

Informar sobre la violencia de género

**La responsabilidad social de los medios de comunicación
y las administraciones públicas**

**Patricia de Blas Gasca
Noviembre de 2013**

“La violencia de género no es un problema que afecte al ámbito privado. Al contrario, se manifiesta como el símbolo más brutal de la desigualdad existente en nuestra sociedad. Se trata de una violencia que se dirige sobre las mujeres por el hecho mismo de serlo, por ser consideradas, por sus agresores, carentes de los derechos mínimos de libertad, respeto y capacidad de decisión”.

Primer párrafo de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género

1. La visibilización de la violencia de género

Probablemente, siempre ha estado ahí. Solo que antes no era visible o simplemente no se percibía como un problema social. La violencia de género o violencia contra las mujeres, al menos en España, no dio el salto del espacio privado al espacio público hasta finales del siglo pasado. El 17 de diciembre de 1997, los medios de comunicación abrieron sus informativos con la noticia del asesinato de Ana Orantes. Su marido, José Parejo, la había matado días después de que ella denunciase en un programa de televisión los malos tratos que estaba sufriendo. Los expertos en el tratamiento de la violencia en los medios coinciden en que ese día marcó un punto de inflexión.

Existían mujeres maltratadas mucho antes de Ana Orantes, pero fue en aquella época cuando la sociedad empezó a asumir la gravedad de la violencia de género como un problema estructural. Las movilizaciones de las organizaciones feministas ya habían llamado la atención de las instituciones públicas y la presencia en la agenda mediática influyó de forma decisiva en la preocupación de los gobiernos por hacer frente a una cuestión que ya era de dominio público. El 28 de diciembre de 2004, se publicó en el Boletín Oficial del Estado la primera ley orgánica creada específicamente para combatir la violencia de género¹, lo cual fue un síntoma de la relevancia que por fin se estaba concediendo a este problema social.

Los periodistas, tanto los de medios de comunicación públicos y privados como aquellos que trabajan en los gabinetes de las instituciones implicadas –desde el Gobierno autonómico, que difunde estadísticas y políticas públicas en esta materia, a la Policía Local, que elabora partes informativos de las agresiones- han asumido que tienen una responsabilidad importante en el tratamiento de este tipo de informaciones. La violencia de

¹ Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

género ya se considera un tema que requiere una sensibilidad especial, comparable a otros asuntos delicados como el terrorismo o la inmigración. Se ha escrito y se ha debatido mucho sobre la forma más adecuada de abordar los casos de violencia contra las mujeres, pero en la rutina de las redacciones continúan surgiendo dudas razonables. Cuando los medios de comunicación españoles comenzaron a escribir códigos éticos y definir mecanismos de autorregulación, en los años ochenta y en los noventa, la violencia de género no había adquirido aún la dimensión social que tiene ahora, y por lo tanto esta cuestión no se abordó en los textos. La mayoría de ellos apenas han sufrido modificaciones desde su creación y en muchos casos existe un vacío que cada periodista debe llenar aplicando su propio criterio y su experiencia anterior. El diario Público (2008) fue el primero en crear un decálogo de recomendaciones para informar sobre la violencia de género, recopilando ideas expuestas por instituciones y foros de debate sobre este asunto. El compromiso asumido por sus redactores puede servir de ejemplo para otros, como un paso previo a la definición de un código propio.

Llegará el día en que ensayos como este hayan quedado obsoletos y los profesionales de la información no tengan que preocuparse por cómo informar sobre un problema de tanto calado. De momento, por desgracia, la violencia de género continúa siendo un tema de actualidad y mantener abierto el debate sobre su tratamiento informativo es una posición legítima y necesaria para avanzar en el mejor camino hacia la resolución de esta problemática. El objetivo de este texto es recordar las directrices en las que ya existe un amplio consenso y recuperar la reflexión sobre aquellas en las que se mantienen las dudas.

2. La responsabilidad social de los medios de comunicación

Los medios de comunicación tienen un papel destacado en la construcción del imaginario colectivo. La relevancia que otorgan a cada noticia, el contexto que aportan y el lenguaje que utilizan influyen directamente en la opinión pública y en las ideas que tienen los ciudadanos sobre determinados asuntos. Los periodistas tienen, en este sentido, una responsabilidad social, que se hace aún más evidente en la información relativa a la violencia de género.

