asociaciones de mujeres maltratadas apenas aparecen en el relato de estas noticias. Se les consulta para contrastar datos pero casi nunca se incluyen declaraciones de estos colectivos.

8. Es importante destacar las denuncias previas, procesos judiciales pendientes, órdenes de alejamiento...

Es importante completar la información sobre las circunstancias que rodean cada caso, los antecedentes policiales o judiciales, los incumplimientos de las medidas adoptadas o la asistencia recibida por la víctima. Todo ello con el objetivo de alertar sobre los posibles riesgos futuros a que están expuestas las mujeres maltratadas.

No obstante, hay que tener en cuenta la influencia que sobre otras víctimas pueden ejercer un tratamiento alarmista de dichos riesgos, ya que disminuiría su confianza en el apoyo que pueda recibir su denuncia.

Forma

9. Identificar claramente la figura del agresor

Una conciencia profesional escrupulosa nos llevaría a no mostrar al agresor mientras no haya sentencia. Aunque determinadas personas son partidarias de dar nombres y apellidos de los agresores siempre que haya evidencias suficientes sobre su culpabilidad, conviene extremar la cautela en esta cuestión, ya que un error de identidad –se han dado casos– puede tener consecuencias imprevisibles que conviene evitar.

En cualquier caso sí es importante dejar claro quién es el agresor, y quién la víctima. Y más importante aún es definir claramente de cómo es el maltratador, su manera de actuar y su comportamiento público o privado, porque ello ayudaría sobremanera a que muchas mujeres puedan tomar conciencia de su situación de riesgo.

10. Cautela en la identificación de la víctima

Nunca se deben utilizar sonidos o imágenes “robados” de la víctima. Sólo se divulgará la imagen si es consentida, pero no al calor de los hechos, sino una vez recuperados la autoestima y el equilibrio emocional y con el consiguiente asesoramiento.

Cabe preguntarse sobre la conveniencia de mostrar los efectos de los malos tratos, y en qué medida no se caería en un morbo fácil. Divulgar las secuelas podría ser una buena herramienta para hacer pedagogía social, pero en todo caso debe prevalecer el respeto a la integridad moral de las víctimas.

11. Evitar la criminalización de las víctimas

Deben evitarse aquellos recursos de ocultación de las víctimas que den apariencia de criminalización: efecto mosaico, tiras en ojos, disfraces, distorsiones de voz... Se aconseja utilizar otros medios de estética menos agresiva: contraluces, juegos de sombras, voces en *OFF*..

En todo caso, el apoyo gráfico de la información debe respetar la dignidad de la persona. Debe realizarse una reflexión a fondo sobre la oportunidad de mostrar ,o no, la imagen de víctimas mortales de malos tratos.

12. La reconstrucción de los hechos es un recurso no exento de riesgos

Sobre todo en programas o en grandes reportajes, a veces se atraviesa la frontera entre el legítimo acercamiento a la realidad y los aditamentos morbosos tratados de manera acrítica.

Las reconstrucciones son útiles cuando se utilizan con afán informativo y cuando son necesarias para la comprensión de los hechos. Los detalles e imágenes escabrosas no inducen al rechazo del maltrato en sí, lo que hacen es dar forma al espectáculo.

En ocasiones se ha recurrido a escenas de películas u obras de teatro. Pueden ser una alternativa válida si el fragmento elegido no tiene contenido morboso y se hace con las debidas cautelas. La fabulación de los hechos, una recargada puesta en escena o la utilización de imágenes ficticias puede dar un enfoque irreal del problema.

13. Los recursos estéticos y la narrativa habitual en los reportajes de los programas de sucesos no debe utilizarse en la realización de noticias sobre violencia contra las mujeres

El espectador podría asociar inconscientemente una noticia a otra al tener una similar factura. La cámara subjetiva, el *travelling* en mano y una música intencionada evocan inexorablemente una secuencia de misterio o de terror. Y no hablamos de eso.

Además, hay que prestar atención a la ambientación musical de los reportajes. Las canciones con texto más o menos alusivos al asunto tienen que ver con historias pasionales, de celos..., tópicos de otros tiempos más rancios, que inducen a lecturas equivocadas.

Cabe decir que, aunque todas estas consideraciones puedan hacer menos atractiva visualmente la información, la violencia contra las mujeres debe acometerse con seriedad y rigor, sin fuegos de artificio que puedan distraer del contenido real de la noticia a quien la recibe.

Lenguaje

14. Un lenguaje puramente informativo y una buena dosis de sensibilidad

Resulta imprescindible escapar de los tópicos, frases hechas, comentarios frívolos o clichés. La utilización de un lenguaje violento desvirtúa las razones de la agresión. Frases del estilo "certera puñalada", "cadáver ensangrentado", "cosida a cuchilladas", "había una gran mancha de sangre", dirigen la atención a aspectos colaterales, incompatibles con los motivos reales de la agresión.

15. Calificación

Aunque no hay un consenso en esta cuestión, se ha difundido de manera bastante generalizada la calificación "violencia de género", utilizada también por distintas instituciones y foros internacionales. No obstante, y dado que se trata de comunicar, el término "violencia de género" no resulta claro para el público. Será aconsejable, cuando se utilice, acompañarlo de expresiones como "violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico", "violencia masculina en la familia" o "violencia contra las mujeres en general" que facilitan la comprensión de la noticia. Así se consigue a un tiempo la precisión en el lenguaje y la comunicación con el o la receptora.

16. Cuidado con los adjetivos

Las noticias de violencia doméstica son un hecho complejo que necesita una explicación detallada, mesurada y alejada de frivolidades. El tema, en términos de interés objetivo de la audiencia, es lo suficientemente atractivo como para no necesitar elementos de seducción añadidos.

Utilizar adjetivos como "celoso" o "bebedor" para definir al agresor nos acercan a la exculpación. Decir de la víctima, por ejemplo, que "era joven y guapa", "salía con amigas" o "tenía un amante" desvían el foco de lo verdaderamente importante y nos acerca también a la disculpa o la comprensión del maltratador.

Conviene no olvidar los aspectos humanos de la víctima y obviar los comentarios que la pueden desprestigiar o que desvíen la atención.

Las palabras difícilmente resultan inocentes, y datos o comentarios en apariencia inofensivos pueden tergiversar gravemente la información. Este tipo de noticias requiere cuidar al máximo la redacción, aun a pesar de una supuesta pérdida de originalidad o brillantez.

MANUAL DE URGENCIA

MUJER, VIOLENCIA Y medios de comunicación



MANUAL DE URGENCIA

CUESTIÓN DE PRINCIPIOS

1. Evitar los modelos de mujer que lesionen su dignidad

La industria de la cultura difunde un modelo de mujer que atenta contra su dignidad (figura vicaria, objeto, subyugada). Haz lo posible por evitar esos estereotipos. Hay que ampliar la representación de las mujeres en los medios para evitar su victimización. También hay mujeres ingenieras, transportistas, pintoras, mineras, médicas...

2. 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 desgraciado.

3. No confundir el morbo con el interés social

Una víctima de malos tratos puede ser un buen testimonio, pero nunca un gancho publicitario. El *info-espectáculo* no es el formato adecuado para este tipo de violencia.

4. 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.

5. No todas las fuentes informativas son fiables

Habla con todas, pero selecciona con criterio. No todo el mundo puede hablar de todo. Hay testimonios que aportan y otros que confunden. Los antecedentes sobre disensiones o buenas relaciones en el seno de la pareja, por ejemplo, inducen a explicar la violencia como la consecuencia lógica de una situación de deterioro o, por el contrario, como un "arrebato puntual".

6. Dar información útil, asesorarse previamente

Noticia es un caso de malos tratos con resultado de muerte, pero también las deficientes actuaciones judiciales o policiales, los castigos ejemplares, las víctimas que han logrado rehacer su vida y muestran una salida. Además, las opiniones de expertos ayudan a ubicar adecuadamente el problema. Es conveniente no instar directamente a la denuncia desde los medios, sino a obtener información previa. Hay riesgos que son evitables.

7. Identificar la figura del agresor, respetar la dignidad de la víctima

El agresor debe ser identificado claramente, si no con su identidad, dadas las cautelas judiciales, sí en cuanto a su comportamiento. Se trata de ayudar a otras mujeres a identificar la figura del maltratador. En cuanto a la víctima, no se puede mostrar sin su permiso, ni en momentos de tensión emocional. Respetar su dolor y espera a que recupere la autoestima y el equilibrio. Será más útil, y menos morboso.

8. La imagen no lo es todo, no caer en el amarillismo

La imagen debe respetar la dignidad de la persona. Los recursos estéticos y la narrativa habitual de los reportajes de sucesos no deben utilizarse en la realización de noticias sobre violencia contra las mujeres. Hay que evitar la criminalización de las víctimas cuando se utilizan recursos de ocultación. La reconstrucción de

los hechos que abunda en detalles escabrosos o los primeros planos de caras amoratadas o llorosas, no ayudan a identificar el problema y sólo provocan morbo o la conmiseración de la víctima.

9. Las cifras pueden referirse a distintas realidades: informarse y explicar

Los datos hacen referencia a distintos tipos de violencia y a distintos ámbitos territoriales: víctimas fuera de una relación de pareja, víctimas que pierden la vida tras un periodo de convalecencia y suicidios provocados por los malos tratos que sólo cuenta como suicidios.

10. Los estereotipos y los tópicos frivolizan y banalizan

Atención a los adjetivos, las frases hechas o los tópicos: introducen dosis incontrolables de frivolidad. Calificativos como "celoso", "bebedor" o "persona normal", o frases como "salía con amigas" o "tenía un amante" desvían la atención de las verdaderas causas de la tragedia y provocan un error de lectura

ESTUDIO

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES en los medios de comunicación



LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Pilar López Díez

Formadora e investigadora de políticas de género para los medios de comunicación.

