

EL TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN

Estudio y recomendaciones en Medios y Publicidad

Teresa Gema Martín Casado



Autora: Teresa Gema Martín Casado.

Edita: Junta de Castilla y León.

Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades.

ISBN: 978-84-9718-677-3

Año 2017.

Presentación

La violencia de género es la más clara manifestación de las desigualdades que aún persisten entre hombres y mujeres. Es un atentado contra las mujeres por el mero hecho de serlo, vulnerando su dignidad e integridad física y psíquica, y atacando sus derechos a la vida, a la seguridad, y a la libertad, que impide avanzar hacia el desarrollo de una sociedad más justa e igualitaria.

Su erradicación requiere una colaboración unánime y un trabajo constante en todos los ámbitos sociales, que nos permita superar una de las principales lacras de nuestra sociedad.

Los medios de comunicación son uno de esos ámbitos, y en él resulta especialmente beneficioso el desarrollo de actuaciones para luchar contra la violencia y la discriminación, ya que contribuyen de forma decisiva a visibilizar el problema y a concienciar a la sociedad.

En el año 2006, la Junta de Castilla y León elaboró el Código para el tratamiento informativo de la violencia de género que fue suscrito por 33 medios de comunicación de la región. Con este trabajo conjunto, se pretendió que las informaciones ofrecidas en materia de violencia de género fueran tratadas de forma más adecuada, concienciando a la sociedad de la gravedad del problema y de la necesidad de rechazar estos comportamientos violentos.

Hoy la sociedad cada vez tiene una mayor conciencia y preocupación respecto a las agresiones contra las mujeres. En este acercamiento al problema, han contribuido de forma determinante los medios de comunicación, cuya labor ha permitido que la violencia de género haya dejado de considerarse un “asunto privado” y empiece a reconocerse como un “problema social”.

Sin embargo aún queda un largo camino por recorrer. Todavía persisten en nuestra sociedad ciertas ideas y actitudes que impiden una convivencia pacífica. Se necesita por ello que los profesionales del periodismo y la comunicación redoblen sus esfuerzos en la mejora del tratamiento de las informaciones sobre violencia de género, para promover el objetivo que todos deseamos: violencia cero.

Por esa razón, la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades ha promovido la elaboración de este estudio con la finalidad de ofrecer una visión completa de cómo se informa sobre la violencia de género en los medios de comunicación, y de cómo estos pueden contribuir a su efectiva erradicación. Para ello, se ha analizado el tratamiento de la información de violencia de género en los medios durante el periodo 2007-2016. Con estas y otras actuaciones se pretende, en definitiva, afianzar la labor de los medios de comunicación como instrumento para lograr una sociedad concienciada contra la violencia de género, que rechace las actitudes de maltrato y contribuya así a erradicar esta lacra social.

ÍNDICE

Presentación	1
1. Introducción metodológica	4
1.1. Justificación del objeto de estudio.	5
1.2. Objetivos.	10
1.2.1. Objetivo General.	10
1.2.2. Objetivos específicos.	10
1.3. Hipótesis de partida.	11
1.4. Metodología y estructura del estudio.	11
1.4.1. Parte teórica.	11
1.4.2. Parte empírica.	12
2. Estado de la cuestión. Hacia la comprensión de los conceptos de género y violencia de género y su relación con los medios de comunicación.	17
2.1. Acercamiento al concepto de género.	18
2.2. Género y medios de comunicación. El poder de los medios.	23
2.3. Situación de la mujer a comienzos del siglo XXI. La mujer y su lucha histórica.	28
2.3.1. Breve recorrido histórico de la situación social de la mujer.	28
2.3.2. La mujer en la España actual.	33
2.3.3. La cuestión de género en la Comunidad de Castilla y León.	35
2.4. Aproximación al Concepto de Violencia de Género y situación actual	40
2.4.1. Concepto de Violencia de Género.	40
2.4.2. Situación actual de la Violencia de Género y campañas de concienciación.	43
2.5. Políticas Públicas frente a la Violencia de Género.	63
2.5.1 Legislación y políticas concernientes a Igualdad de Género y Violencia de Género. Regulación en los medios	63
3. El tratamiento de la Violencia de Género en los Medios de Comunicación de Castilla y León.	75
3.1. Búsqueda de un referente científico	76
3.1.1. Análisis de contenido.	76

3.1.2.	La entrevista en profundidad.	78
3.2.	Planteamiento de la investigación.	79
3.2.1.	Objeto de estudio.	80
3.2.2.	Hipótesis.	80
3.2.3.	La muestra de análisis tomada para el análisis de contenido.	81
3.2.4.	Datos generales analizados. La noticia, la unidad de análisis	84
3.2.5.	Análisis del cumplimiento del Código para el tratamiento informativo de la violencia de género.	92
4	Resultados de la investigación: prospectiva de Violencia de género en Castilla y León a través del análisis de la información.	95
4.1	Examen de los resultados sobre datos generales estudiados de la noticia. Análisis técnico.	96
4.2	Resultados del análisis figurativo.	107
4.3	Resultados del análisis textual.	113
4.4	Análisis del seguimiento del <i>Código para el tratamiento informativo de la violencia de género</i> .	115
4.4.1	Conclusiones al análisis del cumplimiento del Código.	139
4.5	Resultados de la entrevista en profundidad con los profesionales de los medios.	142
4.6	Resultados de la entrevista en profundidad con personal universitario investigador de temáticas de igualdad de género.	149
5	Conclusiones finales. Resumen	155
5.1	Conclusiones generales	156
5.2	Recomendaciones para el tratamiento mediático de la Violencia de Género.	159
5.2.1	Consideraciones tras lo analizado.	159
5.3	Propuestas para la mejora del tratamiento Informativo de la violencia de género en los medios de comunicación y la publicidad.	174
6	Fuentes	182

1. Introducción metodológica

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Si observamos los medios de comunicación, nos damos cuenta de que la sensibilización hacia la Violencia de Género, luchar contra este tipo de violencia, tenerlo como noticia, se ha convertido casi en un objetivo básico de los medios a comienzos de este siglo en su primera y segunda década, con especial relevancia en el momento actual. Los medios, a través de sus profesionales, manifiestan la repulsa a este tipo de violencia, ejerciendo un importante valor, ya que son personas conocidas, en muchos casos referentes sociales.

Sin embargo, a pesar de la clara manifestación de la opinión pública contra este tipo de violencia, los datos indican que el problema no decrece, y que la Violencia de Género sigue muy latente, en muchos casos aún silenciada, y gran protagonista de la realidad de la mujer, también en este siglo.

Si tenemos en cuenta este tema en toda su amplitud, somos más conscientes de su complejidad.

Es importante entender que la Violencia de Género no se refiere exclusivamente a violencia física, ni a las víctimas mortales, sino que abarca todo tipo de conductas violentas hacia una mujer, ya sean físicas, psicológicas, sexuales, económicas, etc., ejercidas por el mero hecho de ser mujer. Son claros los datos que ocupan mayor protagonismo mediático, los referidos a los casos más extremos, aquellos que terminan con la vida de la víctima a manos de su agresor, ahora asesino; el resto de datos son menos conocidos o menos divulgados mediáticamente.

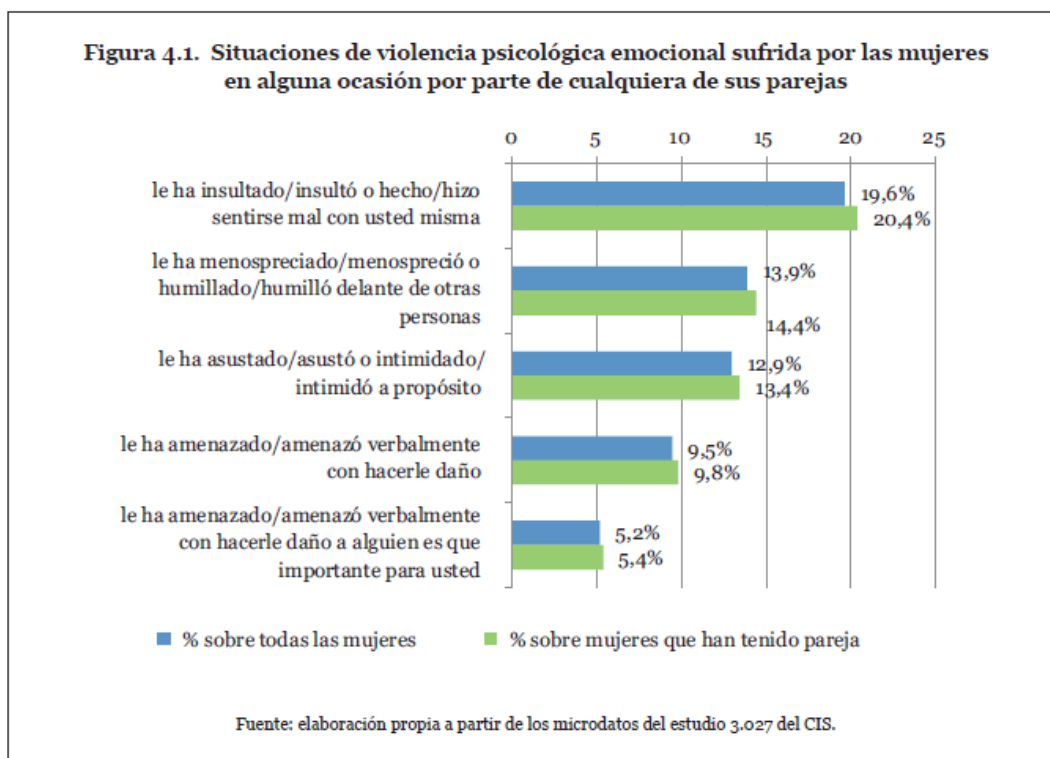
En España han sido asesinadas por violencia de género 73 mujeres en 2010, 61 en 2011, 52 en 2012, 54 en 2013 y 2014, 60 en 2015 y 44 en 2016. Un dato al que debemos unir los miles de mujeres que denuncian cada año esta situación, 124.893, en 2013 como el año con la cifra menor, y 142.125 en 2008¹ y 142.893 en 2013 y 2016 respectivamente como años con mayor número de denuncias respectivamente, dato que se incrementa, pero que pudiera ser no del todo negativo, por ser el resultado de una mayor reacción ante el agresor, menor silencio, y por tanto mayor concienciación hacia la denuncia, es decir mayor visibilidad del problema. A lo que de debemos sumar el temor de las que viven con orden de alejamiento, y las que ocultan su realidad tras el silencio.

¹ Datos extraídos de Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Marzo de 2016.

Datos que nos indican que debemos reforzar cualquier acción de ayuda hacia este tipo de violencia, la clara necesidad de educar en su rechazo, mejorar su conocimiento y detección precoz. Una realidad que demuestra que aunque se estén llevando a cabo más acciones de apoyo que nunca, aún queda tarea por hacer.

Veamos el siguiente gráfico que nos permite conocer, según la Macroencuesta de Violencia contra a Mujer que se elaboró desde el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, el porcentaje de mujeres que han sufrido a lo largo de su vida algún tipo de violencia machista, en este caso psicológica, la más sutil, normalizada, y por ello muy peligrosa si no se concientiza sobre su existencia. Su continuidad puede suponer un aumento también de intensidad si no se detecta e intenta parar.

Gráfico 1. Otros tipos de violencia sufridas por mujeres



Fuente: Macroencuesta de violencia contra la Mujer, 2015.

Pero veamos otros datos también relevantes, existentes y en menor medida difundidos por los medios de comunicación, lo que de alguna manera, como todo tema que no se difunde, lo hace menos importante y sobre todo desconocido en su realidad total. Nos referimos, por ejemplo, al número de mujeres que con denuncia tienen atención policial, que son miles como vemos en el gráfico siguiente. Hemos encontrado que se da mayor relevancia a los casos de violencia con final de muerte, es decir a las víctimas mortales, por tanto serán los casos de los que hemos podido hacer un mayor

seguimiento, el resto de informaciones es menos habitual, pero sí existente, observándose un incremento en estos últimos años.

Gráfico 2. Mujeres víctimas con atención policial

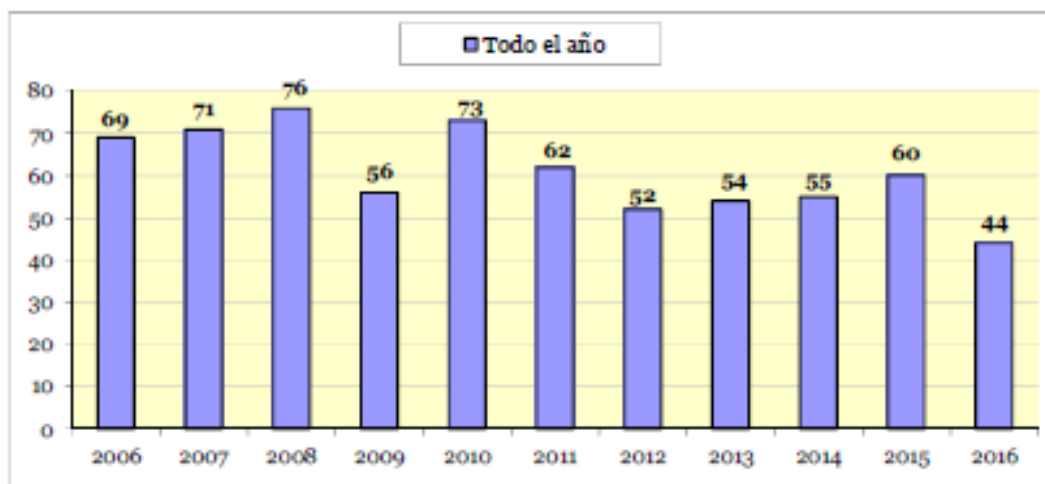
Datos a 31 de diciembre de 2015.

	Casos activos	Valoración de riesgo					
		No apreciado	Con Protección Policial	Nivel de riesgo			
				Bajo	Medio	Alto	Extremo
TOTAL	52.005	35.392	16.613	13.576	2.930	100	7
Andalucía	14.198	9.250	4.948	4.030	898	20	0
Aragón	1.311	979	332	299	33	0	0
Asturias, Principado de	1.116	782	334	261	71	2	0
Baleares, Illes	2.016	1.535	481	366	113	2	0
Canarias	4.127	2.074	2.053	1.870	179	4	0
Cantabria	648	407	241	178	61	2	0
Castilla y León	2.458	1.815	643	538	96	9	0
Castilla-La Mancha	2.743	2.165	578	499	73	5	1
Comunitat Valenciana	8.266	5.896	2.370	1.894	460	15	1
Extremadura	1.527	897	630	448	172	10	0
Galicia	2.934	1.978	956	727	216	10	3
Madrid, Comunidad de	7.002	5.508	1.494	1.225	263	6	0
Murcia, Región de	2.398	1.291	1.107	931	172	3	1
Navarra, C. Foral	695	487	208	150	49	8	1
Rioja, La	337	174	163	99	60	4	0
Ceuta	129	111	18	15	3	0	0
Melilla	100	43	57	46	11	0	0

Fuente: IX Informe del Observatorio de Violencia sobre la Mujer 2015

Este estudio analizará los casos que han sido tratados como información en los medios de comunicación, nos referimos a los casos de víctimas mortales, hasta 2015², añadiendo en 2016 y 2017 entrevistas y actualizaciones que completan el estudio.

Gráfico 3. Datos estadísticos víctimas mortales.



Fuente: Ministerio de sanidad Servicios Sociales e igualdad³

² Cerrándose en enero de 2017 tras conocer los resultados totales de 2016 y realizar alguna última entrevista.

Los datos referidos a violencia de género no pasan desapercibidos ante nadie; por ello, lo expuesto, y por cuanto se manifiesta a continuación, creemos que es justificado cualquier estudio que pueda contribuir a disminuir, aunque fuera en una, las víctimas de este tipo de violencia.

La Junta de Castilla y León elaboró en 2006 el “Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género”, con el objetivo de contribuir a aminorar el problema del maltrato, tratándolo de modo adecuado en los medios, para así lograr una imagen más adecuada y dignificada de la mujer, así como del problema que esto supone ante la sociedad.

Los medios de comunicación de la región mostraron su voluntad de cumplirlo para ayudar con ello a las instituciones públicas a cumplir con sus objetivos sociales, en este caso concernientes a la violencia de género.

Pretendemos, pues, observar el uso de este código, detectando los posibles errores, marcando nuevas pautas de acción y formación, de modo que ayuden a la sociedad a concienciarse con el problema, entendiéndolo como causa social común a todos y todas, no sólo de unos pocos.

Para ello, será necesario comenzar con una introducción teórica que nos acerque al concepto y a la valoración de la violencia de género como problema. Será preciso conocer cómo se está tratando esta temática en los medios, para ello analizaremos las noticias concernientes al tema y se añadirán una serie de recomendaciones, que nos permitan aportar alguna mejora.

La violencia de género es una realidad que va más allá de los casos mortales, son muchas las mujeres que sufren malos tratos de modo físico, sexual, y/o psicológico. Conocer cómo los medios tratan este tipo de informaciones, y contribuir a su mejora, es el principal objetivo de este estudio. Un mejor tratamiento mediático implicará una mayor y más adecuada concienciación social del problema, lo cual lleva implícito una mejora y ayuda ante este tipo de violencia. No debemos olvidar que los medios actúan como

³ Gráfico obtenido de : <http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/home.htm> [visitado el 9 de enero de 2017]

agentes educadores y socializadores ante cualquier tema. Contribuyen igualmente hacia una mayor información del problema, siendo así una alternativa de ayuda.

Para alcanzar el objetivo perseguido será necesario conocer cómo los medios nos transmiten este tipo de informaciones y cómo esto se lleva a cabo; no olvidemos que los medios de comunicación tienen un gran poder social y el modo en que nos cuentan las noticias, qué cuentan y el tratamiento que le dan, influye enormemente en la credibilidad de éstas, así como en la imagen que nos forjamos de los hechos y de sus protagonistas: hombres y mujeres.

En España no tuvimos conciencia del problema hasta la aparición, en el medio televisivo, de las declaraciones de Ana Orantes⁴, de una excepcional crudeza, lo que con su posterior asesinato, hizo que un amplio sector 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 hacia mujeres en los seis meses precedentes, lo que fue el detonante de la creación de nuevas políticas y leyes que amparasen esta causa. El asesinato de Ana Orantes, y su repercusión social, supuso la necesidad de plantear nuevas medidas, incitando a que el Gobierno anunciase la reforma del Código Penal en materia de violencia doméstica e instase a las víctimas a denunciar.

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. El tratamiento informativo en un principio era cuestionable, por exceso de sensacionalismo. Hoy, las personas expertas en esta temática⁵, 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.

⁴ Ana Orantes Ruiz, de 60 años, falleció el día 17 de diciembre de 1997 a manos de su ex marido José Parejo Avivar, tras contar en televisión trece días antes, en el programa: “El diario de Patricia”, de Tele5, cómo éste la maltrató durante todo su matrimonio. Su muerte despertó la repulsa social acrecentada por la brutalidad de ésta, quemada tras ser rociada en gasolina. Fue el primer testimonio televisivo de este tipo de actos.

⁵ Basado, también, en las entrevistas en este estudio.

Sin embargo, el tratamiento de esta clase de informaciones sigue presentando numerosos elementos de distorsión que pueden apartar la atención respecto al problema en sí: la violencia de dominación que se ejerce contra las mujeres. Por ello es beneficiosa la elaboración de manuales, códigos, o guías, que faciliten la labor de los profesionales de la comunicación, tal y como se pretende desde este trabajo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

El objetivo del presente trabajo no es otro que conocer el actual uso que se otorga a la información referida a la temática de Violencia de Género, para con ello contribuir a un mejor tratamiento mediático de las informaciones referentes a este tipo de violencia; preocupándonos especialmente la mujer víctima de Violencia de Género. Se pretende marcar pautas de mejora frente al tratamiento de la información por parte de los medios y la publicidad, basándonos en la realidad observadas en ello, y el compromiso, por parte de la mayor parte de los medios castellano leoneses, de seguimiento de los Códigos dictados, siendo la observación sobre el cumplimiento del "Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género" impulsado por la Dirección General de la Mujer de Castilla y León en 2006. En definitiva, conseguir una mejora en comunicación con enfoque de género.

1.2.2 Objetivos específicos

- Definir los conceptos de Género y de Violencia de Género.
- Valorar la situación de la Violencia de Género como problema a través del análisis de los medios de comunicación para:
 - Conocer con exactitud la representación de hombres y mujeres en las noticias referidas a Violencia de Género.
 - Estudiar el tratamiento informativo que se le da a este tipo de noticias.
 - Conocer cómo los medios cumplen con las pautas marcadas desde el Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género establecido en 2006.

- Hacer una propuesta de mejora, en función de los resultados obtenidos del estudio de seguimiento del Código para el tratamiento informativo de la Violencia de Género.
- Hacer una propuesta de mejora en mensajes persuasivos publicitarios.

1.3 HIPÓTESIS DE PARTIDA

Consideramos que los medios de comunicación de esta Comunidad Autónoma cumplen mayoritariamente con el seguimiento de las pautas marcadas desde el código para el tratamiento informativo de la Violencia de Género de 2006, así como manifiestan igualdad de género en el tratamiento del texto y la imagen de los mensajes, no obstante, con el fin de asegurar estas premisas, estudiaremos el seguimiento de estas noticias, y mensajes, y su adaptación al código, marcando, en caso necesario, alguna medida correctora.

1.4 METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

Una vez marcados nuestros objetivos e hipótesis, indicaremos la metodología que ha sido llevada a cabo para alcanzar nuestro propósito. En este apartado simplemente expondremos las partes del estudio y la aportación de cada una de ellas. Posteriormente, en el desarrollo de dicho trabajo, obtendremos la información pretendida.

1.4.1 Parte teórica

Con el fin de ubicar el problema correctamente, haremos una revisión de los siguientes aspectos:

- Primeramente será necesario acercarnos al conocimiento del concepto de Género, pues es la base de nuestro estudio. Será importante concretar el significado que se desprende de éste y su unión con el concepto de Violencia.
- Será importante, en este estudio, conocer, la influencia de los medios y su poder como agentes socializadores, pues partimos de una supuesta influencia social en la construcción de la imagen de género. Por ello, necesitamos explicar su “poder”, para así

entender la necesidad de tratar adecuadamente el uso del lenguaje y las representaciones de Género, y Violencia de Género.

- El tema abordado de modo concreto en este análisis es la Violencia de Género, por ello será necesaria una aproximación al concepto, así como conocer la situación real de este tipo de la Violencia en el ámbito de estudio, el regional, y aún más amplio, el nacional.

- El término Violencia de Género está arraigado a la situación de sumisión a la que la mujer históricamente ha estado sometida. Para entender esto será necesario llevar a cabo un rápido acercamiento histórico a la realidad social de la mujer, con el fin de poder entender del mejor modo las causas de su “situación actual”.

- La realidad concerniente a desigualdades de género, toma protagonismo en la sociedad, la política y legislación de las primeras décadas del siglo XXI. Para entender mejor la magnitud de esta situación será necesario un acercamiento a dichos temas, así entenderemos adecuadamente el momento de creación del Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género y la necesidad de mejoras en este ámbito, tal como proponemos.

1.4.2 Parte empírica

La parte empírica estará basada en dos metodologías de investigación: el método de análisis de contenido y la entrevista en profundidad, la cual se llevará a cabo con responsables de medios y personas expertas en temática de género. Respecto al análisis de contenidos, analizaremos las noticias informativas referentes al tema objeto de estudio: el tratamiento de la Violencia de Género. Explicamos a continuación ambos métodos:

A) Análisis de Contenido

El análisis de contenido, entendido como un método de investigación formal, se refiere a una forma concreta de investigación en comunicación, la cual puede llevarse a cabo desde varios enfoques: análisis del emisor (control de quién dice o transmite algo); análisis del contenido (el qué decimos y cómo lo decimos, que es en este caso el que nos concierne); el análisis de los efectos, referido a las consecuencias económicas, psicológicas, sociales... (Eguizábal,1990:67).

Esta técnica se considera que fue utilizada por Lasswell en la década de los treinta, y en 1950 por Bernard Berelson, quien la definió como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantificable del contenido manifiesto de la comunicación” (Rodríguez Soto, 1997:244). Características que, sin duda, hacen del análisis de contenido un método científico. (Martín Casado, 2010)

Para ello se analizará el tratamiento de la noticia referente a malos tratos en una muestra representativa de los 33 medios de Castilla y León, firmantes del Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género, datos recogidos desde enero de 2007 hasta junio de 2010, en una primera fase, y noticias de 2014 a 2015 en una segunda; analizadas, a su vez, sobre una muestra de las noticias publicadas o emitidas sobre este tema en los medios firmantes; sobre ellos llevaremos a cabo un análisis de la imagen y del texto, para determinar un uso correcto, o no, de cada una de las partes. Para poder concretar en los datos buscados, adelantamos los indicadores que se analizarán de cada medio, que serán, de modo esquemático en este apartado, los siguientes⁶:

a) Datos generales:

- Fecha de la noticia.
- Sección. Bloque en que aparece la noticia.
- Tratamiento que se le da a la noticia: Informativo, sensacionalista, otro.
- Sexo del periodista.

b) Análisis figurativo: estudiar la representación de hombres y mujeres en la noticia. (Codificación de la información, tratamiento estadístico).

- Nº de mujeres aparecidas.
- Nº de hombres.
- Sexo del protagonista de la noticia.
- Ocupación en plano de mujeres.
- Ocupación en plano de los hombres.
- Roles de hombres y mujeres.

⁶ Cada uno de estos indicadores se explicarán exhaustivamente en la parte empírica. En este apartado sólo pretendemos plasmar a grandes rasgos la metodología de trabajo.

c) Análisis textual:

- *Sobregeneralización* (uso del genérico masculino)
- *Sobreespecificación*.(uso del femenino cuando son ambos sexos)
- *Estereotipación*. (tratamiento diferenciado por ser hombre o mujer)⁷

d) Análisis del seguimiento, por parte de los medios, del Código Informativo para el Tratamiento de la Violencia de Género. Una observación que nos permita conocer la adaptación de la información a este Código en cada una de sus doce indicaciones.

- 1- ¿Se manifiesta en la información la violencia como algo más que un delito: un daño a los derechos humanos?
- 2- ¿Se presenta como un problema que afecta a todos? (no sólo como hecho aislado y tampoco sólo como de mujeres).
- 3- ¿Encontramos noticias positivas y exitosas sobre el maltrato?
- 4- ¿Se añade información sobre puntos de apoyo y asesoramiento?
- 5- ¿Se aporta información técnica que aporte mayor credibilidad a la noticia?
- 6-¿Se añade información innecesaria que contribuye a pensar en algo de culpabilidad de la víctima?
- 7- ¿Se presentan personas en situación de tensión emocional?
- 8- ¿Se percibe respeto y apoyo social hacia la víctima?
- 9- ¿Se presenta la información sobre el agresor como injustificada?
- 10-¿Se percibe manifestación del medio en contra de este tipo de comportamiento?
- 11- ¿A qué tipo de Violencia se refiere la información?
 - Física.
 - Sexual.
 - Psicológica.
- 12- ¿Encontramos en los medios programas informativos que ayuden a erradicar la violencia de género?

⁷ Metodología utilizada para tratar el sexismo en el texto ya en trabajos anteriores (Martín Casado, 2010,...)

B) Entrevista en profundidad

Este método se llevará a cabo con el fin de recoger posibles propuestas y recomendaciones de quienes “se enfrentan” directamente a este tema en cada caso. Pretendemos llevar a cabo una investigación basada en la información que nos puedan aportar los responsables de los medios y quienes son personas expertas conocedoras de la temática de género.

Debemos tener en cuenta que la entrevista en profundidad es una técnica cualitativa que nos permite obtener información sobre el marco de referencia del individuo y su visión del problema, a través de una comunicación directa y profunda entre entrevistador y entrevistado.

a) Para ello los puntos tratados en la entrevista serán los siguientes:

1. Concepto de Violencia de Género.
2. Cercanía de Violencia de Género o hecho mediático.
3. ¿Cómo se está ofreciendo esta información?.
4. Consideración de la cantidad de informaciones referentes al tema.
5. ¿Dónde ubicar las noticias referidas al tema en los informativos?.
- 6- ¿Qué resaltar y qué dejar de modo superfluo?
7. Conocimiento de sus opiniones, actuaciones posibles, disposiciones de colaboración,...
8. Conocer si ofrecen información positiva.
9. Posibles propuestas.

b) Encuentros igualmente con profesionales universitarios, personal Docente e Investigador especializado en la temática de género.

Opinión y posibles sugerencias sobre el tratamiento mediático de la Violencia de Género. Tratando los siguientes puntos en la entrevista:

1. Concepto de Violencia de Género.
2. Sentimiento de cercanía hacia el tema.
3. ¿Cree que se trata adecuadamente en los medios?
4. ¿Se habla la cantidad suficiente?

5. ¿Dónde debería ir ubicada la noticia?
6. ¿Qué se puede hacer para mejorar?
7. ¿Qué resaltar y qué "dejar" de modo superfluo?
8. Opinión del tema en general.
9. Actuaciones a las que está dispuesto/a.

Una vez recogida toda la información derivada de la aplicación del análisis de contenido y de las entrevistas se tratarán las conclusiones referentes a tres aspectos fundamentales:

1. Tratamiento de las informaciones periodísticas aparecidas en los medios. La importancia de la aparición de lo masculino frente a lo femenino.
2. Cumplimiento de normas deontológicas de igualdad y carencia de sexismo.
3. Cumplimiento del código para el tratamiento informativo de la Violencia de Género.

C) Necesidades

Una vez definidas las propuestas, determinaremos las necesidades para implantar dichas medidas de forma eficaz.

D) Acciones

Como resultado de esta investigación se marcarán, en caso necesario, las acciones y medidas pertinentes para corregir las desviaciones detectadas así como se definirán las propuestas para implantar dichas medidas de forma eficaz, tal y como se depende de las necesidades marcadas.

**2. Estado de la Cuestión.
Hacia la comprensión de los conceptos
de género y Violencia de Género y su relación
con los Medios de Comunicación**

2.1 ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE GÉNERO

Es importante, en la introducción de este trabajo, dejar clara la diferencia entre los conceptos sexo y género, y la importancia que tiene este segundo en la actualidad para lograr el alcance de la igualdad entre hombres y mujeres como base para entender el concepto de violencia de género. Para ello, intentaremos aproximarnos a estos conceptos de modo aclaratorio y explicativo a la vez.

Para entender el concepto "género" debemos diferenciarlo del "sexo", referido éste último sólo a los rasgos biológicos y anatómicos de la mujer por el hecho de nacer así: mujer. Antropológicamente, la diferencia sexual constituye la base de la organización de la sociedad, distinguiéndose en el ser humano el sexo masculino y el sexo femenino que los convierten en hombre y mujer respectivamente. (Puleo, 2000)

El concepto de género originalmente se refería a una clase gramatical para dividir los nombres sustantivos según pertenecieran a uno u otro sexo (género masculino y femenino). Sin embargo, una nueva acepción del término comenzó a utilizarse en Estados Unidos en los años setenta, en el siglo XX, en el ámbito de las ciencias sociales a partir de la publicación en 1975 de *The Traffic in Women* de Gayle Rubin. Desde este momento, género también denomina un “conjunto de comportamientos y relaciones con los que cada sociedad transforma la sexualidad biológica en un conjunto de pautas implícitas y explícitas que rigen las relaciones entre mujeres y hombres, y según las cuales se atribuyen a unas y otros distintas tareas” (Areste, 2003: 25). Por tanto, podemos concluir que la realidad social es sexuada.

El concepto género no es un concepto estático, ni universal, sino que está formado por la realidad cultural que la sociedad le aporta al sexo femenino o masculino, por serlo anatómicamente. Esta construcción determinará, en cada época y cultura, gran parte del tratamiento de la persona, en cuanto a su sexo, (sexo-género) ya que marcará su rol, estatus, estereotipo,... y por supuesto su identidad.

“Cuando miramos a una persona distinguimos su sexo por la apariencia. Asumimos que tendrá un conjunto de características, capacidades, comportamiento, según su género: masculinidad o feminidad. Sexo y género son usados como términos

descriptivos o categorías sociales que crean diferencias fundamentales en la sociedad occidental". (Howson, 2003: 39)⁸

Existen diferencias biológicas entre masculino y femenino, pero no son suficientes para justificar las diferencias sociales y laborales entre ellos. Según el feminismo, la sociología clásica asumía estas diferencias como algo biológico, lo que se refutó mostrando los cambios que ha habido a lo largo de la historia y la geografía en la división del trabajo por sexos y las disposiciones de género.

Había que distinguir entre género y sexo, entre diferencias biológicas y las creadas por disposiciones sociales. Según esta ideología el sexo es físico, inmutable y natural. Cuestión de anatomía y biología, que clasifica a cada individuo como masculino o femenino. Por el contrario, el género se refiere a las diferencias psicológicas y sociales establecidas entre hombres y mujeres, que varían con las culturas. Las diferencias no son inherentes sino aprendidas.

En la explicación del género como constructor social, la autora Alicia Puleo, (2000) deja muy clara esta cuestión basándose en el rol o papel de la mujer, refiriéndose al lugar que ocupa dentro del sistema social. Es obvio analizar el rol o papel que representa el género femenino, ya que distintos enfoques feministas tratan como fundamental la división sexual del trabajo, característica del género femenino por su rol. Roles que cambian a lo largo de la historia y la geografía pero que en ningún momento reflejan una igualdad entre el género femenino y masculino.

Como ejemplo de roles de género podemos tomar las divisiones de trabajo, donde las tareas consideradas propias de la mujer se dan en el ámbito de lo privado (domésticas, reproductivas, y lo referente a este entorno) y las considerados propias del hombre, en el ámbito de lo público (ámbito laboral, político...). Añadiendo al primero, el ámbito de la mujer, un trabajo no reconocido ni remunerado, y al segundo, el del hombre, una labor totalmente reconocida socialmente y remunerada. Las decisiones tomadas desde el ámbito de lo público afectan al ámbito de lo privado, discriminándolo y dando así sólo valor al público. A lo largo de la historia las mujeres no han estado representadas, ni contempladas en sus códigos y leyes, no en lo público.

⁸ Traducción de la autora

“Económicamente hombres y mujeres constituyen casi dos castas; en igualdad de condiciones, los primeros tienen situaciones más ventajosas, salarios más elevados, más oportunidades de triunfar que sus competidoras recientes; los hombres ocupan en la industria, la política, etc., mayor número de puestos y siempre son los más importantes” (Beauvoir, 2002: 55).

El movimiento feminista de los 60 y los 70 y el pensamiento que trajo consigo, influyó en las disciplinas académicas. En humanidades y ciencias sociales comenzaron a considerar cuestiones de género. Una de las primeras preocupaciones de la sociología feminista fue resolver el conflicto implícito entre los conceptos de género y sexo (Howson, 2003: 40). Los estudios de género, surgen entonces, a partir de los años 70 en EE.UU.; concepto introducido primeramente en los países anglosajones, y acuñado en España en los años 80, donde las áreas de sociología, educación, salud, política, historia, filosofía,... le aportan los más ricos estudios a este ámbito.⁹

Harold Garfinkel afirmó en 1967 que en las sociedades occidentales la actitud natural hacia el sexo y el género tiene 3 características fundamentales:

- 1- El cuerpo humano se clasifica entre dos sexos mutuamente excluyentes, a cada uno de los cuales se le suponen unas características, comportamientos y actitudes sociales ligados al género o indicadores de éste: masculinidad o feminidad. Pero las ambigüedades físicas o psicológicas existentes indican que ni el sexo ni el género son inherentes al individuo sino interpretaciones sociales (Kessler y McKenna, 1978).
- 2- El sexo es invariable y científicamente determinable. Se rechazan las ambigüedades.
- 3- Los sexos son complementarios y se presupone la equivalencia entre sexo y sexualidad, la atracción por el sexo opuesto. Garfinkel (Howson, 2003).

⁹ Algunos autores como Poulain de la Barre, ya en el siglo XVII, publica textos en los años 1673,1674 y 1675, donde critica la inferioridad de las mujeres, este autor hace alusión a una desigualdad que iba más allá de lo natural, es una desigualdad que se manifiesta en lo social y político. Reclama la igualdad para la mujer en sus obras: “Sobre la igualdad de los sexos”, “Sobre la educación de las damas para la conducta del espíritu en las ciencias y en las costumbres”, “Sobre la excelencia de los hombres contra la igualdad de los sexos”. (Cobo, 2000).

Los teóricos feministas recogen el descubrimiento del género como cuestión social que quedó anticipada en la Ilustración, tal como enuncia Amelia Valcárcel, el individuo descubre de modo individual y colectivamente que la desigualdad es un hecho histórico. (Cobo, 2000).

Rousseau, autor que hace una crítica a la desigualdad social, política y económica, es consciente de la situación de opresión a la que se ven sometidas las mujeres. Contradictoriamente no toma conciencia activa, ve la sociedad dividida en dos sexos y es el primero en asignar dos espacios: el público, y el privado y doméstico, otorgando el primero, el público, al varón y el segundo, el privado, a la mujer. Dando al primero todo el ámbito de poder y al segundo la sumisión. (Puleo, 2000).

En 1949 aparece la autora pionera en publicar una reflexión sobre la situación social de las mujeres y considerada por muchos la persona que da base firme al concepto de género y del feminismo: Simone de Beauvoir. Destaca en este año su libro *El segundo sexo*, donde escribe: “que no se nace mujer; se llega a serlo. Ningún destino biológico, psíquico o económico define la figura que reviste en el seno de la sociedad la hembra humana; es el conjunto de la civilización el que elabora ese producto... al que se califica de femenino”. (Beauvoir, 2002: 99).

La distinción entre sexo y género tiene importancia por varios motivos:

Estudios sociológicos han mostrado grandes diferencias en educación académica entre chicos y chicas. Podrían deberse a que son tratados de distinto modo por los educadores, o a que perciben ciertas profesiones como “de chicas o de chicos”, pensando en las futuras posibilidades de empleo, cuando tengan que elegir. (Subirats, 2013)

Cuando sexo y género son considerados una misma cosa, es fácil justificar que ciertas diferencias sociales se deban al hecho de ser mujer.

La distinción entre género y sexo mostró que las diferencias sociales, económicas y políticas entre hombres y mujeres no son una consecuencia de sus diferencias biológicas, sino del contexto social.

A mediados del siglo XX era común, tanto en el discurso popular como en el académico, explicar las diferencias sociales entre hombres y mujeres, como los diferentes tipos de trabajo desempeñados según el sexo, entendiendo que eran consecuencia de las diferencias biológicas, algo natural.

Ann Oakley (1972) fue una de las primeras sociólogas en desafiar estas creencias al introducir la distinción conceptual entre género y sexo: mientras el sexo se refiere a las diferencias físicas, genitales, como primer argumento para clasificar a la gente, el género se refiere a las diferencias establecidas entre hombres y mujeres en lo psicológico, social y representativo. Por tanto, este último es determinado por la sociedad y culturalmente variable.

El género, es decir, la masculinidad o feminidad, ha tenido diferentes significados según las épocas o culturas.

A pesar de la importancia que los sociólogos dan al género como socialmente determinado y no biológico, apenas se ha aplicado al cuerpo humano este argumento. Es decir, si el género depende de la variación cultural, ¿qué misión desempeña el cuerpo en la determinación social del género y en los cambios en los conceptos de masculinidad y feminidad? Podríamos decir que el cuerpo es el primer elemento tomado en cuenta para definir el género, en función a él la sociedad atribuye una serie de roles que definirán posteriormente el género.

Como vemos, esto es la base del concepto actual de género, algo más de lo que se nace, la mujer se hace, por causas del entorno social y cultural que la rodea. Idea básica que apoya el concepto y que sin duda Simone de Beauvoir fue la primera en plantear con claridad en su bibliografía, lo cual no quiere decir que en la realidad social en ese momento se tomaran muy en serio estas nuevas teorías.