Organizaciones feministas, colectivos de ayuda a la mujer, instituciones oficiales y representantes del poder judicial coinciden en que la educación para prevenir y concienciar sobre la violencia machista pasa por la información que la sociedad recibe a través de los medios de comunicación (Sánchez Rodríguez, 2008). Por eso es fundamental que el enfoque y el tratamiento de las noticias vinculadas a la violencia de género se elijan siempre pensando en este objetivo.

2.1. No es un suceso más

Uno de los principales avances que se está logrando en el tratamiento informativo de los casos de violencia de género es que los medios han pasado de entender estos delitos como sucesos aislados a considerarlos como la manifestación de un problema que afecta a toda la sociedad.

La agresión a una mujer no es un suceso cualquiera, y no puede equipararse a otras noticias como un accidente de tráfico, el incendio en un restaurante o el atraco a una joyería. Una de las conclusiones del Congreso Nacional sobre Televisión y Políticas de Igualdad celebrado en 2007² fue que

² Congreso Nacional de Televisión y Políticas de Igualdad. IORTV-Secretaría General de Política de Igualdad, MTAS. Madrid, octubre de 2007.

las noticias referentes a la violencia contra las mujeres deben ubicarse en las secciones de sociedad y nunca como sucesos. “Los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, y no se pueden presentar como un crimen pasional (...) Un caso de violencia de género, a continuación de un ajuste de cuentas entre bandas, un incendio o un accidente, induce a una lectura muy diferente a la pedagogía propia que se pretende. Se trataría, entonces, de un suceso aislado y fortuito, y no de un problema de profundas raíces sociales”, señalaban.

2.2. Acertar en el lenguaje

La expresión “violencia de género” se ha aceptado entre los medios de comunicación para hablar de este tipo de delitos, al entender que la conducta de los maltratadores está determinada por una convención social que sitúa al hombre en una situación de superioridad. El concepto de *género* alude a una significación cultural y asignación de roles, a diferencia del término *sexo*, que se refiere a una característica natural y biológica de las personas y no a una construcción social. Aunque existe un amplio debate en torno a este tema, también se pueden considerar acertadas las expresiones “violencia machista” y “violencia contra las mujeres”.

En cambio, la mayoría de los periodistas han comprendido que no es apropiado hablar de “violencia doméstica”. Para entender la diferencia entre la violencia de género y la violencia doméstica es útil recurrir a las definiciones del Instituto Nacional de Estadística, que mide la incidencia de ambos tipos de violencia de forma separada³. “Se entiende por violencia de género todo acto de violencia física o psicológica (incluidas las agresiones a la libertad sexual, las amenazas, las coacciones o la privación arbitraria de

³ INE. Estadística de Violencia Doméstica y Violencia de Género.
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft18/p468&file=inebase&L=0>

libertad) que se ejerza contra una mujer por parte del hombre que sea o haya sido su cónyuge, o esté o haya estado ligado a ella por una relación similar de afectividad aún sin convivencia”⁴. Por otra parte, “se entiende por violencia doméstica todo acto de violencia física o psicológica ejercido tanto por un hombre como por una mujer, sobre cualquiera de las personas enumeradas en el artículo 173.2 del Código Penal (descendientes, ascendientes, cónyuges, hermanos, etc.) a excepción de los casos específicos de violencia de género”.

Más allá de los términos empleados para referirse a los malos tratos, la semántica tiene una enorme influencia en la percepción de las noticias por parte de la audiencia. Uno de los principios que debe regir el tratamiento de este tipo de informaciones es que el periodista nunca debe criminalizar a la víctima ni restar responsabilidad al agresor. Por ello, cuando se cuenta un delito de violencia de género no deben incluirse conceptos como “crimen pasional” o “disputa matrimonial” y tampoco es apropiado recurrir a los estereotipos de las drogas, el alcohol, el desempleo, los celos o las discusiones de pareja como razones que han llevado al agresor a actuar de esa forma. La violencia de género no tiene justificación. El maltratador debe ser percibido como un delincuente –aunque se respete la presunción de inocencia hasta que exista una sentencia firme- y el público tiene que comprender a través del lenguaje escogido por el periodista que el agresor es el único responsable en un crimen de estas características.

⁴ Algunos investigadores prefieren ampliar el término de “violencia de género” o “violencia contra las mujeres” e incluir también bajo esta definición problemas como la trata de blancas, la mutilación de los órganos sexuales femeninos o la explotación sexual de menores.