Doctora en Ciencias de la Información (UCM)

“Cuentan que el Sr. Eisaku Sato recibió el premio Nobel de la Paz en 1974. Había sido Primer Ministro de Japón. Su esposa había expresado públicamente que él le pegaba. La tradición patriarcal japonesa hizo que la popularidad de Sato aumentara después de esas declaraciones y supuestamente los que le dieron el premio debieron creer que la paz doméstica era menos importante que la paz internacional, y que su destrucción no afectaba los méritos del homenajeado”

Graciela B. Ferreira¹

1. Introducción

Esta situación que se pudo dar en 1974, si los mismos hechos se conocieran hoy, muy probablemente el Sr. Sato no recibiría el Premio Nobel de la Paz; o así deseamos creerlo. Hoy, en muchos países –no solamente del mundo occidental– se están llevando a cabo campañas públicas para tratar de erradicar la violencia contra las mujeres que según la Comisaria de Trabajo y Asuntos Sociales de la U.E., Anna Diamantopoulou, afecta a una de cada cinco mujeres europeas en algún momento de su vida². La situación es angustiosa para muchas mujeres en cualquier parte del mundo; en EE.UU. cada año, aproximadamente millón y medio de mujeres son maltratadas física o sexualmente por un familiar³. En Suecia, según la también diputada europea Marianne Erikson⁴, “una mujer muere cada diez días por los abusos sufridos”. En 1995, casi la mitad de las víctimas de asesinato en Rusia eran mujeres asesinadas por sus maridos. Dos años antes, en 1993, 14.000 mujeres fueron asesinadas por sus parejas y 54.000 seriamente lesionadas⁵. La situación es aún, se cree, mucho peor en otros países: en los cinco años que van de 1988 a 1993, más de 20.000 mujeres en la India fueron asesinadas o se suicidaron porque no podía hacer frente a las dotes exigidas; en Vietnam, de los 22.000 divorcios tramitados en 1991, el 70% fue debido a la violencia⁶. Este problema, considerado como una construcción social, afecta a cualquier mujer en cualquier país, sin consideración de clase⁷, raza, religión, o cualquier otra circunstancia personal. La vicepresidenta de Uganda⁸, Specioza Kazibwe, echó a su marido de casa porque la golpeaba. “Ella volvió tarde a casa, a eso de las tres de la mañana, y no pudo dar ninguna explicación satisfactoria” dijo el hombre, quien agregó: “Ha salido con algunas mujeres del ámbito político que yo no apruebo, y lo ha hecho muy seguido”. Es la situación de poder y control sobre la mujer, sobre la que la sociedad ha construido la masculinidad, la razón principal del problema.

En España, y según cifras oficiales a 8 de octubre de 2002, 38 mujeres⁹ han sido asesinadas por un familiar, mayoritariamente maridos, novios y exmaridos; 50 según datos de las asociaciones de mujeres¹⁰. Las cifras de denuncias de violencia contra las mujeres se han ido acercando a las 25.000 al año, aunque se cree

1. *La mujer maltratada. Un estudio sobre las mujeres víctimas de violencia doméstica*. Editorial Sudamericana. (Pág. 86).

2. *El País*. 19 de febrero de 2002. (Pág. 27).

3. NOW LEGAL DEFENSE AND EDUCATION FUND: Surviving Violence and Poverty: A Focus on the Link between Domestic and Sexual Violence, Women's Poverty and Welfare. 18 Septiembre, 2002. <http://www.nowldef.org>

4. *El País*. 6 de noviembre de 1999. (Pág. 36).

5. *Atlas del estado de la mujer en el mundo*. 2001. Joni Seager. Madrid: Akal. (Pág. 26).

6. *Ibidem*. (Pág. 27).

7. “Según el informe del Consejo de Europa el problema de la violencia doméstica es un problema que incluso “parece aumentar” en las clases altas. Cita un informe holandés según el cual casi la mitad de los agresores son universitarios”. *El País*, 28/09/2002. (Pág. 30).

8. www.news.bbc.co.uk. Jueves, 21 de marzo de 2002

9. *El País*. 8 de octubre de 2002. (Pág. 30).

10. Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas (<http://www.separadasydivorciadas.org>).

que sólo se denuncian un 10% de los actos de violencia de los que las mujeres son víctimas. Según datos del Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia, entre 1997 y 2000 la cifra de mujeres maltratadas por su pareja, respecto al total de mujeres que han padecido violencia en el ámbito familiar, se incrementó un 5,3%. Además, el maltrato del agresor conviviente de la víctima es el que más se incrementó, en un 27,41%, en el mismo periodo de tiempo.

¿Cómo acercarnos al porqué de la violencia contra las mujeres? Desde los años setenta la investigación¹¹ de género sobre este problema no se centra, como es práctica productiva habitual en los medios, en explicarse porqué un determinado hombre maltrata a una determinada mujer, sino que busca entender porqué los hombres en general utilizan la fuerza física y estrategias de poder y de control con sus parejas y qué función tienen estas conductas en una determinada sociedad y en un contexto histórico específico. Desde esta perspectiva, pues, se señala¹² que todas las investigaciones llevadas a cabo están de acuerdo en que es necesario enfocar el análisis desde cuatro puntos fundamentales: en primer lugar, la utilidad explicativa de la construcción de género y poder; en segundo lugar la necesidad de analizar la familia como una institución que estructura las relaciones entre hombres y mujeres de acuerdo al género y al poder. En tercer lugar, la necesidad de comprender y validar las experiencias de las mujeres, y en cuarto lugar, la necesidad de desarrollar teorías y modelos que reflejen de manera fidedigna las experiencias de las mujeres.

Este enfoque del análisis es, cuando menos, el derecho que corresponde a todas las mujeres maltratadas y a las organizaciones feministas que fueron las primeras en luchar por conseguir poner en la agenda del debate público este problema ancestral.

2. La violencia masculina: un grave problema social y político

Maridos, ex cónyuges, novios y antiguos compañeros son los responsables de la mitad de las muertes violentas de mujeres en el mundo, según el Informe mundial sobre Violencia y Salud que hizo público la OMS en Bruselas el 3 de octubre de 2002. Sólo el 5% de las muertes de hombres se debe a ataques de sus parejas¹³.

En Documentos TV de TVE¹⁴, se informaba de que en las cárceles españolas había 1.100 hombres condenados por homicidio, cifra que constituía el 95,81% de la población reclusa por este motivo; el 4,18% restante eran mujeres: 48 en total. Aunque las cifras anteriores no se refieran exclusivamente a los casos de homicidio femenino o masculino dentro del hogar familiar, según se recoge de la investigación¹⁵, la inmensa mayoría de las personas víctimas de violencia en el ámbito familiar, son mujeres. En otros estudios¹⁶ se encuentra que del índice total de violencia doméstica, sólo un 5% aproximadamente, son hombres maltratados.

En el mes de julio de 2000 se publicaron los resultados de la Encuesta Nacional de la Violencia contra las Mujeres en EE.UU. (en la que, por primera vez, se recogen datos desagregados de la violencia masculina y femenina) en donde se entrevistó a 8.000 mujeres y a otros tantos hombres sobre sus experiencias como víctimas de varias formas de violencia, incluida la violencia doméstica. El primer resultado es que la violencia permea las relaciones familiares en USA y que este tipo de violencia es una preocupación grave de justicia y salud públicas. En lo que respecta a la violencia ejercida contra mujeres y hombres, por hombres y mujeres, se señala que las mujeres experimentan más violencia en las relaciones de pareja que los hombres: así, el 30,4% de las mujeres que habían estado casadas o vivido con un hombre, habían sido maltratadas alguna vez en su vida; mientras que el porcentaje de mujeres que habían sido maltratadas, en relación de pareja, por otra mujer, era del 11%. Los hombres que habían vivido en situación de pareja homosexual informaron de más agresiones que los hombres que vivían con mujeres: aproximadamente el 15% de los hombres que habían vivido en pareja con otro hombre, habían sufrido algún tipo de maltrato, mientras que los hom-

11. Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. *Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999. (Pág. 65).

12. *Ibidem*.

13. *El País*. 4 de octubre de 2002. (Pág. 32).

14. Alfonso Domingo y Mar Olmedilla. La2. 6 de febrero, 2002.

15. Martín Serrano, Esperanza y Martín Serrano, Manuel. *Las violencias cotidianas cuando las víctimas son las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999.

16. Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. *Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999.

bres que habían convivido con una mujer, y habían sufrido maltrato alguna vez en su vida por parte de su compañera era el 7,7%. La Encuesta Nacional de Violencia contra las Mujeres concluía que la violencia doméstica es perpetrada principalmente por los hombres contra su pareja, sea ésta una mujer u otro hombre. Y concluye: “Por consiguiente, las estrategias para prevenir la violencia doméstica deberían enfocarse en el riesgo que plantean los hombres”¹⁷. Hay, no obstante, datos complementarios a los anteriores, según el Departamento de Justicia de EE.UU.¹⁸ entre 1976 y 1996 el número de víctimas mortales masculinas [no necesariamente provocadas por una mujer] cayó una media del 5%, y el número de víctimas mortales femeninas se redujo sólo una media de un 1%.

El recientemente galardonado Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales, el sociólogo Anthony Giddens¹⁹, dice: “Aunque las mujeres también cometen actos de violencia doméstica contra los hombres, en la inmensa mayoría de los casos son estos los agresores y ellas las víctimas”. Sin dejar de valorar los casos minoritarios en que los hombres son víctimas de violencia por parte de mujeres, es preciso poner la atención y dirigir la mirada pública hacia los problemas que afectan de manera mayoritaria a un significativo colectivo de la población de mujeres para analizar sus causas y encontrar soluciones.

3. Planteamiento del problema ante los medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas entendiendo estos de forma general, no sólo la prensa, la radio, la televisión o la publicidad sino también el cine, los cómics, los videojuegos, la música o Internet han insistido tercamente y siguen persistiendo en representar de forma tradicional a las mujeres y las relaciones entre estas y los hombres; es decir, las relaciones entre las personas, en relación al género, se basan en relaciones de dominación y subordinación. Y estas representaciones calificadas a veces de sexistas, estereotipadas, otras veces como degradantes y muchas veces estrechas y aniquiladoras, han persistido con fuerza, o incluso se puede afirmar, se han reforzado en la última década, hasta extremos preocupantes²⁰. Como recoge el documento de Resultados de la Sesión Especial de Naciones Unidas, de junio 2000, conocida como Declaración final de Beijing +5²¹: “Las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluida la pornografía, y sus descripciones estereotipadas han aumentado en diferentes formas, recurriendo a nuevas tecnologías de la información en algunos casos, y los prejuicios contra la mujer siguen existiendo en los medios de difusión”.

Las actuaciones a través de las políticas públicas promovidas desde las instituciones han alcanzado desde hace años a sectores y disciplinas implicados en el problema de la violencia contra la mujer tales como la legislación y la práctica jurídica, la sanidad, la educación, los recursos sociales o la investigación, en donde se han implementado acciones de sensibilización y prevención, de formación, de atención a las mujeres, de investigación, y otras muchas²². Sin embargo, la capacidad de influencia sobre los medios de comunicación ha sido muy débil y eso a pesar de que instituciones tanto nacionales como internacionales como la ONU, la UNESCO, el Consejo de la Unión Europea o el Gobierno, a través del Instituto de la Mujer o los gobiernos autonómicos y locales han perseverado en la necesidad de involucrar cada vez más a los medios de comunicación en la sensibilidad hacia los problemas de género, y en especial sobre aquellos aspectos que se considera fundamentales a la hora de lograr los objetivos de igualdad entre mujeres y hombres. Lo anteriormente señalado se hace explícito en el Informe de Ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica (1998-2000)²³: “Sin embargo, es todavía frecuente que tanto en los programas como en la publicidad se sigan reproduciendo estereotipos y roles sexistas que, bien de una manera abierta o bien de un modo más encubierto, contribuyen a perpetuar situaciones de desigualdad, de prevalencia de un sexo sobre otro, que pueden favorecer la aparición de manifestaciones de violencia”.