“Todo lo que han escrito los hombres sobre las mujeres es digno de sospecha, porque son a un tiempo juez y parte”, dijo en el siglo XVIII Poulain de la Barre, feminista poco conocida (Beauvoir, 2002: 56).

Pero continuando con la evolución del concepto: cuando surge lo que las feministas teóricas consideran como “segunda oleada del feminismo”, a finales de los años sesenta, lo que se pensaba en la mayoría de las sociedades industriales es que la

discusión entre lo masculino y lo femenino era fundamentalmente un “hecho de naturaleza biológica”; pero al empezar esta segunda oleada del movimiento feminista se rompió con esta creencia ya que no permitiría ningún cambio en las diferencias sociales. A finales de los años sesenta, las feministas recurrieron a la idea de conformación social; se debía dar un valor social a lo masculino y lo femenino. En este momento el término género simplemente pretendía limitar el concepto sexo, no sustituirlo, como ha ocurrido realmente¹⁰.

Las ideas culturales sobre el género pueden conformar nuestra comprensión del cuerpo humano. La conducta corporal, gestos, movimientos significativos para las relaciones, dependen de las imágenes sociales de género, no son sólo innatos. Así el género se convierte en una práctica diaria que refuerza las diferencias. (Morgan, 1986). Diferencias que percibimos en nuestra experiencia directa e indirecta, a través de los medios de comunicación, los cuales tienen un gran poder de influencia en la forma en que la sociedad percibe y define el género, afirmación fundamental sobre la que se basa y pretende influir el presente estudio.

2.2 GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. EL PODER DE LOS MEDIOS

Las imágenes que provocan reacciones por parte de grupos de personas, o de individuos que actúan en nombre de grupos, constituyen la Opinión Pública con mayúsculas. (Lippmann, 2003: 42)

Fue en 1963 cuando Betty Friedan saca por primera vez a la luz, lo que ella consideraba, la responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción de la feminidad. Desde entonces nadie duda del poder de los medios en la construcción de las identidades de género. Hombres y Mujeres son más que un sexo, son géneros diferenciados por cuanto construye nuestra realidad social, en muchos casos forjada en gran medida por la información recibida de los medios de comunicación.

¹⁰ Para definir el “sistema sexo/género”, Gayle Rubin en su artículo “The traffic in women”, cita que el género es: “aquel conjunto de convenciones en las que se apoya la sociedad para transformar la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y dentro de las cuales se satisfacen esas necesidades sexuales transformadas”. (Tubert, 2003, 159). Vemos así cómo se acepta que el carácter no emana de la biología, sino que es una construcción social, pero totalmente relacionada con lo biológico, como se indicó en el inicio del capítulo

Por ello es necesario conocer el tratamiento de género en la información y publicidad referente a violencia de género, para con ello poder conocer la imagen de género que se da de los protagonistas en este tipo de informaciones, de modo más certero.

En la prensa de nuestro país el tratamiento y visibilización de la violencia de género por las páginas de los periódicos hasta comienzos de los años ochenta, fue casi inexistente, por eso ahora es momento de conocerlo con exactitud, ya que el trato que demos a este tipo de información incide en la imagen de género y con ello en la acción de maltrato.

El detonante que dio visibilidad a este problema fue el asesinato de Ana Orantes, a manos de su exmarido, el 17 de diciembre de 1997, a los trece días de aparecer en el programa de Tele 5, *El diario de Patricia*, tal y como señalamos en la justificación del objeto de estudio. Desde entonces, los casos de Violencia de Género son seguidos por los medios de comunicación, lo que ha supuesto concienciación y alarma social frente a la temática, debido a su frecuencia de aparición. Por ello, cómo se presentan este tipo de noticias es un factor determinante ante la imagen social forjada sobre este tipo de violencia.

En una encuesta a la población europea y española, a la pregunta sobre el origen de la información que poseen sobre el tema referido a Violencia de Género: el 97% de las personas responde que la obtiene de la televisión, el 49,7% de los periódicos vía digital o papel, el 51,8% de la radio y sólo el 16% de libros. El 14% indica que de su trabajo y el 4,2% de formación en ello, propiamente dicha.¹¹

Esto nos da idea de la importancia que los medios de comunicación tienen en la formación de opiniones y la responsabilidad que ello conlleva a la hora de tratar esta cuestión social, máxime con el auge de las nuevas tecnologías que hace de los medios el principal "pasatiempos" de muchas personas y sobre todo de jóvenes.

Los medios otorgan poder, la imagen que tenemos sobre "las cosas", construye nuestra realidad, nos dan información seleccionada y el discurso que percibimos; tienen

¹¹ <http://www.fmujeresprogresistas.org/violencia10.htm>, revisado el 15-10-10.

poder simbólico. Construyen temáticas sociales, (Varela, 2012). Por ello, también, imagen de género. Sensibilizan frente al problema de Violencia de Género, y la necesidad de avanzar hacia la igualdad.

Los medios de comunicación deben contribuir de una forma decisiva a la educación social, en contra de este tipo de violencia. El medio actúa como agente educador y didáctico social, y como tal debe tratar con especial cuidado este tipo de informaciones, eliminando los elementos de distorsión que impiden identificar el verdadero problema, la violencia por dominación del hombre.

Es por ello que, en las últimas décadas, se ha dedicado un esfuerzo investigador al análisis de la violencia mediática como factor influyente en la sociedad receptora de la información. Por esto, el presente trabajo pretende contribuir en este ámbito, analizando el tratamiento de dicha información, con el objetivo de mejorarla, optimizando sus efectos en la sociedad.

Por tanto, en este apartado intentaremos hacer un acercamiento teórico capaz de dar como definitivo el poder de los medios, y por consiguiente demostrar cómo también, por ende, en el tratamiento de la Violencia de Género tienen poder social, debiéndose estudiar *con cuidado* todo lo que transmite cada noticia; en este caso concreto la forma en que representa al género, a la víctima, al agresor,... ya que esta representación tiene una gran significación en la sociedad en que es percibido.

Recojamos, pues, aportaciones teóricas que confirman este planteamiento inicial. Lograr tener una imagen de la realidad es una tarea imposible, “pues el medio real es demasiado grande, demasiado complejo y demasiado fugaz como para poder conocerlo directamente. No estamos preparados para afrontar tanta sutileza, tanta variedad, tantas permutaciones y combinaciones. Y, aunque tengamos que actuar en ese medio, debemos reconstruirlo en un modelo más sencillo de poder afrontarlo” (Lippman, 1965: 11). Cincuenta años después Luhmann trató este tema bajo el título: “reducción de la complejidad” (Neumann, 2003: 193).

Nuestras percepciones podemos clasificarlas, entonces, en las que percibimos “de primera mano”, y las que percibimos de los medios de comunicación. Pero como ya enunció Lippmann, no somos conscientes de estas diferencias; la gente tiende a adoptar la experiencia indirecta de un modo tan completo, amoldando a ella sus percepciones,

que no distingue entre experiencias directas ni indirectas; volviéndolas inseparables. De ahí, entonces, que la influencia y el poder que tienen sobre nosotros los medios de comunicación, sea en gran parte mayor de lo que imaginamos, no siendo conscientes de esto. (*ibidem*, 2003)

El modo en que la información es tratada, indica el modo de actuar del profesional de la comunicación. También su criterio para seleccionar y determinar lo que en cada caso "debe ser contado" sobre el tema tratado referido a Violencia de Género. Su trabajo supone una manera de acercar la sociedad a cada caso; a partir de la cual el lector podrá emitir su opinión. El tratamiento, pues, que el periodista le da a la información, influirá en el modo en que la realidad de violencia de género es percibida y afrontada socialmente; por ello, deberá hacerlo con el máximo rigor y cuidado posible. Para Lippmann (2003) es importante hacer llegar al público lo que tendrá interés para él, lo que da el "valor a la noticia".

Como podemos comprobar, la tecnología evoluciona y aparecen nuevos medios, sin duda tan influyentes, o más, que los que ya llevaron a elaborar estas afirmaciones, como pueden ser la televisión e internet, lo que nos lleva a afirmar que la construcción de la persona es siempre en parte mediática, desde que ésta es receptora de medios de comunicación.

De todos los medios, uno de los que más influencia ha tenido siempre es el medio prensa, (ahora en soporte digital). Medio surgido de la revolución industrial y del nacionalismo democrático, junto con la capacidad de tener acceso a la lectura que nos permitió la imprenta y ahora facilitan las nuevas tecnologías. Internet supone abaratar el coste del medio, y que el público tenga un mayor acceso a la información y publicidad, lo que significa que los medios gozan cada vez de mayor poder social, sobre todo en el "incontrolable"¹² campo de las redes sociales.

Debemos tener en cuenta que los medios y máxime los nuevos medios, o medios offline, no sólo influyen en la opinión pública, también reflejan ésta, por tanto muestran la cultura particular donde se encuentran, por lo que analizarlos en sus contenidos, implica conocer en qué aspectos y temáticas influyen.

¹² Por incontrolable nos referimos a que quienes crean el contenido en redes sociales son los propios receptores, convertidos en emisores, con ello, formar al profesional que emite la información es más complejo, pues cualquiera puede ser emisor de información, y por ende constructor de imagen, en este caso de género, a través de las redes en cualquier momento.

Las noticias, son consideradas como fuente importante de creación de opinión. Y hoy en día, en la segunda década del siglo XXI nace el concepto de la "posverdad", referida no sólo a lo que los medios cuentan, sino lo la verdad o idea creada por el público mediante la información que queda, la que se manifiesta como conclusión, tema o verdad, manifiesta en redes y medios, aunque no sea referida de manera "veraz" con la información original, nos referimos a una verdad construida, con mayor poder que la verdad en sí.

"la posverdad, un híbrido bastante ambiguo cuyo significado denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal". (Amon, 2016)

Debemos tener en cuenta el considerado poder del comunicador en general, al ofrecernos temas concretos, otorgándonos una visión concreta, ya construida, de la realidad. Con ello, las informaciones mediáticas dirigen la atención e incluso la acción del público, máxime cuando hablamos de mensajes publicitarios.

Cuando hablamos del poder de los medios, nos referimos a los efectos que son capaces de crear en la sociedad. La prensa es capaz de formar opinión gobernante, ya Hume (1967, 29) enunció que "el gobierno se funda sólo en la opinión". Los medios son capaces de hacer tomar a los gobiernos opiniones, por el mero hecho de ser temas enunciados en ellos, pidiendo respuesta social. En muchas ocasiones, la comunicación entre una sociedad y sus representantes es exclusivamente mediática, y como respuesta a lo sucedido en los medios se toman medidas.

Las políticas de igualdad surgen como respuesta al claro problema que manifestaban los medios sobre la Violencia de Género, siempre existente y nunca tratada en épocas anteriores por presentarse como problema privado, asociado a la mujer, y lejos del interés público, terreno asociado en exclusiva, históricamente, a los hombres. Es en este caso donde debemos agradecer a los medios el interés por este tema, pues sin ellos, el interés político, y social sería menor.

Los medios forman parte importante de la sociedad en la que vivimos, hablan de nuestros problemas, de nuestras costumbres, de nosotros mismos; nos permiten conocer mejor nuestra sociedad¹³.

2.3 SITUACIÓN DE LA MUJER A COMIENZOS DEL SIGLO XXI. LA MUJER Y SU LUCHA HISTÓRICA

Como ya indicamos en la metodología, para entender la situación de la mujer, del género femenino, y su realidad en Violencia de Género, es conveniente conocer, al menos brevemente, su situación a lo largo de la historia, el momento actual. Sólo así podremos entender el contexto de nuestro ámbito de estudio.

2.3.1 Breve recorrido histórico de la situación social de la mujer

Para entender la situación de la mujer, y poder entender así la situación de subordinación, tan relacionada con la Violencia de Género, es importante conocer la situación real de la mujer, la cual explicaremos a través de un rápido recorrido sobre su lucha histórica

La historia nos muestra que la forma actual de entender los sexos como opuestos no fue precedida por otra donde se observaban sus similitudes.

Las mujeres han sido educadas, históricamente, bajo el poder de los hombres, para aceptar todo con humildad, siguiendo los preceptos de su cultura, muy definida por algunas confesiones religiosas. Podemos decir que hasta bien entrado el siglo XVIII no se planteó de modo serio ningún aspecto contrario a esta manera de entender el papel asignado a la mujer.

Es a finales del siglo XVII, cuando comienzan a plantearse debates que parecen alterar las ideas sobre la relación entre los sexos. Varios fenómenos simultáneos confluyen en la interpretación de los géneros. Se están gestando en Europa nuevas formas de pensamiento como resultado de los movimientos políticos, nos referimos en

¹³ "El objetivo consciente o inconsciente, de los redactores y de la prensa es reproducir en la ciudad, en la medida que sea posible, las condiciones de vida del pueblo. En el pueblo todo el mundo conocía a todos los demás. Todos llamaban a los otros por su nombre. El pueblo era democrático. Nosotros somos una nación de aldeanos. Nuestras instituciones son fundamentalmente instituciones rurales" Park (1955, 93).

especial a la Revolución Inglesa del siglo XVII y la Reforma Protestante. Como resultado, surgió la obra de la autora inglesa Mary Astell que denunciaba la situación de las mujeres en el matrimonio en el año 1700.

En el siglo XVIII comienzan a cuestionarse los roles de género, mientras la política comenzaba a reclamar igualdad en los estados, aunque podemos resaltar que lo político avanzaba más que la realidad sobre igualdad de género. Los hombres seguían adquiriendo derechos en la política, antes reservada a unos pocos, mientras que las mujeres continúan relegadas al ámbito de lo privado.

La Revolución Francesa, que supuso el triunfo del pensamiento ilustrado y permitió el ascenso de la burguesía al poder, no tomó en cuenta a las mujeres, quienes seguían al margen de lo público. Todas estaban excluidas de la ciudadanía.

Rousseau, sin duda alguna, el más grande pensador del siglo XVIII, en su obra de 1762, *Emilio, o de la educación*, reconoce a hombres y mujeres como iguales en todo, pero demostrando ser consciente de la verdadera situación de discriminación de la mujer, considera a hombre y mujer sólo distintos en la sexualidad, y de esta diferencia deduce la clara superioridad del varón¹⁴. Hecho que produjo un claro retroceso hacia la igualdad de la mujer. El autor la define por su maternidad, sometida al varón y como fundamental para perpetuar la raza humana, y todas sus obligaciones sociales están justificadas con esta tarea natural.

A la obra de Rousseau, respondió Mary Wollstonecraft, autora británica que con su obra: *Vindicación de los derechos de la mujer* (1792), escribió la que es considerada la primera obra del pensamiento feminista, pues aportó argumentos racionales, no sólo ejemplos de la vida cotidiana (Puleo, 2000).

Esta autora acepta la mujer y su función natural de la maternidad como algo digno, que no justifica la necesidad de ser sólo educadas para agradar al varón, pues este hecho perjudica a todos por convertirlas en educadas para la inutilidad, la vanidad y desde luego nunca para poseer ningún tipo de virtudes.

¹⁴(...) en la unión de los sexos, cada uno concurre de igual forma al objeto común, pero no de igual manera. De esa diversidad nace la primera diferencia asignable entre las relaciones morales de uno y de otro. Uno debe ser activo y fuerte, el otro pasivo y débil; es totalmente necesario que uno quiera y pueda; basta que el otro resista poco. Establecido este principio, de él se sigue que la mujer está hecha especialmente para agradar al hombre; si el hombre debe agradecerle a su vez, es una necesidad menos directa, su mérito está en su potencia, agrada por el mero hecho de ser fuerte. Convengo en que no es ésta la ley del amor, pero es la naturaleza, anterior al amor mismo". (Rousseau, 1762:pp. 534 -535).

Durante el siglo XIX, las mujeres siguieron esta corriente marcada por Wollstonecraft. La lucha por los derechos civiles fue protagonizada por mujeres con formación, que se cuestionaron la desigualdad en el tratamiento de los sexos.

Tras décadas de lucha, nadie se atrevía a aceptar el voto femenino, los medios de comunicación transmitían el miedo al sufragio femenino como el paso que nos llevaría a una sociedad anarquista, por no mencionar los miedos al equilibrio familiar. (Schneider, 2002: pp. 21-23).

En los primeros años del siglo XX, algunas mujeres decidieron luchar por caminos menos diplomáticos, que no las conducían a nada. Las británicas Emmeline y Christabel Pankhurst, líderes de la Unión Social y Política de las Mujeres emprendieron campañas de desobediencia civil para llamar la atención mediante acciones contra la sociedad civil (escándalo público, desacato a las autoridades,...), llegando a interrumpir mítines políticos con denuncias a la desigualdad femenina (Ceder, 2002: pp. 22-23).

El sufragio femenino de las primeras democracias occidentales, se consiguió al finalizar la primera Guerra Mundial. En Inglaterra y Estados Unidos se les otorgó a las mujeres este derecho, también como agradecimiento a su labor, en muchos casos como trabajadoras durante los conflictos bélicos. Conseguir el voto no resultó ser el camino claro hacia la igualdad.

Los prejuicios de género están muy arraigados y continúan ejerciendo una fuerte influencia en la vida de las mujeres a lo largo del siglo XX. Siglo en el que destacamos a dos grandes autoras como pioneras: Simone de Beauvoir y Virginia Wolf.

La francesa Simone de Beauvoir elaboró el estudio considerado con mayor influencia sobre las mujeres occidentales: "El segundo sexo", (1949), del que se recoge la frase que se cita en el primer capítulo: "No se nace mujer, se llega a serlo".

Beauvoir analiza extensamente la socialización y formación de la mujer, de los mitos que le han definido a lo largo de la historia, las culturas, y los distintos roles que ocupa en la sociedad: madre, esposa, prostituta, lesbiana e independiente.

La británica Virginia Woolf, realizó ensayos en los que se planteaba temas sobre la condición femenina. Se preguntaba: ¿Por qué ha habido tan pocas mujeres reconocidas genio a lo largo de la historia? A lo que respondió considerando que el talento en una mujer no era suficiente si no se le daban unas condiciones materiales idóneas que le permitieran transmitir sus inquietudes y aportaciones. Puso de ejemplo la hermana de Shakespeare, a quien se le negó la educación que se le dio a su hermano y, por eso, su genio nunca se demostró; teniendo un trágico fin.

El cuerpo femenino es asociado a problemas, “troubled body”, como indican algunos autores Hughes y Witz (1997), y la propia Simone de Beauvoir. A menudo es percibido como un espectáculo o fantasía y objeto de fetichismo. En la cultura popular se induce al cuerpo femenino a lucirse. Las mujeres están obligadas a hacer de sus cuerpos un espectáculo aceptable, un objeto ajeno a sí mismas. Con esta idea crecen las niñas, lo que afecta profundamente a sus relaciones consigo mismas y con los demás. (Howson, 2003).¹⁵

Virginia Wolf (2004) considera que las mujeres deben negarse a las tareas destructivas del hombre, pues a ellas no les pertenece nada, ni siquiera poseen patria.

“Y si el hombre dice que lucha para proteger Inglaterra de la dominación extranjera, la mujer reflexionará y se dirá que, para ella, no hay “extranjeros”, puesto que, por mandato de ley, se convierte en extranjera si contrae matrimonio con un extranjero”. (Woolf, 2004)

Estas ideas, tanto de Woolf como de Beauvoir, pronto fueron superadas y, en pocos años, las mujeres occidentales participaron en una auténtica revolución; la siguiente generación reivindicó independencia intelectual y fisiológica rompiendo con convenciones anteriores. La incorporación de métodos anticonceptivos puso fin a su labor principal, natural e inexcusable, la maternidad. Ahora podía decidir y utilizar su sexo de otra manera.

¹⁵ Esta situación ha sido más notable en la relación entre hombres de raza blanca y mujeres negras. Un ejemplo es Saarbjiie Baartman, esclava de origen africano, que murió en 1815 y fue disecada para exponer sus grandes pechos y genitales en fiestas, hasta que pasó al museo del hombre de París. La hegemonía blanca sigue influenciando las representaciones de la feminidad negra. Incluso los de raza negra tienden a representarla con estereotipos blancos. Un ejemplo es Nora Darling en “She’s Gotta Have It”, de Spike Lee. Es un estereotipo de mujer negra sexualmente voraz y promiscua, acorde al ideal racista. (Ibidem).

Las mujeres pasan a formar parte en instituciones y ocupar un papel importante en la sociedad, surgen entonces los estudios de género. Reivindicaciones que siguen en la actualidad.

La segunda ola del feminismo o el llamado feminismo contemporáneo está protagonizado así por mujeres como Simone de Beauvoir, Betty Friedan, Katte Millet, Wollstonecraft... grandes referentes del movimiento feminista, sin duda relevantes para la construcción de la teoría feminista y el avance social que esto supone.

Las tendencias contemporáneas del feminismo, desarrolladas fundamentalmente desde Francia, reclaman que las mujeres accedan a sus derechos, así como protegerles de cualquier tipo de discriminación por su sexo, como lo hicieron las autoras de las que hemos hablado anteriormente.

La tercera ola, desde finales del siglo XX y comienzos del XXI de la teoría feminista continua en su proceso de trabajo por la igualdad. Se divide entre dos corrientes: el feminismo de la igualdad (Valcárcel, 2013; Amorós, 2000...) y el de la diferencia, (Sendón, 2007,...). Etapa de grandes aportaciones a la teoría feminista, con más seguidoras en la igualdad, no obstante la división y oposición con el mismo fin resta siempre efectos. Se incluye también en esta etapa el surgimiento del ecofeminismo (Puleo, 2011) como alternativa necesaria en la consecución del equilibrio mundial.

En el momento actual se sigue dando una desigualdad clara y objetiva entre hombres y mujeres, así lo demuestran los datos. Una realidad a veces peligrosa por invisibilizada y normalizada; que necesita cierta predisposición crítica y concienciación para ser percibida, y sólo así trabajar sobre ella.

La nueva conciencia social que surge hacia la igualdad de género,-en derechos y oportunidades-, acompañada por un nuevo movimiento de activismo, que incluye nuevas generaciones de jóvenes, de mujeres y hombres, puede ser el comienzo de la cuarta ola del feminismo. Un momento, -la cuarta ola-, en el que el feminismo expresa en el entorno social sus teorías, no es ya una teoría practicada por una minoría, es una realidad. En este momento el activismo llega a las calles y se manifiesta claramente en los individuos como parte de la realidad social establecida. El movimiento feminista está normalizado y manifiesto. Posiblemente el inicio de la cuarta ola del movimiento feminista. El principio de la desigualdad de género.

La igualdad de género es un reto marcado desde los principios de la ONU, que la consideran necesaria para el desarrollo y equilibrio mundial.

2.3.2 La mujer en la España actual

Tras leer a varias autoras de nuestro tiempo (Amorós, Puleo, Tubert, Camps, Varela...) vemos que todas coinciden en la idea de que la consecución de la igualdad sigue siendo una reivindicación pendiente para las mujeres españolas.

Aparentemente el entramado jurídico y legal garantiza la igualdad formal entre hombres y mujeres, realidad que es considerada por la mayoría de las autoras que estudiamos a través de datos objetivos como una auténtica entelequia.

Los datos nos permiten entender cómo las mujeres españolas sufren discriminación en diversos ámbitos, uno de ellos, y el más agresivo, la Violencia de Género, tema que nos concierne especialmente en este estudio.

Las primeras manifestaciones del movimiento feminista español surgen en la etapa de la transición. Tan sólo quince días después de la muerte de Franco, un grupo de feministas se reúne por primera vez, lo hizo de modo clandestino en Madrid, llevando a cabo las primeras jornadas de liberación de la Mujer. (De Grado, 2004)

En España, las primeras elecciones a la democracia se celebraron en 1977, año en el que la mujer vota pero no aparece como candidata, el hombre sigue estando en las filas del poder y el desánimo de las feministas se acrecienta al no aparecer mujeres en las listas electorales.¹⁶

Pero el movimiento feminista español sigue mayoritariamente la línea del feminismo de la igualdad.

¹⁶ Sobre el movimiento feminista español véase: *la liberalización posible* de M^a Victoria Abril y M^a Jesús Miranda. *De la transición política a la democracia. La evolución del feminismo en España durante el periodo 1975-1988*, de Pilar Folguera. *El feminismo en España: Breve resumen, 1953-1985* de Rosa Pardo. *El movimiento feminista en España, 1900-1985: Logros y dificultades* de Geraldine Scanlon.

En 1983, el 24 de octubre, nace el Instituto de la Mujer¹⁷, institución encargada de marcar las directrices de la política del Gobierno con respecto a la mujer, teniendo como base lograr el principio de igualdad y no discriminación.

La mujer en los años ochenta está definida por el trabajo precario y el desempleo, la crisis de estos años refuerza la figura del varón, lo que impide la integración de ambos sexos en las actividades públicas y domésticas en igualdad de condiciones (Izquierdo, 1988). Los años noventa, en este sentido, se consideran igual a la década anterior.

La tasa de paro femenina en los años noventa es la más alta de los países de Europa, siendo en nuestro país a principios de esta década doble que la masculina. Lidia Falcón anunció el paro y la marginación laboral de la mujer como el verdadero desafío del feminismo. (Falcón, 1994).

. En el siglo XXI, año 2008 se creó el Ministerio de Igualdad,¹⁸ que tan sólo tuvo una duración de dos años, integrándose en octubre de 2010 a Sanidad y Política Social. Actualmente, y desde 21 de diciembre de 2011¹⁹, se enmarca en el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, institución que sigue encargada de marcar las directrices de la política del Gobierno con respecto a la mujer, manteniendo como base lograr el principio de igualdad y no discriminación.

La primera década del Siglo XXI, supone una época de recesión y crisis económica, e incluso social, mundial: En 2009 la tasa de paro femenina en España es de nuevo la más alta de Europa, y aun existiendo un nuevo Ministerio de la Igualdad por primera vez en nuestro país, el desempleo femenino se dispara (también el masculino, pero en menor medida), y el número de mujeres muertas a manos de sus parejas también. Lo que de nuevo demuestra, que las situaciones de crisis son siempre un retroceso en los avances hacia la igualdad.

No obstante, lo que predomina en nuestro país es la corriente feminista de la igualdad o el feminismo ilustrado, heredero del feminismo socialista de los años setenta. Su propuesta es la abolición total de discriminaciones y desigualdades entre hombres y mujeres para garantizar la igualdad de oportunidades entre ambos, filosofía equiparable a

17 Creado por el Partido Socialista Obrero Español con Felipe González como presidente.

18 Creado por el Partido Socialista Obrero Español, con Bibiana Aído como Ministra.

19 Desde 2011 a 2017 con El Partido Popular, y continuando integrado con otros Ministerios, sin nombre propio.

la del autor Poullain de la Barre (1984) que reclamaba la equiparación de derechos entre hombres y mujeres.

Igualdad que tiene su máximo exponente de contradicción en los datos sobre Violencia de Género, existente aun en nuestros días, (y el resto de Europa aunque sea con otras denominaciones), rompiendo con todos los esquemas y políticas de avance hacia la igualdad entre hombres y mujeres, demostrando que existe un sentimiento de superioridad masculina latente que debemos erradicar.

Respecto a la situación de la mujer en los medios, podemos recoger cómo continúa su imagen estereotipada en publicidad, tal como indica el Observatorio de la Imagen de las Mujeres²⁰ con algún pequeño cambio que la incita, incluso, a exigirse más obligaciones como mujer de este siglo, "la Cárcel de Cristal" (Martín Casado, 2010, 2011).

Atendiendo a las noticias, según el Observatorio y datos del último Monitoreo Global de Medios²¹, que analiza la equidad de género en las noticias de 130 países, podemos recabar algunos datos significativos sobre su aparición, como por ejemplo, que las mujeres aparecen principalmente en tres categorías destacables: un 43% de los casos como fuente de opinión popular, un 37% como fuentes de experiencia popular y un 9% como expertas en temas. Dato que teniendo en cuenta el poder de los medios, no sitúa a la mujer en una situación de protagonismo ni reconocimiento personal. Si atendemos a su aparición numérica o protagonista, solo el 26% de las personas en las noticias de Internet y los *tuits* de los medios, son mujeres: Sigue quedando patente la invisibilidad de las mujeres en el protagonismo social y mediático como noticia, pero no como consumidora estereotipada.

2.3.3 La cuestión de género en la Comunidad de Castilla y León

El concepto Violencia de Género lleva, entonces, implícito, una situación de dominio del sexo masculino sobre el femenino, dominio que lleva a la agresión de este primero hacia el segundo como consecuencia de esta supuesta inferioridad; lo cual se da en sociedades donde no prima la igualdad y prevalece la cultura patriarcal. Por ello,

²⁰El estudio se cierra y concluye en 2016, no obstante se actualizan solamente los datos de Ministerio en su cierre antes de la maquetación. Datos de Observatorio de Imagen de las Mujeres. Mujer y medios de Comunicación. <http://www.inmujer.gob.es/areasTematicas/comunicacion/home.htm> [visitado el 14 de enero de 2017]

²¹El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) es la investigación del género en los medios más extensa que existe en cuanto que barca el mayor número de países en un estudio. Ver en: <http://www.fundea.org/es/blog/GMMP%202015mujeresenlosmedios> [visitado el 14 de enero de 2017]

vayamos a hacer un rápido recorrido sobre la sociedad de Castilla y León a principios de siglo XXI, para conocer en mayor medida la relación existente entre hombres y mujeres.

Para entender cómo la sociedad entiende esta relación nos apoyaremos en los estudios e informaciones obtenidas de fuentes secundarias, o información recogida de lo ya elaborado.

El principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se encuentra consolidado como algo formal en Castilla y León. Sus dirigentes manifiesta que la igualdad entre hombres y mujeres es un objetivo que se pretende alcanzar en el siglo XXI.

Partimos de que la sociedad a la que nos referimos tiene una idea preconcebida sobre lo referente a hombres y mujeres, que hace compleja, desde una base de desigualdad cultural, percibir o lograr una igualdad entre géneros.

Somos partícipes de nuestra propia culturización, organizamos cognitivamente las percepciones y saberes relativos al rol de sexo a partir de nuestras concepciones sobre el mundo.

Los conceptos relativos sobre roles sexuales son el resultado de una interpretación activa de un determinado orden social que utiliza categorías sexuales de acuerdo con modelos universales. Estos modelos los adoptan uno y otro sexo, pero los modelos masculinos son valorados más positivamente que los femeninos porque implican poder, aptitud, independencia, etc. Características muy importantes en las sociedades occidentales (Kohlberg, 1967).

La asociación de los valores masculinos con “lo bueno”, y los femeninos con “lo malo”, también es considerada, como se ha dicho en puntos anteriores, por el feminismo de la diferencia, que aboga entre otras cosas por valorar como positivos esos atributos asociados a la mujer. Valorar lo femenino en positivo. Aunque la verdadera igualdad sería valorar tanto en positivo como en negativo cualquier tipo de atributo dependiendo de las circunstancias, independientemente de que fuera propio de hombres o mujeres.

Investigaciones de las últimas décadas revelan que cada vez con mayor frecuencia el maltrato está presente en los noviazgos entre adolescentes y jóvenes. En concreto, el 95,3% de las chicas y el 92,8% de los chicos admiten haber ejercido violencia psicológica

sobre sus parejas. Datos extraídos del estudio realizado por Muñoz Rivas (2007) de la Universidad Autónoma de Madrid, sobre las relaciones de pareja entre los jóvenes y adolescentes españoles, estudio que también incluye los jóvenes de Castilla y León, edad entonces en la que debemos prestar especial atención, fomentando la formación como prevención de esta circunstancia.

La juventud castellano-leonesa, en pro de la mujer, defiende de forma contundente su derecho a la igualdad de oportunidades. Manifiestan que ha de mejorarse la actuación de las Administraciones y la sociedad para conseguir igualdad inter-sexos.

Desde la administración regional se llevó a cabo, entre otras acciones, la edición de un manual sobre "Sexismo y redacción periodística", que reconoce la necesidad de tratar de manera responsable el uso del lenguaje por los profesionales periodistas en el ámbito de la comunicación, ya que el uso sexista del lenguaje discrimina y excluye a la mujer de la noticia en muchas ocasiones. Tema que se tiene en cuenta, también para este estudio sobre el tratamiento del lenguaje en la Violencia de Género.

La Dirección General de la Mujer, consciente de este hecho, y conocedora de una buena voluntad social, creó el actual "Pacto Social contra la Violencia de Género", en el año 2013, con 317 adhesiones de instituciones y empresas y 2.279 adhesiones a título individual, donde la sociedad se manifiesta conocedora del problema social de Violencia de Género y preocupada por él, manifestándose abiertamente en contra, disposición a no tolerarlo más. Partiendo de la base de que la erradicación de este tipo de violencia es un problema que nos concierne a todos y todas.

Tal como se especifica en la web donde podemos encontrar información sobre este pacto²²: "Es una iniciativa de movilización y sensibilización de toda la sociedad; todas las personas, las organizaciones empresariales, las instituciones, las asociaciones, las organizaciones sindicales, los medios de comunicación, los distintos centros educativos, formamos parte de la sociedad, y todas y todos tenemos la obligación moral de implicarnos en la erradicación de este grave problema".

"La finalidad del Pacto Social es vincular a toda la sociedad para conseguir un rechazo a la Violencia de Género y fomentar modelos alternativos de convivencia, basados en el respeto y en la igualdad.

²² Información substraída de : http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1236755587414/_/_/_ [visitado el 10 de febrero de 2016]

Este Pacto Social, es un documento abierto a toda la sociedad castellana y leonesa para que cualquier entidad o persona a título individual pueda manifestar su adhesión, a través del formulario”

En cuanto a legislación regional, el 20 de diciembre de 2010 se publica en el BOCYL la Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León²³, ley que pretende mejorar la seguridad y la recuperación de las mujeres víctimas de Violencia de Género y de las personas dependientes de las mismas.

Ley pionera que incorpora un concepto amplio de víctima (no sólo la mujer, sino también los hijos y demás personas dependientes de ella) y de violencia de género (la ejercida por un hombre sobre una mujer en cualquier ámbito, no sólo en el de la pareja o expareja), y que recoge las actuaciones y prestaciones necesarias para proporcionar a las víctimas una atención integral, así como la necesidad de sensibilización, investigación y prevención incluyendo aquí a los medios de comunicación como agentes educadores y sensibilizadores.

En el texto de la ley se promueven campañas sensibilizadoras y educativas, así como informativas sobre los derechos de estas mujeres, desconocedoras en muchos casos de cómo poder salir de la situación en la que se ven inmersas, o incluso a descubrir una realidad de la que a veces no son conscientes. Una iniciativa que debe implicar también a los hombres como grandes protagonistas del cambio.

Supone un compromiso de tratamiento adecuado en los medios y la publicidad, así como de seguir investigando en su evolución y modo de ayudar a erradicarlo, como este mismo estudio pretende.

Contempla también la atención a las víctimas, la sanidad, la estructura de la red de atención, acceso al empleo,... puntos cuyo seguimiento no competen a este estudio, pero sin duda es importante conocer que existe una ley que lo ampara y contempla de modo real.

En el año 2015 se impulsó desde la Junta de Castilla y León a través de la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, un nuevo Modelo Integral para atender a las víctimas de Violencia de Género denominado: "Objetivo Violencia Cero", que

²³ Véase BOCYL nº 244, página 96493 y siguientes.

pretende coordinar los recursos existentes para lograr mayor eficacia ante la erradicación de la Violencia de Género.

Modelo que trata de coordinar todos los recursos disponibles e implicar en un trabajo en red a todos los agentes públicos y privados que intervienen en cada una de las etapas del proceso, ya que el problema requiere de un abordaje desde múltiples planos de actuación (policial, judicial, social, laboral, educativo...)24.

Era necesario aclarar la necesidad de seguir mejorando, de lo contrario no tendría ningún sentido hablar de Violencia de Género y la intención de seguir avanzando en su erradicación, pues como mencionamos en su definición, está sustentada en una sociedad patriarcal, anclada en la creencia de superioridad del hombre sobre la mujer, de manera naturalizada, por el mero hecho de serlo.

Y para concretar más directamente en el tema que nos concierne, su tratamiento mediático, se suscribió en el “Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género”, firmado por 33 profesionales de los principales medios de comunicación de Castilla y León, pretendiendo buscar el uso adecuado de las informaciones que hacen alusión a este tema, en cuyo avance sigue trabajando tal y como demuestra la pretensión de este estudio.

Mencionamos también el presente estudio, comenzado en 2010, que analiza dos etapas. Una primera desde 2007 a 2010, donde ya se concluyen la gran parte de las mejoras presentadas, y una segunda, hasta 2016. Cerrado a inicios del 2017. Trabajo que analiza el tratamiento de la Violencia de Género, en los medios de comunicación, y Publicidad desde 2007 hasta 2016, permitiendo definir medidas correctoras, recomendaciones ante los medios, y profesionales de la comunicación. Un paso más hacia el logro de la igualdad.

Así mismo, esta comunidad durante el año 2016, y planificada hasta el 2017, lanza una campaña de publicidad con el fin de concienciar contra la Violencia de Género, la cual analizaremos en puntos sucesivos de acciones de comunicación.

²⁴ Información expuesta en : http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1284393774280/_/_/ [visitado el 19 de enero de 2016]

2.4 APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE VIOLENCIA DE GÉNERO Y SITUACIÓN ACTUAL

2.4.1 Concepto de Violencia de Género

Tras conocer el recorrido histórico de la mujer, será más fácil entender la situación de dominio de lo masculino sobre lo femenino, como causa cultural subyacente, que mantiene aún, en la mente de algunos individuos, el sentimiento de patriarcado. El cual, puede conllevar situaciones de violencia²⁵.

La preocupación social por la violencia es un hecho que queda patente en los medios de comunicación, foros políticos y académicos; pero vayamos, pues, a conocer el concepto del que trataremos en el presente estudio y guía de recomendaciones.

Conocer la violencia que tiene como protagonista al ser humano es un hecho que se comienza a investigar en los años sesenta desde numerosas disciplinas científicas como: el derecho, la biología, la psicología, la sociología, la antropología, la filosofía o la criminología; que han buscado las determinantes del comportamiento agresivo (Garrido, 2004)

El concepto violencia es tan antiguo como la especie humana, pero no es hasta el siglo XIX cuando referido a la violencia humana es estudiado con metodología científica.

Violencia viene del verbo "violentar" que significa obligar, forzar a una persona.

Y analizando la etimología de la expresión: "los diccionarios coinciden en que la palabra castellana violencia procede de la expresión latina *violentia*, la cual a su vez deriva de *vis*, entre cuyas acepciones se encuentra fuerza, vigor, ataque o ímpetu, pero también poder, influencia, energía, naturaleza, esencia. Este último implica una concepción de la violencia como una actividad propia de la naturaleza humana y vinculada con el ejercicio del poder y la dominación social" (ibídem, 2004:18).

²⁵ Para ampliar información se recomienda conocer la historia de las Mujeres a través de los cinco volúmenes de este título: "Historia de las Mujeres" dirigido por George Duby y Michele Perrot, existente en edición española.

Aplicándolo al ámbito de las relaciones, violentar sería ir contra algún derecho, es una fuerza que se emplea contra ella, una conducta contraria a la voluntad de alguien. (Dufau y Fonseca, 2002).

En el caso de Violencia de Género sería violentar a una persona por el mero hecho de ser mujer, por pertenecer al género femenino, sobre el que se siente dominación y poder desde el género contrario, el masculino.

"En sus análisis de los distintos tipos de opresión, Iris M. Young, advierte que la violencia, como una de las caras de la opresión, no sólo está presente como agresión física directa, sino que los miembros del grupo oprimido la experimentan en el temor incrustado en sus cuerpos. Saben que están en el punto de mira de esa violencia que puede desatarse en el momento más inesperado porque está siempre latente" (Puleo, 2015).

Cuando pensamos en Violencia de Género hacemos juicios de valor viniendo a nuestra mente imagen de insultos, vejámenes, etc., consecuencia del dominio de un hombre contra una mujer. Una situación que se da a lo largo de toda la historia y sólo a finales del siglo XX se toma conciencia de ella como problema social, una causa que nos atañe a todos y todas, y sobre la que es preciso tomar conciencia activa, participación social.