2.3. Encontrar el equilibrio y calibrar la reacción de la audiencia

Los editores de los medios de comunicación han asumido que se debe informar de todos los casos de violencia de género que terminan en asesinato, para hacer visible el problema y denunciarlo. Sin embargo, algunos sectores, tanto en los propios medios como fuera de ellos, recalcan que dar este tipo de informaciones de forma continuada –en España se producen varias decenas de muertes cada año- puede ser contraproducente en dos sentidos.

En primer lugar, el exceso de noticias sobre violencia de género puede crear en la audiencia un efecto narcotizante. Aunque sea positivo que en la actualidad se hable malos tratos mucho más que hace unas décadas, es difícil calibrar la reacción del público. Mostrar todos los casos de violencia sin un planteamiento estratégico puede provocar una mayor insensibilidad al problema, igual que ha sucedido con otros dramas sociales. “¿Quién se conmueve ya ante las imágenes de niños y niñas que mueren en el mundo, ante las imágenes devastadoras de las numerosas guerras que día a día nos muestran en los telediarios?”, se preguntaba ya hace doce años la periodista Montserrat Boix, en el primer Congreso Nacional sobre Violencia contra la Mujer⁵. Informar suficientemente de las situaciones de malos tratos y al mismo tiempo evitar que el exceso de noticias insensibilice al público es seguramente uno de los restos más difíciles para los periodistas. Aunque no existe una fórmula mágica para encontrar el equilibrio, una de las vías para acercarse es plantear tratamientos informativos distintos y novedosos al abordar la violencia de género. Sobre todo, se deben evitar expresiones como “un nuevo caso de...” u “otro caso más”, que generan una sensación de acumulación. Por otra parte, es bueno aportar materiales que apoyen la

⁵ Intervención realizada el 12 de octubre de 2001 en el I Congreso Nacional sobre Violencia contra la Mujer, en Gijón.

<http://mujeresenred.net/article.php3?id%20article=314>

noticia principal, contextualizando la información o buscando ramificaciones del problema: medidas de apoyo a las víctimas, nuevos proyectos o campañas de sensibilización, etc.

En segundo lugar, también se ha advertido de que la presencia continuada de los casos de violencia de género en los medios de comunicación puede provocar un “efecto imitación”. Del mismo modo que en los periódicos no se habla de suicidios para evitar un *contagio* entre los lectores, existe una corriente que considera que también se debe medir el espacio que los medios otorgan a las informaciones sobre malos tratos. En mayo de 2011, la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género sugirió a las televisiones que abordaran este tipo de noticias en menos de 30 segundos, a modo de “breve”, y que nunca las incluyeran en los titulares ni en los sumarios. El Ministerio explicó que el objetivo de estas propuestas era evitar la concentración de asesinatos que, de acuerdo con sus estudios, se produce los días siguientes a un crimen por violencia de género. Varias asociaciones de mujeres, sin embargo, criticaron la medida argumentando que era una forma de ocultar el problema, en lugar de visibilizar este fenómeno para concienciar a la sociedad sobre él, y pusieron en duda la validez de las investigaciones citadas por el Gobierno⁶.

Sobre este mismo asunto reflexionaron ya en 2004 Iciar Bollaín, Alicia una (guionista y directora de *Te doy mis ojos*) y Pizqui Calvo (presidenta de la asociación María de Padilla) en una carta enviada a El País, a la que se unió la periodista Soledad Gallego-Díaz⁷. “¿Es posible que la simple avalancha de informaciones en prensa, radio y televisión sobre malos tratos, reflejando únicamente la capacidad de hacer daño del maltratador, la pura

⁶ *Asociaciones de mujeres, en contra de que se “oculte” la violencia de género en la TV.* Noticia de Servimedia publicada en El Mundo el 27 de mayo de 2011. <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/05/27/espana/1306506820.html>

⁷ *Que alguien se pare a pensar.* Soledad Gallego-Díaz. El País. 28 de mayo de 2004. http://elpais.com/diario/2004/05/28/espana/1085695222_850215.html

imagen de violencia masculina, pueda estar teniendo un efecto secundario indeseado? ¿Es posible que algunos hombres violentos se sientan arrojados al verse reflejados en otros hombres igualmente capaces de pegar o matar a sus parejas? ¿Sería deseable cambiar el enfoque de esas informaciones, de forma que el precio que tendrán que pagar esos hombres por su violencia pase a ocupar el primer plano del titular?”, se preguntaban.