17. *Extent, Nature, and Consequences of Intimate Partner Violence*. 2000. Tjaden, Patricia y Thoennes, Nancy. National Institute of Justice & Centres for Disease Control & Prevention. [Http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs](http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs).

18. *Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends*. 1998. (Pág. 5).

19. *Sociología*. 1997. Madrid: Alianza Editorial (Pág. 260)

20. El desnudo femenino se incrementó desde el 2% en los anuncios de las revistas en 1983, hasta el 6% en las de 1993. Reichert, Tom et al. “Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 76. No. 1. 1999. P. 12.

21. *Informe del Comité Especial Plenario del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General*. 2000. Naciones Unidas. (Pág. 19). En: <http://www.onu.org/temas/mujer/Beijing5/decbeijing5.Pdf>

22. *Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica*. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer

23. *Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica*. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer (Pág. 33).

4. Los medios de comunicación en la historia de las mujeres

Fue en 1963 cuando Betty Friedan²⁴ saca por primera vez a la luz lo que ella consideraba responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción de la feminidad. Como madre de tres hijos varones y esposa, además de periodista *freelance* que vendía artículos a distintas revistas y periódicos, Friedan teorizó sobre “*el problema que no tiene nombre*”, que nadie había definido hasta la fecha, y que hacía infelices a todas aquellas madres de familia que, aisladas en las urbanizaciones de las ciudades, creían que habían conseguido los sueños de cualquier mujer estadounidense: una prole a la que cuidar y querer, y un marido al que hacer feliz; su felicidad consistía en disponer de los electrodomésticos necesarios para facilitar el trabajo, y vivir al servicio de los demás miembros de la familia.

Sin embargo, la situación no siempre había sido así, estas mujeres habían dejado atrás a otra generación de mujeres, sus madres, quienes, tras la estela de las luchas sufragistas, pensaron que su vida no tenía sentido si no iban a la universidad, no eran mujeres independientes y no aprendían, porque no, a conducir automóviles. Fueron sus madres las mujeres que desde los años treinta y cuarenta pisaron las universidades norteamericanas casi en igualdad de condiciones que sus compañeros²⁵ y las que habían recibido, sobre su situación, un discurso alentador respecto a situaciones pretéritas. Los medios masivos de comunicación, especialmente la radio²⁶ y las revistas femeninas de grandes tiradas, fueron quienes, recogiendo el mensaje de libertad que el movimiento sufragista había iniciado, promovieron como modelo a la mujer moderna, profesional, deportista, decidida, sexualmente atractiva, que había interiorizado otras formas de identidad de la feminidad que parecían que ya no podían volver atrás.

Pero el cambio del modelo de feminidad que parecía irreversible se pudo dar después de la II Guerra Mundial cuando los medios ayudaron a los gobiernos de forma decidida y muy competente para lograr que las mujeres dejaran sus trabajos en el exterior, sus carreras, se olvidaran de conducir coches y volvieran al reducto ‘seguro’ del hogar: a cuidar y satisfacer las necesidades de la prole, y a esperar al marido proveedor de la familia y de la autoridad, para hacerle la vida agradable. A partir de los años sesenta, el movimiento de liberación de la mujer, el movimiento feminista, se alimentó de todas aquellas madres de familia, y también de las hijas, que desconocían cuáles eran sus males, pero que llenaban las consultas de los y las profesionales de la medicina, la psiquiatría y la psicología. El problema que no tenía nombre dio título al libro: *La mística de la feminidad*. Y una periodista, sin saberlo, fue la espoleta que sirvió para el nacimiento de la Segunda Ola del movimiento de mujeres. Después de los años sesenta, y cuando todavía no han pasado cincuenta años, algunos sectores sociales, que no sólo están constituidos por las mujeres más avisadas e informadas sino también por algunos hombres, esperan pacientemente, aunque de forma pertinaz, que los medios de comunicación sean avisados para que superen las representaciones tradicionales de una feminidad caduca aunque deseada por la mayoría de la población masculina.

En aquella sociedad de los años cincuenta y sesenta las mujeres creían que la familia era el reducto seguro en donde nada malo les podía ocurrir. Todo parecía indicar que era verdad. La sociedad, y esta entendida como los poderes públicos, nada sabía de la existencia de los malos tratos hacia las mujeres. Nada parecía indicar que, para muchas mujeres precisamente el hogar familiar era el lugar menos seguro para ellas. Porque las relaciones desiguales que se establecen entre los hombres y las mujeres en que se basan todas las sociedades que conocemos, alcanzan el mayor grado de violencia contra las mujeres, precisamente debido a la privacidad en donde se manifiestan, en el hogar familiar.

5. Cuándo y por qué los medios visibilizan la violencia contra las mujeres

En la prensa de nuestro país la tematización violencia masculina contra las mujeres²⁷ pasó de puntillas y disfrazada por las páginas de los periódicos hasta comienzos de los años ochenta; hasta esa época, los periódicos recogían, en muchos casos en los *breves* de las páginas de Sucesos, la violencia contra las mujeres sólo

24. Betty Friedan. 1974. *La mística de la feminidad*. Madrid: Ediciones Júcar. (Pp. 36).

25. En 1920 en las universidades estadounidenses el 47% del alumnado eran mujeres.

26. En 1931 más del 50% de los hogares norteamericanos tenían aparato de radio. (Head, Sydney W., Sterling, Christopher W., y Schofield, Lemuel B 1994. *Broadcast in America*. Boston: Houghton Mifflin Company. 7th. Edition *Broadcast in America*. 1994).

27. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

en el caso en que se produjera la muerte o las lesiones fuesen graves, y se referían al problema como “riña o disputa matrimonial”; hasta fechas posteriores no se encuentra la expresión “malos tratos”²⁸. Las únicas fuentes de las que se surtía la clase periodística era la policía, la judicatura, la clase médica y el vecindario²⁹ de manera que los medios reproducían literalmente los estereotipos y las ideas que libremente circulaban por la sociedad española, y que hacían sin cuestionamiento alguno. Sin ánimo subjetivo de ocultar la realidad, sin embargo, los medios mantenían en la más completa invisibilidad un problema reconocido como general en la institución familiar, pero que consideraban como asunto privado y cuya resolución sólo afectaba a los propios cónyuges.

Como manifiesta esta autora, a finales de los noventa se informa el doble respecto a 88-89, y el triple respecto al periodo 82-83. Así pues, en la actualidad constituye un tema habitual en la agenda de los medios que dedican recursos y personal a cubrir este tipo de información. Diciembre de 1997 debe ser considerada una fecha que marca un antes y un después en la representación en los medios de la violencia contra las mujeres en España. Hasta esa fecha este problema nunca había conseguido figurar de forma habitual en la primera página de los periódicos o abrir la edición de los informativos y telediarios, y eso era así a pesar de las movilizaciones de otros agentes sociales, como las organizaciones de mujeres para las que desde los años setenta el tema de la violencia masculina había sido objeto de atención y movilización. En diciembre de 1997 se produce el caso Ana Orantes, la mujer que había contado su vida de maltratada en un canal andaluz de televisión y que a los pocos días era quemada viva por su marido, del que estaba separada. Este hecho, que revistió tanta gravedad como muchos que se habían producido contra otras mujeres con anterioridad, sin embargo constituye un revulsivo que los medios reproducen y citan en primera página; situación que algunos³⁰ mantienen en los dos meses posteriores al caso Orantes con los nuevos casos de asesinatos de mujeres que se van produciendo. Las causas de este giro se deben³¹, al “carácter endogámico de los medios: la televisión ofrece la confesión de la mujer, en vivo y en directo; la televisión, de esta forma, se convierte en fuente de información de tal manera que puede mostrar un documento “real”, cuya difusión multiplicará el efecto de “realidad”. No es una mujer anónima la que han matado, es la que ha salido en la tele. En la medida en que ha sido representada socialmente por los medios, existe mucho más que cualquier otra”.

¿Qué dice la investigación³² acerca de las fuentes consultadas por la profesión periodística en este tema? La policía es el actor comunicativo dominante en el caso de información de acción violenta, con el 61,5% del total de personas, instituciones u organismos informantes. Las mujeres sólo constituyen el 7,5%; los organismos de justicia, el 9% y periodistas y personas expertas, el 6%. Sin embargo, añade la autora, en el período 82-83 y 88-89 las mujeres feministas organizadas constituían la principal fuente informativa de los acontecimientos producidos sobre violencia conyugal. Eran estas organizaciones las que definían el conflicto.

La identificación de la víctima y del agresor es un tema polémico desde el momento en que entran en conflicto las normas éticas generalizadas en el periodismo con la considerada como eficaz medida en la lucha contra la violencia por parte de organizaciones de mujeres expertas en este tema. Los argumentos de la profesión periodística se basan en las aportaciones que provienen de la judicatura y que defienden mayoritariamente el anonimato para el agresor. Las razones de las mujeres estriban en que sería motivo de reprobación social, y por tanto, eficaz para el cambio de conducta, el que la sociedad conociese no sólo el delito cometido por el agresor, sino su identidad, en la medida en que estos individuos, según la investigación, es en la familia en donde despliegan su violencia y peores maneras, comportándose como vecinos ejemplares³³ y correctos compañeros con las personas con quienes trabajan. Lo que señalamos se está empezando a visibilizar en los medios a través, también ahora, de manifestaciones en simposios, congresos y declaraciones que defien-

28. Todavía hoy, en muchas lenguas de Asia no existe una palabra para designar la ‘violencia doméstica’. *WomensENews*. 21 de julio de 2002. <http://www.womensenews.org>

29. Como informaba Ramón Arangüena, periodista que cubría las noticias de *El Caso* de la última época de este periódico, “Ibas al lugar de los hechos, la Guardia Civil te estaba esperando con las fotos, y los vecinos te contaban lo que había pasado. Así trabajábamos”.

30. Como *El País*.

31. Altés, Elvira. “Violència privada, espectacle públic”. En *Capçalera*. 1998, núm. 87, (Págs. 5-11).

32. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

33. “Es un hombre estupendo, hasta que llega a casa”. Fue el eslogan de una campaña contra los malos tratos del Ayuntamiento de Gijón.

den no sólo identificar al maltratador, sino que sea él³⁴ el que tenga que irse del hogar familiar en vez de la víctima³⁵; y que sea también él quien deba estar controlado por la policía³⁶ para evitar una nueva agresión.