Para llegar a lograr esta sensibilización es importante comunicar adecuadamente este tipo de informaciones o campañas, con el fin de lograr la imagen óptima de la mujer, una imagen que no denigre aún más su marcado rol de "debilidad u objeto".

Por ello, en esta causa contribuyen tanto las instituciones políticas como los medios de comunicación, que siguen de cerca la temática sobre este aspecto a través de su trabajo de publicación, apoyo a las víctimas, o campañas de sensibilización; intentando romper definitivamente con el ámbito privado de este hecho y convirtiéndolo en un problema social que atañe a toda la sociedad, debiendo pasar, por tanto, a la esfera pública.

Muchas personas utilizan el concepto violencia doméstica para referirse a la Violencia de Género; lo cual es un error, puesto que la violencia doméstica hace referencia a la que se ejerce en el hogar por cualquier miembro de la familia, mientras

que la Violencia de Género, como bien indica Varela en su libro *Feminismo para principiantes* son: "las agresiones contra las mujeres como fórmula para controlarlas y mantenerlas en la obediencia y su rol tradicional... estos son los crímenes del patriarcado, las manifestaciones de la Violencia de Género" (2008, 58).

"Nuñez Ladeveze, en Valverde (2008), afirma que hacer comprender los acontecimientos de la actualidad significa superar su evanescencia para poder insertarlos en su permanencia, en su significado frente al destino colectivo. Por lo tanto, es importante el modo en que la sociedad conoce la violencia sobre la mujer, pues si es informada convenientemente de sus causas y de sus consecuencias, podrá posicionarse en contra de ello. Pero si los medios pasan "de puntillas" sobre el problema, limitándose a llenar sus páginas de casos, sin reflexionar, entonces están colaborando a su pervivencia" (Martín-Casado T.G.; Echazarreta C.; Vinyals, M, 2014: 551)

La Ley orgánica 1/2004, de 28 de Diciembre, sobre Medidas de Protección Integral Contra la Violencia de Género, introduce por primera vez la perspectiva de género como análisis del problema social e incorpora el factor cultural como causa del fenómeno, dejando patente que la Violencia de Género que contempla y que pretende combatir es una manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres (hechos que alimentan la raíz misma de este tipo de violencia), ejercida sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges, o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aún sin convivencia (Unizar, 2004). La Violencia de Género según esta Ley comprende todo tipo de violencia física y psicológica, incluidas las agresiones sexuales, amenazas verbales, y cualquier privación de libertad. Situando España como país pionero ante este tipo de temáticas y su legislación.

Así mismo la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género, establece en su artículo 3 el concepto de Violencia de Género, entendiendo como tal aquella que -como manifestación de la discriminación- reconoce la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, y se ejerce sobre éstas por el mero hecho de serlo. Comprende cualquier acto de violencia basada en género que tenga como consecuencia, o que tenga posibilidades de tener como consecuencia, perjuicio o sufrimiento de la salud física, sexual o psicológica de la mujer, incluyendo amenazas de dichos actos, coerción o

privaciones arbitrarias de su libertad, tanto si se producen en la vida pública como privada (noticias.juridicas)²⁶

Así mismo, la Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León, en su artículo 2, punto 1, entiende por Violencia de Género cualquier acto de violencia hacia las mujeres, que se ejerce contra ellas por el hecho de serlo, y que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico, incluyendo las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se produce en la vida pública como privada, incluyendo en su punto 2, todos los tipos de violencia susceptibles de poder ejercerse contra la mujer: la violencia física, psíquica, sexual, trata de mujeres, acoso laboral,... o cualquier otra forma que lesione o pueda lesionar la dignidad de la mujer en todos sus ámbitos²⁷:

- Ámbito de la pareja, ex pareja o relación de afectividad análoga,
- Ámbito familia
- Ámbito laboral,
- Ámbito social o comunitario.

Ley actualmente en vigor, por la que se rige este tipo de violencia en esta Comunidad Autónoma.

Vayamos ahora a analizar cuál es entonces la situación de Violencia de Género en España y especialmente en Castilla y León, que hace necesaria la existencia de estas leyes, y el hecho de seguir tomando medidas, en este caso referidas a los medios de comunicación y profesionales de la comunicación en general.

2.4.2 Situación actual de Violencia de Género y Campañas de concienciación

A) Nacional

Como ya indicamos en puntos anteriores, la situación de la mujer en el hogar, y su relación con su pareja dentro de éste, siempre fue relegada al ámbito privado, y carente de interés, incluso cuando esta relación suponía situaciones de violencia bien psicológica

²⁶ Ver ley completa en: <http://noticias.juridicas.com/> [visitado el 12 de mayo de 2010]

²⁷ El texto íntegro se puede consultar en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/cl-I13-2010.tp.html [visitado el 10 de enero de 2011] o Publicado en BOCL núm. 243 de 20 de Diciembre de 2010 y BOE núm. 317 de 30 de Diciembre de 2010. Vigencia desde 21 de Diciembre de 2010

o física, o incluso llegar a la muerte. Pero lo sorprendente, el indicador de que algo no va bien, es que esto perdura hoy en día, y en pleno siglo XXI se mantiene en muchos casos, incluso en la mayoría, lo privado se mantiene aún oculto, ellas siguen teniendo miedo a comunicarlo y hacerlo manifiesto.

En España, este problema privado se manifiesta públicamente, por primera vez en los medios, con el caso de Ana Orantes, [cfr. Cap. I], donde la gravedad de los hechos dejó claro ante la opinión pública que el problema de Violencia de Género no debía tratarse como un problema privado, sino que era un problema público, de todos y todas, donde debemos intervenir. Por tanto, debía ser conocido en el ámbito público, tratándose como un problema en éste, con el fin de poder ayudar y ser considerado un problema común a todas las personas²⁸, un problema de la comunidad, un problema social. La Violencia de Género debe ser entendida como una cuestión social.

Desde ese momento los casos de Violencia de Género se vuelven de interés público, y los medios de comunicación comienzan a tratarlos en sus informativos, tertulias, especiales, etc., aunque, a veces, no con la seriedad y rigor que se requiere, como ocurre cuando sobre estos casos se da mayor cantidad de información sensacionalista que objetiva, carente de rigor profesional.

El Centro de Investigaciones Sociológicas, el CIS, ya en 2001, publicó un informe referido a la notoriedad que alcanzan estas noticias en el receptor, donde se concluyó que el efecto de este tipo de informaciones tenía un gran calado social, pues el 92% de los encuestados recordaba este tipo de noticias en los seis últimos meses. Por tanto, la Violencia de Género era, y es, gracias a los medios de comunicación, un problema social del que todos nos sentimos partícipes, lo que permite llevar a cabo proyectos de apoyo social a la Violencia de Género gracias a la participación global.

A nivel social podemos resaltar las Campañas llevadas a cabo por el Ministerio encargado de Igualdad, que en el primer año de nuestro estudio, 2007, lanzó a nivel estatal la campaña de apoyo a las víctimas con fines informativos. En ella se indica que pueden llamar al 016 como teléfono de ayuda, y en el Código para el tratamiento Informativo de la Violencia de Género de Castilla y León, -especialmente observado en su cumplimiento en este estudio-, se pide a los profesionales que en cualquier información incorporen el número 016 para ayudar a las víctimas.

²⁸ Cada vez que indico la palabra todos en el texto me refiero tanto a hombres como a mujeres, pues comprende el caso de lo femenino y masculino. Se especifica para evitar pensar la referencia como exclusiva de hombres.

Años después, en 2016, se sigue dando información de este número e indicando que no deja rastro en la llamada, para con ello evitar el miedo de las víctimas a ser descubiertas por sus agresores. Pese a todas estas acciones podemos comprobar cómo los datos de Violencia de Género no reflejan mejoras en cuanto al número de víctimas y agresiones o denuncias se refiere.

Imagen 1: Campaña nacional contra La Violencia de Género de 2007



Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad²⁹.

En el año de esta campaña, 2007, hubo 126.293 denuncias, donde tan sólo tan en el 11,22 % de los casos fueron interpuestas por las propias víctimas; el resto lo hacen también las familias, aunque en menor medida en este año, y sobre todo las propias fuerzas de seguridad, que ponen el 77, 31% de las denuncias existentes, así como los profesionales de la sanidad por partes sanitarios referidos a lesiones, tal y como vemos en el gráfico adjunto.

Gráfico 4. Datos de denuncias recibidas en el año 2007

TOTAL DENUNCIAS	Presentada por la víctimas ²	Presentada por familiares ²	Atestados policiales ³	Parte de lesiones	Servicios asistencia – Terceros
126.293	14.166	463	97.637	13.321	706
	11,22%	0,37%	77,31%	10,55%	0,56%

Fuente: Datos del Consejo General del Poder Judicial.³⁰

²⁹ Ver todas las campañas en el enlace: <http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas07/telefono016.htm>[visitado el 10 de octubre de 2015]

³⁰ Ver los datos en las web: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Violencia-domestica-y-de-genero/Actividad-del-Observatorio/Datos-estadisticos>[visitada el 10 de febrero de 2016]

En este mismo año mueren 77 mujeres a manos de sus agresores³¹, casos que son a los que dan cobertura mediática, siendo escasa la información existente sobre el resto de datos referidos a esta temática.

Los datos de nuestro estudio en una primera fase desde 2007 hasta 2010, arrojan los siguientes resultados en cuanto al número de víctimas.

Gráfico 5. Víctimas mortales y denuncias.

Víctimas de Violencia de Género en España									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Muertes	71	76	56	73	61	52	54	54	60
Denuncias	126.293	142.125	135.540	134.105	134.002	128.543	124.894	126.742	129.193

Fuente: Ministerio de sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y Poder Judicial de España.³²

En 2009 podemos observar una disminución del número de víctimas mortales en 20 mujeres respecto al año anterior, pasando de 76 a 56, lo que implica un 26,3% menos. Una disminución, como vemos, muy significativa, que se deberá a múltiples causas sociales y culturales difíciles de determinar, pero también es cierto que coincide con dos años seguidos de campañas en "otro estilo", publicidad institucional de concienciación en las que se incluye al hombre como parte implicada, apoyando a la víctima y enfrentándose con el agresor. La Violencia de Género ya no se representa como algo femenino, sino que implica a todos los agentes externos, y víctimas, también a los menores, niños y niñas, como se ve en la campaña de 2008, y la propia campaña de 2009 que indica el empoderamiento de la mujer, que es valiente y además cuenta con el apoyo social, tal como muestra el mensaje: "Ya no te tengo miedo: Contra el maltratador Todas y Todos a una".

³¹ Ver gráfica de víctimas en la página 6 de este estudio

³² Elaboración a partir de datos de Ministerio de sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y del Poder Judicial de España.

Imagen 2. Campaña del Ministerio contra la Violencia de Género de 2008



Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad³³.

Imagen 3. Campaña de 2009



Fuente: Ministerio de Sanidad servicios Sociales e Igualdad.

Resaltamos también la campaña “Saca tarjeta roja” al maltratador. En todas ellas, tanto hombres como mujeres, se muestran en contra del agresor. No es un género contra otro, sino todos, ambos géneros, contra el hombre agresor.³⁴

³³ Para ver campañas completas con videos , radio y gráfica visitar las web del ministerio: <http://www.msssi.gob.es/campannas/campanas08/toleranciaCero.htm>[visitado el 18 de febrero de 2016]

³⁴ Las campañas las podemos ver en el Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad, en los anexos de este trabajo y ver su análisis en el artículo de este tema de Martín- Casado, Echazarreta y Vinyals citado en bibliografía.

Imagen 4. Campaña 2010



Fuente: Ministerio de Sanidad de Servicios Sociales e Igualdad.

Tras estos años se detectó una cierta mejoría. El jueves 30 de diciembre de 2010 el poder judicial comunicó en su página web una situación de mejora: "Balance positivo tras 5 años de aplicación de la Ley Integral: Datos estadísticos judiciales en aplicación de la L. O. 1/2004" (datos desde julio 2005 a junio 2010)"

"La respuesta judicial ha mejorado: En los cinco años de funcionamiento, los Juzgados de Violencia sobre la Mujer acordaron 140.936 órdenes de protección, un 73% de las solicitudes. Más de 145.000 acusados fueron condenados por Violencia de Género por los órganos judiciales especializados. En tres años y medio de datos estadísticos - desde enero de 2007 hasta junio de 2010-, más de 470.000 denuncias por Violencia de Género se presentaron ante los Juzgados de Violencia sobre la Mujer. En este período las denuncias han experimentado un incremento de un 17%".³⁵ Dato que se puede considerar positivo, ya que supone una visibilización, conocimiento del problema y mayor posibilidad de afrontarlo.

Inmaculada Montalbán, Presidenta del Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género del C.J.P.J. destacó en 2010 que la respuesta judicial contra la Violencia de Género había mejorado.

³⁵ Ver La noticia Completa en Observatorio Contra la Violencia Doméstica y de Género la noticia. de Balance Positivo de la web: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Violencia-domestica-y-de-genero/Actividad-del-Observatorio/Datos-estadisticos/Balance-positivo-tras-5-anos-de-aplicacion-visitado el 15 de enero de 2011>

Pero en 2010 el número de víctimas mortales volvió a aumentar, pasando a 73. Como vemos este dato no es representativo de nada positivo, no refleja mejoras; lo que implica que los poderes judiciales, políticos, la educación y la comunicación deben seguir trabajando en este aspecto.

Tras estos datos la campaña de comunicación de 2011 para ayudar a esta causa representó a la mujer víctima en tres edades, pero con un rostro serio y triste junto a la frase: "No te saltes las señales, elige vivir", frase poco convincente si la cara, el rostro, de quien ha elegido vivir es triste y marcado por la pena. Es así también una campaña estereotipada³⁶ y poco apropiada para luchar por la causa. La mujer sigue mostrándose en los estereotipos de débil y sumisa, puede estar asustada pero no por ello ser una mujer débil y sumisa. Este tipo de campañas no animan a las mujeres a salir de su situación.

"Muestra una mujer que manifiesta en su rostro la tristeza del pasado y no la alegría que puede suponer el cambio. Una contradicción entre lenguaje verbal y no verbal. Una estereotipia de "fuerte" en la parte verbal, y de triste y "no tan fuerte" en la imagen visual, en que aparece como derrotada por el pasado" (Martín-Casado, Echazarreta y Vinyals, 2014: 556).

Imagen 5. Campaña contra la violencia de género de 2011



Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

La tendencia a mostrar a los hombres en las campañas contra los malos tratos es relativamente reciente, el concepto cambió cuando el profesor Jesús Neira, el 6 de

³⁶ Para ampliar el concepto de estereotipo o entender cuándo puede ser indicador de sexismo en las campañas ver Martín Casado, 2010, citado en bibliografía.

agosto de 2008 defendió a una mujer que estaba siendo agredida en la vía pública por su pareja. A partir de ese momento la imagen de los hombres ante el maltrato cambió, y ellos comenzaron a manifestar su contrariedad ante el agresor en los programas, tertulias e informativos. También así en las campañas de publicidad. Por ello, ahora el nuevo concepto de las campañas resalta la idea: “todos y todas contra el agresor”.

Una serie de campañas que desde 2007 hasta la actualidad han sufrido cambios. Nos encontramos ante una forma de comunicar donde se ha pasado del anuncio informativo, o solo con mujeres, a la inclusión del hombre como factor que apoya la causa. La mujer ha sufrido mejoras en el sentido de que ya no aparece como una mujer víctima, sino como una mujer que ha superado ser víctima para recuperar su vida, un tono positivo que indica que hay salida y refleja la situación de éxito tras buscar solución. Se ha producido mejora al situar una mujer que pasa de la imagen negativa al tono más positivo, de la desesperación a la posibilidad de esperanza y felicidad.

Vemos así como las campañas de 2012 y 2013 apoyan la idea de "hay salida" y muestran una mujer que supera su situación, pasando de la tristeza y la oscuridad a la alegría, y la recuperación de color en su vida, como metáfora publicitaria.

Imagen 6. Campaña contra la Violencia de Género de 2012-13



Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Imagen 7. Audiovisual de la Campaña contra la violencia de género 2012-13



Fuente: Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad.

Vemos así la mujer desde su situación de maltrato al paso del éxito, una campaña menos estereotipada y más positiva, aparece como mujer valiente y positiva que puede salir de esta situación.

A pesar de estas campañas, se detecta un aumento de Violencia de Género entre los jóvenes, tal y como mencionamos en el punto anterior, donde los estudios demuestran un pensamiento poco igualitario entre la juventud española. Lo que implica que estas campañas no "les llegan", no se sienten parte del público objetivo.

La Delegación del Gobierno de España para la Violencia de Género presenta dos estudios referentes a la Violencia de Género y su extensión ante las nuevas tecnologías en los/as jóvenes: "El *ciberacoso* como forma de ejercer la violencia de género en la juventud: un riesgo en la sociedad de la información y del conocimiento" y "La Evolución de la adolescencia española sobre la igualdad y la prevención de la violencia de género" cuyos datos se publican en 2013.

En España solemos utilizar "ciberacoso" para referirnos a muchas y variadas prácticas perniciosas que se realizan a través de Internet. Por ejemplo, usamos indistintamente *ciberacoso* y *ciberbullying* para referirnos al acoso escolar a través de Internet. Utilizamos *ciberacoso* para referirnos al "Grooming" o el intento de un adulto por

seducir y agredir sexualmente a un/a joven. (Torres, 2013:151). Hoy en día no hay datos exactos que nos permitan medir cuantitativamente el acoso a través de las nuevas tecnologías.

Donde sí tenemos conclusiones como las siguientes:

"En primer lugar sabemos que, a diferencia del acoso que se produce *offline* y de la violencia de género, el *ciberacoso* en general no se produce recurrentemente de hombres contra mujeres, si bien el porcentaje de víctimas de *ciberacoso* pertenecientes al género femenino es mayor que el de personas del género masculino" (Torres, 2013:25).

"En este trabajo se asume que el *ciberacoso* genera desigualdad y exclusión social, porque produce efectos psicológicos y sociales negativos en las víctimas como depresión, miedo, o aislamiento social. Pero también se trata de una forma de exclusión digital ya que limita las posibilidades de las jóvenes acosadas para disfrutar de Internet con libertad y autonomía" (Torres, 2013: 152).

"La cuestión más dañina es la referida a las ilimitadas posibilidades distributivas de la información que supone Internet" (*ibídem*: 154).

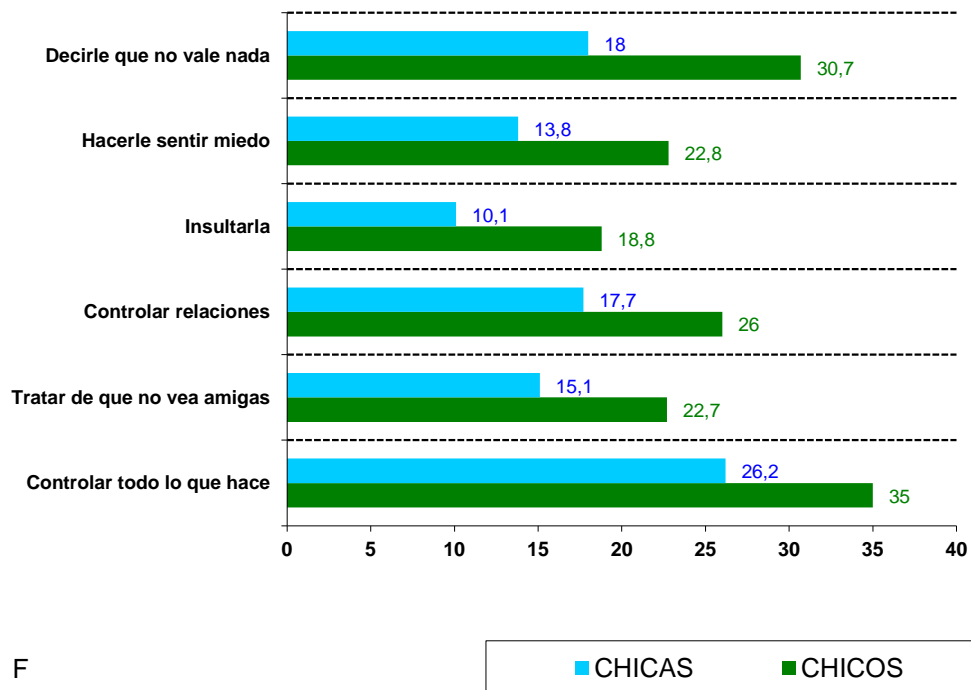
"Así, Internet y las redes sociales se constituyen para el acosador en el recurso sistemático para entrar en contacto de forma alternativa con la víctima cuando los canales de comunicación tradicionales entre ambas personas han desaparecido" (*ibidem*: 157).

Los datos sobre la evolución de la igualdad en la adolescencia arrojan resultados también significativos, como es el hecho de que el 9,2% de las adolescentes reconocen haber vivido situaciones de maltrato por parte de sus parejas, mientras que el 13,1 % de los chicos reconoce haber ejercido alguna situación de maltrato con sus parejas. Lo que demuestra que quizá casi un 4% de las jóvenes no reconocen el maltrato en sus agresores. (Díaz Aguado, 2013)

Los jóvenes tiene una fuerte tolerancia al maltrato como si de un hecho natural se tratara, así lo demuestran datos como que el 26% de los chicos consideran normal controlar las relaciones de sus parejas, y ellas consideran que no es maltrato que te

controlen todo lo que haces en un 26,2 % de los casos, tal y como vemos en los datos del siguiente gráfico extraídos del estudio promovido por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género referido a: "La Evolución de la adolescencia española sobre la igualdad y la prevención de la Violencia de Género"

Gráfico 5. Porcentaje de jóvenes que consideran que esta conducta no son maltrato.



Fuente: Estudio de Díaz Aguado, 2013.

Para entender el papel crucial que suponen los medios en este tipo de conductas y pensamiento, el estudio nos indica los siguientes datos dentro de los aspectos más importantes e influyentes en los jóvenes:

"Los más influyentes en la adolescencia: Las dos principales fuentes de información en el tema de la violencia de género que reconoce la adolescencia actual son: el cine/la televisión (destacada como bastante o muy influyente por el 77,7%) e Internet (por el 58.8%)³⁷ (*ibidem*, 294).

"Lo más influyente en el profesorado: Las fuentes que el profesorado reconoce como más influyentes en su idea de la violencia de género son: los informativos de

³⁷ Un mismo joven puede reconocer más de un medio como influyente por eso el total sumaría más de un 100%.

televisión (el 85,4% les reconoce bastante o mucha influencia), la prensa escrita (el 77,7%), el cine (el 69,8%) e Internet (el 66,6%) (*ibidem*, 294).

"Los documentos audiovisuales son utilizados frecuentemente para prevenir la violencia de género desde la escuela y su utilización aumenta en los últimos años. El 83,6% del alumnado que recuerda haber trabajado este problema manifiesta que "hemos visto vídeos, anuncios o reportajes sobre el tema" y el 52,5% que "hemos visto cine". En 2010 estas cifras eran, respectivamente, del 67% y del 44%." (*ibidem*)

Es importante entender que en este nuevo modelo educativo hacia la igualdad debemos implicarnos toda la sociedad y también los medios y las nuevas tecnologías, como parte de nuestra cultura.

Tras estos datos de Violencia de Género en jóvenes en el año 2014 se lanzó la campaña de comunicación siguiente:

Imagen 8. Campaña 2014- 2015



Fuente: Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad.

Es una campaña dirigida a educar frente a la Violencia de Género, a reducir la tolerancia e intentarlo sobre todo entre los jóvenes.

En cuanto a los datos sobre los índices de mortandad de mujeres fallecidas a causa de sus maltratadores, hemos estudiado los ocurridos desde 2007 hasta 2015, y analizaremos su tratamiento mediático en la Comunidad de Castilla y León, pues recordemos que es el objetivo de este estudio conocer el tratamiento de la Violencia de Género en los medios de Castilla y León, desde la suscripción del Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género en los Medios de Comunicación hasta

este momento, con el fin de poder comprobar su cumplimiento o incumplimiento, y en base a esto marcar nuevas medidas sobre el tratamiento de dicha temática.

Destacamos la campaña que se lanza desde la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades de Castilla y León en 2016, al cierre de este estudio, por su implicación de jóvenes, tanto como protagonistas como de creadores de la campaña, hombres y mujeres concienciados y conocedores del problema, utilizando un mensaje igualitario y educador, haciendo alusión a problemas reales de Violencia de Género entre los/as jóvenes.

Imagen 9. Campaña 2016



#YoDigoCero



“... a que tengas menos oportunidades que yo”

“... a los golpes, porque los golpes matan el amor”

“... a aprovecharme de ti cuando estés vulnerable”



#YoDigoCero



“... a que decidan por mí”

“... a tener menos oportunidades”

“... a que me revises el móvil”



Fuente: Máster: "Comunicación con Fines Sociales,..." (Uva)³⁸

Campaña llevada también a cabo a través de audiovisual y radio, y seguida en redes. Implica a los protagonistas, utilizando un tono positivo y esperanzador, capaz de llegar e implicar más a los jóvenes como público objetivo principal de esta campaña.

³⁸ Campaña llevada a cabo por alumnado del Máster de Comunicación de Fines Sociales: estrategias y Campañas . En concurso de ideas para Junta de Castilla y León. Dirección General de la Mujer. 2016-17

Una vez vistas las campañas, para acercarnos de modo más acertado al contexto que engloba nuestro estudio, es preciso conocer el índice de casos a nivel nacional, sólo así podremos determinar una idea de normalidad, o anormalidad, por comparativa con la realidad de estos hechos al concretarlo en Castilla y León, nuestro ámbito de estudio.

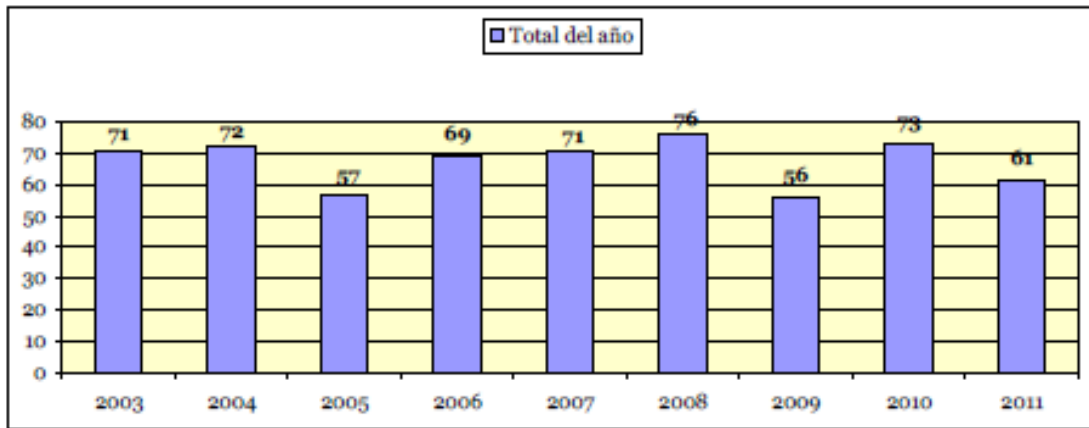
Para conocer y localizar los casos, consideramos de primordial importancia como fuente la página del Ministerio unida a la web de Red feminista³⁹, en su hoja especializada en Violencia de Género, pues en ella no sólo nos aportan información sobre el número de víctimas,⁴⁰ también nos muestra datos referentes al tipo de violencia: mujeres víctimas de sus parejas, otras relaciones familiares, por agresiones sexuales, casos con orden de alojamiento,... Considerando que esta información es válida pues es coincidente con la recogida por parte de la Policía Local, aunque esta última es menos explícita.

Tomaremos datos desde 2006 para conocer lo sucedido antes y después de la creación del Código. El dato de mujeres fallecidas en España a manos de sus parejas o ex-parejas en 2006 es de 69, superado en 2007 al alcanzar el número de 71 según el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. El año 2008 no supuso ningún gran avance, podemos decir que a pesar de los esfuerzos, que como veremos se llevan a cabo desde las Administraciones Públicas desde su política de igualdad, la realidad demuestra que no se producen notables mejorías, ni siquiera pequeñas mejorías en este aspecto, pues sólo tenemos que comprobar que en el año 2008 fallecieron 76 mujeres a manos de sus parejas, más que en el año anterior.

³⁹ www.redfeminista.com

⁴⁰ Dato que ya tenemos desde el Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad.

Gráfico 6. Víctimas mortales de 2010 a 2011



Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Gráfico 3⁴¹ Datos de Víctimas de Violencia de Género en España.

Víctimas de Violencia de Género en España									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Muertes	71	76	56	73	61	52	54	54	60
Denuncias	126.293	142.125	135.540	134.105	134.002	128.543	124.894	126.742	129.193

Fuente: elaboración propia a partir de Datos de Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Resaltamos cómo en el año 2009 se produce una gran esperanza y pensamiento positivo sobre las políticas de acción en esta causa, pues el número de víctimas mortales disminuye a 56, según Ministerio de Igualdad. Un sentimiento de optimismo que vuelve a cambiar tendencia con los datos del 2010, al aumentar el dato a 73, año con mayor número, hasta el momento, de la segunda década del siglo XXI.

Destaca que el año con menor número de denuncias- dentro de nuestro ámbito de estudio- sea el 2013 con 124.894 y el año con mayor cantidad el 2008, con 142.125. En el año 2010 se habló de mejoría desde el poder judicial, pero los datos demuestran que no hay tendencias claras a los largo de este año, sino que aparece información de una temática sin evolución, con pocos resultados de las intervenciones sociales, que sigue su transcurso avanzando muy lentamente.

⁴¹ Lo presentamos repetido en esta página por la importancia de la presencia de estos datos en este punto.

Tomamos alguna reflexión de otros estudios sobre efectos de las campañas nacionales de sensibilización contra la violencia de género.

"Las campañas de comunicación responden a objetivos contra la Violencia de Género, objetivos de los que ellas forman una pequeña parte de la solución, y no la solución en sí. No obstante, sin duda, no parece haya ningún tipo de relación que vincule las políticas contra la Violencia de Género, con el número de casos existentes. Es decir, no hemos podido observar ninguna campaña que represente datos significativos sobre sus efectos" (Martín-Casado, T.G.; Echazarreta, C; Vinyals, M; 2014: 559).

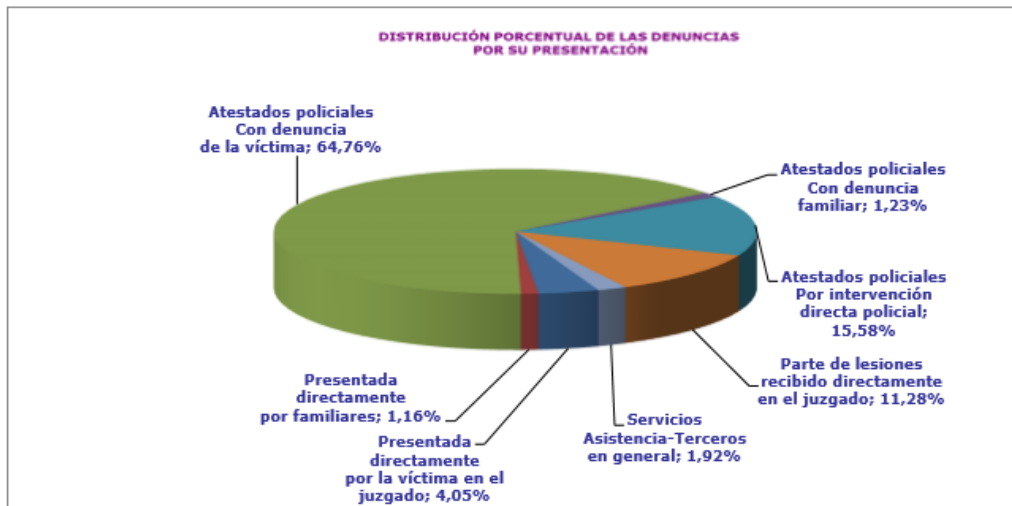
Observamos cómo las campañas existentes no están produciendo mejoras cuantitativas significativas ante este tipo de violencia, también es cierto que un cambio tan importante en la sociedad, ante un tema tan arraigado, como es la cultura patriarcal y el androcentrismo, no se puede pretender conseguir un cambio de tendencia a corto plazo; es necesaria la persistencia en el tiempo, por lo que es preciso seguir investigando y mejorar para, en este caso, lograr una comunicación más eficiente ante esta causa.

Es importante considerar, ampliar, las acciones comunicativas y notorias hacia esta causa,- como hizo el código sobre los medios de comunicación y pretende a su vez este estudio-. Nada se puede hacer sin una adecuada formación y sensibilización sobre el problema. Por ello educar, y sobre todo a jóvenes, es importante para aprender a cambiar una imagen contraproducente ante la igualdad.

Veamos desglosado con detalles los datos del último año tomado en cifras de este estudio, en cuanto a víctimas, el 2015, donde observamos la importante labor de las denuncias a través de atestados policiales.

Gráfico 7. Denuncias recibidas en 2015.

Total Denuncias	Presentada directamente por víctima en el juzgado	Presentada directamente por familiares	Atestados policiales			Parte de lesiones recibido directamente en el juzgado	Servicios asistencia-Terceros en general
			Con denuncia víctima	Con denuncia familiar	Por intervención directa policial		
129.193	5.238 4,05%	1.504 1,16%	83.667 64,76%	1.595 1,23%	20.131 15,58%	14.575 11,28%	2.483 1,92%



Fuente: Datos del Poder judicial, 2015.

Como vemos es llamativo el gran número de denuncias existentes en nuestro país, un dato por otro lado poco difundido a través de los medios, que basan su información, casi exclusivamente, referida a los casos de muertes por Violencia de Género, un gran problema, pero sólo la "punta del Iceberg". Es quizá este silencio mediático el gran enemigo de este problema, el gran contribuyente a que la realidad no se conozca en toda su amplitud. No olvidemos que el problema salió a la luz gracias a los medios de comunicación [Cfr. Cap. I], siendo ellos un agente primordial para conocer el problema y educar hacia su mejora.

Debemos tener presente el carácter educador que poseen los medios de comunicación y la necesidad de formar a sus profesionales en este aspecto. "Los profesores de la Sociedad de la Información, en cuanto educadores en materia de comunicación, habrán de ser capaces de discernir en la práctica el doble proceso de la enseñanza de la imagen y de la enseñanza con imágenes como dos campos de la

educación en materia de comunicación" (García Matilla, 2012)⁴². Dos ámbitos que en gran medida construyen la realidad y el espacio de conocimiento de los receptores del mensaje, por ello deberán ser cuidadosos con la realidad que muestran, la que se oculta y el modo de mostrarla. Será importante también que las personas receptoras estén formadas en este tema, para ser ellas las que tengan más información que la que aparece en los medios y reclamen a éstos determinadas temáticas, siendo capaces de ser críticos y detectar el sexismo en los mensajes.

Pero hoy en día no sólo debemos formar a los profesionales de los medios, sino también a los usuarios de éstos, principalmente de las redes sociales, ya que son emisores del mensaje y por tanto nuevos "informadores" del siglo XXI, los "prosumer"⁴³ el testimonio de quien emite mensajes a través de las redes, y reenvía éstos, es también constructor de imagen de género y Violencia de Género; por tanto cuidar su formación y sensibilidad ante el tema, como nuevos emisores, es tarea importante para el logro de un adecuado tratamiento de la igualdad. Un nuevo reto que se plantea en la "nueva sociedad de la información".

Pero vayamos ahora a estudiar la situación de la Violencia de Género en la Comunidad de Castilla y León, como compete a este estudio, donde se toma conciencia, y se pretende implantar medidas correctoras en los medios de comunicación, en caso de que fueran necesarias.

B) Violencia de Género. Situación en Castilla y León

Vayamos ahora a concretar en la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Observemos los datos respecto al total de incidencias nacionales según los datos ofrecidos por la Junta de Castilla y León a través de su web⁴⁴, así como otros datos del Ministerio y el Poder Judicial referidos a esta Comunidad Autónoma.

En 2006, Castilla y León era la séptima Comunidad Autónoma española en índice de muertes por malos tratos, con 3 muertes y 5.639 casos penales pendientes

⁴² Visitado en : http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/l_776/enLinea/7.htm [visitado el 11 de junio de 2012]

⁴³ Término referido al receptor que se convierte en emisor y por tanto nuevo influyente de la comunicación. Concepto nacido del uso de Redes Sociales, donde se da *feed back* , y la respuesta, también es visible.

⁴⁴ http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1173962226513/_/_/_ [visitado el 20-5-2010]

sobre violencias contra la mujer, ocupando el sexto lugar en España, respecto al total de casos existentes.⁴⁵ [Cfr. Cap. I]

En el año 2007 Castilla y León fue la séptima Comunidad Autónoma en índice de malos tratos, y 7.079 asuntos penales en los juzgados con competencia en violencia sobre la mujer⁴⁶.

En 2008, fue la novena Comunidad Autónoma en asuntos penales, la séptima Comunidad Autónoma con mayor índice de muertes, es el año que más casos registra, seis son las mujeres fallecidas por Violencia de Género.

En el año 2009, Castilla y León era la sexta Comunidad Autónoma en asuntos penales, con 2.106 casos. Un año positivo, aun así, pues no se produce ningún caso de muerte por Violencia de Género. Un dato alentador que pronto cambia, pues en 2010, vuelve de nuevo la misma tendencia.

En 2010 Castilla y León ocupa la séptima posición con 7.771 asuntos penales abiertos en esta competencia, frente a los 194.056 existentes a nivel nacional. Con cuatro muertes en esta Comunidad. Mostramos en el siguiente gráfico los datos a los que hacemos alusión de manera simplificada para así ser más fácil la comparativa entre años.

Gráfico 8. Dato de Víctimas: denuncias y muertes

Casos de denuncias y muertes en Castilla y León									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Muertes Cyl	2	6	0	4	2	2	4	3	2
Denuncias	7.079	5.459	2.106	7.761	4762	4.132	4.154	5.132	4.644

Fuente: Elaboración propia con datos de Poder Judicial⁴⁷.

En estos años no se observa ninguna variación de tendencia, ni cambio significativo concluyente, sino, más bien, puntual. En 2010 entró en vigor en esta comunidad la precitada Ley autonómica contra la Violencia de Género, año en que aumentó considerablemente el número de casos. Se podría considerar positivo si el

⁴⁵ Analizaremos en este estudio el tratamiento de la Violencia de Género en los medios, lo cual implica estudiar cómo cuentan las noticias acaecidas en esta comunidad, pero también las noticias que hacen referencia a casos nacionales.

⁴⁶ Datos indicados extraídos de www.jcyl.es, 24-05-2011, [visitado el 24-5-2010]

⁴⁷ Datos obtenidos de : <http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1173962226513>[visitado en 2010 y 2016] y datos del poder judicial en <http://www.poderjudicial.es/cgpi/es/Temas/Violencia-domestica-y-de-genero/Actividad-del-Observatorio/Datos-estadisticos/>[visitado en 2015 y 2016]

aumento no se refiere a casos reales, sino a la visibilización de éstos debida a la concienciación de la mujer, y la sociedad, por denunciar y buscar salida, es decir porque existe cada vez mayor conciencia social. La mejora es de nuevo una cuestión educacional que sólo con el trabajo constante, la formación, junto al medio y largo plazo, podremos conseguir solventar.

Otro dato que nos sirve para conocer la situación en nuestra comunidad autónoma es el número de mujeres que tiene orden de protección. En este caso sí observamos una reducción del número a partir de 2010, y no sólo en Castilla y León sino también a nivel nacional, un dato algo alentador si consideramos que menor número de víctimas estén en esta situación a comienzos de esta segunda década del siglo XXI, pero en 2015 vuelve a cambiar la tendencia, aun así el número de víctimas es menor en esta segunda década.

Gráfico 9. Órdenes de protección en ámbito regional y nacional.