Con estas cuestiones, que ocho años después no han encontrado una respuesta clara, se estaban planteando al menos dos necesidades: que se refuerce en los medios la información sobre las consecuencias penales para los maltratadores, con el objetivo de disuadir a otros potenciales agresores, por un lado, y que se promuevan estudios fiables sobre los efectos de los distintos tratamientos de estas noticias sobre otras mujeres maltratadas y sobre los agresores, que orienten la actuación de los editores.

2.4. Huir del sensacionalismo

Aunque existe una sensibilidad creciente en los medios de comunicación a la hora de tratar los casos de violencia de género, todavía se cae en la tentación, muchas veces, de aprovechar el morbo de la noticia con fines sensacionalistas. Esto ocurre sobre todo en televisión, y más en programas que en informativos, cuando el objetivo de atraer la máxima audiencia se sitúa por encima de la responsabilidad social del medio.

Por suerte, las recreaciones mediante actores de las escenas reales de violencia han ido desapareciendo de la programación. También se ha avanzado en la protección del derecho a la intimidad de las víctimas. Sin embargo, especialmente en determinados magazines, las informaciones continúan rodeadas de entrevistas inútiles y del todo inapropiadas, principalmente de vecinos del agresor que, con frecuencia, lo califican como un tipo “muy normal” y se muestran sorprendidos con lo ocurrido. En

muchos casos, los testimonios “de la calle” son inducidos por las propias preguntas del periodista. Las personas que se ofrecen a hablar, además, no suelen ser conscientes de la trascendencia de sus palabras y, en general, sugieren hipótesis y opiniones en lugar de dar información fiable y relevante sobre los hechos. Si se trata de familiares o amigos del agresor, también se debe tener en cuenta que son una parte interesada en lo que ha sucedido.

Para huir del sensacionalismo, el decálogo de Público recomienda “evitar las opiniones de vecinos o familiares que no hayan sido testigos directos de los hechos” y “no recoger nunca opiniones positivas sobre el agresor”. Como alternativa, propone ofrecer las aportaciones de “expertos en la materia, priorizando las fuentes policiales y de la investigación”. El diario exige también “no informar con precipitación”, una directriz clave para evitar errores que pueden tener consecuencias muy negativas.

Cabe preguntarse sobre la conveniencia de mostrar los efectos de los malos tratos, y en qué medida no se caería en un morbo fácil. Las heridas, los moratones y los huesos rotos pueden llamar la atención y alertar sobre el problema de la violencia de género, pero también pueden acabar insensibilizando, como hemos visto antes, o aumentar el miedo de las mujeres que sufren abusos. La decisión de lo que se muestra y lo que se oculta debe basarse en criterios de responsabilidad social y no de rentabilidad empresarial. 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 (Rodigou, 2007).

3. Otros actores informativos: las administraciones públicas

Las administraciones públicas se convierten en actores informativos cuando, a través de sus gabinetes de prensa o instituciones especializadas, crean contenidos noticiables que serán difundidos en sus propias plataformas y a través de los medios de comunicación. En el ámbito de la violencia de género, tienen la obligación de aplicar las directrices comúnmente aceptadas y deberían servir como ejemplo en el tratamiento informativo para el resto de actores, considerando que tienen una responsabilidad social tan importante como la de los medios de comunicación, pero no están sujetos, en su actividad informativa, a criterios de rentabilidad empresarial.

Las instituciones deben aprovechar sus canales informativos para hacer llegar a los ciudadanos sus políticas públicas. Tienen que dar a conocer de manera eficaz todos los mecanismos de protección de los que pueden disponer las mujeres maltratadas para salir de su situación, y facilitar herramientas a los medios de comunicación para que trabajen en la misma dirección. En este sentido, por ejemplo, se debe permitir el acceso de los periodistas a entrevistas con cargos públicos y expertos en la materia que aporten información relevante. Estos deben ser conscientes de su posición y de la influencia que ejercen sobre la opinión pública, y estar preparados para abordar el problema de la violencia de género desde la perspectiva apropiada.

Por otra parte, organismos como el Observatorio Aragonés de la Violencia sobre la Mujer tienen entre sus funciones estudiar la evolución de este fenómeno y proponer soluciones para combatirlo. También sirven, por tanto, como fuente pública de información, y pueden ayudar a mantener la atención sobre el problema y reflexionar sobre él de manera constante, y no solamente cuando se producen asesinatos.