Existe por parte de la profesión periodística, se añade en el mismo informe³⁷, muy poco interés por conocer el modo de vida o cualquier otro dato acerca del agresor: no se conoce la profesión de la mayoría de ellos (74%); añade, además, que en numerosas ocasiones los motivos que aduce el periódico como motivo, son disculpas que llegan incluso a los titulares: “Un ertzaina de baja por problemas psiquiátricos mata a su novia en Bilbao³⁸”. Y cuando se trata de explicar el por qué de la acción violenta, se recurre al estereotipo como el argumento más simple (alcoholismo, celos, crimen pasional, estrés, problemas psicológicos, delincuencia y otros) cuando la más básica regla del razonamiento podría invertir el papel de agresor y víctima, y dar al traste con el estereotipo: ¿por qué las mujeres a pesar de los celos, del estrés, de los problemas psicológicos, la depresión o de cualquier otra razón que explica para la profesión periodística las razones de los agresores, tienen índices de agresión mucho más bajos que ellos? Cuando se preguntó a la población europea en la encuesta del Eurobarómetro 1999³⁹ sobre las causas de la violencia contra las mujeres, la inmensa mayoría achacó el problema al alcohol, la toxicomanía, el desempleo, la pobreza y exclusión social, y el hecho de que el agresor hubiese sido a su vez víctima de la violencia. El motivo de que nadie aduzca la razón principal del por qué los hombres agreden, (la desigual distribución del poder entre mujeres y hombres que existe en la sociedad) se debe⁴⁰ “probablemente, a la escasa frecuencia con que aluden a este motivo los medios de comunicación”. No debe olvidarse que es precisamente a través de los medios de comunicación como 16.000 personas de la UE han conocido este problema (el 89% a través de la televisión; el 65% de la prensa, y el 44% por la radio). Apenas se habla de este problema en las relaciones interpersonales, de manera que se sugiere⁴¹ que la violencia contra las mujeres continúa siendo, en gran medida, un tema tabú. Pero es un tema tabú, especialmente para los hombres; como se recoge en el documento *Men Viewing Violence* de la Broadcasting Standards Commission: “El análisis de este estudio nos conduce a concluir que habitualmente los hombres no piensan en problemas como la violación o la violencia doméstica. Ni, en general, parece que comprendan lo que motiva las reacciones de las mujeres cuando responden a la violencia en la pantalla. Tales puntos de contraste comienzan a darnos un significado de cómo la violencia de los hombres puede ser percibida diferentemente en las culturas masculina y femenina”.

6. Los medios de comunicación, involucrados en la construcción de las identidades de género

Cuando todas las políticas públicas generadas en torno al problema de la violencia contra las mujeres están de acuerdo en el diagnóstico de este problema como ‘estructural’ se está afirmando que su solución requiere modificaciones sustanciales en los comportamientos, actitudes y valores de hombres y mujeres. Además de a la familia y a la escuela, están señalando directamente, también, a los medios de comunicación como instrumento eficaz a través del cual las personas se informan⁴², conforman sus creencias y forman su opinión; por eso la necesidad de lograr que los medios transmitan una imagen real de las mujeres y un mensaje positivo de su presencia en nuestra sociedad. Desde distintas aportaciones interdisciplinares como la sociología, la educación, la psicología, la pedagogía o la comunicación, se señala la importancia de las expresiones de los medios de comunicación en la conformación de la personalidad de hombres y mujeres, especialmente en la niñez y la juventud.

34. “Los expertos piden que no sea la mujer maltratada quien deje el hogar, sino el agresor”. En *La Vanguardia*. 21 de septiembre de 2002. VII Conferencia de la Sociedad Europea para la Investigación sobre Género, Conflicto y Violencia. Valencia.

35. “El pleno del Parlamento Europeo aprobó pedir a todos los países miembros de la UE que introduzcan en sus leyes el derecho, en casos de violencia doméstica, a desalojar al agresor del domicilio común”. *El País*. 5 de septiembre de 2002. (Pág. 28).

36. “La pulserita que se la ponga él”.

37. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

38. *El País*. 7 de diciembre de 1998.

39. http://Europa.eu.int/comm/employment_social/eq_opp/violence/breaksilence/_es.pdf

40. “Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación”. ESPAÑA 2002. Presidencia de la Unión Europea. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (Pág. 21).

41. *Ibidem*. (Pág. 20).

42. González Encinas, José J. y Salvador Martínez, María. “La mujer y los derechos de la comunicación”. 2000. En *Mujer y Constitución en España*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

La sociedad española en el año 2000 consumió una media de 210 minutos de televisión al día⁴³; en países como EE.UU., Japón o Portugal, llegan a las cuatro horas; parece pertinente sugerir que los medios juegan un papel importante en la formación de nuestra individualidad, de las ideas que tenemos sobre las demás personas, y del lugar que podemos ocupar en el mundo. Sin embargo —como se documentará posteriormente— los medios ofrecen determinadas representaciones de la realidad de las mujeres y los hombres; explican los motivos de dichas construcciones basándose en estereotipos tan obsoletos y repetidos, que reproducen noticias y narraciones clónicas que impiden distinguir unos medios de otros, y presentan una iconografía elaborada para dicha realidad, basada en presupuestos tradicionales de dominación y subordinación entre hombres y mujeres. Este es el principio fundamental sobre el que se articulan las actuales relaciones entre los dos géneros y sobre el que, entonces, habría que actuar para erradicar la violencia de género.

Martín Serrano fue más explícito cuando afirmó en las jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres⁴⁴: “La violencia de género no se constriñe a las relaciones en la pareja, también cumple sus funciones de control, de abuso y de explotación de las mujeres en las interacciones paternofiliales, en las dinámicas de integración, en los grupos de pares de amigos, en las relaciones laborales, en el uso comercial de la comunicación pública”. Y respondía al plantearse la pregunta de cómo solucionar el problema de la violencia de género en la sociedad, que para erradicarla habría que cambiar la organización y el funcionamiento de aquellas instituciones sociales que, para reproducirse, generen y alimenten en alguna medida esa violencia de género, basada en la asignación de roles asimétricos entre sus miembros. Y añadía: “[esa asignación de roles asimétricos entre los géneros] es consustancial a ese modelo de familia, que sólo funciona cuando esa asimetría se mantiene. Y con ella la consecuente dependencia, el sometimiento de las madres, de las esposas, de las hijas. Si se rompen ese sometimiento y esa dinámica de funcionamiento, digámoslo de una vez, la familia no funciona”. La familia no funciona, y las empresas, tampoco. Y, de esta forma, la sociedad tampoco funcionaría. Añadía Martín Serrano que la erradicación de la violencia pertenecía al reino de las utopías realizables, pero que al igual que la esclavitud y el trabajo forzado había tardado 600 años en ser abolidos, de la misma forma había que tener claro que la construcción de las relaciones entre los géneros basadas en la tolerancia, solidaridad y no explotación de las mujeres, exigirían un largo camino; pero que los ritmos los marcarían la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Pero todo parece indicar que los ritmos que se han impuesto los medios de comunicación necesitan un empujón, y esta es la tarea en que llevan más de dos décadas las instituciones a través de las políticas de igualdad de oportunidades⁴⁵: tratar de convencer a las industrias mediáticas para que modifiquen el tratamiento que les conceden a las mujeres y dejen de representarlas en papeles subordinados y estereotipados. Directivas, recomendaciones, normas, sugerencias, consejos, encaminados todos ellos a elaborar representaciones de género más diversas y justas, se publican periódicamente en los propios medios de comunicación que, por ahora, no parecen den señales de aplicación.

Hay que entender la resistencia numantina de los medios a modificar sus contenidos y el tratamiento que hacen de los relatos —tanto de ficción como de no ficción— sobre hombres y mujeres en torno a tres ejes principales. Por una parte, los intereses económicos de los grandes grupos mediáticos que aseguran resultados elaborando relatos que apoyan y fortalecen los valores sociales dominantes sobre los cuales se asienta su negocio; en segundo lugar, la falta de sensibilidad y de conciencia social de la profesión periodística, asentada en la también falta de conocimiento y de formación⁴⁶ sobre el tema, y por último, el tercer eje se situaría en los procesos y rutinas de producción que obliga a la profesión a reproducir a menudo las noticias de agencia, sin el tiempo necesario para contextualizar, documentarse, contrastar fuentes; en una palabra, para elaborar información de calidad. Desde los presupuestos económicos que ponen como eje de valoración la cuenta de resultados del negocio mediático, se presenta la “libertad de expresión” como el bien supremo al que se deben someter las normas éticas y profesionales del periodismo. Sin embargo, es el momento, señalaba Margaret Gallagher de iniciar un debate internacional para reflexionar sobre el sacrosanto derecho a la

43. Díaz Nosty, Bernardo. 2001. *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001*. Madrid: Grupo Z.

44. Martín Serrano, Manuel. 2000. “La violencia contra las mujeres: un problema social”. En *Jornadas sobre Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 9).

45. Ver Anexo I

46. “Sólo uno de unos treinta reporteros/as que rutinariamente cubrían delitos sexuales habían leído alguna vez un libro sobre violación, y pocos habían hecho algún esfuerzo en consultar a personas expertas”. Benedith, Helen. 1995: “Covering Rape without Feminism”. En *Women and Law in the Media*. Fineman, Martha (Ed.). Nueva York: Routledge.

“libertad de expresión”⁴⁷ de la que disfrutan e implementan libremente los medios de comunicación siempre y cuando no existan causas de fuerza mayor que recomienden prácticas profesionales de autocensura. Este ejemplo de moralidad y sentido ético del que todos los medios de comunicación mundiales hicieron gala, de no mostrar ni un solo trozo de las víctimas del 11 de septiembre es prueba de “cómo debe prevalecer el respeto humano frente al derecho a la información”⁴⁸. Parece admisible el argumento siempre y cuando ese respeto por las personas, fuese universal. Si de tragedias humanas hubiese que hablar, habría que preguntarse cómo definir aquellas que tienen lugar en el “sagrado” recinto del hogar familiar y que producen millones de víctimas mortales cada año.

7. Representación de las mujeres en los medios de comunicación: cuántas y quiénes son

Las normas y recomendaciones de las que se pueden proveer las industrias mediáticas y la profesión periodística acerca de cómo tratar el tema de la violencia contra la mujer no afectan exclusivamente a los relatos sobre este tema. Las buenas prácticas, para que sean efectivas, tienen que afectar a las representaciones de los seres humanos, de las mujeres y de los hombres; desde qué imagen se elige para ilustrar un certamen de moda hasta qué adjetivación se utiliza para definir a las mujeres que quieren entrar en empleos o presiones tradicionalmente masculinos. Por eso es importante conocer la imagen de las mujeres en los medios de comunicación. La investigación europea ofrece datos cuantitativos que, según el tipo de programa y el país, generalmente no superan una de cada tres personas representadas⁴⁹. Si nos referimos a las noticias de radio y televisión en España⁵⁰, las mujeres representan el 14% del total de las personas entrevistadas en radio; los hombres, el 86%. Respecto a la televisión, esta cifra sube en los telediarios al 18%; los hombres, el 82%. En Francia respecto a los periódicos, radio y televisión en su conjunto, las mujeres representan el 17% de las personas entrevistadas o citadas en las noticias⁵¹. Considerando datos mundiales⁵², en 2000, en las noticias de prensa, radio y televisión, la representación de las mujeres fue del 18%. Las cifras para los magazines⁵³ de la mañana de la radio en España son similares: la representación de las mujeres fue del 17% de las personas mencionadas.