Órdenes de protección adoptadas									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
C y L	1.238	1.339	1.260	1115	1088	854	814	856	891
Nacional	27.967	30.405	28.782	25.531	23.514	21.245	19.349	18.775	20.827

Fuente: elaboración propia a partir de datos del Poder Judicial⁴⁸

Por todo esto recalamos la necesaria labor de continuar trabajando en esta causa y contar con el apoyo de los medios como agente educador y formador de la sociedad, además de informador.

Pero vayamos, en el siguiente punto, a conocer las políticas que abogan por esta causa y su relación con los medios. Así entenderemos mejor el marco en que se ubica el Código de Análisis y el sentido de la creación de nuevas propuestas, o de una guía de recomendaciones sobre el tratamiento de la Violencia de Género en los medios de comunicación y publicidad.

⁴⁸ Ampliar los datos en: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Violencia-domestica-y-de-genero/Actividad-del-Observatorio/Datos-estadisticos> [visitado en 2015 y 2016]

2.5 POLÍTICAS PÚBLICAS FRENTE A LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Para entender la situación real de género, y su trascendencia como problema social, -en el que ya se toman medidas desde diferentes ámbitos, como el político, o jurídico-, será conveniente conocer las normativas, leyes, o códigos, principales que lo contemplan. Sólo así nos acercaremos de modo más certero al tema tratado y su relación con los medios.

Para comprender la relación entre las políticas regionales, nacionales, e internacionales, es preciso un recorrido temporal, que nos permitirá ver cómo unas son consecuencia, o van relacionadas, con las otras; siendo en muchas ocasiones las políticas internacionales, o nacionales, las inspiradoras de las políticas regionales. También podemos comprobar cómo las regionales, en ocasiones se anticipan siendo capaces de ser pioneras.

2.5.1 Legislación y políticas concernientes a igualdad de género y Violencia de Género. Regulación en los medios

A) Ámbito Internacional

Para entender la situación real de género, y su trascendencia como problema social, será conveniente conocer las normativas, leyes o códigos principales que lo contemplan. Sólo así nos acercaremos de modo más certero al tema tratado y su relación con los medios.

A nivel internacional destaca la Declaración y Plataforma para la Acción aprobada por la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada en Beijing en 1995, la cual señala como uno de los objetivos estratégicos el de fomentar una imagen de las mujeres equilibrada y sin estereotipos en los medios de comunicación.

Resaltamos el 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; 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, estimular el debate público sobre el tema”.

Comprobamos entonces que existen documentos internacionales con respecto al género y a la comunicación, sobre todo a partir de la IV Conferencia Mundial de la Mujer de 1995, organizada por Naciones Unidas, (Naciones Unidas, 1996) que pueden servir de punto de apoyo para la introducción del género en los instrumentos de autorregulación. Estos documentos a los que nos referimos son los siguientes⁴⁹:

- *La Comunicación como Fuente de Poder para las Mujeres.* Documento elaborado por más de 400 periodistas procedentes de 80 países. Encuentro convocado por la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC/ AMCC), de Londres, Isis Internacional y el International Women’s Tribune Centre, de Nueva York. (Bangkok, 1994).
- *Plataforma de Acción de Toronto. Simposio Internacional sobre la Mujer y los Medios de Comunicación,* organizado por la UNESCO. (Toronto, marzo 1995). (UNESCO, 1995).
- *Plataforma de acción de Pekín.* Capítulo J. Las mujeres y los medios de comunicación. (IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, ONU, Septiembre 1995). (Naciones Unidas, 1995).
- *Plataforma de acción Pekín+ 5.* Capítulo J. Las mujeres y los medios de comunicación. (ONU, 2000). (Naciones Unidas, 2000).
- *Global Media Monitoring Project* (2000). World Association of Christian Communication. (WACC, 2000).
- *Borrador de Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información.* (ONU, Ginebra, octubre de 2003)

⁴⁹ Citados en bibliografía.

También el Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica, firmado en Estambul en 2011 establece la conveniencia de que el sector de las tecnologías de la información y de la comunicación y los medios de comunicación, participen en la elaboración y aplicación de medidas que contribuyan a prevenir la violencia contra las mujeres y reforzar el respeto de su dignidad.

B) Ámbito Nacional

Que la Violencia de Género es un problema de estado es patente desde la políticas creadas tanto a nivel nacional como regional, veamos algunas de ellas.

Referido a nivel nacional, cabe reseñar la Constitución Española actualmente en vigor, cuyos artículos 14 y 9, punto 2, abogan por la igualdad entre personas y la no discriminación bajo ningún concepto, donde se alude de forma directa a la no discriminación por razones de sexo, entre otras, tal como citamos a continuación. (Gobierno de España, 1978)

- Artículo 14: *Los españoles son iguales ante la Ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.*
- Artículo 9: 2. *Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.*⁵⁰

En nuestro país, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo⁵¹, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, contempla en su Título III de modo específico la importancia del tratamiento igualitario de género en los contenidos de los mensajes periodísticos y publicitarios, lo que demuestra una toma de conciencia de la importancia del poder de los medios como factor creador de conciencia social de igualdad.

⁵⁰ Extraído de www.noticiasjuridicas.com, [visitado el 10/5-/010].

⁵¹ BOE-A-2007-6115

Veamos algunos artículos que buscan la igualdad de género efectiva en esta Ley y competen al ámbito de este estudio:

- *Artículo 11. La implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas.*
- *Artículo 36. La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad pública: Los medios de comunicación social de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres.*
- *Artículo 39. La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad privada: Todos los medios de comunicación respetarán la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación.*

Así mismo, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, General de publicidad⁵² hace referencia exacta a cualquier tipo de discriminación que se pudiera ejercer contra la mujer en su Título II, artículo 3:

Es ilícita:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20.

Apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

⁵² BOE-A-1988-26156

No es objeto de este estudio entrar en el tratamiento de género en el mensaje publicitario, sino de la Violencia de Género, pero si mencionamos que existe una clara conciencia de utilización vejatoria de la mujer en gran parte de los mensajes mediáticos, también en el publicitario, y por ello es necesaria la creación de normas que ayuden en la mejora de esta causa.

Con los mismos fines de disminución del problema, y partiendo de que el desconocimiento es la causa de que la Violencia de Género se extienda entre los jóvenes con naturalidad, desde el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, en 2013 se creó la aplicación "Libres", que no deja rastro de llamada a quienes la usan. En su primer mes tuvo 4000 usuarias y en 2014 se crea la "App⁵³" "protégete" con el fin de ayudar a los jóvenes a evitar el "ciberacoso⁵⁴".

Nuevas medidas que definen nuevas formas de comunicar y llegar a los jóvenes en el siglo XXI a través de los medios de comunicación *offline*, los soportes móviles, *smartphone* y *Apps*

C) Ámbito Regional

En Castilla y León, tanto la Ley 1/2003, de 3 de marzo, de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en Castilla y León, como la Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León, encomiendan a la Administración promover y llevar a cabo acciones positivas dirigidas a lograr una imagen positiva de la mujer en los distintos medios de comunicación, y a garantizar que no incluyan contenidos que puedan incitar al ejercicio de la violencia de género.

Comencemos por orden cronológico. El artículo 9, de la Ley 1/2003, en lo referido a la competencia en materia de promoción de igualdad, contempla en el punto 4 la actuación en el ámbito de la comunicación social para que las imágenes, contenidos y lenguajes reflejen la pluralidad de papeles sociales que mujeres y hombres pueden compartir.

⁵³ App: Aplicación que se descarga en los dispositivos móviles, de *Android* o *Apple*, pero en estos casos son adaptables a los dos tipos de *smartphone*.

⁵⁴ Acoso a través de las redes Sociales y/o nuevos dispositivos móviles.

También es muy importante, y directamente relacionado, el contenido del artículo 12, sobre la clasificación de las actividades de promoción de la mujer, que engloba, entre otras, las siguientes categorías:

Artículo 12. Clasificación de las actividades de promoción de la mujer

Las actividades de promoción de la mujer reguladas en la presente Ley se engloban en las siguientes categorías:

1. *Sensibilización y concienciación en materia de igualdad de género.*
4. *Promoción de una imagen no estereotipada de la mujer en la sociedad actual.*
6. *Promoción de la igualdad y de la participación de las mujeres en la vida pública.*
7. *Formación para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.*
8. *Información, asesoramiento y orientación para la mujer.*
9. *Promoción de la mujer del ámbito rural.*
12. *Promoción de la mujer a la sociedad del conocimiento y de la información.*

Destaca igualmente el punto 13.8: *Eliminar el lenguaje sexista en todas sus manifestaciones.*

También el artículo 8.10, habla de *Implantar módulos de enseñanza en igualdad y valores no sexistas en todos los niveles educativos.*

Estos artículos atañen de manera muy directa a nuestro proyecto y pretenden en muchos casos los mismos objetivos de género.

Pero, sin duda alguna, el artículo 15 es el más relacionado con el concepto básico en este proyecto, tal y como observamos en las siguientes premisas que recoge:

Artículo 15. Medidas de acción positiva para la superación de la imagen estereotipada de la mujer

Las Administraciones Públicas de la Comunidad de Castilla y León, en su ámbito de competencias, promoverán y llevarán a cabo acciones positivas dirigidas a conseguir los siguientes objetivos en relación con la superación de la imagen estereotipada de la mujer:

- 1. Apoyar el tratamiento de la igualdad de oportunidades y la promoción de una imagen positiva de la mujer en los distintos medios de comunicación y agencias de publicidad.*
- 2. Promocionar la imagen de la mujer en un plano de igualdad con el hombre.*
- 3. Incorporar la perspectiva de género en todos los ámbitos de la comunicación.*
- 4. Impulsar los observatorios para la publicidad y los medios de comunicación.*
- 5. Incentivar y garantizar que los medios de comunicación tanto los financiados con fondos públicos o con cualquier otro recurso no emitan en su programación imágenes o contenidos sexistas, vejatorios para la mujer o que puedan incitar al ejercicio de la violencia de género⁵⁵.*

El II Plan Contra la Violencia de Género de Castilla y León, 2007-2011, señala como objetivo operativo 3: Difundir entre la sociedad las diferentes manifestaciones y consecuencias de la desigualdad y violencia de género, con el fin de sensibilizar, modificar actitudes e impulsar su rechazo social. Dentro de este objetivo, una de las medidas a cumplir es la de sensibilizar a los medios de comunicación sobre la importancia que tiene un adecuado tratamiento mediático de la desigualdad y de la violencia de género.

Este plan planteó la aprobación de la Ley Contra la Violencia de Género como expresión de lo popular, una conciencia que pretende ser llevada a lo social como factor clave para su erradicación, y que ve la luz en el año 2010 (Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León), que incorpora la formación y necesidad de sensibilización como herramientas necesarias para erradicar el problema, tal como se apoya desde este estudio.

En el Capítulo I se recogen las medidas de sensibilización dirigidas a toda la sociedad. Se contempla la realización de estudios y trabajos de investigación que nos permitan conocer con mayor precisión las causas y consecuencias de la violencia, así como la colaboración de los medios de comunicación:

- El artículo 13 recoge la obligación de los poderes públicos de promover acuerdos de autorregulación en todos los medios de comunicación social, en los que se

⁵⁵ Disponible en:

http://www.peregrinoalerta.jcyl.es/scsiau/Satellite/up/es/Familia/Page/PlantillaN3/1173962251786/_/_?asm=jcyl&paginaNavegacion=&seccion=&tipoLetra=medium . [Visitado el 24 de mayo de 2010].

recojan pautas de orientación sobre cómo tratar la violencia de género y la imagen de las mujeres.

- El artículo 15 insta a los poderes públicos de Castilla y León, en el ámbito de sus competencias, a impulsar y desarrollar programas de formación específicos para profesionales de los distintos ámbitos vinculados a la violencia de género, entre ellos el de los medios de comunicación.
- El artículo 18 señala que la Administración de la Comunidad de Castilla y León promoverá la existencia de contenidos sobre igualdad de mujeres y hombres y sobre violencia de género en los ámbitos académicos relacionados o que tengan que intervenir en la atención a las mujeres, y en los que formen a profesionales de la enseñanza y de los medios de comunicación.

El Pacto Social contra la Violencia de Género⁵⁶, pretende involucrar a la sociedad contra la Violencia de Género, también a los medios de comunicación, lo que unido a Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, son iniciativas para constituir un marco jurídico y social que permitan llevar a cabo aquellas acciones que contribuyan a la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género

Hagamos ahora alusión a la Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León que en la definición de su objeto menciona la sensibilización a la sociedad sobre esta lacra social.

⁵⁶ Pacto social contra la violencia de Género, "El Pacto Social contra la Violencia de Género es una iniciativa de movilización y sensibilización de toda la sociedad; todas las personas, las organizaciones empresariales, las instituciones, las asociaciones, las organizaciones sindicales, los medios de comunicación, los distintos centros educativos, formamos parte de la sociedad, y todas y todos tenemos la obligación moral de implicarnos en la erradicación de este grave problema". disponible en: [http://www.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/\[visitado el 26-5-2010\]](http://www.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/[visitado el 26-5-2010])

En el Capítulo I se recogen las medidas de sensibilización dirigidas a toda la sociedad. Se contempla la realización de estudios y trabajos de investigación que nos permitan conocer con mayor precisión las causas y consecuencias de la violencia, así como la colaboración de los medios de comunicación.

- Artículo 4. Hace alusión a la necesidad de formación sensibilización e investigación en este área, y la necesidad de colaboración de agentes sociales y económicos donde pueden entrar sin ninguna duda los medios de comunicación.

Artículo 4. Los siguientes principios regirán las actuaciones que se lleven a cabo para la consecución de las medidas previstas en la presente ley:

a) Enfoque integral de la violencia de género y consideración desde su naturaleza multidimensional y transversal.

b) Prevención como eje fundamental para erradicar la violencia contra las mujeres, analizando sus causas y fomentando actitudes desde la perspectiva de género que promuevan la igualdad de oportunidades a través de medidas de sensibilización, investigación y formación.

c) Coordinación y colaboración entre todas las entidades públicas y privadas y los agentes sociales y económicos implicados en el ámbito de la violencia de género

- El artículo 13 recoge la obligación de los poderes públicos de promover acuerdos de autorregulación en todos los medios de comunicación social, en los que se recojan pautas de orientación sobre cómo tratar la violencia de género y la imagen de las mujeres.
- El artículo 15 insta a los poderes públicos de Castilla y León, en el ámbito de sus competencias, a impulsar y desarrollar programas de formación específicos para profesionales de los distintos ámbitos vinculados a la violencia de género, entre ellos el de los medios de comunicación.
- El artículo 18 señala que la Administración de la Comunidad de Castilla y León promoverá la existencia de contenidos sobre igualdad de mujeres y hombres y sobre violencia de género en los ámbitos académicos relacionados o que tengan

que intervenir en la atención a las mujeres, y en los que formen a profesionales de la enseñanza y de los medios de comunicación.

Reseñamos de modo muy especial y lo haremos más adelante de una forma más detallada, el "Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género" de 2006, suscrito por la Junta de Castilla y León y 33 medios de comunicación de esta Comunidad, el cual aborda el tema que nos concierne de modo exclusivo; Código que marca las pautas de buenos usos que deben llevarse a cabo para lograr el trato correcto de las noticias sobre violencia de género. Dicho código marca doce puntos en los que se definen los aspectos a considerar por los medios de comunicación, doce cuestiones a seguir para que la mujer, la víctima, sea tratada con mayor dignidad y respeto en este tipo de informaciones.

Las Directrices de funcionamiento en Castilla y León del modelo de atención integral a las víctimas de violencia de género «Objetivo Violencia Cero», aprobadas mediante Acuerdo 130/2015, de 10 de septiembre, señalan como uno de los objetivos del modelo la sensibilización sobre la Violencia de Género, mediante el fomento de actitudes de rechazo a este tipo de violencia, dirigidas a favorecer un cambio de actitud en la sociedad, impulsando la igualdad entre mujeres y hombres y la eliminación de comportamientos sexistas.

Un plan que entre otras acciones, y partiendo de la necesidad de colaboración ciudadana, elaboró la "Guía de información y sensibilización ciudadana: Violencia cero Reacciona", que a través de la Consejería y con la colaboración de varias instituciones universitarias, políticas y sociales, comienza definiendo qué es la violencia de género, cómo se manifiesta y reconoce, y dónde acudir en caso de que sea necesario. Una guía esclarecedora por sus contenidos sociales, necesarios de difundir a la sociedad⁵⁷.

El Decreto 52/2014, de 16 de octubre, es por el que se crea y regula el Observatorio de la Comunidad de Castilla y León⁵⁸, órgano colegiado que tiene como finalidad el estudio, análisis y seguimiento de realidades de la sociedad de Castilla y León, haciendo mención especial a materias esenciales como son: el género, la convivencia escolar y las agresiones al personal sanitario.

⁵⁷ Descargar el contenido de esta guía en la web:

<http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1284384712431/>, que referencia al texto completo en PDF.

⁵⁸ Ver texto de Decreto en:

<https://familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100Detalle/1246988964069/Normativa/1284662119499/Redaccion>.

Se aprueba el Decreto 10/2015, de 29 de enero, de aplicación de las medidas para la reforma de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en la organización y el funcionamiento de los órganos colegiados de asesoramiento y participación en el ámbito de los servicios sociales, mujer y juventud, que regula el Consejo Regional de la Mujer, órgano de participación y asesoramiento en materia de promoción de la igualdad entre mujeres y hombre y prevención de la violencia de género, en el que participan los centros directivos en materia igualdad, de educación y sanidad de la administración autonómica y de la local, federaciones y asociaciones de mujeres, organismos de juventud, organizaciones agrarias, sindicales y empresariales, y representación de la administración del Estado en materia de violencia de género, entre otros.

Como instrumento de planificación de la política regional en materia de igualdad y prevención de la violencia de género, actualmente se encuentra vigente el "Plan Autonómico para la Igualdad de Oportunidades y contra la Violencia de Género en Castilla y León 2013-2018"

Dicho Plan se fundamenta en dos grandes objetivos de carácter general que son, conseguir que la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres sea una realidad, prevenir y erradicar la Violencia de Género en todos los ámbitos de la sociedad y de la vida. Contemplando entre una de sus seis áreas de intervención la Atención Integral a Víctimas de Violencia de Género. No hace alusión directa a su tratamiento en medios.

Nueve son los principios rectores que inspiran el plan: unidad, enfoque integral, transversalidad de la perspectiva de género, empoderamiento de las mujeres, cooperación y colaboración institucional, colaboración con los agentes económicos y sociales, participación, atención a la diversidad y promoción de la autonomía de las víctimas de Violencia de Género.

Veamos estas normativas y actuaciones en un cuadro resumen.

Gráfico 10. Fechas claves frente a la Violencia de Género Nacional y Castilla y León.

1978	La Constitución española reconoce el derecho a la igualdad. Especialmente en su artículo 14.
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.
1995	Cumbre de Beijing, plantea por primera vez la necesidad de abogar por la igualdad de la mujer en el mundo desde la ONU.
1998	I Plan Nacional de acción contra la violencia doméstica. 1998-2000.
2001	II Plan integral contra la violencia doméstica 2001-2004.
2003	Ley de Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres de Castilla y León.
2005	Creación del Observatorio de Género de Castilla y León.
2006	Código para el tratamiento informativo de la violencia de género en Castilla y León.
2007	Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
2007-2011	I Plan contra la Violencia de Género en Castilla y León (2007-2011)
2007-2011	V Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres de Castilla y León (2007-2011).
2008	Pacto Social contra la Violencia de Género.
2010	Ley 13/2010, de 9 de diciembre, contra la Violencia de Género en Castilla y León
2011	Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica, firmado en Estambul en 2011
2013-2018	Plan Autonómico para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y contra la Violencia de Género en Castilla y León 2013-2018 (acuerdo35/2013, de 16 de mayo de la Junta de Castilla y León).
2014	El Decreto 52/ 2014, de 16 de octubre, es por el que se crea y regula el Observatorio de la Comunidad de Castilla y León.
2015	"Objetivo Violencia Cero" Modelo integral para atender a las Víctimas. Castilla y León
2015	Decreto 10/2015, de 29 de enero, de aplicación de las medidas para la reforma de la Administración de la Comunidad de Castilla y León en la organización y el funcionamiento de los órganos colegiados. (Regula el Consejo Regional de la Mujer).

Fuente: Elaboración

3. El tratamiento de la Violencia de Género en los Medios de comunicación de Castilla y León.

Elaboramos modelos interpretativos imperfectos (insuficientes dimensiones, relaciones, elaboración y medición), que se mejoran mediante el incremento de su alcance explicativo y predictivo, y de su coherencia interna.

Este es el objeto del método científico.

(Critto, 1982:260)

3.1 BÚSQUEDA DE UN REFERENTE CIENTÍFICO

Para llevar a cabo la parte empírica de este trabajo será necesario tomar un referente científico de reconocida validez, por ello, y debido a los objetivos que perseguimos, consideramos que el método científico de "análisis de contenido" es el más adecuado para nuestras pretensiones, así como la "entrevista en profundidad" con profesionales y expertos o expertas en el tema, llevada a cabo con el objetivo de enriquecer las recomendaciones consideradas tras analizar los resultados del análisis de contenido. Vayamos pues a conocer, y a justificar, esta metodología así como a explicar el modo concreto de su ejecución.

3.1.1 Análisis de contenido

En este apartado intentaremos explicar el método científico sobre el que nos apoyamos, justificar su validez. Como veremos en los puntos siguientes explicaremos la justificación del método, la muestra, y cada una de las partes sobre las que hemos desarrollado las diferentes variables que aportan la información buscada.

Esta investigación daba comienzo explicando y definiendo el marco teórico que nos permitía abordar científicamente este estudio. Una vez revisada la documentación, e investigación que trata el género y la Violencia de Género, resulta conveniente un estudio basado en el análisis de contenido, técnica que explicaremos exhaustivamente a continuación, al igual que el diseño de la investigación y fase de pre-análisis, que nos permitirá culminar con el análisis y las conclusiones pertinentes.

A) Justificación del método de estudio y sus orígenes. Metodología

El método que llevaremos a cabo se refiere al análisis de contenido, entendido éste no como un hecho aislado, sino como un método que tiene en cuenta el resto de enfoques; muy importante, como ya ha quedado claro a lo largo de la investigación, la importancia del contexto, y más cuando hablamos de construir el concepto de género y Violencia de Género a través de las noticias e información transmitidas por los medios.

El análisis de contenido surge, según indica Smith, en Suiza durante el siglo XVIII, "cuando un grupo del clero y la academia analizaron conjuntamente noventa himnos titulados *Song of Zion*. A finales del siglo XIX comenzó a usarse en Estados Unidos para el análisis de contenidos de algunos periódicos" (Smith, 1988).

Esta técnica se considera que fue utilizada por Lasswell en la década de los treinta, y en 1950 por Bernard Berelson, quien la definió como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantificable del contenido manifiesto de la comunicación” (Rodríguez Soto, 1997:244). Características que, sin duda, hacen del análisis de contenido un método científico.

Pero fue Smith quien estableció los orígenes en Estados Unidos, durante el periodo de la Segunda Guerra Mundial, para entender la información transmitida por la radio alemana. Smith lo considera objetivo, pues las descripciones se restringen a un fenómeno observable de forma directa o indirecta (lo referido al contenido latente del mensaje) y lo considera sistemático porque contiene un conjunto de reglas que permiten la réplica del análisis. (*Ibídem*).

Este método se concreta pues, en un análisis cuantitativo versus cualitativo, aunque debemos tener en cuenta lo observable de modo directo, y lo indirecto, que en muchos casos lleva implícito contenidos latentes.

"El objetivo principal es entonces la descripción de ese contenido, de su fondo o de su forma. Por lo general, las investigaciones en las que el objetivo principal es la descripción son las investigaciones de carácter exploratorio y las investigaciones e índole histórico" (López Aranguren, 2015:6).

En el análisis de contenido se debe especificar qué se pretende analizar, cuáles serán las fuentes del contenido (en este caso los medios de Castilla y León, en concreto en las informaciones referentes a violencia de género) cuantificar el contenido (en este caso la muestra con las variables de estudio) y detectar las tendencias que se manifiestan. El análisis de contenido es una técnica de investigación basada en datos primeramente cuantitativos, objetivos, pero éstos no son de relevancia si no van acompañados de una interpretación subjetiva, por supuesto basada en los datos cuantitativos obtenidos.

Bardin, en su obra *El análisis de contenido*, lo cita del siguiente modo: “El análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo

latente, lo no aparente, lo potencial inédito (no dicho), encerrado en todo mensaje” (Bardín, 1977:7).

Con lo que lo definió como: “Conjunto de técnicas de análisis de comunicación, cuyo objetivo es obtener indicadores (cualitativos o no) mediante procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo inferencias de conocimientos relativas a las condiciones de producción/ recepción (variables interferentes) de estos mensajes” (*ibídem*)⁵⁹.

Como vemos, es una técnica muy apropiada para el estudio que en este caso nos concierne. Nos permite analizar el contenido del mensaje periodístico, o publicitario, capaz de ofrecernos información sobre la idiosincrasia de una época. Datos cuantitativos que, tras una libre y lógica interpretación subjetiva, contribuyen a enriquecer el estudio con aportaciones críticas.

El análisis de contenido de los mensajes debe permitirnos un análisis que vaya más allá de lo obvio, debemos entender todos los significados que se hallan en el mensaje analizado, no sólo lo referido al texto e imagen, significados y significantes, sino también a los efectos psico-sociológicos que es capaz de crear, en este caso forjando el concepto de género y Violencia de Género.

Tal como enuncia el profesor Eguizábal, “la función de un análisis de contenido es doble:

1º Una función heurística, el análisis de contenido enriquece el tanteo exploratorio. Sirve para “ver”.

2º Una función de verificación, confirmar o invalidar nuestras hipótesis, trazadas como líneas de partida del análisis. Sirve para verificar”. (Eguizábal, 1990)

3.1.2 La entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad es una técnica de investigación cualitativa que se realiza con determinadas personas de forma individual, con el fin de obtener información sobre diferentes aspectos en relación a un determinado tema, bien sea referente a la persona, o al problema a tratar, como será el caso concreto que nos concierne.

⁵⁹ Traducción de la autora.

Existe gran variedad de tipos de entrevistas en profundidad, si bien una de las más usuales es la entrevista "semiestructurada". Podríamos indicar es aquella en la que el entrevistador trata el tema en función a una serie de puntos programados previamente, sobre los que pretende obtener la información del entrevistado; éste deberá responder libremente, el entrevistador dirige, pero siempre sabiendo escuchar con detalle la exposición de la información. (Ortega, 1990).

En función a la profundidad de la investigación podemos discernir dos tipos de entrevistas: entrevista centrada en el problema y entrevista centrada en la persona, de las cuales llevaremos a cabo la primera, centrada en el problema, que en este caso será el tratamiento de la temática de Violencia de Género en los medios de comunicación. Para ello, el tema o problema, se analiza dividido en diferentes puntos, la planificación del desarrollo de la entrevista se realiza por parte del director o directora de la investigación, quien deberá controlar la realización, el entrevistado simplemente debe responder a las preguntas formuladas.

En cuanto a la selección de las personas a entrevistar, no es necesario que la elección se realice de manera aleatoria, cualquier método es válido siempre que implique llegar a individuos relacionados con el tema a tratar. (Santesmases, 2007).

La entrevista debe llevarse a cabo en un lugar donde el entrevistado se sienta cómodo, y debe durar el tiempo necesario como para llegar a la información buscada; normalmente se considera terminada cuando las respuestas comienzan a ser repetitivas. Puede ser suficiente una hora de duración, no obstante el tiempo es variable, sin deber ser nunca muy superior al que acabamos de indicar.

3.2 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez confirmada la metodología, tiene cabida explicar la hipótesis, el objeto de estudio y la metodología concreta de trabajo que llevaremos a cabo; así como todas las dificultades e inconvenientes aparecidos al avanzar la investigación.

3.2.1 Objeto de estudio

Este estudio pretende concretar primeramente el tratamiento de la Violencia de Género en los medios de Castilla y León, a partir de una metodología de trabajo basada en la entrevista en profundidad y sobre todo el análisis de contenido (explicado anteriormente) que comprende un análisis del texto y la imagen apoyado en variables y conceptos medibles que veremos a continuación. Se trata de un estudio cualitativo y cuantitativo de las diferentes noticias referidas a violencia de género, aparecidas en diferentes soportes desde enero de 2007 hasta 2010; en una primera fase, y desde 2013 hasta 2015 en una segunda fase del análisis empírico. Nos referimos a aquellas informaciones que se presentan en los medios de comunicación de Castilla y León, con el fin de comprobar su adaptación al Código de Tratamiento Informativo de la Violencia de Género.

Es, pues, el objeto de este estudio analizar la relación que se establece entre las representaciones de género, (los contenidos), y los significados que se desprenden de dichas apariciones. Representaciones que influyen en la construcción de la igualdad o desigualdad de géneros, pues la imagen que obtenemos de cada contenido nos permite construir significados de ambos géneros.

Forma, igualmente parte del estudio, el análisis de otros aspectos relevantes del contenido, como es el tratamiento del texto y de la imagen,... partiendo de la premisa de que puede ser mejorable, tal como indicamos al principio, y por ello, quizá sea necesario marcar medidas correctoras y nuevas propuestas, enriquecidas con la entrevista en profundidad, llevada a cabo con profesionales de los medios. Indicaciones que convertidas en una guía o manual, y comunicadas adecuadamente, puedan contribuir a un mejor uso de la información sobre Violencia de Género.

Para ello, se han elaborado una serie de cuestiones que han sido tratadas a través del estudio cualitativo, tomando como referencia los datos y la información obtenida del análisis cuantitativo.

3.2.2 La hipótesis

La hipótesis de partida, como ya sabemos, es una propuesta que espera ser verificada a través del estudio, para después traducirse en resultados que nos permitan medir su veracidad o demostrar su falsedad.

Recordemos que pretendemos comprobar si las informaciones de Violencia de Género tienen en cuenta el Código marcado en 2006, así como otros aspectos que consideremos puedan ser mejorables, contribuyendo al mejor tratamiento de género en los medios de comunicación.

Partiendo de que dicha comunicación ha experimentado una mejora considerable respecto al tratamiento de la Violencia de Género en la información referida a este hecho, llevaremos a cabo el seguimiento de las correspondientes noticias y variables tenidas en cuenta en cada una de ellas, con el objeto de verificar nuestros objetivos.

3.2.3 La muestra de análisis tomada para el análisis de contenido

En este caso el tipo de muestreo más adecuado es un muestreo estratificado, que consiste en dividir la población en grupos llamados estratos, que son más homogéneos que la población como un todo. Cada estrato lo conforman así cada uno de los años de estudio, de los cuales tomamos los medios, de 2007 a junio de 2010, y del 2013 al 2015, así el estudio se divide en dos etapas, permitiendo detectar algún tipo de evolución, cerrando la toma de datos en la mitad de la segunda década. Los elementos de la muestra son, entonces, seleccionados al azar, o por un método sistemático de cada estrato. En este caso se ha hecho de forma aleatoria, es decir, cada información referida a Violencia de Género tiene la misma probabilidad de ser seleccionada para la muestra. Por tanto, los seis años que conforman el estudio se dividen en dos grupos de tres.

El tipo de muestreo empleado, el aleatorio, es uno de los más recomendados en las investigaciones sociales, ya que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido o tomado como parte de la muestra. Esto es lo que permite obtener conclusiones en la muestra y a partir de aquí inferir en lo que pudiera ocurrir en la población, con un elevado grado de acierto.

Respecto al número de medios analizados tomamos, en principio, como unidad de análisis, los 33 que constituyen el universo, cuyos directivos firmaron el acuerdo con el Código para el Tratamiento Informativo Contra la Violencia de Género. De ellos, 13 será el

tamaño de la muestra de medios a analizar, según nos indican los datos estadísticos que nos permiten alcanzar resultados fiables y, por tanto, objetivos⁶⁰.

En lo que se refiere a las noticias analizadas, tomamos como fórmula estadística, aquella que nos permita calcular la cantidad representativa de informaciones que debemos analizar, tomando como universo el total de noticias por año referentes a los casos publicados de Violencia de Género. Hemos tomado 74 casos de 2007, 75 de 2008 y 63 de 2009. Como podemos comprobar no hemos tomado 2010 entero porque el estudio comprende hasta junio de 2010 en su primera fase; analizaremos así la mitad del resultado obtenido como muestra para cada año, pues junio supone la mitad del año transcurrido. Del mismo modo tomaremos los datos de la segunda etapa.

Utilizaremos así la fórmula que nos permita calcular la muestra de una población finita estratificada como es la que tenemos en este estudio⁶¹.

⁶⁰ N = 29 medios de comunicación de los que extraemos la información.

Se toman los valores:

$$z_{\alpha/2} = 1,64 \quad \varepsilon = 0,10 \quad q = 0,10 \quad p = 1 - q = 1 - 0,10 = 0,90.$$

$$\text{Cálculo de } n' : n' = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2 \cdot p \cdot q = \left(\frac{1,64}{0,10} \right)^2 \cdot 0,10 \cdot 0,90 = 24,2064 = 24$$

$$\text{Cálculo de } n : n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}} = \frac{24}{1 + \frac{24}{29}} = 13 \text{ es el tamaño de la muestra de periódicos a analizar.}$$

⁶¹ exponemos la fórmula:

$$n' = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2 \cdot p \cdot q \quad n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Dónde:

n' : Cantidad teórica de elementos de la muestra.

n : Cantidad real de elementos de la muestra a partir de la población, tamaño muestral.

Las variables asociadas a fenómenos naturales que tienen un tamaño poblacional determinado siguen el modelo de la distribución Normal y se toman valores tabulados de esta distribución que se encuentran en cualquier libro de estadística que contenga la tabla de distribución normal, por ejemplo en Matemáticas aplicadas a Ciencias Sociales⁶².

La representatividad de una muestra está dada en considerar que la misma fue extraída de una población con un determinado nivel de confianza (se trabaja preferiblemente con un 95 % de confianza o más), de asumir un determinado porcentaje en el error de cálculo, que debe estar comprendido entre un 1 hasta un 10 % (0,01 hasta 0,10); y de considerar un adecuado porcentaje (desde un 1 hasta un 20 %) en valores probabilísticos (0,01 hasta 0,20) de que la muestra no posee las características de la población⁶³.

N : Número total de elementos de la población, tamaño poblacional igual a 212 informaciones analizadas. En la segunda etapa de estudio serían 168 casos (54 en 2013+54 en 2014 y 60 en 2015), pero tomaremos como referencia la cantidad mayor (212) en el cálculo y así el índice de error será menor en los resultados.

ε : Error asumido en el cálculo.

Toda expresión que se calcula contiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división por decimales y error en la selección de la muestra, entre otras, por lo que este error se puede asumir entre un 1 hasta un 10 %. Cogemos $\varepsilon = 0.05$ (un error del 5 %), que es el adecuado por el tamaño de la población ($N > 10$).

Valor estandarizado en función del grado de fiabilidad o nivel de confianza de la muestra calculada.

Este último valor se obtiene de la distribución Normal, que es la distribución más frecuentemente utilizada en las aplicaciones estadísticas, justificada por la frecuencia o normalidad con la que ciertos fenómenos tienden a parecerse en su comportamiento a esta distribución. Fue descubierta por Gauss y Laplace al estudiar los errores en las medidas, por lo que se la llamó "curva de errores". Aunque fue el matemático A. Quetelet el que averiguó que muchos resultados de censos, medidas,

⁶² Ver en: Cólera, J; García,R.; Oliveira M.J. "Matrius I Determinats" .

⁶³ Por ello para calcular la muestra:

$$N = 74+75+63 = 212 \quad z_{\alpha/2} = 1,96 \quad \varepsilon = 0.05 \quad q = 0,05 \quad p = 1 - q = 1 - 0,05 = 0,95.$$

Cálculo de n' :
$$n' = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{\varepsilon} \right)^2 \cdot p \cdot q = \left(\frac{1,96}{0,05} \right)^2 \cdot 0,05 \cdot 0,95 = 72,9904 = 73$$

El tamaño muestral es de 54 noticias en los tres primeros años, por lo que $\frac{54}{3} = 18$ son las que deben ser analizadas por año. Y estas 18 se eligen de forma aleatoria, es decir completamente al azar. En la segunda parte del estudio se actúa de forma similar, pero dividido entre 179 casos (54+55+60) en total, ocurridos como suma de los tres años. Lo que resulta aplicando la fórmula indicada:

52 dividido entre 3 = 17,3 por año. Analizaremos 17.

Debido a que hemos obtenido como unidad muestral la cantidad de 18 y 17 noticias por año, -en la primera y segunda etapa del estudio respectivamente-, para cada uno de los 13 medios que conforman la muestra, tomaremos esta cantidad en los tres primeros años de análisis y 9, la mitad, hasta junio de 2010. Las mismas proporciones en la segunda fase del estudio, implicando 17 noticias en la segunda etapa. Dicha cantidad, según la fórmula que acabamos de utilizar, nos permite asegurar que la muestra estudiada es representativa de nuestro universo de estudio, las noticias referentes a Violencia de Género.

Las noticias analizadas así, serán 18 y 17 años por año en cada medio, las cuales siempre implicarán el estudio de los casos publicados en los medios de Castilla y León, referido a todos los ocurridos en el ámbito regional, y el resto hasta 18 ó 17, en cobertura nacional.

Por ello podemos concluir diciendo que hemos determinado el tamaño que tiene que tener una muestra extraída de una población para realizar un estudio fiable sobre ella. De forma que las conclusiones resultantes se puedan extender a toda la población al ser significativas estadísticamente.

3.2.4 Datos generales analizados. La noticia, la unidad de análisis

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}} = \frac{73}{1 + \frac{73}{212}} = 54,30$$

Cálculo de n :

Serán analizadas, pues, en una primera fase, las noticias que comprenden la muestra de análisis: 18 (de 2007 a 2010) y 17 (2013 a 2015) noticias por año respectivamente en cada período, en cada uno de los medios que conforma nuestra unidad muestral; En ambas etapas analizaremos los casos tratados en soportes a nivel regional, 8 en la primera etapa y 9 en la segunda, y el resto, hasta 18 ó 17, a nivel nacional; así como el resto de temas referentes a Violencia de Género en cada uno, donde estudiaremos aquellos aspectos que consideramos relevantes para lograr los objetivos perseguidos y la justificación del cumplimiento, o incumplimiento, de la hipótesis.

Se analizarán aspectos tanto de la parte escrita como verbal, la parte textual y la imagen, así como, de modo concreto, el cumplimiento de cada uno de los doce puntos marcados en el Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género. Posteriormente, también, se estudiará el resultado de las entrevistas en profundidad con profesionales, e investigadores/as del tema.

Cada noticia comprendida en nuestra unidad muestral será entendida como una unidad de análisis, a la que le otorgamos un número según el orden de recogida de la información, el cual no tendrá otro sentido posteriormente, salvo el de determinar el número total de noticias analizadas. Se estudiarán por soportes, y de cada uno, los casos tomados según el año en el que fueron publicadas. Analizando así desde 2007, hasta 2010 y desde 2013 hasta 2015, ambos incluidos como datos del estudio. Las entrevistas se realizarán hasta enero de 2017.

La información ha sido registrada mediante una base de datos elaborada para este estudio, donde parte de los resultados más relevantes se recogen y exponen a lo largo del mismo.

Las variables tomadas en cuenta en la primera parte del estudio, el análisis de contenido serán las siguientes:

A) Datos Generales

Clasificamos la información básica para el análisis.

- Enumeración: Primeramente enumeramos cada noticia, con el objetivo de simplificar cada caso e identificarlo de modo más sencillo si fuera necesario, sabiendo así, además, en qué momento hemos cubierto la muestra correspondiente a tomar de cada medio.

- Soporte: La segunda variable de la que tomamos anotaciones es sobre el soporte analizado, con el fin de poder conocer indistintamente los resultados de cada uno de modo individualizado, en caso de que se considere pertinente, y también para poder llevar igualmente recuento de los casos analizados por diario o medio.

- Fecha: El tercer dato es la fecha en la que la noticia es publicada, para poder determinar así, con concreción, la ubicación de cada una de ellas y saber igualmente las recogidas por año.