3.1. Campañas de sensibilización: Comunicar en positivo

Las administraciones públicas también asumen un rol informativo en las campañas de comunicación que promueven para concienciar a la población sobre la violencia de género. En muchas ocasiones se ha buscado llamar la atención de la audiencia con imágenes duras de mujeres maltratadas, pero en la actualidad se tiende hacia un enfoque más positivo de las mujeres, reforzando la idea de que pueden salir adelante en lugar de tratarlas exclusivamente como víctimas. Un ejemplo de ello es la última campaña del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, titulada “Hay salida”, que pretende transmitir un mensaje de lucha y esperanza⁸.

En su origen, el año pasado, esta campaña tuvo además otro acierto, al escoger a hombres como protagonistas de los spots. Actores reconocidos como Imanol Arias o Juan José Ballesta aparecían diciendo: “Si la maltratas a ella, me maltratas a mí”. De esta forma, se potencia la idea de que la violencia de género no es solo un problema de las mujeres, sino que afecta a toda la sociedad y su erradicación es responsabilidad de todos. Dar la palabra a los hombres podría tener también otro efecto positivo. Los maltratadores no respetan a las mujeres porque las consideran inferiores a ellos. Con este tipo de campañas, es más fácil que perciban el rechazo del conjunto de la sociedad y entiendan que tanto hombres como mujeres condenan su comportamiento.

⁸ Campaña contra la violencia de género del Ministerio de Igualdad en 2013.
<http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas13/haySalida.htm>

4. Conclusiones

La violencia de género es un problema que afecta gravemente a toda la sociedad y tanto los medios de comunicación como las administraciones públicas deben esforzarse por transmitir esa idea a los ciudadanos. Ambos actores tienen una responsabilidad social en el desarrollo de su actividad informativa, aún más importante cuando se trata de un tema sensible como los malos tratos.

Aunque en las últimas décadas se ha logrado visibilizar el fenómeno y concienciar a la población, y se ha avanzado mucho en el tratamiento de la violencia de género, los profesionales de la comunicación continúan enfrentándose al reto de ofrecer una información objetiva sin caer en el sensacionalismo y evitando que la repetición de noticias genere una reacción contraproducente en la audiencia.

En el trabajo periodístico, se debe mantener una consideración especial de los casos de violencia de género, como hecho diferenciado de otros sucesos, cuidar el lenguaje para proteger a las víctimas y responsabilizar a los agresores, y evitar testimonios inapropiados de vecinos y familiares. Tanto en los medios de comunicación como en las campañas públicas de las administraciones, es importante avanzar hacia un enfoque positivo de esta problemática, recordando siempre a las mujeres que tienen las herramientas para salir de una situación de malos tratos.

5. Bibliografía

BOIX, Montserrat (2001). *El tratamiento de la violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación*. Intervención realizada el 12 de octubre de 2001 en el I Congreso Nacional sobre Violencia contra la Mujer, en Gijón.
<http://mujeresenred.net/article.php3?id%20article=314>

DELGADO, Carmen y PLAZA, Juan (2007). *¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación?* En: *Género y comunicación*. Madrid: Editorial Fundamentos (páginas 73-101).

RODIGOU, Maite (2007). *La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación. Transformando las noticias*. Guía realizada en el marco del programa argentino "Ciudades Seguras: Violencia contra las Mujeres y Políticas Públicas" (2007). Editada por CISCESA, Unifem y la Agencia Española de Cooperación Internacional.

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

PÚBLICO. *Público se compromete: Decálogo para informar sobre la violencia de género* (20 de enero de 2008). <http://www.publico.es/espana/39014/publico-se-compromete-decalogo-para-informar-sobre-violencia-de-genero>

SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel (2008). *Violencia machista y medios de comunicación. El tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a mujeres*. Revista Comunicación y Hombre, número 4.

USÓ, Imma. *La violencia de género en los medios: Propuestas para una revisión de las representaciones*. Jornadas de Fomento de la Investigación de la Universitat Jaume I. <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi11/17.pdf>

BOIX, Montserrat (2001). *El tratamiento de la violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación*. Intervención realizada el 12 de octubre de 2001 en el I Congreso Nacional sobre Violencia contra la Mujer, en Gijón.
<http://mujeresenred.net/article.php3?id%20article=314>