¿Cómo se representan a las mujeres y a los hombres? De forma cualitativamente diferente; mientras que los hombres son representados en profesiones consideradas de más estatus social (políticos, deportistas, empresarios) las mujeres son representadas, en la televisión⁵⁴, en primer lugar, como ‘vox populi’ (de cada dos mujeres que son entrevistadas en los telediarios, una pertenece a esta categoría) y en segundo lugar, como estudiantes. Las cifras son claras, mientras que se recogieron intervenciones de los políticos que sumaron una hora, tres minutos y 47 segundos del tiempo total de personas entrevistadas en los telediarios, el tiempo total de intervención de las políticas fueron dos minutos y 54 segundos. Concluimos: las mujeres apenas salen en los medios; y cuando salen, su imagen va asociada a la falta de estatus y poder. Los hombres, por el contrario, son ampliamente representados y sus imágenes son más diversas y abarcan posiciones de más poder.

Específicamente, respecto a la representación de la violencia, la investigación señala que existe una sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas en los medios de comunicación, y que, además, varía con

47. Gallagher, Margaret. “Women and Media at the close of the Twentieth Century”. 1995. United Nations. Division for the Advancement of Women.

48. El artículo de El Defensor del Lector de *El País* del 16 de septiembre de 2001 recogía la estupefacción de muchas personas que no se explicaban cómo no se había podido ver ni un solo cadáver en la televisión; no solo en EE.UU., sino en el resto del mundo. El director de dicho periódico, “reflexionaba sobre una hipótesis preocupante: que este formidable ejercicio de autocontrol pudiese responder a algún tipo de censura o sugerencia gubernamental más o menos velada”. Sin embargo, se compartía la autocensura o el autocontrol “mucho más ante tragedias humanas de esta envergadura”.

49. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 27).

50. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

51. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 28).

52. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC.

53. López Díez, Pilar. 1996. *Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

54. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer. (Pág. 39)

el medio. Mientras que en los telediarios un 6,8% de las mujeres mencionadas⁵⁵ lo fueron en su condición de víctimas de un accidente, sólo el 1,2% de los hombres se mencionaron por esta circunstancia. La hipótesis de partida es que tanto hombres como mujeres son susceptibles de ser víctimas de un accidente o desastre natural. El estereotipo de la víctima, igual que el estereotipo sexual, parece que, televisivamente, es más atractivo representarlo por una mujer que por un hombre; además, dada la escasa representación de mujeres, (el 18% señalado anteriormente) la tesis de sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas, es plausible. Por el contrario, cuando se trata de la radio, dado que el llanto no es tan radiofónico como la imagen, no se elige a la mujer como víctima, como señala la investigación⁵⁶: las mujeres representaron el 0,4% de las víctimas de accidente o desastre natural, y los hombres, el 0,6%. Estos hallazgos no sólo los encontramos en España, en un estudio transnacional⁵⁷ que incluye Bélgica, Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido, también encontraron diferencias de género en la representación de las víctimas. “Por ejemplo, a las mujeres se las personifica más, se las filma más a menudo en primeros planos y es más probable que sean protagonistas de una cobertura sensacionalista”. Considerando la investigación⁵⁸ realizada para 71 países en 2000, los resultados siguen la tendencia señalada: las mujeres representadas como víctimas fueron el 18% del total de las mujeres, mientras que los hombres que fueron representados como víctimas constituyeron el 8% del total de los hombres representados. En los magazines de la mañana de la radio española, también se obtienen cifras de sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas⁵⁹: el 5,5% de todas las mujeres mencionadas en este género lo fueron en calidad de víctimas de algún delito o accidente.

En otro estudio, este de 1993⁶⁰, se recoge el papel de la mujer como víctima en el 18,46% del total de las representaciones de la mujer, papel relacionado con las agresiones, violaciones, malos tratos, etc.; el informe señala que en las noticias se destaca la situación de indefensión, impotencia y temor de las mujeres, y que se resalta la presencia de la agresión, el ataque, etc. Quizás sea el momento de señalar un aspecto que, desde la perspectiva de género, debería ser tenido en cuenta. Se refiere, como conclusión de este apartado, a la victimización que se hace de las mujeres como objeto del maltrato. Ha sido práctica habitual basar las campañas contra los malos tratos en la indefensión, en el miedo, en el terror de las mujeres, en una palabra, en su falta de “agencia femenina” entendido este concepto como la acción ejercida por una persona que tiene el poder y la capacidad de actuar. Sin embargo cada vez más voces⁶¹ ponen en cuestión este tratamiento de victimización de las mujeres, ya que estas actitudes que se representan, además de fortalecer la construcción desmovilizadora de la identidad femenina tradicional, no son exactas. En España aún no se dispone de datos concretos sobre las circunstancias que concurren en la violencia contra las mujeres, pero los datos de EE.UU. más prolijos, son elocuentes: tres de cada cuatro mujeres maltratadas, víctimas no mortales, se defienden de la agresión⁶².

La investigación es concluyente, las representaciones de las mujeres que seleccionan los medios, mayoritariamente, se circunscriben al papel de ilustración como *vox populi*, de víctimas y de personajes del mundo de la farándula y de la realeza; en mucha menor proporción, sin apenas representación, políticas y mujeres que participan en el mercado de trabajo en cualquier profesión. Esta es la razón por que los organismos internacionales exigen de las industrias mediáticas, entre otros sectores, elaborar imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres⁶³.

55. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer. (Pág. 51).

57. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 28).

58. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC.

59. López Díez, Pilar. 1996. *Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

60. *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. 1993. Bueno Abad, José R. Madrid: Instituto de la Mujer. Ejemplar mecanografiado.

61. Bengoechea, Mercedes. 2000. “En el umbral de un Nuevo discurso periodístico sobre violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. N° 5. Madrid: Universidad Complutense.

62. El 43% trató de escapar del agresor, llamó a la policía o utilizó otra ayuda, o usó medios de autodefensa evitando el enfrentamiento con el agresor. El 34% se enfrentó al agresor luchando, gritando, persiguiéndolo o empleó otros medios sin un arma (30%) o con un arma (4%). El 23% no utilizó resistencia activa a la violencia. *Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends*. 1998. U.S. Department of Justice. (Pág. 19).

63. Plataforma para la Acción. Punto J. Medida 243, c).

8. Representación de la violencia masculina en los medios de comunicación

¿Qué informa la investigación acerca de la representación de la masculinidad en los medios? Los hombres, como se ha señalado, son mayoritariamente elegidos para hablar y aparecer en los informativos de radio y televisión⁶⁴; además de ser representados en una más amplia variedad de profesiones respecto a las mujeres; y los que obtienen mayor índice de representación pertenecen a colectivos profesionales considerados de más estatus social⁶⁵. Hay, sin embargo, poca investigación, y muchas veces no muy actual, sobre el ‘cómo’ los medios representan la masculinidad. Como recoge Fejes⁶⁶ en la reseña de la investigación empírica sobre la masculinidad, los hombres son representados como seres más dominantes que las mujeres, con mayores probabilidades de estar involucrados en actos violentos y también de dar o recibir respuestas y participar en el reforzamiento o castigo de comportamientos, de manera que disponen del poder y del estatus para premiar y castigar. Como añade Fejes, “basado en estos estudios empíricos, es evidente que los hombres tal como los representa la televisión, no se desvían mucho de la noción patriarcal de los hombres y la masculinidad. Los hombres son poderosos y tienen éxito; ocupan posiciones de alto estatus, inician la acción y actúan sobre la base de la racionalidad, como oposición a las emociones, se les encuentra más en el mundo de las cosas que en el mundo de las relaciones y de la familia, y organizan sus problemas alrededor de su solución”⁶⁷. ¿Qué muestra la investigación sobre los programas televisivos para la infancia? Este autor recoge un estudio de 1989⁶⁸ sobre los protagonistas infantiles que concluye que a los chicos se les muestra más activos, agresivos, racionales y no felices; involucrados en actividades tradicionalmente masculinas tales como haciendo deporte, saliendo a la calle, cometiendo travesuras, mientras que las protagonistas femeninas hablaban por teléfono, leían y ayudaban en las tareas domésticas.

9. Reflexiones acerca de las recomendaciones para la elaboración de contenidos sobre la violencia contra las mujeres

La violencia contra las mujeres es un problema social y político

Y su representación en los medios no puede considerarse un suceso aislado que, como un accidente de coche, haya que dar cuenta de él cada vez que se produzca la muerte de una mujer y buscar en cada caso “la” razón de tanta sinrazón: si fue el exceso de velocidad, el estado de la carretera, el estado de somnolencia de la persona que conducía el vehículo, o del vehículo. No ver más allá del acto aislado lleva a la simplificación en el intento de encontrar “una” razón para explicar el por qué de la violencia contra las mujeres. Las normas sobre cómo redactar información ya nos advirtieron de que la respuesta al por qué es una de las más difíciles de encontrar, y añaden los textos, que muchas veces la noticia no lo puede recoger debido a su complejidad. No hay una razón individual aunque se trate de un acto individual; buscar el por qué del asesinato de una mujer por parte de su compañero no es lo mismo que recoger respuestas para una encuesta a la salida de un colegio⁶⁹.

Fundamentalmente desde la psicología social se señala que un maltratador es una persona estúpida hasta que llega a casa. ¿Por qué no añadir a las espontáneas alabanzas del vecindario una reflexión del tipo: “El comportamiento del presunto asesino, maltratador, etc. encaja con el perfil que se obtiene en muchos estudios: los hombres violentos contra su pareja son personas educadas, agradables, tanto en sus relaciones con el vecindario, como en el trabajo, o en la sociedad en general. El vecindario, también en este caso, corrobora que Fulanito de Tal es una persona educada y que nunca se habían imaginado que un hecho como éste, pudiera ocurrir”. En caso, supuestamente, de que fuese necesario conocer este extremo.

64. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

65. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC. (Pág. 32).

66. Fejes, Fred J. 1992. “Masculinity as Fact. A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity”. En *Men, Masculinity, and the Media*. Craig, Steve (Ed.). Londres: Sage Publications. (Pág. 11).

67. *Ibidem*.

68. *Ibidem*. (Pág. 13)

69. “Los vecinos no se explicaban lo sucedido el martes, y le describen como a alguien “más que educado”. (*El País*, domingo 1 de septiembre de 2002. (Pág. 28)

Este es uno de los ejes sobre los que debe girar la cobertura de relatos sobre la violencia contra las mujeres: es preciso ayudar a “leer” desde otro prisma lo que ocurre en la sociedad para contribuir al cambio de conciencia de la sociedad acerca de este problema. Si en los medios se empezó hablando de “riña conyugal”; si posteriormente se avanzó, con las cifras en la mano (cuando se consideró políticamente conveniente que había que contar y elaborar estadísticas en función del género), y resultó que la violencia era mayoritariamente masculina; ahora es preciso avanzar un paso más: es necesario olvidar el estereotipo de “hombres agradables y educados”; de “vecinos excepcionales” porque quien maltrata e incluso llega a matar a su compañera no es “un vecino excepcional” ni aunque lo diga todo el barrio; es un presunto asesino u homicida. No puede existir indulgencia con un individuo que ha matado a su compañera. Porque es difícil que la sociedad pueda rechazar estos comportamientos si los titulares siguen incluyendo el estereotipo “crimen pasional” en el texto, y el relato abunda en las simples declaraciones del vecindario, quien, además, comprensiblemente, tiende a ser muy benevolente cuando se pone delante de una cámara.