- Lugar: La cuarta variable tomada en cuenta es el lugar donde ocurrió el caso de Violencia de Género distinguiendo entre:

1. Casos ocurridos en Castilla y León.
2. Casos ocurridos a nivel nacional.

Estos casos se toman de modo diferenciado, pues aunque todos ellos deberían ser tratados del mismo modo, pretendemos detectar posibles diferencias de trato informativo entre los casos ocurridos en esta comunidad y los ocurridos a nivel nacional. Los primeros, los regionales, son seguidos con mayor interés por la población, por ello, el cumplimiento del “Código”, en estos casos, será aún más necesario.

- Ciudad: La siguiente variable hace referencia a la ciudad donde se cometió el caso de violencia, con el objetivo de poder analizar casos tomados de cualquier ámbito geográfico español y garantizar el análisis de los sucedidos en Castilla y León. También así se podrá observar un tratamiento de la noticia distinto (en caso de que lo hubiere) en alguna ciudad de Castilla y León, o nacional, referente a la noticia de Violencia de Género. Se tomará nota del lugar concreto, localidad, donde ocurrió el hecho.

- Sección/ Bloque: la siguiente variable hace alusión a las diferentes secciones o bloques informativos que suele tener un medio, con el fin de poder determinar esa ubicación en que se haya la noticia referente a Violencia de Género, para su posterior

reflexión sobre si el lugar se adecua, o no, al tipo de hechos. Para ello dividimos el lugar de aparición de la información en 13 apartados⁶⁴:

- 1 Portada
- 2 Nacional
- 3 Internacional
- 4 Regional
- 5 Especiales
- 6 Sociedad
- 7 Economía
- 8 Deportes
- 9 Servicios
- 10 Cultura
- 11 Información programación
- 12 Sucesos
- 13 Otras

- **Página:** (referido a impreso) Se refiere a la ubicación concreta que tiene la noticia, ya que este hecho implica estar en una hoja con mayor o menor notoriedad, pues como ya sabemos las páginas impares, portada, y contraportada, son más vistas y memorables que el resto, las pares. Será así interesante saber dónde están ubicadas las noticias de Violencia de Género, para conocer mejor la importancia que se le da en el soporte ante el receptor. Para ello hemos dado las siguientes numeraciones a los diferentes *ítems* de la variable.

- 1 Portada
- 2 Par
- 3 Impar
- 4 Contraportada

- **Tratamiento de la noticia:** Nos referimos sólo y exclusivamente a si la noticia ha sido tratado con rigor y profesionalidad (datos objetivos) o si, por el contrario, se da una información vaga y poco contrastada, repleta de matices y datos poco interesantes, recogiendo testimonios de personas poco conocedoras del caso, o intrascendentes. Esta variable nos aporta información sobre la seriedad con que se aborda la noticia, ya que

⁶⁴ Apartados teniendo en cuenta la división de tipo de información más común en los informativos y prensa.

esto influye en la imagen que construye de los casos el receptor. Un tratamiento profesional y serio es una ayuda social hacia la concienciación adecuada del problema. El modo en que se trata este hecho lo hemos recogido en dos *ítems* principales:

- Un 1, Informativo. Dando el valor de 1 a las noticias tratadas con rigor y profesionalidad, entendida ésta la que cuenta con testimonios de profesionales y datos pertinentes al caso, evitando adjetivación; sólo se limita a hechos contrastados.
- Un 2, Sensacionalista. Consideraremos una noticia de este tipo cuando no ofrece información pertinente, ni enriquecedora, sobre la realidad de los hechos, no aporta testimonios profesionales, sino de personas poco conocedoras de lo sucedido, presentándolo además como trascendental, o cuando ofrece opiniones o información morbosa innecesariamente.⁶⁵
- Otro: Cualquier otro formato que pudiera diferenciarse de lo anterior.

- Protagonista de la noticia: En esta variable pretendemos analizar quién es el protagonista de la noticia, qué persona acapara la mayor atención, o a la que se refiere la información prioritariamente como protagonista de los hechos, para así poder determinar si se da, o no, protagonismo a la víctima; o si, por el contrario, se incide más en el agresor. Se determina también el protagonismo de otro tipo de agentes como: profesionales, personas ajenas al caso, o incluso personas poco conocedoras de lo acontecido. Determinando entonces así si el protagonismo lo ocupa la parte esperada, la víctima, o si por el contrario, lo ocupan personajes irrelevantes, usurpando el espacio a la víctima.

- Sexo del periodista: esta variable trata sobre el sexo del profesional que firma la noticia, con el fin de determinar si éstas están elaboradas de modo igualitario por hombres y mujeres, o si por el contrario existe algún sexo predominante. También, si es necesario, se estudiará, la diferencia de trato de la noticia según el género del profesional de la comunicación, es decir si existe diferencia de tratamiento informativo dependiendo del de la persona que lo redactó.

⁶⁵ Ante la posibilidad de que esta variable pudiera no ser del todo objetiva, se ha definido cada *ítem* con el acuerdo total y supervisión de cuatro investigadores de modo indistinto, informando que los resultados han sido totalmente coincidentes.

B) Análisis figurativo

Este análisis se refiere a la aparición de hombres y mujeres en cuanto a su aspecto físico. Es decir, en este caso nos referimos al análisis de su imagen, bien en el medio audiovisual o bien en fotografías. Pretendemos, así, conocer el protagonismo que se le da a la víctima, agresor, u otros, en la imagen, con objeto de poder determinar quién acapara el protagonismo ante el receptor en una primera impresión de la noticia.

En este tipo de análisis hemos tenido en cuenta las siguientes variables:

De nuevo, el primer dato del que tomamos nota, dentro de este tipo de análisis, es sobre el lugar en el plano de cada género, el número de hombres y mujeres que aparecen..., datos de cada noticia analizada como forma de organizar y poder trabajar de modo más adecuado con la información, tal como vemos seguidamente.

- Imagen: La siguiente variable sobre la que tomamos resultados es, obviamente, referida a la existencia o ausencia de imagen acompañando la noticia, pues aquella no es sólo una información adicional, sino que aporta mayor riqueza a ésta. Las noticias acompañadas de imagen gozan de un protagonismo y notoriedad mayores ante el receptor. Para determinar esta diferencia hemos dividido la variable en dos *ítems*. Cumplimentando nuestras observaciones, y clasificándolas con la consiguiente numeración:

- 1. las noticias acompañadas de imagen.
- 2. las noticias carentes de imagen.

- Número de mujeres aparecidas: Con el objetivo de conocer quién ocupa el protagonismo en la fotografía, tomaremos la información referente al número de mujeres aparecidas, lo cual es relevante teniendo en cuenta que ellas son siempre las víctimas en este tipo de noticias. Será significativo, también, enlazar esta variable con su ocupación en plano, como forma de determinar una mayor presencia, si la hubiere.

- Número de hombres aparecidos: al igual que la anterior, intentamos poder determinar quién ocupa el protagonismo de la noticia, conociendo de antemano que la víctima es mujer, y el agresor, un hombre.

- Sexo del protagonista: en este aspecto pretendemos determinar quién es el protagonista de la imagen, puesto que es la primera información recibida por el receptor. Es importante discernir si el protagonista es hombre o mujer, pues determinaremos así qué género protagoniza este tipo de información. Esta variable se complementa cuando el protagonismo es claro, bien por la ocupación en plano, el tamaño, o un color distintivo. Variable importante por lo que supone de usurpación de la prioridad a la víctima, e incluso ocupar su papel como tal. En esta variable asociamos:

- 1 aparición protagonista de la mujer.
- 2 protagonismo del hombre.

- Ocupación en plano de la mujer: Pretendemos determinar si la mujer aparece en un plano principal, secundario, o si por el contrario no aparece en la noticia, con el objetivo de conocer no sólo la cantidad de apariciones, sino el protagonismo en éstas.

- 1 Ocupación en primer plano.
- 2 Ocupación en plano secundario.
- 3 No aparece.

- Ocupación en plano del hombre: Al igual que la anterior, pretende medir el protagonismo, en este caso de los hombres en sus apariciones. Otorgando:

- 1 Ocupación en primer plano.
- 2 Ocupación en plano secundario.
- 3 No aparece.

C) Análisis textual

En este punto pretendemos estudiar el tratamiento que se le da al texto, intentando discernir entre un uso correcto, e igualitario, para hombres o mujeres, y un uso sexista, no igualitario entre hombres y mujeres, el cual será clasificado en tres tipos como indicamos a continuación.

La primera variable de la que tomamos nota en este análisis textual será:

- El número de noticias analizado, cuyo valor coincidirá con el de los análisis anteriores, permitiéndonos así organizar y tratar adecuadamente cada noticia.

- La variable, que consideramos nos aporta información concerniente al texto, será la referente al uso adecuado o inadecuado de éste, dividiéndola en dos valores:
 - 1 Uso adecuado: considerado éste el que no induce a tratamientos diferenciados entre hombres y mujeres en el texto y uso de éste.

 - 2 Uso inadecuado: aquel que por su forma no trata del mismo modo a ambos géneros, otorgando diferencias entre ellos en cuanto al protagonismo que les otorga, o en cuanto al trato diferenciado que les da.

- Tipos de error: esta variable pretende discernir los tipos de errores encontrados en el texto, aquellos usos del lenguaje que llevan a un tratamiento diferenciado entre hombres y mujeres. Los dividiremos en tres grupos denominados y clasificados del siguiente modo:
 - 1 *Sobregeneralización*: se refiere a generalizar tanto el mensaje en lo masculino, que lo femenino pareciera no estar incluido en el él y, por tanto, el mensaje parece hecho exclusivamente para hombres, cuando no es así. Debido a que la RAE y la norma social contempla el masculino como genérico, caer en este tipo de invisibilización es muy frecuente. Al ser el español una lengua donde el genérico es masculino, esto se da con mayor asiduidad. Nos referimos a un lenguaje en el que las mujeres no aparecen explicitadas y quedan ocultas bajo el genérico masculino. Un lenguaje no inclusivo.

 - 2 *Sobreespecificación*: Cuando se presentan mensajes como exclusivos de un género, normalmente el femenino, tratando temas que vinculan a ambos, pero la utilización de lenguaje parece dirigido sólo a mujeres, aunque el mensaje debería ir destinado tanto a un género como a otro.

En este caso se refiere a resaltar tanto lo femenino, que excluye lo masculino, cuando en realidad son temas que también le atañen a él,

aunque sean principalmente femeninos, esto se da en mensajes de malos tratos, temas de maternidad, enfermería...

- 3 *Estereotipación*: Hace referencia a aquellos mensajes que reproducen una imagen pública del hombre y la mujer respondiendo a atributos típicos de cada género, en muchas ocasiones aparentemente pasados de moda, pero que aún perduran en la mente de muchos receptores. Cuando se habla de las mujeres encasillándolas en estereotipos propios de su género, se las considera como: débil, frágil, sumisa, indecisa, poco nivel intelectual... (Vietna García, 2003: 27; Martín-Casado, 2010).

Estos estereotipos suelen ser más claros en el lenguaje visual que en el verbal.

Una vez explicadas las variables de análisis pasaremos a explicar el análisis del cumplimiento de cada Punto del Código Objeto de estudio.

3.2.5 Análisis del cumplimiento del Código para el Tratamiento informativo de la Violencia de Género

El Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género fue elaborado por la Dirección General de la Mujer en 2006, y firmado por treinta y tres directivos de los Medios de Comunicación de Castilla y León, los cuales se comprometieron con su seguimiento a tratar la información referente a la Violencia de Género tal como se indicaba. Años después, queremos plantearnos una observación que determine si estamos consiguiendo los objetivos o principios marcados con los medios firmantes del Código mediante el texto formulado, o si esto no ocurre. Para ello analizaremos el seguimiento de los doce puntos definidos en este código, al menos por los medios que forman parte de nuestra muestra estadística. No es otro el objetivo que contemplar los aspectos que pudieran detectarse como erróneos, para así poder determinar mediadas correctoras, incidiendo de modo más acertado en las pautas que debe cumplir la información concerniente a Violencia de Género, la emitida por el medio o la persona, bien sea *influencers* o simplemente emisor⁶⁶

⁶⁶ Nos referimos especialmente a determinados *influencers*, o personas particulares que por su gran número de seguidores en red, también deberían conocer estas pautas para un buen uso de la información sobre Violencia de Género.

Los doce puntos concernientes a este código, que en su día se firmó y redactó desde los Profesionales y la Junta de Castilla y León, tienen fácil respuesta a través de las siguientes preguntas, que hacen alusión a cada una a uno de los doce puntos del código.

1.- ¿Se manifiesta en la información la violencia como algo más que un delito: un daño a los derechos humanos?

En este aspecto se pretende estudiar si los medios cumplen con el punto uno, ofrecer este tipo de violencia como un hecho que atenta contra los derechos humanos. No como un caso aislado sino una falta que atenta contra los derechos fundamentales.

2.- ¿Se presenta como un problema que afecta a todos?

Los medios deben ofrecer este tipo de violencia como un hecho que afecta a todos y todas, no sólo a la víctima. Los afectados por esta causa somos todos, es un problema social, no sólo de los implicados directamente.

3.- ¿Encontramos noticias positivas y exitosas sobre el maltrato?

Este punto se refiere a si los medios aportan una imagen positiva de la mujer ofreciendo casos "exitosos" relacionados con esta temática.

4.- ¿Se añade información de punto de asesoramiento?

Nos referimos a que la noticia debe servir de apoyo informativo a aquellas mujeres que están en situaciones parecidas y no saben dónde acudir.

5.- ¿Se aporta información técnica que aporte mayor credibilidad a la noticia?

Nos referimos al tipo de información que aparece en la noticia, la credibilidad y profesionalidad con que se da, si concierne a testimonios creíbles o carentes de interés, perdiendo valor la noticia y el tema tratado.

6.- ¿Se añade información innecesaria que contribuye a pensar en algo de culpabilidad por parte de la víctima?

Nos referimos al tipo de testimonios de personajes con poco protagonismo real y grande en la noticia, que actúan de agentes distorsionadores, cambiando, en ocasiones, los roles de la víctima y el agresor; son informaciones con poco rigor periodístico.

7.- ¿Se presentan personas en situación de tensión emocional?

Hacemos alusión a la aparición de personas en situaciones de tensión, donde es más importante su estado anímico que la información aportada, se da más en medios audiovisuales: internet, televisión o radio; es un elemento distorsionador de información.

8.- ¿Se percibe respeto y apoyo social hacia la víctima?

Es necesario que de los comentarios e informaciones, se perciba una opinión a favor de la víctima, un respeto y apoyo a esta causa.

9.- ¿Se presenta la información sobre el agresor como injustificada?

No debe presentarse información no requerida sobre el agresor y menos si lo justifica, pues distorsiona la imagen de víctima de la mujer, confundiendo la realidad de los hechos.

10.- ¿Se percibe manifestación del medio en contra de este tipo de comportamiento?

Debe quedar claro el apoyo del medio hacia este tipo de víctimas y en contra del agresor.

11.- ¿A qué tipo de violencia se refiere la información?

- Física.
- Sexual.
- Psicológica.

Debe quedar claro el tipo de violencia sufrida por la víctima, pues no es sólo violencia física la Violencia de Género.

12.- ¿Encontramos en los medios programas informativos que ayuden a erradicar la Violencia de Género?

Los medios deben ayudar a concienciar contra la Violencia de Género a través de programas de sensibilización a favor de esta causa.

Estos doce puntos han sido considerados en el análisis de contenido, aspectos básicos para obtener las conclusiones y poder determinar los resultados.

**4. Resultados de la investigación:
Prospectiva de Violencia de Género en
Castilla y León a través del análisis de la información.**

4.1 EXAMEN DE LOS RESULTADOS SOBRE DATOS GENERALES ESTUDIADOS DE LA NOTICIA. ANÁLISIS TÉCNICO

Tal y como ya hemos indicado, primeramente se observan las variables genéricas, que nos ayudarán a determinar la información estrictamente referente al soporte tomado como muestra; la aparición de la noticia de Violencia de Género en éste, tal es, su ubicación, sección en la que aparece... Posteriormente analizaremos los resultados en el tratamiento de este tipo de violencia mediante el estudio del texto y la imagen.

Vayamos ahora a explicar las variables tenidas en cuenta en el apartado de datos generales.

Primeramente vamos a analizar los datos obtenidos sobre la sección donde se encuentran situadas las noticias de Violencia de Género, tal y como vemos en los gráficos siguientes. Aparecen ubicadas en una sección u otra dependiendo del medio analizado.

- **Sección:** teniendo en cuenta la distribución temática que hemos llevado a cabo para las secciones, tomaremos la información de la sección en que aparece tal y como vemos a continuación:

Gráfico 11. Secciones de la información

SECCIÓN/BLOQUE
1- PORTADA O TITULARES
2- NACIONAL
3- INTERNACIONAL
4- REGIONAL
5- ESPECIALES
6- SOCIEDAD (ROSA)
7- ECONOMÍA
8- DEPORTES
9- SERVICIOS
10- CULTURA
11- INFORMACIÓN PROGRAMACIÓN
12- SUCESOS

Fuente: Elaboración propia

Destacamos, de modo favorable, cómo la mayoría de los medios lo sitúan principalmente en la sección nacional, lo cual implica que dan una importancia al tema como algo más que un hecho puntual; lo ubican como temática a tener en cuenta dentro de los problemas planteados a nivel nacional. Tan sólo tres de los medios analizados en la

primera etapa lo incluye en la sección de sucesos, y en algún caso puntual se incluye en sociedad.

En la segunda etapa los medios lo incluyen en la sección Nacional, Regional y Local y en pocos casos en la de Sociedad o Sucesos. Incluso en algún caso la noticia es la portada del Periódico, dándole así gran protagonismo. Los casos ocurridos en Castilla y León, aparecen en Portada, o inicio de la página web, en el caso de ocurrir en la ciudad donde se publica el diario, profundizando en su contenido en el interior y dedicándolo varias páginas (3 ó 4).

Imagen 9



Noticia de Prensa, 9-12-2014

Veamos el lugar donde aparecen ubicadas las noticias en los medios de Castilla y León; nos referimos a la media de los soportes analizados, donde fundamentalmente predomina la prensa, en papel o escrita, pues los medios audiovisuales: televisión, y radio, son una parte minoritaria de los medios firmantes del Código tratado; no obstante, también han formado parte de la unidad muestral del presente estudio.

Observamos una ubicación media distribuida fundamentalmente en el bloque de Nacional y seguida por la sección de Sucesos; podemos comprobar, así, de modo muy oportuno, su aparición en el primero, espacio que goza de mayor credibilidad y rigor informativo. Esta sección siempre es considerada por el público con mayor seriedad, lo que implica una imagen más notoria y significativa de los problemas de Violencia de Género dentro de la Comunidad de Castilla y León.

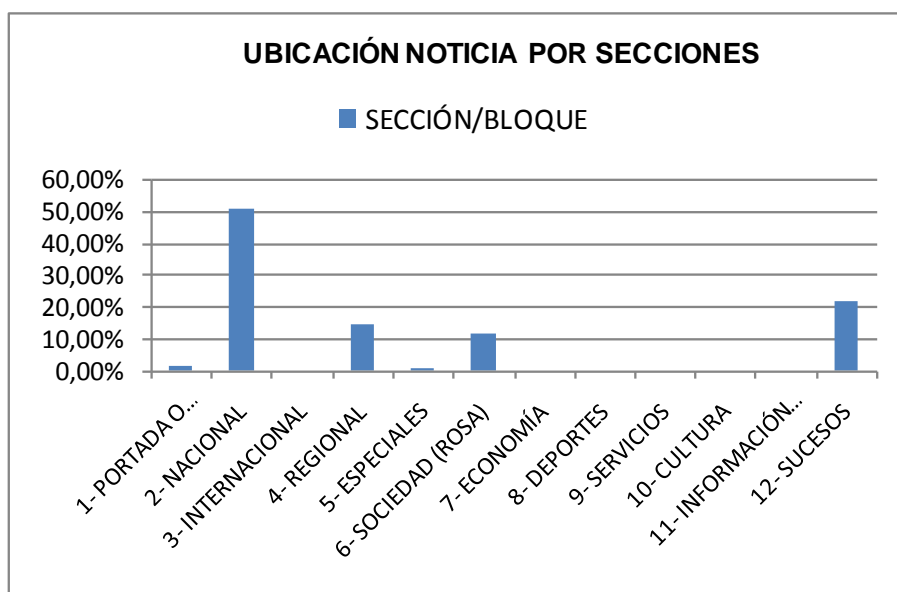
Los resultados quedan reflejados en los gráficos nº 12, 13 y 14 que se indican a continuación:

Gráfico 12. Distribución de las noticias en los bloques informativos

SECCIÓN/BLOQUE	Nº CASOS	%
1- PORTADA O TITULARES	5	0,94%
2- NACIONAL	270	50,85%
3- INTERNACIONAL	0	0,00%
4- REGIONAL	78	14,69%
5- ESPECIALES	2	0,38%
6- SOCIEDAD (ROSA)	60	11,30%
7- ECONOMÍA	0	0,00%
8- DEPORTES	0	0,00%
9- SERVICIOS	0	0,00%
10- CULTURA	0	0,00%
11- INFORMACIÓN PROGRAMACIÓN	0	0,00%
12- SUCESOS	116	21,85%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13. Columnas por secciones (primera etapa)



Fuente: Elaboración propia

En la segunda etapa del estudio vemos cómo la sección de Sucesos pierde protagonismo, localizándose las noticias en las secciones de Nacional y Regional, lo que supone una notable mejoría.

Gráfico 14. Ubicación en la segunda etapa.



Fuente: Elaboración propia

Comprobamos, por tanto, que existe una ubicación principalmente en Nacional. Hay diarios muy significativos en nuestra comunidad que lo ubicaban (dos de ellos) en Sucesos o Sociedad. En la última etapa lo han corregido y lo hacen ya en Nacional o Regional - Local.

Otros medios, tomados como parte de nuestra muestra lo ubican principalmente en Nacional, seguido de Regional. Es el caso de los medios audiovisuales y alguno de prensa.

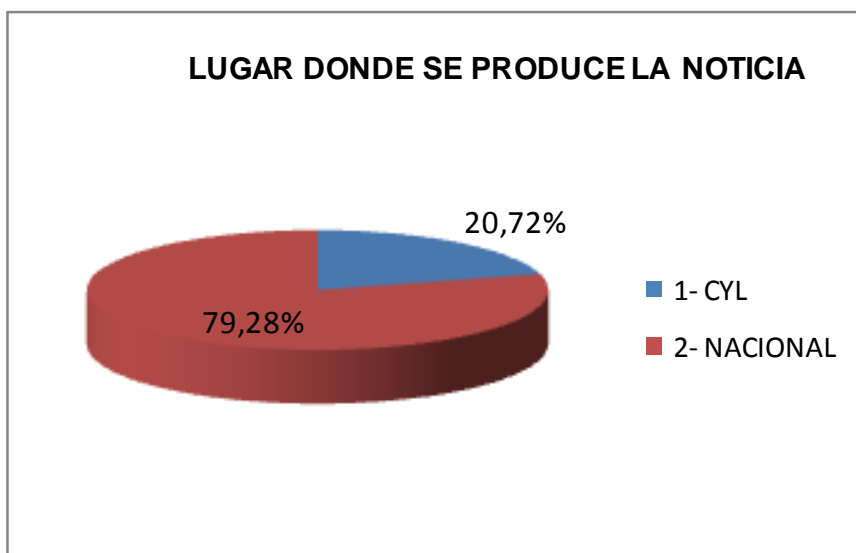
Estos medios no han modificado su ubicación. Tal y como indica el Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género, la sección de Sucesos no es la más indicada para este tipo de informaciones, pues no se trata sólo de un crimen; es una acción en contra de derechos humanos básicos, como la igualdad, por lo que quizá

debería tomarse como noticia nacional, tal como ya indicamos, y que básicamente comprobamos que se cumple⁶⁷.

- **Lugar donde se produce el suceso:** Respecto a la variable referente al lugar donde se produce cada caso de violencia de los analizados, distribuimos entre los ocurridos en Castilla y León y el resto de España.

Comprobamos en este apartado cómo la media de los casos aparecidos en los medios deja clara constancia de un predominio referido a lo nacional, lo cual es lógico, pues los casos ocurridos en nuestra Comunidad Autónoma suponen el 15,04% (en primera fase) y 5,35% (en segunda), de los ocurridos a nivel nacional. Observamos así cómo los medios tratan un 20,72% de las noticias de Violencia de Género referidas a lo ocurrido en nuestra Comunidad, ya que las que se producen en Castilla y León tienen mayor cobertura mediática al tratar cada caso, generalmente, en días sucesivos, completando la información del hecho paulatinamente. Estas noticias se refieren a Violencia por muerte, el resto de temáticas permanecen aún invisibilizadas en esta etapa, con alguna excepción puntual.

Gráfico 15. Lugar al que se refiere la noticia:



Fuente: Elaboración propia

⁶⁷ El estudio ha analizado cada caso, no obstante los fines de esta publicación solo pretenden mostrar el resultado y panorama global del problema sin entrar en detalles de cada medio.

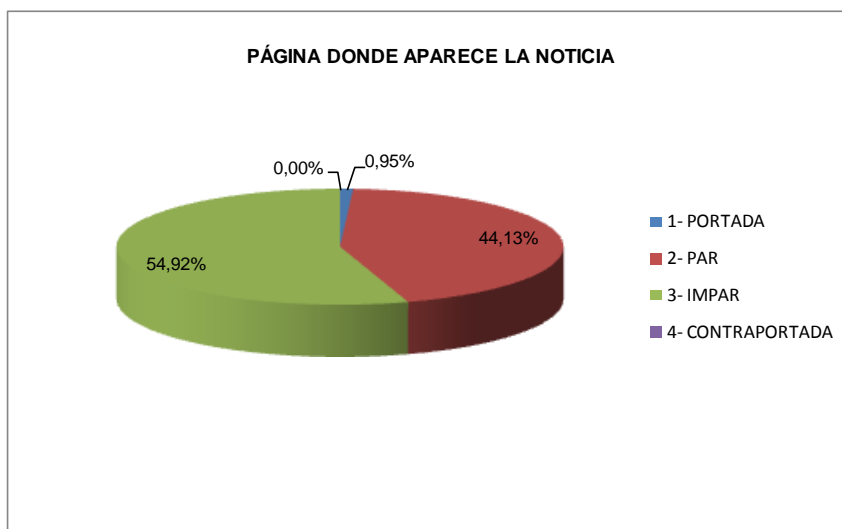
Media referida al lugar donde se ha producido el hecho noticiado. Llama especialmente la atención cómo en el medio radio se da especial cobertura a los casos ocurridos en Castilla y León y no así a los nacionales.

Como podemos comprobar al analizar todos los casos ocurridos y tratados mediáticamente en Castilla y León, concluimos que suponen el 15,04%. Aun así, los nacionales también tienen cobertura mediática, aunque no todos los ocurridos, y con una ocupación menor en cuanto al espacio del soporte o programa. Por tanto, los casos nacionales no tienen tanto impacto social en Castilla y León, como los regionales o locales, que son seguidos con mayor interés por los receptores y, por supuesto, tratados más ampliamente por el medio; tengamos en cuenta que el trabajo analiza el medio regional, y que el público lector de estos medios es también habitante de esta Comunidad, con lo que las noticias de este ámbito geográfico gozan de mayor interés y por ello el medio les da mayor cobertura.

- **Ubicación de la noticia:** Otra variable importante será el lugar o la página en que aparece la noticia, pues tal y como ya explicamos en su justificación metodológica, nos permite conocer si la ésta ocupa un lugar de preferencia, o si por el contrario, está ubicada en un lugar de menor impacto como es la página par, parte baja en pantalla de ordenadores, o final de programas, donde tienen un menor protagonismo y como consecuencia, una menor notoriedad. Veamos su ubicación en los medios analizados de prensa, radio y televisión.

Hemos comprobado que sólo está ubicado como primera noticia, en cualquier medio analizado si el caso es local o regional, de lo contrario pasa a un segundo lugar, o incluso al final si es de ámbito nacional.

Gráfico 16. Media sobre el lugar donde aparece ubicada la noticia gráfica



Fuente: Elaboración propia

Vemos cómo se le da importancia a la noticia al estar ubicado en la página de mayor impacto, la impar, sólo aparece en portada o abriendo el bloque informativo, o periódico digital, si el caso ha ocurrido en la localidad donde está ubicado el medio, y no siempre, dependiendo del resto de noticias consideradas también prioritarias.

Comprobamos así que apenas aparece como noticia en portada, o protagonista, sólo en el caso de haber ocurrido, tal como indicamos, en el lugar de mayor difusión, o localidad principal del medio a tratar.

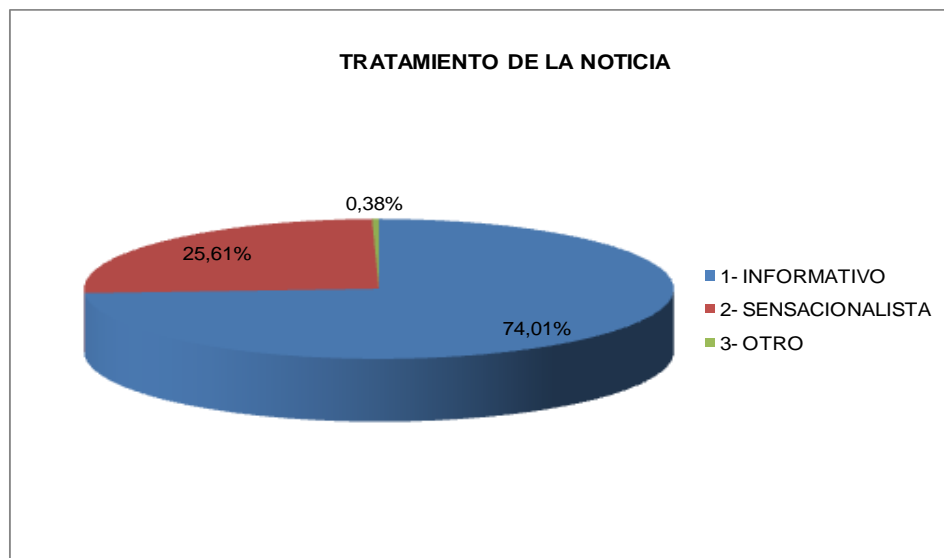
Podemos comprobar un predominio de los datos en página impar, aunque, algún medio lo hace en página par. Generalmente las noticias regionales están publicadas en página impar, y las nacionales se hayan ubicadas en ambas secciones. La ocupación en página impar, o portada, implica un mayor grado de recepción por parte del público, y en estos casos un mayor acercamiento al público hacia este tipo de hechos, lo que ayuda a una mayor concienciación ante la importancia de este tipo de violencia.

El predominio de la ubicación en página impar es poco significativo. Las noticias aparecidas en página par implican un menor impacto en el receptor. Debería ser mayor esta diferencia, mayor la aparición de este tipo de noticias en los comienzos de informativos o diarios, y su ubicación en página impar. Este hecho ayudaría a dar mayor importancia a este tipo de violencia. Sólo acapara el protagonismo cuando ocurre a nivel local o regional, de lo contrario no suele ser la noticia principal. También depende de los

acontecimientos ocurridos en la jornada. Si no hay nada considerado de "mayor importancia", este tipo de noticias sí abre el informativo, o diario, sí ocupan protagonismo mediático y social.

- **Tratamiento de la noticia.** En esta variable estudiamos el tratamiento de la noticia, referido a lo exclusivamente informativo, cuando está basado en información contrastada. Lo contrario, lo que denominaremos como sensacionalista, será aquello en lo que destaque la información sin contrastar, tal como explicamos anteriormente. Los datos obtenidos de esta información nos han dado los siguientes resultados en la media de los soportes analizados.

Gráfico 17. Tratamiento encontrado en la noticia⁶⁸,



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los medios tratan la noticia con rigor periodístico, la media es que el 74,01 % lo dan carácter informativo; en el 25,61% de los casos analizados podemos decir que inciden en cuestiones poco rigurosas, sin aportar demasiada credibilidad o validez informativa. No obstante, existe, como vemos, un predominio claro de "buen hacer" en el modo de ofrecer la noticia, resaltando soportes concretos, que llegan a tratarlo con carácter informativo en el 93,3 % de los casos.

⁶⁸ Referido a la media de los datos recogidos.

Observamos así un claro predominio de la noticia informativa, frente a la sensacionalista, incluso en el medio audiovisual, lo cual es muy positivo y alentador, garantizando un acercamiento al cumplimiento de los puntos tratados en el Código; pero lo realmente trascendente, es el hecho de que este tratamiento influye positivamente en la concienciación social hacia esta causa. Le da rigor y seriedad, con lo que la temática se percibe como problema y no como un hecho carente de seriedad e importancia.

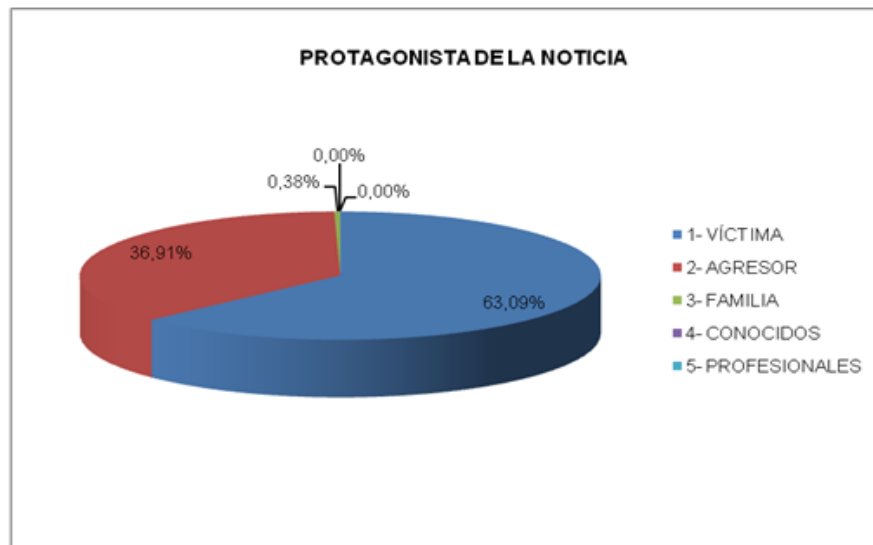
Vemos así que menos de un cuarto de las noticias son tratadas de modo sensacionalista. Podemos comprobar cierto rigor y seriedad en los medios en cuanto al tratamiento informativo de la Violencia de Género; no obstante es importante corregir el porcentaje restante, ese 25,61% de media que es aún poco riguroso.

Debemos apuntar como significativo que en la segunda etapa el sensacionalismo es mayor que en la primera, (31%), lo que indicaría una tendencia algo negativa, se aportan datos innecesarios y morbosos, acompañados de testimonios de vecinos o personajes casuales dando su opinión.

Se percibe así un pequeño alejamiento de las normas marcadas como buenas prácticas en el Código. La falta de perseverancia en la mejora y "el gusto por el morbo" del espectador, o incluso la falta de información, en muchos casos, ha producido un efecto negativo.

• **Protagonista de la noticia:** mostramos los resultados sobre quién acapara la mayor atención ante el receptor por el modo en que aparece la noticia, fundamentalmente a través del texto. El análisis de la imagen lo mostramos posteriormente. Veamos ahora la media referida al protagonista en los medios analizados.

Gráfico 18. Promedio sobre la persona que protagoniza la noticia.



Fuente: Elaboración propia

Podemos comprobar cómo el protagonismo informativo lo ocupa la víctima con un predominio en el 63,09% de los casos, y el agresor con un 36,91% de éstos. Aún así este porcentaje es elevado ya que ocupa el espacio de la víctima, apareciendo él como tal, lo que sería una usurpación del espacio que no le corresponde. Hemos encontrado informaciones en las que el protagonismo recae sobre la familia o los amigos, aunque en menor medida; suele ser cuando éstos dan testimonio y no existe demasiada información sobre la víctima, o los hechos acontecidos. El periodista lo utiliza como recurso, siendo poco riguroso.

Resaltamos en este punto, cómo la tendencia que se observa es que las noticias las protagonice el agresor, usurpando en parte el espacio de la víctima, dedicándose a él espacio informativo en mayor medida en los últimos años de análisis. Se cuestiona a la víctima, incluso, en algunos casos, restando culpabilidad de los hechos ocurridos por parte del agresor o asesino.

Observamos así medios donde se da importancia a la información ofrecida por familiares, tal como acabamos de aludir, aunque en otros, como es en la mayoría de los casos, no existe este tipo de informaciones.

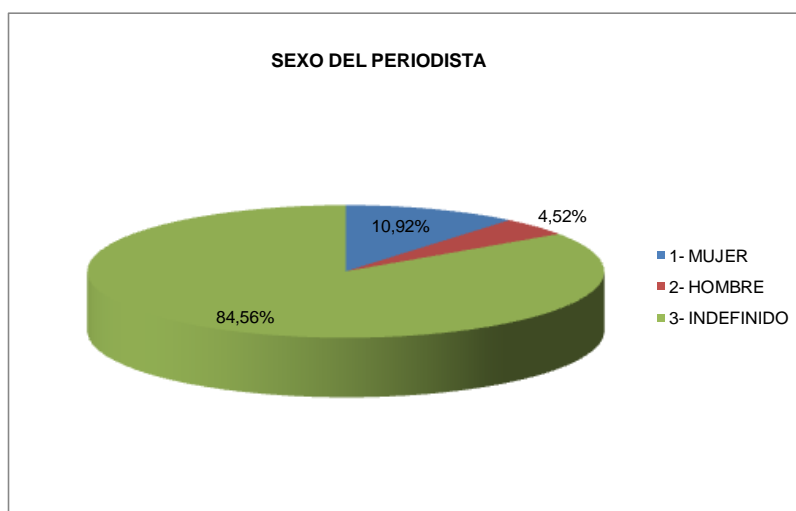
Resalta, también, en los medios analizados, en el estudio global, la carencia de protagonismo de profesionales, a favor de la información sobre la víctima y/o agresor. La

existencia de testimonios de conocidos puede ser considerado contraproducente, pues en muchos casos tampoco disponen de información veraz. Las aportaciones de profesionales sí enriquecen sustancialmente la noticia.

Positivamente podemos indicar que en la última etapa se ha mejorado este aspecto, introduciendo mayor número de testimonios e informaciones de profesionales. No son noticias fáciles de cubrir, en un primer momento, de modo óptimo, pues no existe, en muchos casos, ningún tipo de información previa que oriente sobre los acontecimientos trascurridos. Sería por ello importante incidir posteriormente en los casos con mayor y mejor información sobre los hechos, no quedándose en informaciones.

- **Sexo del periodista:** En esta variable recogemos simplemente información sobre quién redacta la noticia, con el objetivo de poder determinar si existe un tratamiento diferenciado entre hombres y mujeres o si al cruzarlo con otras variables pudiera resultar de interés. (Sólo lo mencionaremos en caso de que sea trascendente la observación obtenida). La media resultante indica que en la mayoría de los casos es el medio quién firma la noticia, por lo que no podemos obtener demasiada información relevante sobre el sexo del periodista. Destaca ligeramente la mujer ante el hombre, pero el predominio claro, el 84,56%, indica la firma del medio, sin poder hacer así ninguna distinción de género.

Gráfico 19. Sexo de la persona que firma la información



Fuente: Elaboración propia

No podemos apreciar tampoco diferencias significativas de trato de la noticia en función del género del profesional que la elaboró. Resalta una ligera superioridad de la mujer, sin observar en estos casos un tratamiento diferenciado. No obstante, como ya hemos señalado, prevalece claramente la firma del medio, lo hemos denominado indefinido.

La indefinición del redactor no nos permite concluir relaciones significativas de esta variable con respecto a otras.

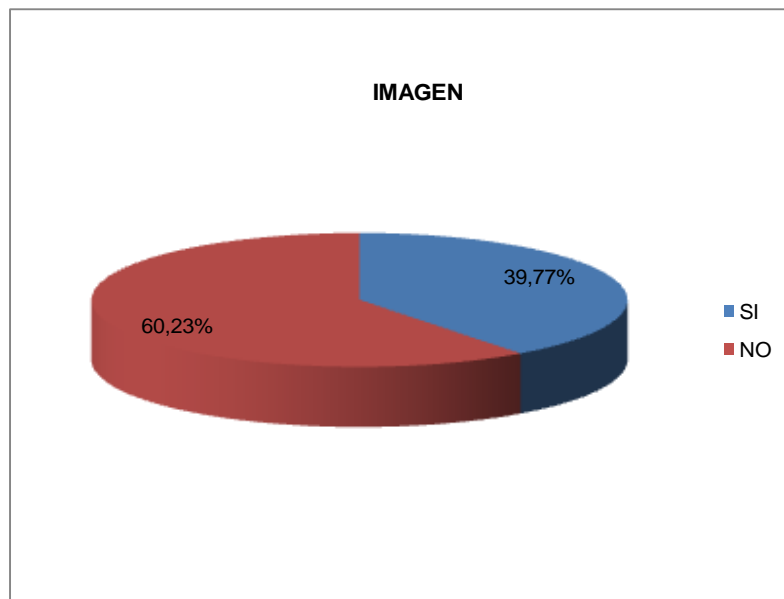
4.2. RESULTADO DEL ANÁLISIS FIGURATIVO

Vayamos ahora a determinar el uso que se da a la imagen en este tipo de noticias, donde ya el hecho de ser una información acompañada de imágenes, o fotografía, es relevante, pues supone un mayor impacto, y por tanto, mayor protagonismo de la noticia.

- **Aparición de imagen:** Analizamos en este apartado el número de noticias que aparecen acompañadas de imagen, posteriormente estudiaremos dichas apariciones.

Gráfico 20.

Aparición de imágenes de las noticias de violencia de género (media)



Fuente: Elaboración propia

Comprobamos un claro predominio de las noticias en las que no aparece imagen, frente a las que sí lo hace, indicándonos así que la información no goza del impacto fotográfico en el 60,23% de las ocasiones, lo cual implica que este tipo de información pase desapercibida o tenga menor notoriedad, más aun si las noticias carentes de imagen también están ubicadas en página par. El índice de impacto de estas noticias es mucho menor que el de las situadas en zona impar y con imagen. Por lo que podemos concluir que el dato referente a la aparición de la imagen no contribuye a resaltar este tipo de informaciones en la mente del receptor. En los medios audiovisuales, por supuesto, sí aparece imagen, generalmente referidas al hecho, lugar, o aparición de personas relacionadas con él, lo que hace que este tipo de información a veces sea morbosa y buscada por el público. Este interés en principio es positivo, aunque hay dudas entre los profesionales si es por el interés del caso en sí, o por el "morbo" que se la da a este tipo de noticias.

Destaca cómo en las noticias acontecidas en la ciudad donde se publica el medio, sí se dedica gran espacio a la imagen, dando mayor protagonismo al tema. Cuando el caso ocurre en un entorno alejado, considerado más ajeno al lugar, apenas tiene protagonismo en el medio, ni por su ubicación, ni por su imagen.

Pero buscando lo positivo sí hemos encontrado diarios, de gran repercusión en esta Comunidad, donde en el 50% de los casos sí estaban acompañados de imagen, y en el medio audiovisual prácticamente el 100%, aunque sería discutible si de modo enriquecedor o no.

En esta variable sí encontramos diferencias entre unos medios u otros, como podemos comprobar. Algunos presentan imagen en el 50% de los casos, incluso en el 67%, en otros tan sólo en un 32,61% de los casos, y el medio audiovisual en el 99%.

Sería recomendable aumentar este número de fotografías para dar mayor notoriedad a la noticia; siendo también importante la inclusión de imágenes significativas y originales, evitando la continua aparición del féretro de la víctima (primera etapa) o planos y testimonios de "espontáneos" sin relación profesional con el caso.

En este aspecto destacamos cómo en esta última fase la imagen del féretro ha desaparecido casi en su totalidad, habiendo sido repetitiva en la primera. Reseñamos que la aparición de estas fotografías no siempre se corresponde con el caso concreto,

sino que en muchos casos son de archivo, en menor medida utilizadas también en la segunda fase del estudio.

- **Variable nº de mujeres aparecidas:** En las siguientes tablas comprobamos la aparición de mujeres según su frecuencia, para determinar así parte de su protagonismo en la crónica. Será relevante conocer la cantidad de noticias en que no aparecen, y la cantidad de mujeres que aparecen, desde una, hasta más de diez. Es así como hemos tomado la información en cada uno de los medios analizados, tal y como mostramos.

Gráfico 21.

Media de veces que se da la aparición de un número determinado de mujeres

Nº de Mujeres	Frecuencia de esa cantidad.	% de esa frecuencia
0	204	43,56%
1	132	31,43%
2	18	4,29%
3	32	7,62%
4	2	0,48%
5	8	1,90%
6	6	1,43%
7	2	0,48%
8	0	0,00%
9	0	0,00%
10	4	0,96
>10	36	7,85%

Fuente: elaboración propia

Como podemos comprobar, predomina la ausencia de la mujer en la imagen, seguido de la aparición de una sola mujer, que en gran número de casos - de la primera etapa - es el féretro, y en algún caso más, la presencia de varias mujeres en la escena de la noticia. En el medio televisión, como es de esperar, puesto que las apariciones de imágenes suponen mayor espacio de tiempo, aparecen de modo más habitual mujeres en la escena de la noticia, así su protagonismo es mayor. Comprobémoslo frente al protagonismo del hombre. La mujer aparece en la figura de "la vecina" o "la observadora" del escenario del crimen, llorando y afligida. Son pocas las ocasiones en la que la vemos como profesional en la escena, (policía, forense...); en este papel sólo encontramos a la periodista.

- **Aparición del hombre en la noticia:** Esta variable está tomada del mismo modo que la anterior, siendo los resultados obtenidos los siguientes.

Gráfico 22.

Media de veces que se da la aparición de un número determinado de hombres

Nº de Hombres	Frecuencia de esa cantidad	% de esa frecuencia
0	64	7,62%
1	37	4,40%
2	29	3,45%
3	35	4,17%
4	15	1,79%
5	6	0,71%
6	9	1,07%
7	2	0,24%
8	3	0,36%
9	0	0,00%
10	5	0,60%
>10	635	75,60%

Fuente: elaboración propia

Podemos comprobar cómo la aparición del hombre es más cotidiana que la aparición de la mujer, aunque igualmente los casos en que no parecen unos y otros son la mayoría⁶⁹. Que la aparición de hombres sea mayor que la de mujeres, se debe a que ellos aparecen como profesionales dentro de las escenas de los hechos (policías, agentes de seguridad, familia llevando el féretro...). Ellas no aparecen como profesionales, si lo hacen es como mujeres de asociaciones, o afectadas por el caso en cuestión.

No se observa una tendencia clara en la aparición del hombre, como sí se daba en la aparición de la mujer. Hemos observado en los ejemplos presentados diferentes frecuencias de aparición del hombre en la noticia. Predomina un gran protagonismo del género masculino en estas noticias, con más de 70% de apariciones. Encontrando medios en el que están ausentes en el 42,86% de los casos. Aparecen hombres que no son el agresor, sino profesionales de la policía, funcionarios, etc., personas no relacionadas con la víctima, ni comprometidas personalmente en la causa; mientras que en las apariciones de mujeres sí predominan las implicadas en la causa: familia, amigas, o manifestaciones de mujeres en contra de la agresión. Son muy diferentes así las apariciones de hombres y

⁶⁹ Tengamos en cuenta que la mayoría de los medios firmantes de este código, son diarios, por lo que es también el que mayor influencia tiene en los resultados de imagen.

mujeres en la imagen: ellos lo hacen en menor medida implicándose en la causa, sí como profesionales; y ellas como las más afectadas, con apariencia de más débiles. Ellos ajenos, enfatizando de este modo el problema relacionado a mujeres, como más propio del "mundo femenino" y aún estereotipado.

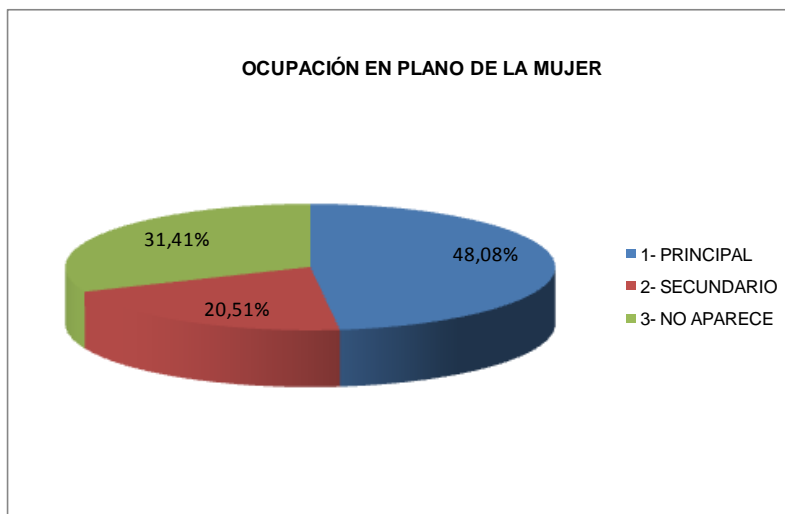
- **Sexo del protagonista:** Nos referimos al protagonista de la imagen. Daremos importancia al personaje que acapara sobre sí la llamada de atención, aunque, como hemos visto hasta este momento en el estudio, quienes más aparecen en la imagen son los hombres, si bien de modo ajeno y poco comprometidos con la causa, no necesariamente como protagonistas.

Comprobamos que el mayor protagonismo lo tienen las mujeres, con un 59,21% de los casos, pudiendo detectar cómo el protagonismo de los hombres no es nada despreciable, un 40,79%. Ellas son el centro de la noticia y la imagen; a pesar de ello los hombres ocupan igualmente gran protagonismo e implicación en la causa, pero como profesionales. Podemos considerar esta aparición como positiva, pues la presencia de hombres y mujeres en los casos de Violencia de Género hace que ambos géneros se vean reflejados en este tipo de hechos, aunque no igualmente comprometidos.

En los medios analizados encontramos resultados muy diferenciados. Vemos como alguno da protagonismo al hombre en la mayoría de sus apariciones, otros, por el contrario, se lo dan a la mujer. Podemos así comprobar que aunque la mujer aparece en menor medida, su protagonismo es mayor. El hombre aparece como profesional haciendo su trabajo, ella como parte implicada en o con la causa.

- **Ocupación en plano de la mujer.** Esta variable está íntimamente relacionada con la anterior, así podemos deducir que si la mujer es la protagonista principal de la noticia, también sus apariciones serán en primer plano, o en planos principales.

Gráfico 23. Lugar de la mujer en la imagen



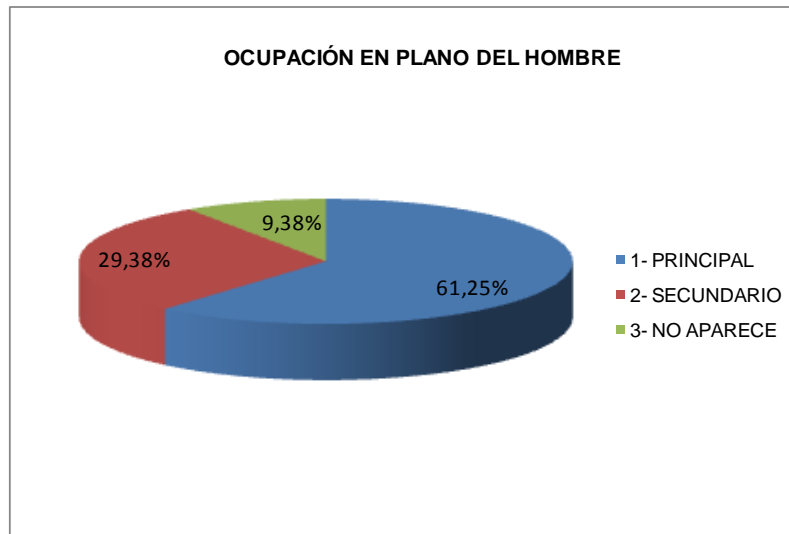
Fuente: elaboración propia

Vemos cómo resalta el predominio de la mujer en los primeros planos, esto sucede en el 48% de los casos, no obstante si lo relacionamos con el dato anterior deducimos que la mujer es protagonista de la información, aún sin ser ella quien protagonice el plano más cercano. Resalta que en el 31,41% de los casos no aparece la imagen de mujer, siendo ella el eje principal de esta información. Es en este tipo de noticias donde se encuentra uno de los casos en los que consideramos que se usurpa el espacio de la víctima.

En la mayoría de medios analizados predomina la mujer en sus apariciones situada en el plano principal, mientras que en otros, los menos, su aparición es secundaria. Destacan medios con un 50% de ausencia de mujeres, aunque en todos ellos, en el caso de las noticias regionales, sí mantienen la imagen.

- **Ocupación en plano del hombre:** Veremos cómo es el papel que ocupa el hombre en sus apariciones físicas.

Gráfico 24. El hombre en el protagonismo de la imagen



Fuente: elaboración propia

El hombre es quien aparece ubicado en primer plano en la mayoría de las imágenes, no porque sea el protagonista de la información, sino porque por su labor en la sucesión de los hechos ocupa esta presencia. Suele aparecer como ya hemos indicado, como profesional, en lugares de la escena, con mayor asiduidad que la mujer. Es por ello que aunque aparece en el lugar de los hechos como profesional, no suele aparecer relacionado con ellos, no manifestándose por la causa. Su aparición es más casual que implícita. En cambio las apariciones de mujeres están más relacionadas con la Violencia de Género. Veremos, en recomendaciones, cómo una aparición más manifiesta en contra de la violencia por parte de los hombres será considerada positiva.

El hombre ocupa el plano principal, esto no es contradictorio con el dato anterior de la mujer, pues pueden ocuparlo a la vez varias personas. Destaca algún medio con el hombre en claro plano secundario. Su aparición en la imagen es muy frecuente, y en plano principal, aunque no implicado con la víctima, como ya hemos señalado.

4.3 RESULTADOS DEL ANÁLISIS TEXTUAL

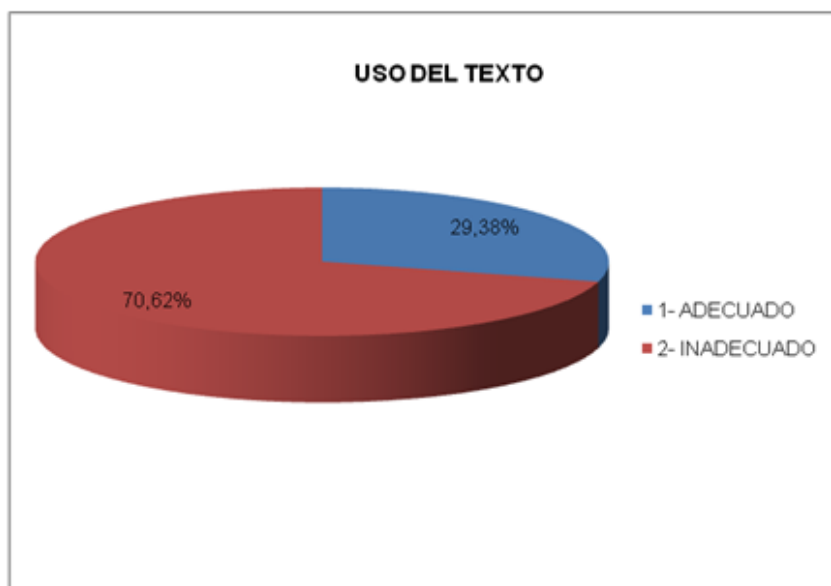
En este apartado estudiaremos el trato de género que se desprende del uso del lenguaje, diferenciando entre correcto e incorrecto, tratando, a su vez, los tipos de incorrecciones encontradas. Veamos, pues, la primera de nuestras variables analizadas:

- **Uso del texto:** en este aspecto discernimos entre uso correcto e incorrecto, considerando el primero el que trata de igual modo a hombres y mujeres, y el segundo el que manifiesta un trato diferenciado, o sexista, entre géneros, atendiendo a los tres tipos de errores que ya enunciamos.

Veremos los datos conjuntamente, pues las diferencias entre el tratamiento de unos medios u otros son mínimas

Gráfico 25.

Porcentaje de lenguaje sexista encontrado en el texto o palabra



Fuente: elaboración propia

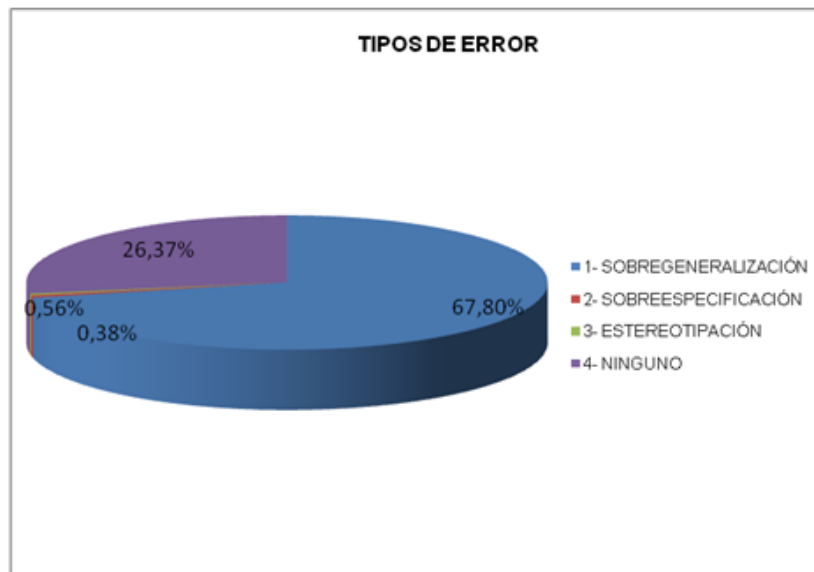
Podemos decir que el error que hace inadecuado el uso del texto es la continua utilización del genérico masculino (*sobregeneralización*), destaca la ausencia de un lenguaje neutro que pudiera hacer visible a ambos géneros de modo más claro. Esto se considera incorrecto ante la igualdad, pues remarca la invisibilización femenina; por ello, debemos intentar cuidarlo en mayor medida, sobre todo en los titulares.

- **Clasificación de los errores:** Clasificamos en este punto el 67,80% de los casos como *sobregeneralización*, este porcentaje incurre en sexismos por este motivo. Para determinar qué tipo de lenguaje sexista se da, reconocemos aquí, que debido al uso frecuente del genérico masculino para referirse a ambos géneros, y la consideración de

esto como inapropiado para la visibilidad e igualdad de las mujeres, el sexismo es frecuente.

Son así menos frecuentes los casos de *sobreespecificación*, con tan sólo un 0,38%. El hecho de hablar de mujeres olvidando al varón es poco frecuente, y prácticamente también inexistente la *estereotipación* en el texto.

Gráfico 26. Tipos de sexismos encontrados en el texto o palabra



Fuente: elaboración propia

4.4 ANÁLISIS DEL SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO PARA EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Es importante en este estudio, pues es uno de sus objetivos prioritarios conocer el cumplimiento de cada uno de los doce apartados marcados por el Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género. Por ello, vayamos a representar los datos obtenidos sobre cada punto del Código, resultado obtenido tras hallar el promedio de los medios analizados.

Vayamos a enumerar las cuestiones planteadas, para así entender fácilmente el hecho al que hacemos referencia con cada número, asignado a cada una de las

cuestiones enunciadas y referidas a los doce puntos del Código, tal como se indica a continuación.

- 1- ¿Se manifiesta en la información la violencia como algo más que un delito: un daño a los derechos humanos?
- 2- ¿Se presenta como un problema que afecta a todas las personas? (no sólo como hecho aislado, y tampoco como sólo de mujeres).
- 3- ¿Encontramos noticias positivas y exitosas sobre el maltrato? (avance positivo).
- 4- ¿Se añade información de punto de asesoramiento? (016, etc.).
- 5- ¿Se aporta información técnica que otorgue mayor credibilidad a la noticia?
- 6- ¿Se añade información innecesaria que contribuye a pensar en algo de culpabilidad de la víctima?
- 7- ¿Se presentan personas en situación de tensión emocional?
- 8- ¿Se percibe respeto y apoyo social hacia la víctima?
- 9- ¿Se presenta la información sobre el agresor como injustificada?
- 10- ¿Se percibe manifestación del medio en contra de este tipo de comportamiento?
- 11- ¿A qué tipo de violencia se refiere la información?
 - física.
 - sexual.
 - psicológica.
- 12- ¿Encontramos en los medios programas informativos que ayuden a erradicar la Violencia de Género?

En los resultados observamos que se ha detectado ligeramente un cumplimiento de cada uno de los puntos que dicta el Código desde 2006: Pretendemos concretar puntos incumplidos con el objetivo de detectar las desviaciones y poder incidir en medidas correctoras.

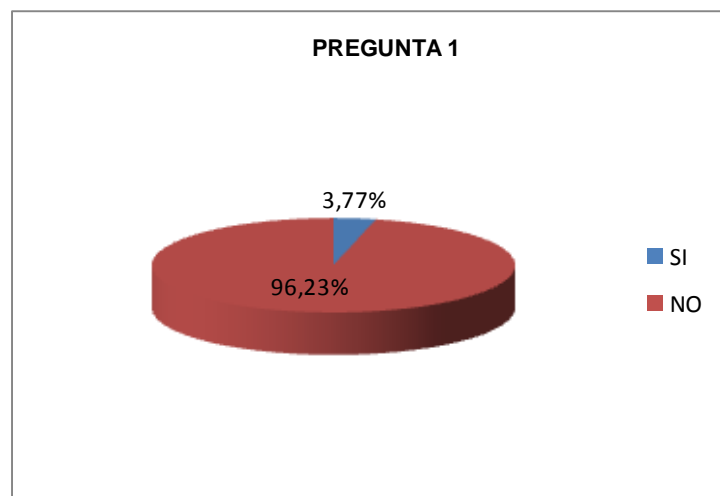
Veamos en qué medida se ha seguido cada uno de los puntos marcados previamente:

Sobre la Cuestión número uno, donde pretendemos conocer si se presenta la Violencia de Género como algo más que un delito, un atentado contra los derechos humanos, que excede del ámbito privado, tal y como lo indica el Código tratado. Podemos observar que en el 96,23% de los casos aparece exclusivamente como delito,

sin aludir al hecho como un mal social, que ya desde 1993 es considerado un atentado contra los derechos humanos, lo que implica que se informe a la sociedad de los hechos. La realidad indica que no se concientia a ésta sobre el hecho de ser un problema que afecta a la sociedad en sus derechos fundamentales: los humanos. En este aspecto sí debemos marcar mejoras, aunque también es cierta esa mejoría en los últimos años.

Gráfico 27.

Representación de la Violencia de Género como algo más que un delito



Fuente: Elaboración propia

Esto quiere decir que un 96, 23% de las noticias informan del delito ocurrido como un hecho puntual, pero sólo el 3,77% lo hace también como un daño contra los Derechos Humanos.

Imagen 10. Ejemplo de noticia como sólo delito

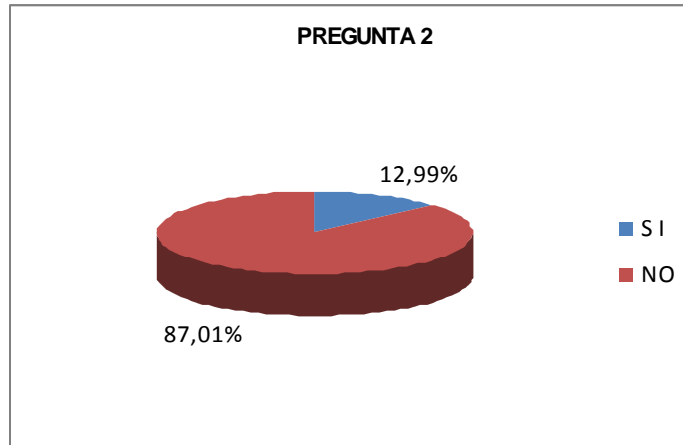


Noticia de prensa, 15 de octubre de 2007.

Observamos en el texto anterior cómo en ningún momento se muestra el caso de Violencia de Género como algo más que un delito, simplemente se muestran los hechos referidos de modo particular al caso tratado como un hecho puntual.

En la cuestión número dos pretendemos determinar el seguimiento del punto dos del código; el hecho de presentar los casos de violencia de Género, no como situaciones aisladas, sino como un problema generalizado que afecta a muchas mujeres; nos afecta a todos y todas. Podemos determinar que el 87,01% de los casos presentan la Violencia de Género como un caso puntual, no como un hecho que afecta a todas las personas, asignado en cierto modo como problema exclusivo del mundo femenino. Sólo en el 12,99% de las noticias analizadas se hace alusión al problema como concerniente a la sociedad en general, no aislado, sino que afecta a un considerable número de mujeres y hombres, a todos y todas.

Gráfico 28. Violencia de Género como problema social



Fuente: elaboración propia

Imagen 11. Ejemplo de noticia como hecho puntual.



Noticia de prensa. 18 de abril de 2007

La noticia presentada, que se encuentra ubicada en la sección nacional, no muestra en ningún caso la información como un problema que afecte a todas las personas, sino como un acto individual sin efectos sociales, lo cual no ayuda a ver este tipo de hechos como un daño y problema social. En los últimos años del estudio es donde se nota una ligera mejoría.

Sobre el punto tres del Código: que hace referencia al hecho de no limitar el tratamiento informativo a los sucesos dramáticos, divulgándose también los casos exitosos en los que las mujeres han conseguido superar los malos tratos, para que sirvan de ejemplo a otras víctimas, mostrándoles que hay salida y explicándoles cómo actuar,

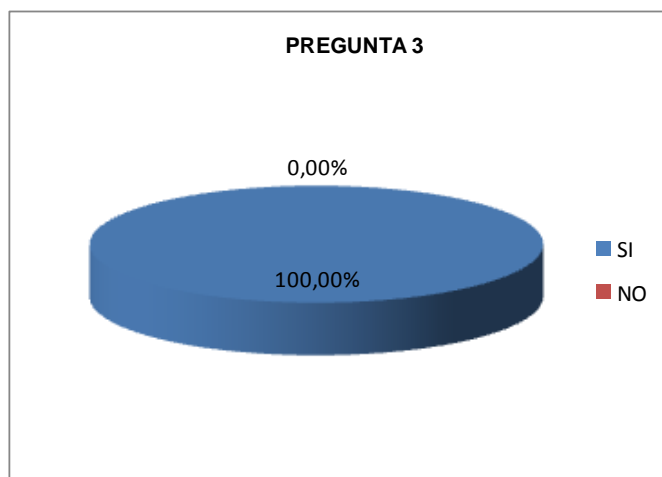
podemos decir, positivamente, que todos los medios de comunicación han dedicado, y dedican, espacios al tratamiento de la Violencia de Género, artículos y reportajes en los que se informa de cómo actuar en estos casos, así como ejemplos de vidas rehechas tras este tipo de violencia.

Destacamos aquí el reportaje elaborado por televisión Castilla y León en el año 2014: "Los golpes que nadie oye", galardonado con el premio Cosío. Un reportaje educador y didáctico, en cuanto que informa de la realidad del problema, e incluso aporta información de cómo poder solventarlo, o dónde acudir. Muestra la amplitud del problema e intenta despertar un mayor conocimiento y formación como solución para lograr su erradicación.⁷⁰

Podemos ver también casos de apoyo social hacia las víctimas de violencia de género, manifestaciones, una acción positiva a favor de esta causa. Detectamos también claras expresiones en contra de los maltratadores.

Gráfico 29.

Porcentaje de medios con noticias de Violencia de Género con resultado positivo



Fuente: elaboración propia

⁷⁰Ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=MqwnVFyyIIM>

Imagen 12. Noticia positiva frente al rechazo



Diversos colectivos, instituciones y asociaciones de Burgos se hicieron una fotografía para participar en la campaña 'Saca tarjeta roja al maltratador'. / RAÚL OCHOA

'Expulsado' por maltratador

La Subdelegación, diversas instituciones y colectivos se suman a la campaña 'Saca tarjeta roja al maltratador'

M.R. / Burgos
El pasado año se presentó más de una denuncia al día por violencia de género, en concreto 467 en toda la provincia. En lo que va de año ya ha habido 168 denuncias, y apenas se acaban de rebasar los 150 días de 2010, que han sido presentadas por 120 víctimas. El 4 de marzo, la joven Isabel Barroso moría a manos de su ex pareja y un mes después, el 4 de abril, Montserrat Cuesta era asesinada por su marido, quien después se suicidaba.

Ninguna de las dos había presentado denuncias previamente, una situación que, según indicaba ayer la subdelegada, Berta Tricio, se tiene que corregir a través de campañas como la que se presentó ayer en la Subdelegación. 'Saca tarjeta al maltratador' es una iniciativa del Ministerio de Igualdad que pretende dejar constancia de que «los maltratadores no tienen cabida» en una sociedad que debe tomar conciencia de que la violencia de género no es algo que se debe que-

La violencia de género en datos

>En lo que va de año, han muerto en España 27 mujeres víctimas de la violencia de género. Dos de ellas, en Burgos. De las 27, cinco habían denunciado antes, tres tenían orden de protección y 19 vivían con sus agresores.

>El pasado año, se presentaron en la provincia 467 denuncias. En lo que va de año se han registrado 168, presentadas por 120 víctimas.

>Durante este año, los tribunales de Burgos han dictado órdenes de protección para 73 mujeres.

dar en el ámbito privado. «Para prevenir la violencia de género es fundamental la sensibilización del entorno de las víctimas y la

creación de conciencia crítica para no tolerarla». Un apoyo que debe ser especialmente cuidadoso con las 73 mujeres para las que, en lo que va de año, los tribunales han dictado órdenes de protección.

Más de medio centenar de representantes de diferentes colectivos e instituciones se sumaron ayer a la campaña. Junto a la subdelegada, la responsable de la Unidad Provincial de Violencia de Género, Purificación Arce; el fiscal jefe, Santiago Mena; el comandante Parra de la Guardia Civil; la presidenta de la asociación La Rueda, el artista Tuco; la periodista Angélica González, y el atleta Diego Ruiz leyeron un manifiesto.

Tras la lectura, los participantes en esta iniciativa se hicieron una foto de familia para 'colgarla' en la página www.sacatarjeta-roja.es. Un sitio web al que puede acceder cualquier persona que quiera participar de forma individual. Tricio recordó que cualquiera puede hacer una fotografía con



La campaña es una iniciativa del Ministerio de Igualdad. / RAÚL OCHOA

la tarjeta roja y dejarla en la web para sumarse a esta iniciativa.

La campaña que ha puesto en funcionamiento el Gobierno

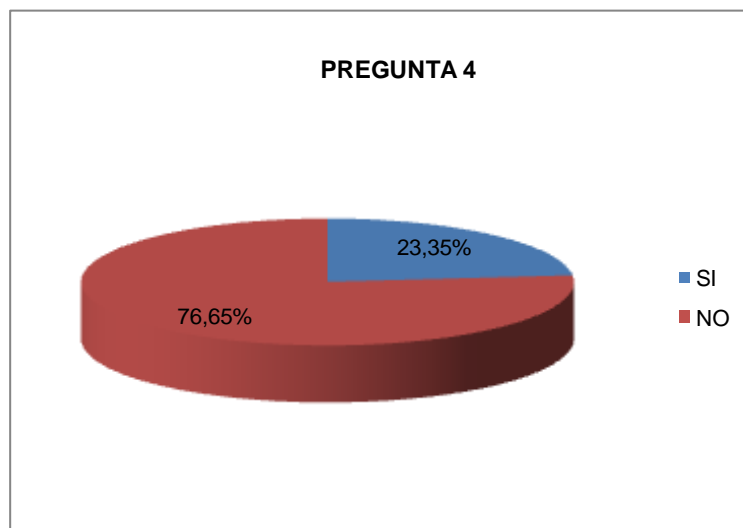
cuenta con el apoyo de más de 30 personas conocidas del mundo del cine, el deporte, la música y los medios de comunicación.

Noticia prensa. 26 de mayo de 2010

Sobre el punto cuatro del código: referido a la inclusión, en todas la noticias, sobre Violencia de Género, de informaciones útiles para las afectadas Nos referimos a la incorporación de los números de teléfono de atención a las víctimas, u otra información de ayuda ante su situación con el fin de que puedan conocer los recursos de apoyo y protección existentes. Señalamos en este estudio un gran cambio entre el primer año de estudio 2007 y el 2010, -final de la primera etapa-, y, aunque la media refleja la ausencia de este tipo de informaciones -esto es debido a que en 2007 y 2008 apenas se incorporaba-, pero en 2010 todas las noticias televisivas lo incluyen, así como la prensa y radio. Sorprendentemente en la segunda etapa, -hasta 2015- este dato se ausenta también en gran medida. Los medios lo muestran con menor frecuencia que en la primera, aunque positivamente podemos indicar que en la finalización de este estudio observamos una incipiente nueva incorporación de este tipo de datos, es decir desde 2016-2017.

Se comprueba así, que las acciones llevadas a cabo para lograr el apoyo de los medios a las víctimas han perdido algo del efecto que alcanzó en alguna etapa y es apropiado volver a implicar a los medios y la necesidad del refuerzo ante en esta causa.

Gráfico 30. Inclusión de teléfono de ayuda a la víctima.



Fuente: elaboración propia

Imagen 13.

Ejemplo noticia sin incorporar teléfonos de atención o ayuda a víctimas

SUCESOS

Cuatro muertas en el día más trágico para las mujeres

La cifra de víctimas se eleva ya a 17 en lo que va de año

La violencia contra las mujeres recorrió ayer toda España. Madrid, Cádiz, Valladolid y Valencia, los escenarios.

M. C. / L. B. / L. O.

MADRID/VALENCIA- España vivió ayer una de sus peores jornadas en cuanto a la violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico se refiere, con cuatro fallecidas. Ya son 18 las féminas asesinadas a manos de sus parejas en lo que va de año, según Red Feminista. Fuentes oficiales hablaban de 17 fallecidas.

En Madrid, sobre las cuatro de la madrugada de ayer, se encontró el cadáver de una joven boliviana, asesinada por su compañero sentimental de cuatro puñaladas, tres en el tórax y una en el abdomen, en el piso que ambos compartían en el barrio de Lavapiés. Ella, Laura M. L., tenía tan sólo 22 años. Su presunto asesino, Nestor Wilfredo, V. S., también boliviano, le sacaba cinco, y pese a que no mediaban denuncias por malos tratos, muchos vecinos constataron ayer que las broncas entre ambos eran muy habituales.

Los efectivos del Summa habían atendido horas antes al hombre, que intentó cortarse las venas, en la calle de Santa María de la Cabeza. Él mismo confesó que había «agredido» a su mujer, que llevaba muerta doce horas cuando la hallaron.

«Lo que pasaba no eran discusiones», comentaba una vecina, «sino que él le pegaba constantemente. Una ventana mía da al patio de luces y yo oía los gritos de ella». No era la primera vez que la policía acudía, pero nunca por llamadas de la joven,

ayer, en la localidad de Cullera, tras recibir un disparo a manos de su ex pareja. Según fuentes cercanas a la víctima, la mujer tenía dos órdenes de alejamiento de su presunto asesino. El homicida se acercó a la víctima, M.G.S.V., de 44 años, cuando ésta se encontraba tomando café con unas amigas en una cafetería.

Fuentes presenciales aseguraron que, sobre las cinco de la tarde, el hombre se acercó a la víctima y le disparó a bocajarro, causándole la muerte instantáneamente. El presunto autor de los hechos, A.V.A. de 54 años, abandonó el lugar, pero pudo ser detenido poco después.

A plena luz del día
A causa de heridas de arma blanca falleció la tercera víctima, una mujer de 49 años de El Puerto de Santa María (Cádiz), tras una pelea con su ex marido en plena calle.

Entre tanto, en Valladolid, cuatro tiros de escopeta disparados desde la ventana de una vivienda acababan con la vida de M.J.M.C., de 55 años, cuando pasaba por la calle. El autor de los disparos provocaba a continuación un incendio en la casa y se quitaba la vida de otro disparo.

El fuego se inició en el salón y provocó una deflagración que tiró un tabique, tal y como explicaron los bomberos que acudieron a sofocar la llamarada que al acceder al interior hallaron ya cadáver al inquilino.



Agentes de Criminalística recogen pruebas del homicidio ayer en Madrid

«SÓLO UNA PRESENTÓ DENUNCIA»

La delegada especial del Gobierno contra la violencia sobre la mujer, Encarnación Orozco, precisó ayer que tan sólo una de las mujeres muertas este año a manos de sus parejas o ex parejas había presentado una denuncia contra su agresor. Orozco aseguró que tan sólo la mujer asesinada ayer en Cullera había interpuesto una denuncia y tenía una medida de protección. Los asesinatos de mujeres ponen de manifiesto «un enjuiciamiento atroz por parte de los agresores, que no aceptan que sus víctimas ejerciten su libertad y, en consecuencia, las ajustician», destacó Orozco.

17 MUERTES ESTE AÑO	71 MUERTES EN 2007
-------------------------------	------------------------------

Unas dos millones de mujeres están en riesgo de ser víctimas de violencia doméstica, según se dijo ayer en el Congreso Español de Sexología.

El pasado año se cerró con el dramático balance de más de 70 mujeres muertas a manos de sus parejas o ex parejas. La cifra se ha disparado ya este año.

Historias de quirófano con firmas falsas en la clínica madrileña de Morín

F. Velasco / J. Ferrer

MADRID- Varias de las historias clínicas requisadas en la clínica abortista madrileña CB Medical Gi-

sido llamados por la jueza, después de que ésta decidiera interrogar a todos los trabajadores de CB Medical Ginemedex al descubrir que varias de las historias requisadas

este periódico. Para aclarar qué había ocurrido con los dictámenes trasapelados, la jueza decidió escuchar la versión de más empleados de la clínica. En menos de diez días,

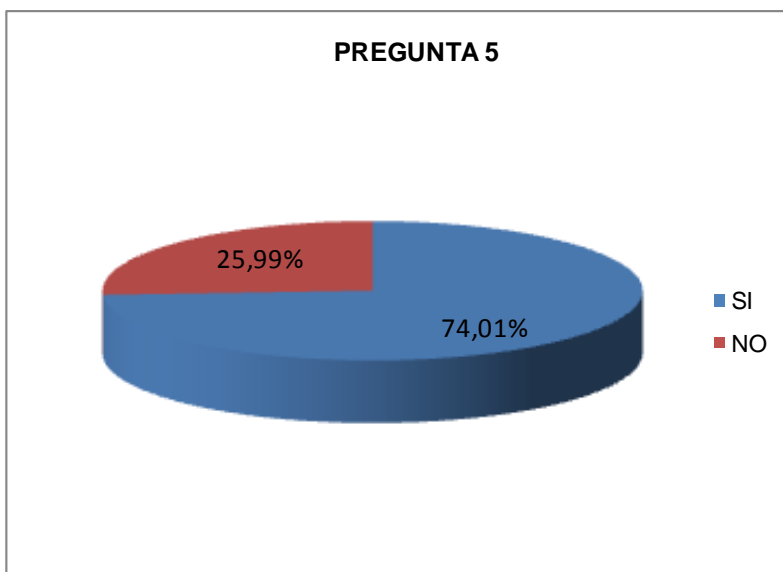
Noticia de prensa, 27 de Febrero de 2008

Observamos cómo la noticia anterior muestra un titular bastante incitador hacia su lectura, pues no en vano cita el grave problema social al que nos enfrentamos en un día de clara evidencia del problema es su estado más grave. Cuatro mujeres han muerto a causa de la Violencia de Género en un solo día. Sería éste un buen ejemplo de noticia para mostrar teléfono e información de ayuda a víctimas de esta causa, lo que nos permite echar en falta esta información incumpliendo así el punto 4 del código, tal y como sucede en la mayor parte de los casos analizados en los primeros años del estudio, y en los últimos, aunque con una ligera mejoría muy al final del estudio. Por otro lado, encontramos la noticia en sucesos, y no como problema social grave. Sección en la que

sí observamos cambio pues al final del estudio sí se evita colocarlo en ella, notándose así una importante mejoría.