Como señala Meyers⁷⁰, “Las noticias son parte del problema de la violencia contra las mujeres si representan a las víctimas como responsables de su propio abuso. Si se preguntan qué ha hecho la mujer para provocar o causar la violencia. Cuando excusan al agresor porque “estaba obsesionado”, “estaba enamorado” o de cualquier otra forma; y en cuarto lugar, cuando representan al agresor como un monstruo o un psicópata mientras ignoran la naturaleza sistemática de la violencia contra las mujeres.

Toma de posición de los medios de comunicación y de la profesión periodística frente al problema de la violencia contra las mujeres. La estereotipación sexual de las mujeres. El morbo y el sensacionalismo

Como recoge el documento “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”, elaborado y aprobado⁷¹ por el Consejo de Administración del Ente RTVE, en su punto 2: “Un compromiso democrático de los medios con la sociedad en que ejercen su función conlleva una toma de posición de los medios de comunicación y de la profesión periodística frente al terrorismo”. Sustituyamos ‘terrorismo’ por ‘violencia contra las mujeres’, y el artículo no necesita ninguna corrección suplementaria.

Para que los medios de comunicación desarrollen buenas prácticas en el tema de la violencia contra la mujer, no pueden dejar de utilizar buenas prácticas en la representación, en general, de las mujeres, y muy en particular, del cuerpo sexuado de la mujer; de manera que deben evitar la utilización gratuita y deliberada del cuerpo de las mujeres como reclamo informativo⁷² para aumentar los beneficios empresariales y complacer la mirada masculina. La Plataforma de Acción de Beijing señala como objetivo “Alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género, [...] y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad no violenta”. El voyeurismo de la mirada masculina no puede buscar coartadas en la libertad de expresión cuando la representación de las mujeres como objeto sexual conduce a su cosificación y, así, a su victimización⁷³.

Para conseguir el respeto al tratamiento informativo especialmente riguroso y ajeno por completo a cualquier tipo de concesiones al sensacionalismo y a la especulación, en el documento antes señalado⁷⁴ se sugiere a los medios de comunicación, a sus responsables y a sus profesionales, establecer el adecuado autocontrol de la información, particularmente en caso de colisión entre las libertades y derechos de la ciudadanía a ser informada y el respeto a las actuaciones judiciales o policiales que el ordenamiento jurídico exige. Esta consideración debería tenerse igualmente con el tratamiento de la violencia contra las mujeres.

70. Meyers, Marian. 1997. *News Coverage of Violence Against Women*. Londres: Sage Publications. (Pág. 117).

71. [Http://www.rtve.es/informa/terror.htm](http://www.rtve.es/informa/terror.htm)

72. Bach Arús, Marta y otras. 2000. *El sexo de la noticia*. Barcelona: Icaria. (p. 119).

73. “Para que un cuerpo desnudo se convierta en un desnudo es preciso que se le vea como un objeto, y el verlo como un objeto, estimula el usarlo como un objeto”. John Berger. 2000. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili. (Pág. 62)

74. “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”. (Punto 1).

El trabajo de los medios de comunicación frente a la violencia contra las mujeres no debe limitarse a ser correa de transmisión de otras instituciones.

Pluralidad de fuentes. Cantidad de información

“Informar con objetividad –añade el documento “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”– no supone en ningún caso que los medios de comunicación puedan ser utilizados como correa de transmisión. Toda la información relativa al terrorismo debe situarse en el contexto más exigente a fin de que la audiencia tenga, a la hora de formar su opinión, todos los elementos de juicio para no ser inducida a error”.

Los medios de comunicación no deben ser correas de transmisión de otras instituciones: la policía, la judicatura o la administración. Por eso, los relatos sobre violencia contra las mujeres no pueden descansar únicamente en fuentes policiales⁷⁵, judiciales y en la vecindad. Las personas expertas sobre este problema no se encuentran, precisamente, entre los colectivos señalados. Como informan las normas éticas periodísticas, debemos contrastar la información con fuentes no solamente privilegiadas, sino con aquellas que puedan proporcionar otra dimensión al relato. Y esta es, precisamente, la información de calidad.

También, los relatos que ayudan a la sociedad a tomar conciencia del problema de la violencia contra las mujeres no pueden limitarse a la explosión final del problema: cuando la muerte, precisamente, acaba con sus vidas, sino que los medios deben construir otros relatos apoyándose en la variedad de géneros informativos existentes: reportajes, crónicas, documentales, artículos de opinión, interpretativos, y otros, que ayuden a la sociedad a posicionarse ante este problema; con contenidos y temas que son, también, infinitos. Como señalaba Fran Llorente⁷⁶, editor de Noticias de La2: “Hay que informar de lo que se hace sobre la violencia y de lo que no se hace: denuncias sobre fallos en la legislación, en el sistema judicial, llamar la atención sobre los largos procesos de separación y divorcio de las mujeres maltratadas, y otros. Hay que hablar de los pisos tutelados y de los alquileres, de las casas de acogida y su funcionamiento...”.

Hay que reflexionar, también, sobre la imagen que construimos de victimización de las mujeres: debemos dejar de hablar de que ha habido sesenta mujeres víctimas de la violencia doméstica y referirnos a sesenta hombres violentos que han acabado con la vida de otras tantas mujeres⁷⁷. Debe equilibrarse, también, la cantidad de información de declaraciones sobre el agresor (procedentes de la policía y del estamento judicial, fundamentalmente) y sobre la víctima (sobre la que, parece que generalmente no se encuentra información más allá de las declaraciones del vecindario sobre que “parecía que no era una mujer maltratada”).

Además, consideramos que no existe una inflación de noticias de violencia contra las mujeres; la falsa percepción por la audiencia –y por parte de la profesión periodística– de reiteración del tema e influir, de esta forma, en la posible insensibilización hacia el problema, se resuelve aumentando la representación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida en que están presentes: en las empresas, en las universidades y en la investigación, en las organizaciones sociales y de mujeres; y evitando el gastado y fácil recurso de visibilizarlas sólo cuando ejercen el papel de vox populi; de trabajadoras del espectáculo: moda, cine, televisión; de princesas y reinas; y de víctimas; como deja claro la investigación.

La formación y la especialización de la profesión periodística sobre la violencia contra la mujer

Estas normas o recomendaciones deberían completarse, tanto para la redacción, como para los directivos, con programas de formación⁷⁸ cuyo desarrollo se ha mostrado efectivo en la experiencia⁷⁹, y que se

75. Felipe Pinazo. *El País*, 30 de enero de 1999: “Debió apuñalarla en un momento de acaloramiento y luego no supo cómo reaccionar”, explicaba un agente”

76. Jornadas sobre Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. 2000. Madrid: Instituto de la Mujer. (Págs. 113-117)

77. “El terrorismo nos mete muchos goles” decía el presidente de la Federación de Asociaciones de Prensa (FAPE), Alejandro Fernández Pombo, quien añadía que en los medios de comunicación se habla de: “El terrorismo se ha cobrado tantas víctimas” en vez de que los terroristas “han asesinado a tantas personas”. (*ABC*. Martes, 30 de julio de 2002. (Pág. 92).

78. “El Gobierno [regional, de Madrid] dará clase a periodistas para evitar titulares xenófobos” decía *El País*, el jueves 21 de febrero de 2002, en la página 5 de Madrid; y añadía: “Los medios de comunicación tienen una responsabilidad fundamental en cuanto a lo que puede emanar de un titular. La prensa es fundamental a la hora de trabajar en el proceso de regularización [de inmigrantes]” afirmó el director general de Inmigración, Tomás Vera.

79. El IORTV, junto con el Instituto de la Mujer, desarrolló el año pasado dos cursos de 28 horas (con prácticas incluidas) dirigidos a profesionales de radio y televisión, cuyos resultados positivos han conducido a la programación de un nuevo curso para noviembre de 2002 (en el cual se han inscrito 44 personas, la gran mayoría, profesionales de los medios: de TVE, CNN+, Telemadrid, Tele5 y personal de otras redacciones).

aconsejan explícitamente como medio adecuado con el objetivo de erradicar la violencia contra las mujeres⁸⁰. Este apartado incluiría la necesidad de la especialización de las personas que trabajan en las redacciones sobre este problema; de la misma forma que el periodismo de calidad exige especialización en otras áreas, trabajar con el tema de la violencia contra las mujeres no puede descansar solamente en “el sentido común” y en las experiencias personales de quienes trabajan con este tipo de información.

Además, tratar con relatos sobre este tema debería ser objeto de debate en las redacciones, práctica⁸¹ que se ha demostrado, también, mejora cualitativamente el producto mediático.

El lenguaje

La profesión periodística debería, por una parte, rechazar expresiones y concepciones trasnochadas y obsoletas “la maté porque era mía” que se asientan en la concepción tradicional y sexista de una sociedad que ya no es la actual y que está compuesta por mujeres y hombres que merecen igual tratamiento informativo. Por otra parte, la profesión periodística tiene que reflexionar sobre las nuevas acepciones que describen situaciones que deben ser nombradas: el ejemplo de la palabra género⁸² es el más representativo.

La construcción sintáctica debe evitar interpretaciones y juicios de valor que descansan en concepciones trasnochadas sobre las mujeres y los hombres: La frase “La mujer había decidido poner fin a su matrimonio” representa una lectura de la realidad muy distinta a: “La víctima salía a menudo con las amigas después de la separación”. De cualquier forma, el tratamiento del lenguaje en general, y en los temas de la mujer en particular, no debe simplificarse sustituyendo una “o” por una “a” cada vez que hablemos de ellos o de ellas.