Sobre la cuestión número cinco del Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género, que hace alusión al hecho de recabar opiniones y consejos de personas expertas en materia jurídica, psicológica, policial, etc. A la hora de elaborar las noticias con el fin de transmitir una imagen fiel a la Violencia de Género, es decir, tal y cómo marcaba la pregunta: ¿Se ofrece información técnica que dé mayor credibilidad a la noticia? Indicamos que en la mayoría de los casos esto sí es así, el 74,01% de los medios, añaden información técnica. Los casos en los que esto no sucede, según se nos indica, es debido a la falta de información concreta referida a cada suceso, y la rapidez con la que se debe dar una noticia de la que apenas se tiene información. La inmediatez mediática hace casi imposible poder obtener, en tan poco tiempo, los datos buscados; se intenta, pero no siempre es posible.

Gráfico 31. Aparición de información técnica en la noticia



Fuente: elaboración Propia

Imagen 14. Información técnica en la noticia.

La Policía busca en el entorno de la joven Isabel Barroso a quien la mató de dos puñaladas

- El cadáver de esta burgalesa de 26 años aparecía en el asiento del copiloto de su coche
- El vehículo estaba aparcado en un patio interior en Lavaderos y fue una vecina quien avisó

J. F. C. / N. V. / Burgos
La Policía busca en el entorno de amistades y relaciones de Isabel Barroso Fernández a su asesino. El cuerpo de esta burgalesa, de 26 años, aparecía ayer con dos puñaladas poco después del mediodía en el asiento del copiloto de su propio vehículo, un Seat Ibiza de color blanco, estacionado en un patio comunitario al que se accede desde las calles Severo Ochoa entre los portales 10 y 12-y Lavaderos, pero que también es propiedad de varios números de la calle Juan XXIII.

Los investigadores descartan, a priori, el robo como el origen de este crimen ya que comprobaron que la joven tenía todas sus pertenencias, incluido su bolso. Salvo esa vía, se investigan otros posibles móviles. La Policía habló durante la tarde y la noche de ayer con personas del entorno de la joven. Fuentes de la investigación consultadas por este periódico aseguran que se analizan todas las hipótesis para descubrir al autor o autores del crimen.

Se da la circunstancia de que Isabel había roto una relación sentimental hace pocos días. La joven trabajaba en una conocida empresa de transformación de carnes de la ciudad. También estaba registrada en la red social Facebook, donde aparecen varios contactos que fueron objeto de comprobación por los investigadores.

Uno de los datos que se desconoce es cuánto tiempo llevaba muerta en el interior de su vehí-



Una grúa de la Policía Local trasladó el vehículo con el cuerpo de la joven hasta la Comisaría de Policía. / FOTOGRAFÍAS: SANTI OTERO



Operarios de jardines limpian una zona para facilitar la búsqueda.

en el patio interior de las viviendas alrededor de las nueve de la mañana permanecía inmóvil y en la misma postura. Poco después llegaban al lugar de los hechos varias dotaciones de las policías Nacional y de la Local, que acordonaban la zona. Miembros de ambos Cuerpos de Seguridad impidieron el acceso a ese patio desde primeras horas de la tarde y tan sólo se permitía a los vecinos retirar los vehículos del interior. Mientras, agentes de la Brigada de Homicidios de la Comisaría de Burgos rastrearon por la zona -portales y azoteas de edificios contiguos incluidos- papeleras, alcantarillas, contenedores de residuos y jardines en busca del arma con que se cometió el crimen.

Incluso, se requería la presencia de la empresa encargada del mantenimiento de los jardines munici-

pales para que limpiara una zona de maleza y las zarzas que pueblan un lateral del patio, cerca de donde estaba estacionado el vehículo en cuyo interior se hallaba el cadáver. La búsqueda del arma que se utilizó para cometer el crimen, al cierre de la edición de este periódico, no había dado frutos.

El juez de guardia autorizaba al traslado del vehículo con el cuerpo de la joven dentro hasta las dependencias de la Comisaría de Policía Nacional para que los especialistas trabajaran con tranquilidad y lejos de las miradas de los vecinos. Una grúa de la Policía Local cargaba el vehículo, cubiertas la luna delantera y el cristal de la puerta del copiloto con una sábana de Sacyl que ocultaba el cuerpo de la joven sobre las cuatro menos cuarto de la tarde con el cuerpo de la joven, y



Un policía toma medidas en el lugar donde estaba el vehículo.

lo trasladaba al recinto de la Comisaría de Policía.

Los investigadores pudieron realizar entonces todo tipo de pruebas y comprobaciones en el vehículo. Alrededor de las cuatro y media de la tarde, los servicios funerarios de La Paz trasladaban el cuerpo de la joven hasta el Instituto Anatómico Forense de Burgos donde se le practicará la autopsia a lo largo de la mañana de hoy.

«Otra vez en Juan XXIII»

El presidente de la asociación vecinal de Juan XXIII, Miguel Ángel Gómez, lamentó este trágico suceso, «el más grave desde la muerte

de Teodoro Tejedor en el robo que sufrió en su bar el 23 de septiembre de 2006», recordó.

En su opinión, la muerte violenta de Isabel vuelve a poner en tela de juicio la seguridad de este barrio, en el que los vecinos han demandado en numerosas ocasiones más presencia policial. «El patio en donde han encontrado el coche es muy oscuro y sólo tiene una farola, por lo que por la noche la visibilidad es prácticamente nula», señala. El testimonio de algunos vecinos de la zona corrobora las declaraciones de Gómez. Algunos denuncian el continuo trasiego de gente que hay por las noches en este patio.

El arma, un cuchillo de hoja ancha, no había aparecido al cierre de esta edición

Era hija única y trabajaba en una conocida fábrica de carnes de la ciudad

lo. Según fuentes consultadas a las que este medio preguntó, sus padres, con los que vivía, la echaron en falta el miércoles aunque no se denunció su desaparición. El domicilio paterno, en la Avenida de la Constitución Española, está cerca del lugar donde se halló el vehículo con el cuerpo sin vida de Isabel Barroso aunque debe cruzarse la calle de Vitoria.

Una vecina del inmueble alertaba a la Policía a través de una llamada de teléfono sobre las dos de la tarde de ayer al comprobar que la persona que había visto ya en el interior del vehículo estacionado

La noticia presentada hace una clara alusión al testimonio y aparición de profesionales como protagonistas de la noticia. No en vano, tanto en el texto y la imagen como en el titular, la Policía ocupa uno de los papeles protagonistas, evitando así dar protagonismo a testimonios de menor relevancia, en ocasiones sólo opiniones.

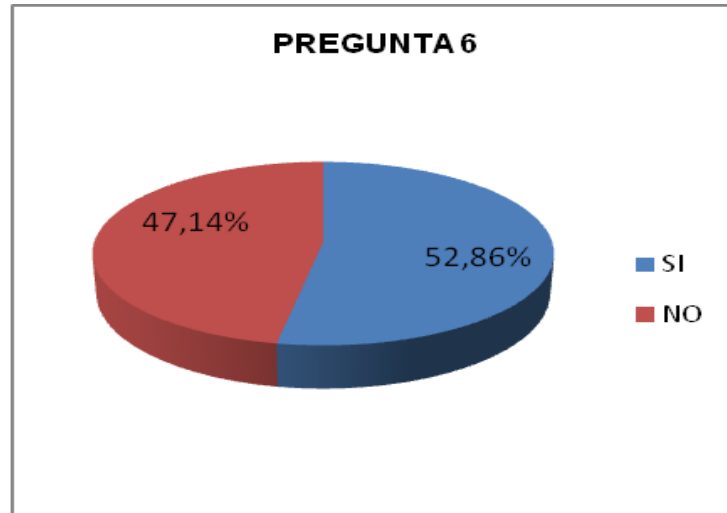
Sobre la cuestión número seis: ¿Se añade información innecesaria que alude a pensar en algo de culpabilidad por parte de la víctima?, o tal como indica el Código, debemos seleccionar cuidadosamente las fuentes informativas, desechando aquellas que pudieren inducir a explicar la violencia como consecuencia del deterioro de la relación sentimental o de un arrebató puntual. Vemos que en este caso el medio en algunas ocasiones sí alude a informaciones innecesarias. Aparecen testimonios de vecinos de las víctimas que aportan información poco relevante, además de negativa sobre el caso y la víctima; llevando a incitarnos a pensar en hipótesis que favorecen poco a la víctima, justificando el hecho como consecuencia puntual, limitando así las consecuencias culturales y sociales que pueden subyacer en muchos de los casos. Podemos comprobar cómo en gran parte de las informaciones, el 47,14%, sí lo respeta, pero faltan aún otras muchas.

Siguen apareciendo informaciones innecesarias que culpabilizan a la víctima, o la cuestionan, incluso más que al propio agresor. Llama especialmente la atención el caso en que una hija habla mal de su madre y defiende a su padre, siendo él quien la ha matado y se ha suicidado. Lo explica como culpabilizando a la víctima de los hechos y no al asesino. Encontramos así el espacio de la víctima usurpado, y con un cambio de roles en la culpabilidad, no respetando el espacio de la víctima. La normalización social de este tipo de casos impide a veces ser crítico con la realidad de la víctima y su asesino. Sería necesario otro estudio para explicar con claridad las supuestas culpas y cargas que asume la mujer (necesidad de aguantar, de consentir, de acceder, sumisión...) y los permisos que de manera natural, se supone -sin que debiera ser así- que tiene el hombre (necesidad de dominar, la mujer es suya, su cuerpo también, el es más, empoderamiento...) lo que en muchos casos sitúa a ambos en situaciones distintas de partida, y se juzga con diferentes miradas⁷¹.

⁷¹ Es necesario entender las desigualdades de género a lo largo de la historia para poder ser crítico con la normalidad de algunos hechos que sólo son consecuencia de la costumbre social y no deberían ser tomados como "obligatorios" y propios de ellos o de ellas. Ser crítico es importante y leer autoras de la bibliografía, (Beauvoir, Puleo, Camps...) u otras estudiosas de género, ayudará en la comprensión de estos hechos y la teoría feminista.

Gráfico 32.

Usurpación del espacio de la víctima. Su culpabilidad



Fuente: elaboración propia

Adjuntamos la noticia a la que hacíamos referencia.

Imagen 15.

Ejemplo: Culpabilidad sobre la víctima, usurpando su espacio como tal.



El crimen tuvo lugar en la carpintería situada frente a los domicilios de la ex pareja, en la calle Barreiros de Cubillos. L. DE LA MATA

Un hombre mata a su ex pareja de un golpe en Cubillos y después se suicida

Estanislao Macías, que ya tenía otra relación, avisó a la Guardia Civil y se ahorcó

C. FIDALGO | PONFERRADA

■ La mató de un golpe en la frente en medio de una discusión, y después avisó a la Guardia Civil por teléfono y se suicidó antes de que los agentes llegaran al lugar de los hechos. Un ebanista jubilado y recién separado de su esposa, Estanislao Macías García, de 64 años de edad, acabó ayer con la vida de su ex pareja, Ena Núñez García, de 63, y a continuación dio el aviso a las fuerzas del orden y se colgó de una viga en la misma carpintería donde yacía el cadáver de su víctima. La Guardia Civil trató anoche de localizar el obispo



La víctima vivía en el número 1 y el agresor en el 3. L. DE LA MATA



El levantamiento de los cuerpos se produjo pasadas las ocho. LDM

DECLARACIÓN DE LA HUIA

«Mi madre es una maltratada maltratadora»

■ Soraya Macías declaró a favor de su padre en los juzgados el 8 de septiembre: «La declarante considera que su madre no es una mujer maltratada, que en todo caso es una maltratada-maltratadora en lo que se refiere a la relación de sus padres, que por lo que ha vivido en su casa puede decir que no ha habido malos tratos físicos, pero si que han tenido un vínculo dañino entre sus dos padres en el sentido de que si uno estaba tranquilo el otro buscaba la forma de chingar», aseguró en su declaración como testigo. Y añadía «que su madre es manipuladora, es muy inteligente y puede hacer creer en aquello en lo que no crees y hacerte hacer aquello que no quieres hacer. Que su padre es un paisano de pueblo, un poco bruto al hablar, pero que al final su madre logra que se haga lo que ella quiere» y «en su casa considera que no existe un rol de hombre machista».

Noticia en prensa, 25 de junio de 2014

Imagen 16.

Ejemplo: Caso en que se quita relevancia a la culpabilidad del asesino

Un hombre de 76 años mata a su esposa de tres disparos en un pueblo de Granada

El asesino sufría ataques neuróticos de celos pero la víctima nunca le había denunciado puesto que no se mostraba agresivo

GRANADA. La violencia de género se cobró ayer una nueva víctima, esta vez en la localidad granadina de Píñar, donde Miguel L. R., de 76 años de edad, acabó con la vida de su esposa, María, de 73 años. El hombre sufría ataques neuróticos de celos y le disparó a su mujer dos tiros en el pecho y uno en la cabeza con una pistola cuya procedencia investiga la Guardia Civil. Se trata de la décima mujer muerta por violencia machista a manos de su pareja o ex pareja en lo que va de año en España.

Los hechos acaecieron a las 7 de la mañana de ayer y se conocieron cuando el hombre, con cierta tranquilidad, fue a contarle al bar Pepín, donde todas las mañanas tomaba café. "Cuando me lo estaba contando no me lo podía creer, pensaba que me estaba hablando en broma", declaró el camarero, que cuando se dio cuenta de que el presunto homicida estaba hablando en serio, llamó enseguida al hijo de ambos.

El hijo es funcionario del Ayuntamiento y vive a escasos metros de sus padres. Al llegar a la casa se

encontró con el cadáver ensangrentado de su madre y llamó a la Guardia Civil, que procedió a la detención del presunto homicida.

El asesinato causó gran consternación en la pequeña localidad, de 1.400 habitantes, que pertenece a la comarca de los Montes Orientales. El Ayuntamiento ha decretado tres días de luto.

Era cazador

Según informaron los familiares de la víctima, Miguel L. R. era cazador y tenía armas, pero hacía años que sus hijos habían intervenido para que se las retiraran. "Había una cierta psicosis por parte de él hacia ella", comentaron algunos funcionarios del Ayuntamiento de Píñar.

Además, "también había estado él una larga temporada de médicos para combatir la psicosis obsesiva que padecía respecto a su esposa". Según cuentan, el homicida contaba de vez en cuando que su esposa lo quería envenenar y por temporadas no comía ni bebía nada que no hubiese preparado él mismo.

La víctima no era usuaria del

Instituto Andaluz de la Mujer ni había denunciado ante ese organismo haber sido víctima de maltrato. Tampoco al consistorio le constaba denuncia alguna ni antecedentes de maltrato, según la alcaldesa. Los hijos del matrimonio le dijeron que estaban "muy pendientes" de su padre debido al trastorno que sufría de un tiempo a esta parte, aunque hasta ahora no había mostrado "conductas agresivas".

Se trata de una familia conocida y querida" en el pueblo cuyos progenitores "han trabajado mucho para sacar adelante a sus siete hijos", según la alcaldesa. El cuerpo sin vida de la mujer ha sido trasladado al Instituto Anatómico Forense de Granada para practicarle la autopsia.

ANDRÉS CÁRDENAS

VIOLENCIA DE GÉNERO

016 | Teléfono gratuito y confidencial

Las mujeres maltratadas tienen a su disposición el teléfono 016, en el que pueden buscar asesoramiento.

En la lectura de la noticia podemos observar cómo se indica que el agresor es una persona enferma, y cómo la víctima jamás denunció actos de violencia contra ella con anterioridad. Informaciones que de algún modo incitan a exculpar al agresor y acercarnos a pensar que estos actos fueron tan sólo consecuencia de su enfermedad, sin aludir en ningún momento a un hecho relacionado con un sentimiento de empoderamiento hacia la víctima o conducta de Violencia de Género.

La Violencia de Género es una cuestión social, aceptada en muchos de sus casos con naturalidad, quedando así invisibilizada como problema, y justificándose con otro tipo de causas.

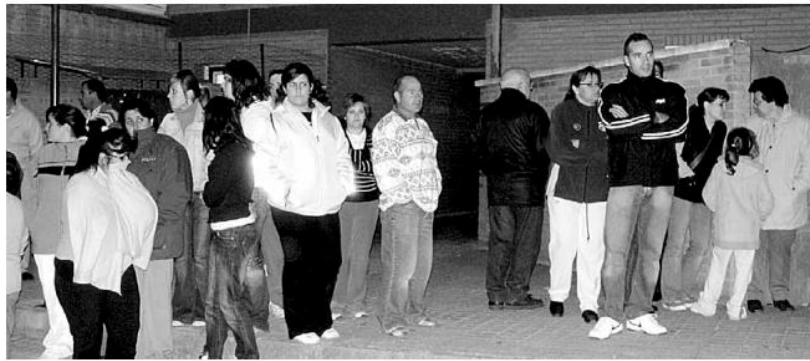
Observamos también en este ejemplo, cómo los medios mejoran en su aspecto de incluir teléfonos de información hacia las víctimas. Lo cual se dio asiduamente en 2009 y 2010, principalmente y no tanto en los últimos años del estudio, aunque sí hay una mejoría a finales de éste, como se ha indicado.

Sobre la cuestión número siete: ¿Se presentan personas en situación de tensión emocional? Tal como se indica en el Código, debemos respetar la intimidad de las víctimas y evitar el uso de imágenes o recursos narrativos sensacionalistas o morbosos, no presentándoles a ellas, ni a sus familiares, en momentos de tensión emocional.

Podemos comprobar, en los resultados obtenidos, cómo en las noticias referentes a Violencia de Género, en nuestra Comunidad Autónoma, se muestran testimonios y el sentir de vecinos con mucha asiduidad. Podemos decir que es un testimonio morboso que gusta al público, y que no aporta información contrastada, ni objetiva. En esta Comunidad lo hemos encontrado en el 77,14% de los casos. El 22,86% restante no utiliza este tipo de recursos, lo que es un dato muy a tener en cuenta para cuidar en mayor medida. Utilizan este tipo de testimonios, podríamos decir, todos los casos cercanos ocurridos en la Comunidad, pues son "informaciones" más fáciles de obtener. Cuando el caso es Nacional la noticia suele ser más objetiva.

Imagen 17.

Ejemplo de noticia con testimonios de personas en situación de tensión emocional



Los vecinos esperan a la puerta la salida de los restos mortales de la fallecida, que fueron trasladado al Instituto Anatómico Forense. / EL NORTE

Mata a su mujer horas después de que ella consultara cómo separarse

El hombre, de 60 años, se entregó a la Guardia Civil de Íscar después de golpear hasta la muerte a su esposa, de 58 años, en Pedrajas

EL NORTE VALLADOLID

Lidia Sanz Lozano, una vecina de Pedrajas de San Esteban de 58 años, fue hallada ayer muerta por agentes de la Guardia Civil en la cocina de su casa, situada en el piso primero B del número 1 de la calle Cruz de la Venta. La mujer, según la narración de los agentes que entraron en el domicilio, se hallaba tumbada y completamente ensangrentada, muerta como consecuencia de haber sido golpeada en la cabeza con un objeto contundente en repetidas ocasiones, un palo grueso, dicen los testigos.

Poco antes de este fúnebre hallazgo, el esposo de la fallecida, Jesús G. R. de 60 años y también vecino de Pedrajas de San Esteban, se había presentado en el puesto de la Guardia Civil de Íscar, localidad cercana a la anterior, y se había inculcado de la muerte de Lidia. La detención de Jesús G. R. tuvo lugar en torno a las 19.00 horas, pero la tragedia en Pedrajas se había registrado en torno a las 18.30 horas, según indicaron durante la noche los vecinos del inmueble. Se da la circunstancia, según estas fuentes, de que en el momento del crimen, el bloque, formado por seis viviendas, se hallaba vacío, por lo que ninguno de los residentes en este edificio pudo escuchar si hubo pelea o los gritos de la víctima.

La causa del hecho, indicó anoche una nota distribuida por la Guardia Civil, pudiera corresponderse con la existencia de problemas conyugales en la pareja. La víctima, resaltaban en la información ofrecida por el instituto armado, había acudido precisamente en la mañana de ayer a consultar con un abogado para iniciar los trámites de la separación.

La juez de guardia acudió al domicilio en torno a las 21.00 horas y alrededor de las 22.30 horas tuvo lugar el levantamiento

del cadáver y el traslado de los restos de la fallecida al Instituto Anatómico Forense donde previsiblemente hoy tendrá lugar la autopsia.

Llanto y aplausos

El momento en el que los empleados de la funeraria descendían el cuerpo de Lidia Sanz provocó una gran conmoción entre los numerosos vecinos que en ese momento se agolpaban a las puertas de la vivienda. En medio del llanto de muchos de sus conoci-

dos, el cuerpo de la víctima fue recibido con aplausos por parte de las personas que permanecían en el lugar.

Las dos hijas de la pareja, de 31 y 28 años, ambas solteras, se encontraban trabajando cuando sucedieron los hechos. Allí, en su lugar de trabajo, fueron informadas momentos después de lo ocurrido y en la noche de ayer, al cierre de esta edición, recibían asistencia psiquiátrica en una vivienda de la localidad pedrajera.

El alcalde, Sergio Ledo Arranz, acudió para interesarse por el estado de ambas hijas del matrimonio tras conocer la tragedia. Ledo se reunió con ambas y les transmitió el pesar de toda la localidad.

Fuentes vecinales indicaron que la pareja hacía tiempo que había roto y que, a pesar de que Jesús G. R. acudía con cierta regularidad al domicilio familiar, también pasaba largas temporadas fuera de la vivienda.

Tanto él como la víctima eran naturales de Pedrajas. Lidia se trasladó en su juventud a Barcelona, donde aún residen dos de sus hermanos. Precisamente fue en Barcelona donde la pareja se conoció y allí también se casaron. Hace unos veinte años, el matrimonio se trasladó de nuevo a Pedrajas para residir en la vivienda en la que ayer ocurrieron los hechos luctuosos. El detenido trabajaba en la construcción y estaba contratado en una empresa iscarciense mientras que la víctima era ama de casa.

La última agresión mortal en la provincia fue hace 19 meses

J. MORENO VALLADOLID

La muerte de Lidia S. C. es la primera que tiene lugar en la provincia vallisoletana este año consecuencia de la violencia contra las mujeres. El último crimen de estas características ocurrió en marzo del 2006 en la capital vallisoletana, cuando el marido de Benita del Valle, una mujer de 49 años, la asesinó y descuartizó en una vivienda del barrio de Pajarillos. El juicio está pendiente.

En este caso, al igual que en Pedrajas de San Esteban, mediaba un proceso de separación de por medio. Tanto Benita como su marido, Eugenio, habían llegado a un acuerdo amistoso para el divorcio, un caso judicial que llevó el mismo abogado. Sin embargo, una pelea doméstica derivó en el posterior estrangulamiento de la mujer, cuyo cuerpo acabó destrozado en partes y arrojado al río Duero donde apareció en el mes de mayo del 2006.

Al contrario que este caso urbano, el crimen de Pedrajas de San Esteban demuestra que la violencia de género también tiene lugar en el ámbito rural, según las autoridades. El subdelegado del Gobierno, Cecilio Vadillo, que conocía a las familias de la pareja ya que durante 13 años fue concejal en este municipio, trasladó anoche su pesar a las hijas y condenó estas agresiones.

«No hay nada que justifique un acto tan atroz como la muerte a

golpes de una mujer. Se trata de una lacra de la sociedad en la que todos debemos de trabajar y no solo el Gobierno con sus planes. Hasta que no se acaben con todos estos casos no habremos conseguido nuestro objetivo», explicó Vadillo.

La Guardia Civil del cuartel de Íscar no tenía constancia oficialmente de denuncias por malos tratos, aunque según testimonios vecinales ahora recogidos «si existían diferencias entre ambos».

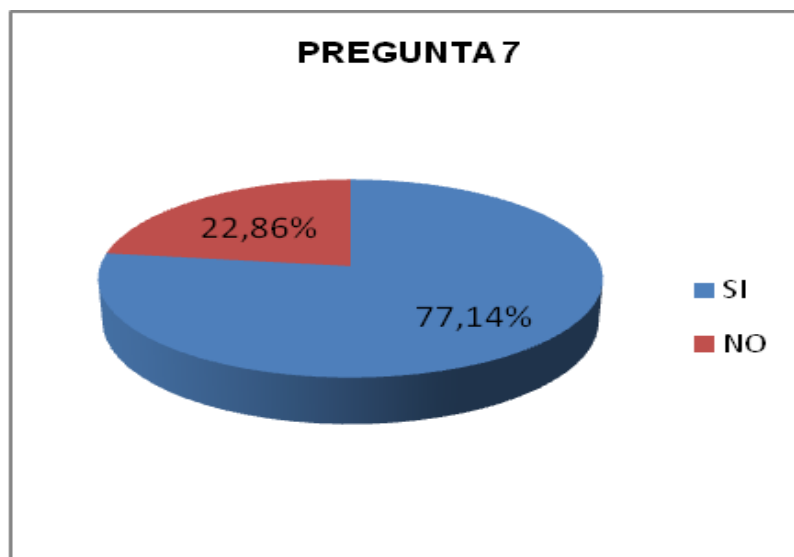
El subdelegado añadió que «son muchos los factores que inciden en la violencia de género y el Gobierno está trabajando para erradicarlos, incluso con la educación».

Noticia de prensa, 30 de octubre de 2007.

La redacción de la noticia hace alusión a datos escabrosos referidos al estado emocional de las hijas de las víctimas, al igual que aporta información innecesaria sobre la explicación de los hechos ocurridos. Es una noticia con carácter sensacionalista por estos hechos y que no respeta en su totalidad el cumplimiento del código en este punto.

Gráfico 33.

Dato de testimonios no profesionales



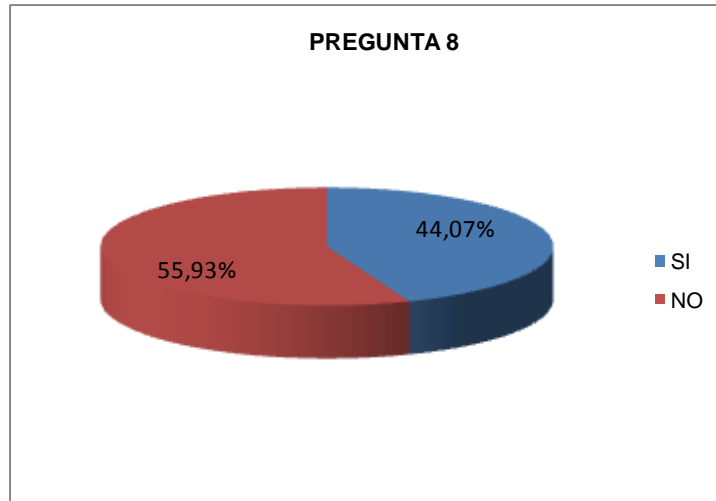
Fuente: Elaboración Propia

Sobre la cuestión número ocho: ¿Se percibe respeto y apoyo social hacia la víctima?, o tal como si indica en el Código: Transmitir a las víctimas el respeto y apoyo social que existe hacia ellas, evitando la difusión de comentarios que puedan entenderse como una justificación de la violencia.

En los resultados obtenidos podemos entender que en el 55,93% de los casos se respeta a la víctima, percibiéndose el apoyo social hacia este tipo de violencia. No obstante, de modo sutil y poco cauteloso, aparentemente como consecuencia de falta de sensibilidad y formación hacia este tipo de casos, en el 44,07% de éstos o no se habla a favor de la víctima, -se limitan simplemente a transmitir la información-, o aparecen comentarios que pudieran dar a entender ciertas situaciones que justifican los hechos acontecidos, sin estar demasiado claras ni contrastadas. No debemos olvidar que esto debe ser evitado, y recordar el carácter socializador del que partimos.

Como ejemplo de este tipo de casos podemos visionar de nuevo la noticia presentada en el punto nº 3, donde se refleja también claramente respeto y apoyo a la víctima.

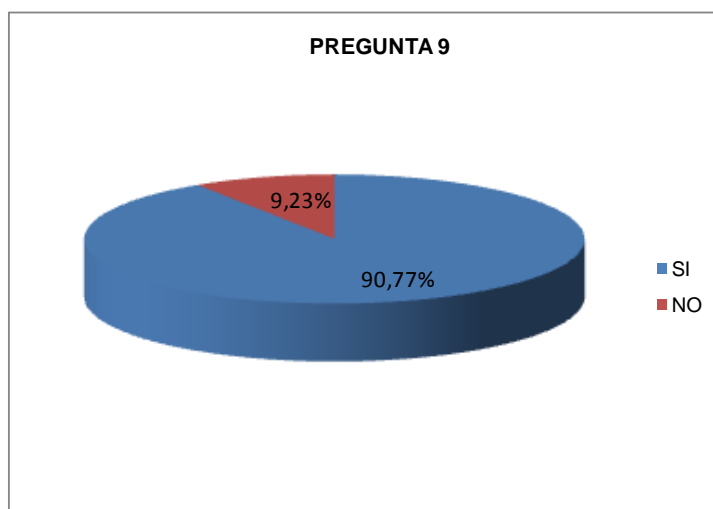
Gráfico 34.
Referido a si la información de apoyo falta o no hacia la víctima.



Fuente: elaboración propia

Cuestión número 9: ¿Se presenta información sobre el agresor cómo injustificada? Tal como indica el Código se trata de identificar claramente el comportamiento del agresor con los detalles necesarios para mostrar que se basa en la desigualdad y que nunca tiene justificación.

Gráfico 35.
Información del agresor.



Fuente: elaboración propia

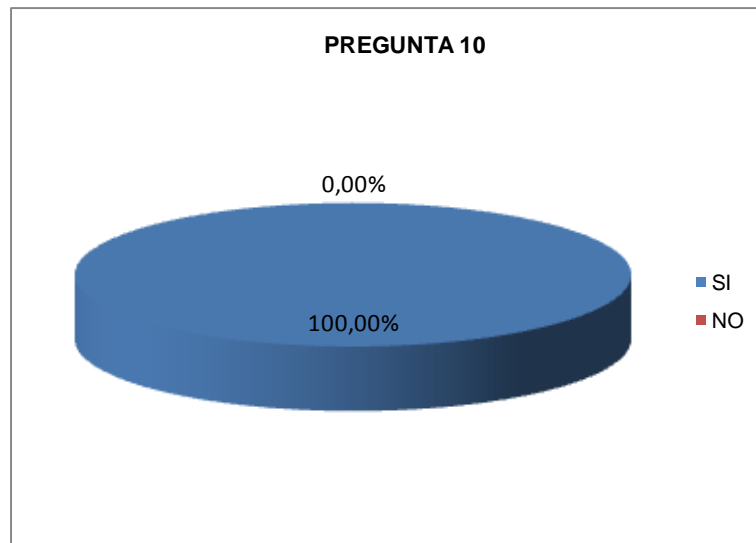
La información que se presenta del agresor suele ser una información injustificada, no relacionada con el caso, haciendo alusión a su vida anterior, incluso diciendo que "era bueno", sin recabar en que el acto que ha cometido es un acto de desigualdad injustificada. Un asesinato. No suelen aparecer opiniones del medio referidas a la desigualdad de género ni conductas patriarcales. Vemos como entonces en el 90,77% de los casos, se muestra esta información injustificadamente.

No es necesario añadir ninguna noticia para expresarlo de nuevo, el ejemplo tomado en el punto nº 6 indica claramente una presentación sobre la vida del agresor en cierto modo inoportuna.

Cuestión número 10: ¿Se percibe manifestación del medio en contra de este tipo de comportamiento? Tal como indica el Código, sin renunciar al deber de informar con veracidad, se considera que deben tratar los casos de Violencia de Género de modo que se refleje su implicación positiva en la erradicación de la violencia.

En este caso, tal y como podemos observar claramente en el cuadro siguiente, el medio refleja su repulsa hacia este tipo de casos. Se percibe en la lectura, escucha y visionado de las noticias, un claro rechazo del medio hacia este tipo de sucesos. No lo califican con claridad como desigualdad, ni como un atentado contra los derechos humanos, tal como indicamos anteriormente; pero si lo tratan como una cuestión social intolerable, mostrando su repulsa e incidiendo en la necesidad de erradicación. Consideramos, entonces, en este aspecto, muy favorablemente los datos frente al cumplimiento del Código de análisis.

Gráfico 36.
Implicación del medio



Fuente: elaboración propia

En la siguiente información queda de manifiesto, de forma clara, el apoyo del medio a la causa; no obstante, la imagen en la que aparece representada la mujer víctima de Violencia de Género podemos considerarla demasiado estereotipada. Y aunque en el texto apoya la causa, la imagen no lo hace del mismo modo.

Imagen 18. Apoyo del medio

Dos mujeres mueren tiroteadas en sendos casos de violencia machista

Los asesinos, que residían en Tarragona y Alicante, se suicidaron con las escopetas

- La pareja de la provincia catalana, de 53 y 48 años, estaba en trámites de separación, mientras que la levantina era de nacionalidad británica y no constaban denuncias previas.

OTR-PRESS / TARRAGONA-ALICANTE
La violencia machista sigue obstinada en demostrar con cifras que los presuntos esfuerzos del Gobierno para atajar una lacra que desde hace mucho tiempo se antoja insostenible son del todo ineficaces. Dos nuevos asesinatos, en Tarragona y Alicante, elevan a 49 el número de mujeres fallecidas en lo que va de año a manos de sus parejas o ex parejas y sitúan la macabra estadística en niveles muy parecidos a los de años anteriores.

En esta ocasión el luto llegó a través de los disparos de sendos maridos, que se quitaron la vida tras cometer el crimen. Ninguno de ellos había sido denunciado por malos tratos, pero, en el caso de la localidad tarraconense de Vila-seca, los vecinos de la pareja explicaron que el presunto asesino «no llevaba muy bien» los trámites de la separación que recientemente había solicitado su cónyuge.

Con tan nimia excusa, el parricidio tuvo lugar cerca de la medianoche del domingo al lunes. Así lo certificó el hijo de ambos fallecidos, que fue quien descubrió los cuerpos y quien avisó por teléfono a la Policía.

Por su testimonio se supo que un individuo de 53 años había tiroteado con una escopeta a su esposa y luego se había suicidado. Los servicios sanitarios que se desplazaron al lugar de los hechos no pudieron hacer nada por salvar la vida de ninguno de ellos, puesto que la mujer, de 48 años, había recibido un disparo en la cabeza que era mortal de necesidad.

Su cadáver se hallaba tendido en la entrada de un piso de la calle

Mas de en Gras, en el barrio de Miramar de la ciudad catalana.

Cerca de allí, en otra habitación del mismo inmueble, yacía, también sin vida, el agresor.

Aún conmocionados por el suceso, los vecinos más próximos al lugar de los hechos explicaban que el hijo llamó a su puerta y gritó: «Mi padre ha matado a mi madre» mientras golpeaba un cristal presa de un ataque de nervios que le llevó al hospital.

El alertado salió al rellano y se encontró el cadáver de la mujer, «con los pies dentro de casa y el cuerpo en la escalera, en medio de un charco de sangre».

«Nadie podía esperar este final aunque los dos se estaban separando», resumió el vecino.

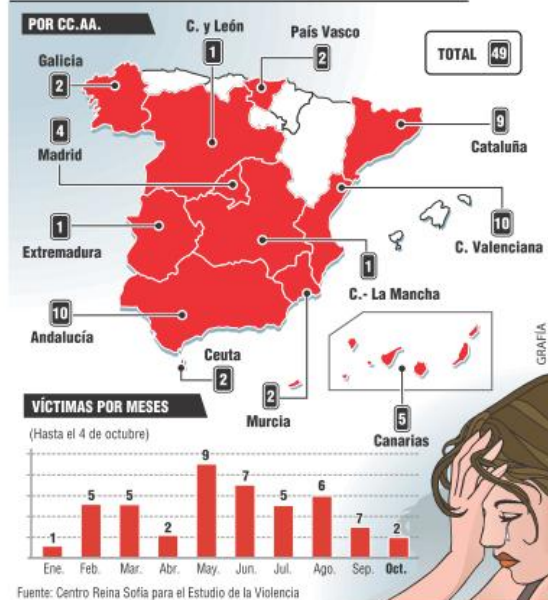
CASI CALCADO. Con algunos pequeños matices, la historia se repetía de manera casi milimétrica en la localidad alicantina de San Fulgencio, donde, también el domingo por la noche, un individuo de algo más de 60 años acribillaba con una escopeta a su mujer, de 58, y después se quitaba la vida con el mismo arma.

Los cuerpos del matrimonio, de nacionalidad británica, fueron hallados sobre las 23,00 horas, aunque todavía no se ha determinado la hora de los fallecimientos, ni tampoco cuáles pudieron ser las causas, puesto que, según fuentes de la investigación, la pareja tenía una relación aparentemente normal y no había denuncias previas por malos tratos.

Tras conocer el suceso, el delegado del Gobierno en Valencia, Ricardo Peralta, explicó que el presunto asesino padecía una grave enfermedad, aunque insistió en que todavía se desconoce «si esa circunstancia ha podido tener alguna influencia» en el caso. No obstante, avanzó, «va a ser difícil» establecer las causas.

Por su parte, la alcaldesa de San Fulgencio, Trinidad Martínez, aseguró que el presunto parricida «podría tener planeado» el crimen,

Violencia contra la mujer en 2009



El matrimonio británico ahora fallecido residía en un chalé de San Fulgencio. / EFE

puesto que, detalló, «estaba pasando por una depresión» como consecuencia «de su estado de salud deteriorado».

Tras conocer estas dos nuevas muertes, la ministra de Igualdad, Bibiana Aído, condenó los hechos y reiteró que su departamento es-

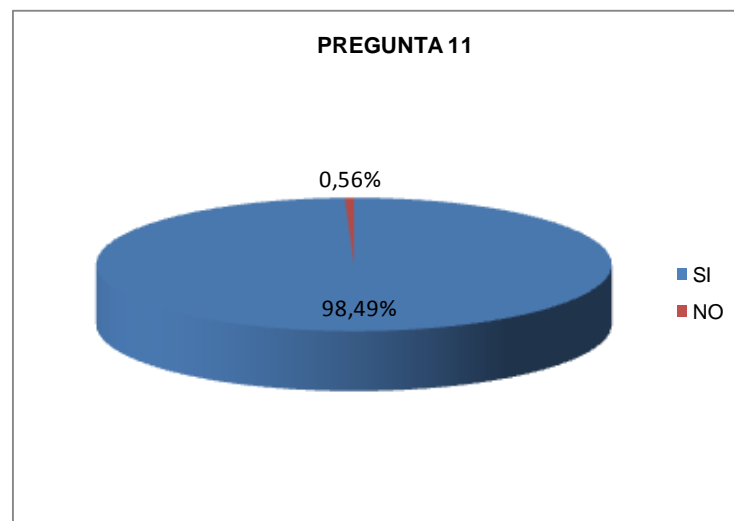
ta «trabajando para poner los recursos necesarios para poner fin a la violencia machista». No obstante, desde el propio Gobierno se explicó que ambos sucesos no están todavía computados como violencia de género, pues aún deben esclarecerse las motivaciones.

Cuestión número 11: ¿A qué tipo de violencia se refiere la información? Hacemos alusión a no limitar la información exclusivamente a los casos de violencia física, ampliando el concepto de Violencia de Género a todas sus manifestaciones, como son: la violencia física, psicológica y sexual, en todas sus manifestaciones (acosos, humillaciones, explotación sexual, agresiones sexuales, etc.). Así lo indica el Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género tratado.