10. Referencias bibliográficas

- Altés, Elvira . 1998. “Violència privada, espectacle public”. Capçalera., núm. 87.
- Bach Arús, Marta y otras. 2000. “El sexo de la noticia”. Barcelona: Icaria
- Benedit, Helen. 1995. “Covering Rape without Feminism”. En *Women and Law in the Media*. Fineman; Martha (Ed.). Nueva York: Routledge.
- Bengoechea, Mercedes. 2000. “En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. N° 5. Madrid: Universidad Complutense.
- Berger, Jonh. 2000. “Modos de ver”. Barcelona: Gustavo Gili.
- Binstock, Hanna. 1998. “Violencia en la pareja. Tratamiento legal. Evolución y balance”. CEPAL. Unidad Mujer y Desarrollo 23.
- Bueno Abad, José R. 1993. “Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita”. Madrid: Instituto de la Mujer. (Ejemplar mecanografiado).
- Díaz Nosty, Bernardo. 2001. “Informe Anual de la Comunicación 2000-2001”. Madrid: Grupo Z.
- Domingo, Alfonso y Olmedilla, Mar. 2002. “Documentos TV”. La2 (TVE).
- EFE. “Diccionario de español Urgente”. 2000. Madrid: Agencia EFE.
- Fagoaga, Concha. 1999. “La violencia en medios de comunicación”. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.
- Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas. www.separadasydivorciadas.org
- Fejes, Fred J. 1992. “Masculinity as Fact. A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity”. En *Men, Masculinity, and the Media*. Craig, Steve (Ed.). Londres: Sage Publications.

80. Plataforma para la Acción. ONU. Objetivo J.2. medida 243, punto c) “Desarrollar programas de formación y sensibilización sobre asuntos de género para las y los profesionales de los medios de comunicación, que incluyan también a propietarios y gestores de ambos sexos, con el fin de que utilicen y se fomenten en los medios imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres”. (P. 228).

81. La2 de TVE, que practica esta técnica, es el canal que mejores resultados (34% de representación de mujeres, frente al 18% del resto de las cadenas comerciales y TVE1) ha obtenido en la investigación *Representación de mujeres y hombres en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

82. El *Diccionario de español urgente*. 2000 de la Agencia EFE ya habla de género en sentido distinto al gramatical, y lo explica así: “género se emplearía para describir el distinto comportamiento de hombres y mujeres en la sociedad según las distintas condiciones en que se mueven: educación, familia, cultura, etc.”. Y añade: “Esta diferenciación, inexistente en los diccionarios convencionales, se considera un logro por parte de las feministas que consideran que hablar de sexo es limitarse a las diferencias biológicas y dejar de lado la cuestión social”. (Definición manifiestamente mejorable. Podríamos añadir que mientras el sexo es una categoría biológica basada en los atributos sexuales con los que nacen los seres humanos que los definen como hembras o machos, la categoría “género” es una construcción social y cultural que transforma a los machos en hombres y a las hembras en mujeres a través de la división sexual del trabajo y de la asignación de roles y comportamientos diferenciados, proceso que se conoce como construcción de la identidad de género).

- Ferreira, Graciela B. “La mujer maltratada”. Un estudio sobre las mujeres víctimas de violencia doméstica. Editorial Sudamericana. 1991
- Friedan, Betty. 1974. “La mística de la feminidad”. Madrid: Ediciones Júcar.
- Gallagher, Margaret. “Woman and Media at the close of the Twentieth Century”. 1995. United Nations. División for the Advancement of woman.
- González Encinas, José J. y Salvador Martínez, María. “La mujer y los derechos de la comunicación”. 2002. En Mujer y Comunicación en España. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación. España 2002. Presidencia de la Unión Europea. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Greenfeld, Lawrence A. Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends. 1998. Washington: U.S. Department of Justice.
- Guidens, Anthony. 1997. Sociología. Madrid: Alianza Editorial.
- Head, Sydney W., Sterling, Christopher W., y Schofield, Lemuel B. 1994. Broadcast in America. Boston: Houghton Mifflin Company. 7th. Edition.
- Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer
- Informe del Comité Especial Plenario del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General. 2000. Naciones Unidas. <http://www.onu.org/temas/mujer/Beijing5/decbeijing5.Pdf>
- López Díez, Pilar. 2002. “Representación de Género en los informativos de radio y televisión”. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer.
- López Díez, Pilar. 1996. “Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género”. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- Llorente, Fran. 2000. “Jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Martín Serrano, Manuel. 2000. “La violencia contra las mujeres: un problema social”. En Jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Martín Serrano, Esperanza y Martín Serrano, Manuel. 1999. “Las violencias cotidianas cuando las víctimas son las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Meyers, Marian. 1997. “News Coverage of Violence Against Women”. Londres: Sage Publications.
- NOW LEGAL DEFENSE AND EDUCATION FUND: Surviving Violence and Poverty: A Focus on the Link between Domestic and Sexual Violence, Women’s Poverty and Welfare. 18 Septiembre, 2002. www.nowldef.org
- Plataforma para la Acción. IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres. Beijing (China), septiembre 1995. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Reichert, Tom et al. 1999 “Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase”. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol. 76. No. 1.
- Rennison, Callie Marie y Welchans, Sara. 2000. “Intimate Partner Violence”. Buro of Justice Statistics. Special Report. Washington: U.S. Department of Justice.
- Rico, Nieves. 1996. “Violencia de género: Un problema de derechos humanos”. CEPAL. Mujer y Desarrollo 16.
- RTVE. “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”. Consejo de Administración del Ente RTVE. <http://www.rtve.es/informa/terror.htm>
- Seager, Joni. 2001. “Atlas del estado de la mujer en el mundo”. Madrid: Akal.
- Tjaden, Patricia y Thoennes, Nancy. 2000. “Extent, Nature, and Consequences of Intimate Partner Violence”. National Institute of Justice & Centre for Disease Control & Prevention. www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs
- Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. 1999. “Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Who makes the News? 2000 Londres: WACC.
- WomensENews. <http://www.womensenews.org/>
- El mundo.bbc: www.news.bbc.co.uk
- Periódicos
 - ABC. 30 de julio de 2002.
 - La Vanguardia. 21 de septiembre de 2002.
 - El País. 7 de diciembre de 1998.
 - El País. 6 de noviembre de 1999.
 - El País 16 de septiembre de 2001.
 - El País. 19 de febrero de 2002.
 - El País. 21 de febrero de 2002.
 - El País. 1 de septiembre de 2002.
 - El País. 5 de septiembre de 2002.
 - El País 28 de septiembre de 2002.
 - El País. 4 de octubre de 2002.
 - El País. 8 de octubre de 2002.
 - El País. 7 de diciembre de 2002.

ANEXOS



RELACIÓN DE DOCUMENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERSPECTIVA DE GÉNERO

1995. Plataforma de acción de Toronto: Documento del simposio internacional sobre la mujer y los medios de comunicación. (Toronto, Marzo 1995).

Auspiciado por la UNESCO y las Naciones Unidas. El documento recoge una lista de acciones a corto y largo plazo dirigidas a las industrias mediáticas, las asociaciones profesionales de medios de comunicación, las instituciones educativas y de capacitación de los medios, los gobiernos, y otros.

1995. Declaración de Beijing y plataforma para la acción. IV Conferencia mundial sobre las mujeres. Beijing (China). Septiembre 1995. Naciones Unidas.

Dos de las doce áreas de interés señaladas en la Plataforma para la Acción se refieren, en el punto D. a la violencia contra las mujeres y en el J. a los medios de comunicación.

Dentro del objetivo estratégico D.1 en donde se señalan las medidas para prevenir y eliminar la violencia contra las mujeres, se recoge la medida 125 que, además de a otros organismos, está dirigida a los medios de comunicación, y en el punto j) se dice: “Concienciar acerca de la responsabilidad de los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de mujeres y hombres y eliminar los modelos de conducta generadores de violencia que en ellos se presentan, así como de alentar a las personas responsables del contenido que se difunde a que establezcan directrices y códigos de conducta profesionales; y sensibilizar sobre la importante función de los medios de información en lo relativo a informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra las mujeres y a estimular el debate público sobre el tema”.

En el Objetivo estratégico D.2 que recoge las medidas para estudiar las causas y las consecuencias de la violencia contra las mujeres y la eficacia de las medidas de prevención, en la medida 129, punto d) se dice: “Alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género, así como también la manera en que se transmiten durante el ciclo vital, y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad no violenta”.

En el punto J, y en el Objetivo estratégico J.1. en la medida 241, punto d) dice: “Impulsar la participación de mujeres en la elaboración de directrices profesionales y códigos de conducta y otros mecanismos apropiados de autorregulación, para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación”. En la medida 242, punto a): “Estimular la creación de grupos de control que supervisen a los medios de comunicación y celebrar consultas con ellos, a fin de velar por que las necesidades y las preocupaciones de las mujeres se reflejen de manera apropiada”.

En el Objetivo estratégico J.2., medida 243, punto c) “Desarrollar programas de formación y sensibilización sobre asuntos de género para las y los profesionales de los medios de comunicación, que incluyan también a propietarios y gestores de ambos sexos, con el fin de que se utilicen y se fomenten en los medios imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres”.

Unión Europea

Hacia una estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre hombres y mujeres (2001-2005)

1. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones:

- a. Dentro de los cinco objetivos, el 4 dice: Promover la igualdad entre hombres y mujeres en la vida civil y el punto 3.4.3: Luchar contra la violencia sexista y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. La acción 5: “Seguir actuando para luchar contra la violencia doméstica ejercida contra las mujeres en la UE (...)”.
- b. Y el objetivo 5 señala: Promover el cambio de los roles y estereotipos establecidos en función del sexo: “En este terreno se aborda la necesidad de modificar comportamientos, actitudes, normas y valores

sociales que determinan unos roles estereotipados e influyen en ellos en la sociedad, mediante la educación, la formación, los medios de comunicación, la cultura y la ciencia. Para alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres es fundamental eliminar los prejuicios culturales existentes y los estereotipos tradicionales.

Al perpetuar una imagen negativa o estereotipada de la mujer, especialmente en los medios de comunicación y en los canales de información y entretenimiento informatizados, en la publicidad y en el material educativo, no se está ofreciendo una imagen exacta ni realista de los múltiples roles de las mujeres y los hombres, ni de sus contribuciones a un mundo cambiante. Sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”.

- c. Y dentro del objetivo 3.5.2.: “Superar los estereotipos tradicionales en las políticas comunitarias pertinentes mediante 4 acciones: 1. Vigilar la integración de una perspectiva de género en las políticas de especial importancia para superar los estereotipos tradicionales, como la política de educación, formación, cultura, investigación, medios de comunicación y deporte, y potenciar la igualdad (...)”. 4. “Promover el intercambio de opiniones y buenas prácticas en los medios de comunicación y crear un grupo de representantes de estos medios que asistan a la Comisión a aplicar los debates en este objetivo de la estrategia marco”.

2. *Decisión del consejo de 20 de diciembre de 2000 por la que se establece un Programa de Acción comunitaria sobre la estrategia comunitaria en materia de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres (2001-2005) (V Programa de Acción):*

- a. Artículo 2: Principio 2. “El programa coordinará, apoyará y financiará la ejecución de las actividades horizontales en los ámbitos de intervención de la estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre mujeres y hombres. Dichos ámbitos de intervención son los siguientes: vida económica, igualdad de participación y representación, derechos sociales, vida civil así como roles y estereotipos establecidos en función del sexo. En todos los ámbitos de intervención de la estrategia marco comunitaria deberá tenerse presente el principio de igualdad entre mujeres y hombres en el proceso de ampliación de la Unión y la problemática de los sexos en las relaciones exteriores de la Comunidad y en la política de cooperación para el desarrollo”.
- b. Y en el ANEXO, en el apartado Ámbitos de intervención se señala con el punto 5 “Papeles sociales y estereotipos establecidos en función del sexo: Este ámbito trata de los estereotipos sobre las mujeres y los hombres y la necesidad de cambiar los comportamientos, actitudes, normas y valores en función de la evolución de los respectivos papeles de mujeres y hombres en la sociedad. Las acciones abarcarán la integración de la igualdad entre mujeres y hombres, particularmente en las políticas de educación, formación, cultura, ciencia, medios de comunicación, juventud y deporte”.

España

ESPAÑA 2002. Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación.

Documento presentado bajo la Presidencia de la Unión Europea señala: “[Entre las causas de la violencia hacia las mujeres mencionadas con más frecuencia —el alcohol, la toxicomanía, el desempleo, la pobreza y exclusión social, y el hecho de que el agresor haya sido a su vez víctima de la violencia—] no se reconoce una de las más importantes: la desigual distribución del poder entre mujeres y hombres que existe en la sociedad, probablemente debido a la escasa frecuencia con que aluden a ella los medios de comunicación. Esta limitación puede reducir la eficacia de la sensibilización, al distanciar a las personas que la reciben de un problema que creen afecta sólo a hombres con problemas especiales”.

II Plan integral contra la violencia doméstica (2001-2004).

“Las actuaciones comprendidas en este Plan se articulan en cuatro grandes áreas, la primera de las cuales es: Medidas preventivas y de sensibilización: Incluye medidas tendentes a la sensibilización, a la formulación y a la coordinación. El primero de estos bloques va dirigido a la población en general y a los profesionales de la comunicación, de manera espe-

cial. El segundo bloque va enfocado hacia los centros educativos (profesorado y alumnado) y a profesiones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de los órganos judiciales, de la sanidad, etc.” (Pág. 11).

Las acciones a realizar dentro del primer objetivo son: 1. “Guía de recomendaciones dirigida a profesionales de los medios de comunicación para el tratamiento informativo de la violencia doméstica. 2. Jornadas en el ámbito universitario dirigidas a sensibilizar a futuros profesionales de los medios de comunicación”.

EVOLUCIÓN DE LA LEGISLACIÓN INTERNACIONAL¹ PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

1948. La Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948. Como instrumento interpretativo de la Carta de las Naciones Unidas constituye el primer texto jurídico vinculante sobre el tema de los derechos humanos. Su articulado cubre la violencia contra la mujer al señalar que “*todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos...*” y que “*toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo...*”; y, al enumerar estos derechos, se incluye el derecho “*a la vida, a la libertad y a la seguridad...*”; a no ser sometida a “*tratos crueles, inhumanos o degradantes*” (arts. 1, 2, 3 y 5). La Declaración reconoce a “*toda persona... derecho a un recurso efectivo ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la constitución o por la ley*” (art. 8).

1979. Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.

Esta Convención puede entenderse, especialmente en este tema, como un desarrollo de la Declaración Universal de Derechos Humanos en relación a la mujer y, fue necesaria por el histórico predominio del hombre sobre la mujer, reconocido por las leyes y las tradiciones culturales y religiosas. La Convención, aunque trata el tema de la violencia contra la mujer sólo tangencialmente, como texto jurídico vinculante es base suficiente para exigir a los Estados medidas legislativas y administrativas para prevenir, investigar, castigar la violencia y reparar el daño causado.

1980. Conferencia mundial del decenio de las Naciones Unidas para la mujer.

Se entiende que una de las deficiencias de la Convención de 1979 es la falta de una definición clara de la violencia de género. Es en la **Conferencia Mundial del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer** celebrada en Copenhague cuando se adoptó la resolución titulada “La mujer maltratada y la violencia en la familia”.

1985. Estrategias de Nairobi

Asimismo en el párrafo 288 de las **Estrategias de Nairobi** orientadas hacia el futuro para el adelanto de la mujer, documento emanado de la Tercer Conferencia Mundial, se contemplan consideraciones directas relacionadas con la violencia contra las mujeres.

1989. Comité para la eliminación de la discriminación contra la mujer

En este año, el **Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer** recomendó que los Estados miembros informaran sobre la violencia contra las mujeres y las medidas adoptadas a nivel gubernamental para erradicarla.

1991. Comisión de la condición jurídica y social de la mujer

En la reunión del grupo de personas expertas sobre la violencia contra la mujer realizada en aquel año determinó que en los instrumentos vigentes no se tomaba debidamente en consideración la violencia de

1. En: Binstock, Hanna. “Violencia en la pareja. Tratamiento legal. Evolución y balance”. CEPAL. Unidad Mujer y Desarrollo. (Pág. 11). Y Rico, Nieves. “Violencia de género: Un problema de derechos humanos”. CEPAL. Mujer y Desarrollo 16. (Pág. 11)

género y que no se definía específicamente este delito. A juicio del grupo, la falta de una conceptualización clara dificultaba la aplicación efectiva de las normas internacionales sobre derechos humanos para solucionar este problema (Naciones Unidas, 1991a, b y c). Por lo tanto redactó un proyecto de declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, que la **Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer** analizó en profundidad en su 36° período de sesiones, con miras a su adopción por parte de la Asamblea General.

1992. Comité para la eliminación de la discriminación contra la mujer

El **Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer**, adoptó una recomendación general en la que se afirma que de acuerdo a la Convención, la violencia contra la mujer es ciertamente una forma de discriminación de género que los Gobiernos están obligados a eliminar.

1993. Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Asamblea General en Viena

La **Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer** fue aprobada por la **Asamblea General en Viena**, en diciembre de 1993. Se reconoce que la violencia contra la mujer es un obstáculo para el logro de la igualdad, el desarrollo y la paz y que las oportunidades para que la mujer alcance la igualdad legal, social, económica y política se ven continuamente limitadas por la violencia. Se define la violencia contra la mujer como “*todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como privada*” (art. 1°); y contiene una enumeración enunciativa de los actos que se consideran violencia de género: “a) la violencia física, sexual y psicológica que se produzca en la familia, incluidos los malos tratos, el abuso sexual de las niñas en el hogar [...], la violación por el marido [...], los actos de violencia perpetrados por otros miembros de la familia y la violencia relacionada con la explotación; b) la violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada; c) la violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra” (art. 2).

1994. Comisión de Derechos Humanos

Una nueva fase en el compromiso contra la violencia comienza en marzo de 1994 cuando la **Comisión de Derechos Humanos** acuerda aprobar un proyecto de resolución para integrar los derechos de la mujer dentro de los mecanismos de derechos humanos de las Naciones Unidas (esta acción había sido propuesta en la Conferencia Mundial de Derechos Humanos realizada en 1993, que consideró la violencia contra la mujer como tema de derechos humanos).

1995. Asamblea General

La **Asamblea General** urgió a los Estados partes a reforzar en las legislaciones nacionales las sanciones penales civiles, laborales y administrativas, para castigar la violencia contra la mujer en el hogar, lugar de trabajo, en la comunidad y en toda la sociedad; y, declaró todas las formas de violencia sexual y de tráfico sexual como una violación de los derechos humanos de las mujeres y de las niñas. (Por primera vez se dicta una resolución sobre la niña. El art. 5 urge a los Estados a eliminar toda forma de violencia contra los niños y en especial contra las niñas.

1995. Plataforma de acción en la IV Conferencia mundial de las Naciones Unidas sobre la mujer

La **Plataforma de Acción en la IV Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer** celebrada en Beijing plantea entre sus objetivos estratégicos, estudiar las causas de la violencia contra la mujer y buscar métodos para elaborar estrategias de prevención.

2000. Resolución sobre la eliminación de todas las formas de violencia contra las mujeres.

RESUMEN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA CAMPAÑA EUROPEA CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA EN LA UE

- **1997.** La Comisión Europea pone en marcha la iniciativa Daphne con una dotación económica de 3 millones de euros para luchar contra la violencia masculina.
- **1997.** El Parlamento Europeo pide una Campaña de No Tolerancia frente a la violencia contra la mujer “Tolerancia 0”
- **1997.** El Lobby Europeo de Mujeres crea el Centro Europeo de Acción Política sobre la Violencia contra la Mujer y su Observatorio Europeo de la Violencia contra la Mujer.
- **Junio de 1998.** Bajo la Presidencia británica de la UE se celebra una reunión preparatoria de la Campaña.
- **Junio de 1998.** Un estudio del Consejo de Europa evalúa la situación jurídica en 29 países.
- **Diciembre de 1998.** La Unión Europea celebra una reunión de personas expertas en Viena, bajo la presidencia austriaca en la que se adoptan 52 normas y recomendaciones para erradicar la Violencia contra la mujer.
- **Enero de 1999.** La Comisión Europea inicia una campaña contra la Violencia doméstica (con un presupuesto de aproximadamente 4 millones de euros).
- **8 de marzo de 1999.** Día Internacional de la mujer. La comisaria europea Anita Gradin impulsa la campaña del lazo blanco en el Parlamento europeo.
- **28 de marzo de 1999.** Se celebra una Conferencia en Colonia, bajo la presidencia alemana de la U.E. durante la cual se adaptan otras 10 recomendaciones.
- **Marzo de 1999.** El Lobby Europeo de Mujeres presenta los primeros resultados de su estudio sobre estadísticas relativas a la violencia doméstica.
- **Junio de 1999.** Los ministros de Justicia e Interior de los estados miembros de la UE debaten el problema de la violencia doméstica.
- **Junio de 1999.** Encuesta Eurobarómetro sobre la actitud de la población europea frente a la violencia doméstica.
- **Noviembre de 1999.** La presidencia finlandesa de la UE organiza una conferencia sobre la violencia doméstica.
- **Enero de 2000.** Inicio del programa Daphne, de cuatro años de duración con un presupuesto de 20 millones de euros para apoyar actividades de ONG’s.
- **Marzo de 2000.** Conferencia de clausura de la campaña bajo la Presidencia de Portugal.

FECHAS INSTITUCIONALES A TENER EN CUENTA SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN ESPAÑA

- **1983.** Comienzan a publicarse en España las cifras relativas a denuncias por malos tratos en las comisarías de policía del país.
- **1983.** Se crea el Instituto de la Mujer y los Centros de Información de la Mujer.
- **1986.** Se crea la primera casa de acogida para mujeres maltratadas.
- **1986.** El 5 de noviembre la Comisión de Derechos Humanos del Senado creó en su seno la Ponencia de Investigación de malos tratos a mujeres.
- **1987.** Una circular del Fiscal General del Estado instaba a la persecución de los malos tratos a mujeres y niños y niñas.
- **1989.** La Ponencia de investigación de malos tratos a mujeres publica un informe sobre las mujeres maltratadas.
- **1998.** I Plan de acción contra la violencia doméstica. 1998-2000.
- **2001.** II Plan integral contra la violencia doméstica 2001-2004.