Observamos que las noticias de Violencia de Género suelen ocupar cobertura mediática cuando se trata de casos drásticos, generalmente los referidos a muertes por esta causa. No es cotidiano encontrar información referente a otro tipo de violencia, no como noticia. Sí podemos hallar reportajes especiales, aunque es poco. Sólo los casos de violencia de género con final mortal y algún desmantelamiento puntual de redes de prostitución, gozan de mayor cobertura mediática, invisibilizándose parte importante del problema.

Gráfico 37.

Casos mediáticos referidos a Violencia Física.



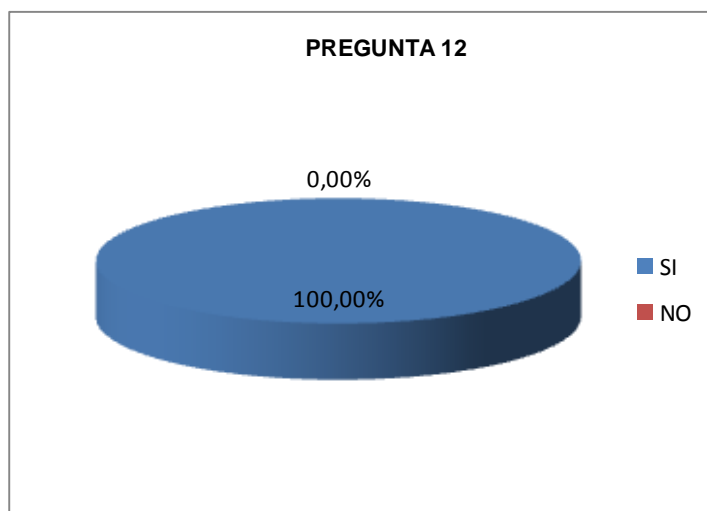
Fuente: elaboración propia

Los datos que acabamos de referenciar indican que el 98,49% de los casos tratados son referidos a violencia física; sólo el 0,56% hacen referencia a los otros tipos, lo que implica que aún falta concienciación en el hecho de que la Violencia de Género es algo más que agresiones físicas.

Sobre la cuestión número 12: ¿Encontramos en los medios programas informativos que ayudan a erradicar la Violencia de Género? O, tal como indica el Código, se trata de promover espacios o programas informativos que ayuden a generar una conciencia social sobre el problema de violencia contra las mujeres.

Podemos aludir, tal como se ve indicado en el cuadro siguiente (gráfico 36), que todos los medios dedican algún espacio a informar sobre la Violencia de Género. Notifican de la existencia de teléfonos de ayuda a las víctimas. Dedicar, a veces, especiales sobre las casas de acogida, las campañas de concienciación social contra la Violencia de Género... pero no lo hacen con una frecuencia determinada, sino en función de novedades sobre estos temas, o propuestas que les parecen interesantes. Sí aluden que quizá este tipo de programas y coberturas deberían ser más promovidos por el medio en sí, pues el inminente número de casos existente lo demanda, en sí mismo, para la sociedad. Hemos citado anteriormente el reportaje contra la violencia de Género elaborado por Televisión Castilla y León que ganó el premio Cosío como ejemplo positivo de sensibilización e información⁷².

Gráfico 38. Medios con contenidos informativos sobre temática



Fuente: elaboración propia

⁷² . "Los golpes que nadie oye". <https://www.youtube.com/watch?v=MqwnVFyylIM>

4.4.1 Conclusiones al Análisis del Cumplimiento del Código

Tras el análisis efectuado en el seguimiento del Código hemos podido comprobar una evolución positiva en cuanto a la adaptación de las pautas marcadas por éste, exceptuando la inclusión de teléfonos informativos para las víctimas. En determinados aspectos, como por ejemplo en la inclusión de un teléfono de información, se aprecia una notable mejoría en 2010 y un retroceso en los tres últimos años, y una nueva aparición al final del estudio.

Se percibe apoyo de los medios a este tipo de violencia al dejar constancia de su repulsa. Se debe mejorar, sin embargo, en otros aspectos, como es en el hecho de comenzar a mostrar esta violencia como un daño a los Derechos Humanos, causa de una situación de desigualdad de género; así como evitar todo tipo de informaciones morbosas y carentes de rigor informativo. Se debe informar del problema en su totalidad, no sólo la violencia física, pues la psicológica y la sexual son igualmente importantes, así como dar visibilidad a los casos de víctimas con denuncias, orden de alejamiento..., no sólo con resultado de muerte.

Será necesario dotar este tipo de información del rigor que requiere, evitar testimonios de opinión o juicios injustificados, aunque con ello se pierdan recursos económicos por parte del medio.

Es importante construir una imagen fiel al problema, y concienciar de éste como una cuestión social de la que todos y todas somos partícipes, como miembros integrantes de esta sociedad. Todas las personas podemos formar parte del Pacto Social contra la Violencia de Género promovido por la Junta de Castilla y León, o los pactos de Estado contra ella. Un pacto que deja clara constancia de que ante este problema debemos contribuir las personas como miembros de la sociedad.

Será necesaria una adecuada sensibilización y formación en el tema para erradicar este tipo de violencia, pues no es sólo un problema del agresor real, sino también del potencial, el que no llegará a serlo con una adecuada sensibilización, educación y formación. Sin duda es responsabilidad de todos. Es difícil corregir a las personas mayores, pues ya tienen sus valores y conductas muy arraigadas, pero la educación y sensibilización de quienes todavía están dispuestos a escuchar es la única salida para lograr este cambio de concienciación, tan necesario aún en nuestra sociedad.

Pero vayamos a hacer recomendaciones concretas sobre el tratamiento de este tipo de violencia en los medios de comunicación, como consecuencia de las desviaciones observadas, y con una clara intención de mejora en la comunicación de estos hechos, como objetivo primordial propuesto en este estudio.

- Podemos comprobar cómo el primer punto del Código, referente al hecho de manifestar la información como algo más que un delito, un daño a los Derechos Humanos, no es mostrado en la mayoría de los medios, pues sólo lo presentan como un delito. Habrá, por tanto, que insistir en este aspecto, considerándolo un daño a los Derechos Humanos. Serán así necesarias medidas correctoras en este aspecto.

- El punto dos del Código, mostrarlo como un problema que nos afecta a todos y todas, destaca igualmente por su posibilidad de mejora, aunque en este aspecto podemos comprobar diferencias entre unos medios y otros. Algunos ya han adoptado este punto en algunas de sus noticias, pero el predominio igualmente de ausencia como problema común a toda la población, en gran parte de las informaciones, denota igualmente una posibilidad y necesidad de mejora.

- El punto tres, referido a la existencia de noticias positivas y exitosas sobre el maltrato, podemos decir que sí se observa un claro seguimiento por parte de la mayoría de los medios firmantes del Código; lo tratan todos aquellos soportes que incluyen información referente a temáticas de Violencia de Género. Comprobamos así que los medios que lo siguen, lo hacen, en alguna ocasión, en tono positivo y alentador. En la revisión llevada a cabo, hemos encontrado casos de noticias positivas, sin ser demasiadas, predominando así la aceptación de este aspecto, aunque es susceptible de mejora. Podemos apuntar que este número de casos debería darse con mayor frecuencia, y por parte de todos los medios, también los económicos, para contribuir hacia la construcción de una perspectiva social más positiva sobre esta causa.

- Sobre si el medio aporta información referente al punto de asesoramiento, punto cuatro, debemos decir que en el primer año de estudio este aspecto apenas se tenía en cuenta, mientras que desde 2009 se percibió una notable mejoría. En la última etapa este aspecto no se cuida. Queda, por tanto, demostrada, una necesidad de concienciar y volver a trabajar este tema con los medios.

- Respecto a la información técnica que debe aportar la noticia, punto cinco, resaltamos positivamente un dato algo alentador, pues todos los diarios lo siguen en la mayoría de sus noticias; no obstante es necesario mejorar este porcentaje en la medida de lo posible.

- El punto seis, referido al hecho de añadir información innecesaria que contribuya a perjudicar la imagen de la víctima, resaltamos se debe cuidar más; no se puede restar gravedad de los hechos al agresor, ni cargar de culpabilidad a la víctima, o lo que es lo mismo, no debe usurpar el agresor el espacio de la víctima en la información mediática. No obstante, para intentar mejorar este aspecto, se marcarán igualmente recomendaciones.

- El punto siete, referido a presentar personas en situación de tensión emocional, podemos manifestar, tras el estudio, que la ausencia de información sobre los hechos no deberá implicar utilizar datos poco objetivos que den "morbo" a la noticia.

- El punto ocho, referido al respeto y apoyo percibido hacia la víctima. En esta cuestión del Código encontramos diferencias notorias entre el seguimiento de unos medios u otros. Como hemos podido comprobar, no siempre se muestra claramente el apoyo a la víctima, ni siempre su respeto. Se puede mejorar igualmente.

- El punto nueve, referido al tratamiento de la información del agresor de modo justificada y pertinente, podemos indicar que no se sigue de modo positivo, pues sí se presenta esta información de modo injustificada. Como hemos podido comprobar, gran número de casos presentan datos innecesarios y justificativos de los hechos, lo cual, a veces, incita a hacernos hipótesis y reconstrucción de los hechos usurpando el lugar a la víctima, hechos que nada tienen que ver con la realidad del caso; por lo que en este aspecto también será necesario incidir en medidas correctoras.

- Respecto al punto diez, sobre si se percibe manifestación del medio en contra de este tipo de comportamiento, podemos decir que se sigue en su totalidad, pues el 100% de las noticias analizadas en los medios, como ya indicamos, manifiestan repulsa ante este tipo de agresiones.

- Sobre el tipo de violencia a la que se refiere la información, punto once, indicamos que en su gran mayoría, incluso en ocasiones en el 100% de los casos del

medio, se refiere a violencia física. No se tratan en estos ejemplos temas de violencia psicológica que pudieron surgir antes, ni tampoco de agresiones sexuales. En este aspecto debemos incidir en una necesidad de mejora del conocimiento del concepto de Violencia de Género, mostrando cómo la violencia física normalmente ha ido precedida por otros tipos de agresión que también deben ser tenidos en cuenta, así como mostrar datos e información de otros tipo de de daño.

- Por último, el punto doce, sobre si los medios dedican espacios informativos especiales sobre este tema, podemos indicar que lo llevan a cabo todos, los mismos que tratan las noticias puntuales, aunque no con una frecuencia determinada, sino como un asunto puntual, en función a la demanda social. Sería positivo aumentar el número de programas sensibilizadores y educadores.

Como vemos el seguimiento del Código no se manifiesta en la totalidad de sus puntos, pero sí en varios aspectos de los tratados, mostrándose una mejoría considerable en los últimos años del estudio en algunos de los referidos, tal y como hemos venido indicando.

Con intención de mejorar las desviaciones encontradas, marcaremos medidas correctoras que refuercen los aspectos sobre los que existe menor concienciación.

4.5 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD CON PROFESIONALES DE LOS MEDIOS

Como ya indicamos en la explicación metodológica, la entrevista en profundidad servirá para enriquecer el estudio, pues no es sólo importante conocer la realidad de tratamiento de género en los medios, también lo es conocer qué opinan quienes elaboran este tipo de noticias, y qué tipo de mejoras nos proponen, pues conseguir los logros pretendidos es un trabajo de todos. Aprovechar la actitud positiva de profesionales de la comunicación es importante, y más al mostrarse sensibilizados/as con el tema, y favorables a colaborar en la mejora hacia la sensibilización y el tratamiento de la Violencia de Género en los diferentes medios de comunicación de esta Comunidad Autónoma, Castilla y León.

La entrevista en profundidad, como técnica de investigación cualitativa que llevamos a cabo con profesionales de los medios y expertas y expertos investigadores de este ámbito, de manera individualizada, nos ha permitido recabar una amplia información sobre sus opiniones y propuestas. Entrevistas llevadas a cabo desde el 2010 hasta 2017.

Tras analizar sus opiniones y manifestaciones, hemos podido recabar información sobre diferentes aspectos en relación a nuestro ámbito de estudio, según los datos y cuestiones iniciales que expondremos a continuación.

Debido a que el personal directivo es quien fundamentalmente determina cómo debe ser tratada la información en su medio, siendo así los máximos responsables de ésta, (junto con los periodistas redactores), hemos considerado oportuno entrevistarnos con ellos (equipo directivo de los medios de Castilla y León y firmantes de Código), sacando de sus respuestas los resultados generales que mostramos a continuación.

Extraemos los datos a través de una entrevista semiestructurada, donde, aunque hay puntos marcados previamente, el entrevistador, en este caso, entrevistadora, intervenga llevando al entrevistado, y en tres ocasiones entrevistada, hacia la información pretendida.

Antes de comenzar con los resultados, indicamos que hemos entrevistado a directivos actuales, y anteriores de Televisión Castilla y León. Directivos/as de Agencias de noticias, de las principales emisoras de radio, así como de los diarios de mayor tirada y difusión. Han sido así entrevistados/as en diferentes ciudades de nuestra Comunidad Autónoma.

Los puntos marcados en la entrevista en profundidad inicialmente, y los datos recogidos son los siguientes:

Nombre y apellidos:

Medio o empresa en la que trabaja:

Cargo/s y años en cada uno.

Relación con los temas de género.

Cuestiones a desarrollar:

- 1 ¿Qué entiende usted por Violencia de Género?
- 2 ¿Le parece adecuado el nombre?
- 3 ¿Siente esto en la realidad cómo algo cercano?
- 4 ¿Cree que se trata adecuadamente este tema en los medios?
- 5 ¿Se habla de ello la cantidad suficiente?
- 6 ¿Dónde cree que debería ir ubicada la noticia?
- 7 ¿Qué cree que podrían hacer los medios para mejorar este tipo de informaciones?
- 8 ¿Qué se debería resaltar y qué dejar de modo superfluo en este tipo de noticias?
- 9 ¿Su medio dedica espacios a temas de género en positivo?
- 10 Opinión general del tema.
11. ¿Estaría dispuesto a colaborar y a formarse para mejorar el tratamiento de la Violencia de Género en los medios?

Estas han sido las cuestiones básicas sobre las que se ha desarrollado la entrevista en profundidad, aunque se han añadido, tal y como es preciso en este método, frases o cuestiones aclaratorias, para dirigir adecuadamente las respuestas hacia los objetivos pretendidos inicialmente.

- Respecto a la cuestión 1, referida al concepto de Violencia de Género, (pues es primordial ser conscientes de un conocimiento del tema para abordarlo adecuadamente).

Todas las personas profesionales entrevistadas son conocedores del concepto de modo correcto, y aluden de manera general a este tipo de violencia como la que se produce del hombre hacia la mujer por una situación de dominio (patriarcal) en la que se cree dominador de ésta por su superioridad como hombre, no obstante nos encontramos cómo en parte consideran que de la mujer hacia el hombre también se llama así, o debería llamar.

Destacan algunas opiniones más favorables sobre esto, añadiendo que la Violencia de Género tratada en los medios no tiene porqué ser referida exclusivamente a una relación de pareja, sino que se puede dar fuera de ella, por lo que este tipo de noticias podrían cubrir más tipos de casos, lo cual es un apunte muy interesante que demuestra el amplio conocimiento de algunos profesionales hacia el concepto aludido.

Podemos concluir así, cómo los profesionales sí son conocedores del significado actual de este concepto, aunque no estén de acuerdo con todos sus matices⁷³ y sea conveniente reforzar el concepto en su significado más amplio para utilizarlo convenientemente.

- Respecto a la cuestión 2, sobre si el nombre es el adecuado. Podemos decir que "no gusta" pero se considera ya admitido, se citan otros como violencia machista, violencia familiar..., algunos consideran que el nombre distorsiona y provoca cierto rechazo, pero, sin duda alguna, tras discernir sobre el tema, concluimos que este nombre es el más adecuado de cuantos se están utilizando en la actualidad.

- Respecto a la cuestión planteada en tercer lugar, referida a el hecho de cómo sienten este tipo de hechos, referido a si lo "ven" cómo algo real y cercano. Podemos concluir que el 100% de las personas entrevistadas lo sienten como un problema real, son conscientes de él, aunque tan sólo una persona reconoce conocer casos y verlo como algo cercano, curiosamente una directiva mujer (Villanueva, 2010), quien considera que todos tenemos a alguien cerca viviendo este tipo de violencia, aún a veces no siendo conscientes de ello, ni la víctima, ni quién lo presencia. Queda claro así como la Violencia de Género es algo más allá que el daño físico y que puede ser simplemente producida por agresión verbal. Esta directiva es ampliamente conocedora del problema en todas sus variables.

- En cuanto a la pregunta cuatro: ¿Cree qué se trata adecuadamente este tema en los medios? La mayoría coinciden en que no, en que se ha mejorado, pero que aún queda mucho por hacer, aluden a huir de tratar el tema de manera escabrosa. Indican que es, sobre todo en el medio audiovisual, televisivo, donde prima el morbo. Consideran igualmente inadecuado, el empleo de testimonios de personas conocidas que no tiene suficiente información sobre el caso; aunque coinciden en el hecho de que son noticias difíciles de cubrir, pues no se tiene información previa, y no es fácil conseguir información fehaciente de lo ocurrido en el corto periodo de tiempo que hay para hacer pública la noticia. No obstante, esto no exculpa el uso de información innecesaria, como se está haciendo en algunos casos. "Son noticias que nadie quiere cubrir", afirman algunos de los directivos entrevistados.

⁷³ El concepto de Violencia de Género es el punto de partida de este estudio, se puede revisar en el Capítulo I.

Reflexionamos cómo el problema preocupante viene de los espacios virtuales, donde las generaciones jóvenes tratan este tema con libertad, sin ningún tipo de respeto entre ellos, ni consigo mismos, ya no es una labor de profesionales, todos somos comunicadores y comunicadoras en las redes sociales, por ello se debe educar y formar en el uso responsable de los medios y el problema de jóvenes con el *ciberacoso*.

- Respecto a la cuestión número cinco, en la que pretendemos conocer si consideran que se trata el tema suficientemente en los medios, mediante la cuestión de si se habla de ello la cantidad suficiente; no podemos concluir con una única respuesta clara. Hay dudas sobre la ella. Coinciden en que es necesario tratarlo, pues es una manera de sensibilizar a la población con el tema, aunque hacerlo en exceso y sin cuidado puede convertirlo en algo trivial, perdiendo el "efecto concienciador" que ejerce sobre la sociedad, y transformándolo en lo que nunca debe ser, algo cotidiano y normal. Es preciso tratarlo, pero nunca como algo normalizado, señalan. También se manifiestan dudas sobre si el hecho de que aparezca en los medios provoca efecto imitador, incitando a potenciales agresores hacia la causa, como pasa con los suicidios; o si, por el contrario, supone un freno, al provocar en los potenciales agresores miedo a las represiones ocasionadas. Al considerarse que no son personas enfermas, no debe provocar un efecto imitador, y no parece que la comunicación de estos casos incite a otros similares.

Es, por todo lo anterior, por lo que deducimos que no es sólo importante la cantidad, sino la calidad, el modo en que se tratan las noticias. Un tratamiento adecuado siempre debe concienciar a la sociedad, e intimidar las intenciones del agresor, incluso hacerle ver el peligro de sus actos, no sólo por motivos judiciales, sino también por ser causa de repudia social.

- Respecto a la cuestión número seis: ¿Dónde cree que debería ir ubicada la noticia? En lo referente a esta respuesta hay opiniones muy distanciadas y en ocasiones poco coincidentes. Podemos decir que la mayoría de los entrevistados coinciden en que debe ir en Nacional, Regional o Local, seguido de Sociedad, pues es un hecho social que nos incumbe a todos, y no un hecho puntual aislado, ocurrido sin conexión con una realidad social. Podemos encontrar, también, manifestaciones que indican que puede ir en sucesos, sobre todo si es una noticia no ocurrida en el lugar donde se publica el medio. Los menos consideran que puede ir en sucesos. Destacan opiniones enfrentadas de quienes consideran que jamás debe ir en Sucesos pues es un problema social, no una

cuestión puntual y quienes consideran debe ir en sociedad si se habla del problema en general, y en Sucesos si tiene un resultado de muerte. Así mismo hay quien considera que debe ir siempre en esta última sección pues es un asesinato y los éstos siempre deben ir en Sucesos. En este estudio, lo sacamos siempre de ese apartado.

Esta controversia de opiniones deja claro cómo éste será uno de los aspectos en los que debemos incidir en nuestra propuesta de medidas correctoras. Debemos tener claro que este tipo de violencia es causa de un problema social, existente a lo largo de toda la historia de la humanidad, situando a la mujer en una situación de inferioridad respecto al varón, es decir, es el resultado de una sociedad patriarcal y no sólo consecuencia de un hecho puntual. Problema reconocido al tratar la defensa de los Derechos Humanos, como apuntamos en el inicio del estudio.

- En lo referente a la cuestión número 7: ¿Qué cree que deberían hacer los medios para mejorar este tipo de noticias? Nos encontramos opiniones diferentes, pero no contradictorias, sino complementarias. Coinciden en que debe tratarse con rigor, tal como afirman las personas entrevistadas: “Rigor, rigor y rigor, es la clave”. No se deben añadir testimonios innecesarios, y en ningún caso informaciones que nos ayuden a reconstruir los hechos de manera equivocada.

No debemos tratar cada caso como uno más, sino como si fuera el primero, (sin duda son conscientes de que la cotidianidad es muy peligrosa en estos casos). Es importante huir del morbo y del sensacionalismo. No dar información detallada de cómo sucedieron los hechos con ensañamiento. Es mejor dar poca información, que “llenar” espacio con datos superfluos, que no enriquecen las noticias.

Debemos cuidar la aparición de testimonios poco creíbles. No todo vale. En resumen, se debe tratar la noticia de modo profesional, huyendo de lo cotidiano y morboso.

Nos indican que sería bueno dar a conocer las iniciativas de las Administraciones para ayudar a las víctimas, y que éstas sepan dónde acudir, qué denunciar y cómo.

También es positivo contar los castigos al agresor, con el fin de dar mayor relevancia a las consecuencias de este tipo de hechos, sin permitir que nadie pueda pensar que este tipo de actos quedan impunes bajo ningún concepto.

Es necesaria una previa formación y sensibilización sobre el tema, no se trabaja en él de modo erróneo intencionadamente, sino por falta de formación específica. Se debería pensar en nuevas formas de incentivar a un mejor uso de estos códigos o manuales a favor de la causa, dando mejor uso a estos trabajos que parecen tan enriquecedores en principio. No debemos dejar ninguna información indeterminada en espera de que la concluya el lector. Las informaciones deben estar cerradas sin dar margen a interpretaciones y finales equívocos.

- Respecto a la cuestión número ocho: ¿Qué se debería resaltar y qué dejar de modo superfluo en este tipo de noticias?

Se coincide en que se debería resaltar lo más importante, lo ocurrido, referido sólo a los hechos corroborados, sin detalles escabrosos. Se deben evitar los pormenores morbosos, así como también todo aquello que exculpe al agresor, o justifique de algún modo sus actos. Sería importante elaborar un manual sobre cómo tratarlo, nos indica alguno de los entrevistados.

Nunca resaltar hechos que no estén contrastados. No exaltar nunca en el titular la forma en que se produjo la muerte, es demasiado escabroso, -indican también puntualmente-, en todo caso, y tampoco es necesario, en el desarrollo de la noticia.

- Respecto a la cuestión número nueve: Referida a si el medio dedica espacios al tema en positivo. Todas las personas entrevistadas afirman que sí, aunque reconocen que no lo hacen con asiduidad, ni de forma periódica, sino de vez en cuando, como tema puntual. Coinciden en lo positivo de hacerlo, pero no lo contemplan como fijo, aunque sí como un tema que incluyen en los espacios reservados a temáticas sociales.

- En lo referido a la cuestión número diez: opinión del tema en general. La mayoría inciden en que se ha mejorado, pero que aún queda mucho por hacer, manifestando su voluntad de colaborar y disposición a ayudar en la causa, aludiendo a estar dispuestos/as a recibir una formación específica sobre este tema.

Manifiestan su disposición a colaborar en lo que se estime oportuno. Sería bueno que los redactores/as, que cubren la noticia o personas que trabajan este tipo de

comunicación en cualquier ámbito estén especialmente sensibilizadas y formadas con este tema. Sería positivo una previa sensibilización y formación.

4.6 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD CON PERSONAL UNIVERSITARIO INVESTIGADOR DE TEMÁTICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO

Al igual que en el apartado anterior, con el objetivo de completar la información obtenida a través del análisis de contenido, será importante conocer las opiniones de personas, en este caso investigadoras principalmente, especializadas en este tema, pues son ellas y ellos quienes reflexionan en el día a día, en sus investigaciones trabajando sobre estas cuestiones, y quienes a través de una entrevista en profundidad nos puedan aportar información sin duda relevante para nuestro objeto de estudio.

La entrevista ha sido desarrollada igualmente de modo semiestructurado, partiendo de unos puntos predefinidos, y, a la vez, incluyendo matices a lo largo de su desarrollo, con el propósito de encauzar más el tema sobre el ámbito perseguido.

Las cuestiones planteadas inicialmente para estructurar la entrevista han sido las siguientes:

Nombre y apellidos:

Medio o empresa en la que trabaja:

Cargo/s y años en cada uno:

Relación con los temas de género.

Cuestiones a desarrollar:

1. ¿Qué entiende usted por Violencia de Género?
2. ¿Le parece adecuado el nombre?
3. ¿Lo siente cómo algo real y cercano?
4. ¿Cree que se trata adecuadamente este tema en los medios?
5. ¿Se habla la cantidad suficiente?
6. ¿Se encuentra bien ubicada la noticia? ¿En qué sección debería estar? ¿Por qué?
7. ¿Qué creen que podrían hacer los medios para mejorar este tipo de informaciones?
8. ¿Qué se debería resaltar y qué dejar de modo superfluo en este tipo de noticias?
9. Opinión general del tema.

10. Actuaciones que considera necesarias con los medios para mejorar socialmente este aspecto.

11. ¿En qué estaría dispuesto/a a colaborar?

En cuanto a los resultados obtenidos de este grupo de entrevistas podemos resaltar que las respuestas son más amplias por parte de cada persona entrevistada, no obstante, son todas muy coincidentes en las opiniones sobre este tipo de violencia. No olvidemos que estamos tratando con profesionales conocedores del tema, con conocimiento especializado en la materia, y formación en teoría de género.

Podríamos decir que cada respuesta resume las demás, coincidiendo generalmente. Destaco también cómo en este aspecto, las profesionales especialistas, investigadoras en este tema, son fundamentalmente mujeres, mientras que en el apartado anterior, donde los entrevistados eran periodistas, generalmente directivos, hemos encontrado un claro predominio el género masculino.

Hechas estas aclaraciones vayamos a concluir con las cuestiones planteadas en cada punto de la entrevista.

- Respecto a la primera cuestión, referida a la definición de concepto de género.

Podríamos concluir que se entiende por Violencia de Género aquella que se ejerce por parte del hombre contra la mujer, basada en la creencia de que ella tiene menos derechos y es, de algún, modo inferior. Resalta el derecho privativo del varón. El hombre ejerce un dominio de pertenencia sobre ella porque así lo considera normal, y de ahí el origen del problema. Considera a la mujer inferior. Se produce por una relación desigual entre géneros, una relación asimétrica. Él tiene el dominio y si ella no lo acepta, surge el problema. Es una situación normalizada en muchos casos. Cuando se rompe, o se siente en situación de riesgo frente al dominio es cuando se produce la violencia, al intentar buscar lo que consideran un "orden natural de las cosas" (Puleo, 2010).

La Violencia de Género es tan antigua como el orden social (Alario, M. 2013). Al considerarse a lo largo de la historia con diferentes obligaciones y derechos, a hombres y mujeres, se produce la desigualdad, que se manifiesta en violencia, de algún tipo, del hombre hacia la mujer, la denominada Violencia de Género.

Comprobamos cómo este concepto es totalmente coincidente con el planteado en nuestro capítulo introductorio. Esta respuesta nos permite una clara reconstrucción, no sólo del concepto, sino de cómo estas creencias sociales acaban en casos de Violencia de Género y por qué, entonces, este nombre es adecuado para esta causa y no al contrario. Todas las personas entrevistadas coinciden en el significado de este concepto. Debemos tener en cuenta que los entrevistados y entrevistadas son conocedoras de este ámbito de estudio y aunque sean de diferentes universidades y distintos lugares (Valladolid, Palencia, Segovia, Madrid, Gerona, Barcelona y Sevilla...) coinciden en su profundización sobre la Teoría de Género.

- Respecto a la cuestión número 2: ¿Le parece adecuado el nombre?

La mayoría coinciden en un "sí", por lo que acabamos de explicar, aunque se apunta también como posible el concepto de feminicidio.

- Respecto a la cuestión número tres: ¿Lo siente cómo algo cercano?

La respuesta es sí. Es un problema real, cada vez más acuciante. Es algo cercano, y seguramente habrá gente conocida a nuestro lado que lo está sufriendo y no lo sabemos. Está, en ocasiones, más cerca de lo que creemos. En los/las jóvenes se ve mucho más de lo esperado. "Yo lo observo y me da miedo. En los jóvenes hay mucho por hacer, no son conscientes de este tema" (Anguita, 2014).

- En cuanto a la respuesta número cuatro: ¿Cree que se trata adecuadamente este tema en los medios?

Consideran que ha ido mejorando, al mostrarse también como problema social y no sólo privado. Se ha convertido en algo público, lo que lo transforma en problema social. Aunque se puede mejorar no dando demasiadas explicaciones que nos llevan a prejuzgar los hechos. "No todos los medios muestran el mismo nivel de sensibilidad hacia la dura realidad de las víctimas. Todavía se informa aportando detalles sobre el contexto, y origen de la víctima y maltratador, desviando la atención del propio delito", (Echezarreta, 2015).

- Respecto a la cuestión número cinco: sobre si se habla la cantidad suficiente.

Se considera que se habla bastante en cuanto a la cantidad y las explicaciones que se dan, pero no se cubren todos los casos. Aunque lo verdaderamente preocupante es que se hable del modo adecuado. Es importante que se trate adecuadamente aunque se hable en menor medida. Se deberían crear espacios reflexionando sobre el tema, no solamente contando casos. Debería tratarse periódicamente, pero aportando otro tipo de informaciones formativas y positivas sobre esta causa, apuntan.

- Respecto a la cuestión número seis, referida a la ubicación de las noticias:

Hay una total coincidencia en que este tipo de noticias no deben estar ubicadas en Sucesos, pues no es una cuestión puntual, sino casos de muerte o violencia como consecuencia de un problema social. Debería ir en noticias nacionales, regionales o locales.

- En cuanto a su opinión sobre qué podrían hacer los medios para mejorar el tratamiento de este tipo de informaciones, cuestión número siete, nos encontramos propuestas como que la clave está en informar de otra manera, incitando a la reflexión del receptor. Es importante mostrarlo como un problema social. Debería ser enmarcado en su contexto social.

Se deben evitar detalles innecesarios en la noticia. Deben quedar claras las consecuencias para el agresor, tanto las referentes al rechazo social, como las sufridas por parte de la Justicia.

Se deben evitar sus apariciones en programas de “tele-entretenimiento” pues esto normaliza este tipo de violencia. Son importantes, igualmente, testimonios sin validez alguna (Puleo, 2010).

Es difícil mejorar estos aspectos si el profesional de la comunicación no está formado en Violencia de Género dentro de su contexto teórico derivado de la desigualdad. Es fundamental educar en valores y en especial en temas de igualdad en este caso, es importante formar a los periodistas. Deberían cuidar todos sus discursos, empezando por evitar la invisibilidad de las mujeres. En la educación está la base para evitar este tipo de actuaciones (Alario, T. 2010).

Habría que educar y concienciar a los/las periodistas y a quienes ocupan os cargos directivos de los medios para que se sensibilizaran con estos temas y trabajaran en la línea de preparar contenidos que cumplieran una función social, educativa, preventiva, de reflexión y análisis (Vinyals, 2013). "Los medios nunca deberían olvidar su labor pedagógica" (Anguita, 2014).

Un periodista responsable debe desacreditar toda Violencia de Género y no añadir justificaciones que pudieran beneficiar la imagen y minimizar la culpabilidad del agresor.

- En la cuestión número ocho: sobre ¿Qué se debería resaltar y qué dejar de modo superfluo en este tipo de noticias?

Resaltar la noticia, lo contrastado. No incidir en más, no en detalles morbosos. Sería también importante insistir en las consecuencias para el agresor, y si hay denuncias, incluir este tipo de informaciones (Alario, A. 2010).

- En cuanto al punto nueve, sobre opinión general del tema:

Todas/os coinciden en que es un problema cultural. Solamente avanzaremos si la imagen de la mujer se refuerza y se construye una cultura de empoderamiento de la mujer.

Es necesaria la formación de profesionales de los medios e incidir en la construcción de igualdad, sólo con este logro avanzaremos contra la Violencia de Género. Aún queda mucho por hacer, aunque también se ha avanzado mucho en poco tiempo.

- En lo referente a actuaciones que consideran necesarias en los medios para mejorar socialmente este aspecto.

Todos y todas coinciden en que es necesario sensibilizar y formar a los y las profesionales de la comunicación, sólo así podrán ejercer de modo adecuado su labor educadora y pedagógica frente a la Violencia de Género.

“Preparar talleres, actividades, dossiers, contenidos audiovisuales, interactivos, etc... que permitieran estar documentados, sensibilizados y formados en cuanto a

posibilidades informativas y formas de tratamiento mediático, para salir de los tópicos y incidir en los aspectos que pueden ser útiles al respecto” (Vinyals, 2013).

- Y la última cuestión, la número once, referente a en qué estarían dispuestos a colaborar: concluimos que en todo y cuanto esté en su mano y ayude a favor de esta causa.

Podemos comprobar cómo hay bastante consenso en las respuestas, y todos/todas, coinciden de modo especial en la necesidad de educar y formar en igualdad para así ayudar realmente a avanzar a favor de acabar con esta lacra, la Violencia de Género.

5. Conclusiones finales. Resumen

5.1 CONCLUSIONES GENERALES

En el epígrafe anterior se han expuesto los resultados y en cada punto del análisis una pequeña conclusión de los mismos. Vayamos ahora a resumir los puntos más importantes y destacados que hemos señalado anteriormente.

- **Respecto a los datos generales** analizados podemos concluir de modo significativo que en la primera etapa del estudio las noticias se hayan ubicadas en la sección de Sucesos o Sociedad, siendo tratadas exclusivamente como un crimen, no como un problema social que afecta a todos, sin respetar los Derechos Humanos. Quizá, si se consideraran mayormente los contenidos del Código, debería estar ubicada de modo diferente, siempre en Nacional, Local, o Sociedad, lugar en el que de modo más frecuente ya lo encontramos en la segunda etapa.

- Las noticias están ubicadas indistintamente en página par e impar, zona de mayor visibilidad y menos indistintamente, predominando incluso la impar, lo cual es positivo. Para mejorar esta notoriedad, debería predominar la ubicación impar, zonas de mayor visión, o comienzo de programas o informativos.

- Respecto al protagonismo de la noticia podemos añadir que, sí es la víctima quien lo ocupa, aunque también hemos observado muchos elementos distorsionadores que le restan ese protagonismo, añadiendo cuestiones innecesarias y alejándose de los dictámenes del Código. En ningún caso se debe usurpar el espacio a la víctima y en menor medida ceder ese espacio al agresor como "casi víctima".

- En la variable referida al sexo del periodista, apuntamos que no se ha podido comprobar en la mayoría de los casos dicho dato, no obstante en los constatables destaca la mujer como periodista, y no por ello se observa un mayor seguimiento del Código, ni un trato diferenciado.

- **Análisis figurativo.** Resaltamos las conclusiones más relevantes, aunque será necesario revisar el punto anterior, referido a resultados, para conocer con exactitud los que nos llevan a dichas conclusiones.

- Respecto al número de mujeres, predomina la ausencia de éstas en la imagen, aunque podremos comprobar en puntos siguientes su protagonismo. La mujer

que aparece en la noticia lo hace con cierta complicidad hacia la víctima, bien por su relación con ella como familiar, amiga, o bien como manifestante a favor de la causa, no es así casual su aparición.

- El número de hombres aparecidos en la imagen supera al de mujeres, aunque no como parte del hecho, sino como una presencia circunstancial; se presenta en la imagen ejerciendo su trabajo profesional; de policía, enterrador..., no como persona implicada personalmente en la causa.

- Sexo del protagonista: en este caso la protagonista es la mujer, en muchos casos en su aparición figurada a través del féretro. En la segunda etapa del estudio, esta aparición se evita, lo que demuestra evolución. Suele ser ella la protagonista del plano, pero en muchas ocasiones no es la única, dándole también protagonismo al hombre, de igual modo.

- Ocupación en plano: tanto hombres como mujeres aparecen en primer y segundo plano, aunque hemos observado mayor aparición de hombres que de mujeres. Ellos menos implicados en el problema; la aparición de la mujer es más significativa y protagonista tal como acabamos de explicar.

- **Análisis textual**

La *sobregeneralización* es el gran problema a la hora de redactar estas noticias. Esto significa sexismo por utilización del masculino como exclusivo en el lenguaje, invisibilizando así lo femenino.

- **Análisis del Código**

Ya hemos indicado anteriormente, con exactitud, el modo en que el Código ha sido seguido en cada punto. Ahora sólo queda resaltar como conclusión una clara posibilidad de mejora en su uso, así como la posibilidad de marcar nuevas medidas. Una nueva forma de afrontar la información. Podemos indicar como positivo que sí se aporta información técnica en la noticia, en gran parte de los casos. No obstante, en varios puntos se detecta una clara posibilidad de mejora, como por ejemplo el hecho de presentar la información como algo más que un delito, un daño a los Derechos Humanos. Debemos presentarlo como un problema de todos y todas. Sería también positivo añadir,

en la medida de lo posible, noticias en tono positivo en cada medio, información alentadora respecto a este hecho, mostrando que "hay salida", como ya se enuncia desde el Código inicial marcado y en alguna de las campañas analizadas.

Sería también fácil añadir siempre información de punto de asesoramiento, hecho que se cumple al principio, y muy al final del estudio. Se debe, igualmente, evitar información innecesaria que contribuye a pensar en la culpabilidad de la víctima, presentándose información sobre el agresor de modo injustificado. Esto significa la usurpación del espacio de la víctima. Es importante ofrecer información especial que ayude a conocer cómo tratar la Violencia de Género y también que oriente a sus víctimas a reconocer el problema y solventarlo de la mejor manera posible.

Tras llevar a cabo el estudio percibimos la necesidad de plantear mejoras referentes a este tipo de información, aportamos así una serie de medidas o propuestas que bien pudieran convertirse, y así se pretende, en una guía práctica para usar por los y las profesionales a la hora de tratar la información sobre Violencia de Género.

- Resultado de las entrevistas en profundidad

De las entrevistas en profundidad podemos obtener dos conclusiones claras. Respecto al grupo de profesionales hay diversidad de respuestas coincidentes, percibiéndose menor consenso respecto al tema tratado como concepto. Podemos plantear una mejora en la formación con el fin de unificar criterios. Sería adecuado así, crear un nuevo acuerdo o normativa, que permita mayor coincidencia de opiniones como alternativa necesaria para lograr un verdadero avance. Es preciso marcar objetivos coincidentes y el camino para lograrlos. Aunque reseñamos que ya algunos y algunas profesionales están suficientemente formados y sensibilizados a favor de esta causa. No obstante, aún queda una gran labor por llevar a cabo para conseguir que esta formación sea extensible a todos y todas, como los propios profesionales afirman.

Por otra parte en las respuestas obtenidas por el grupo de expertos y expertas, en el tema, podemos concluir cómo son muy coincidentes y claras, aludiendo a una necesidad por conocer la verdadera problemática de la Violencia de Género por parte de todos los miembros de la sociedad en general, y los profesionales de la comunicación en particular. Para ello, coinciden en la necesidad de educar, también, de manera especial, a quienes por su trabajo ejercen la labor pedagógica y educadora casi sin pretenderlo,

como son los profesionales de la comunicación. Es necesaria una importante labor de sensibilización, para que éstos a su vez actúen como agentes intervinientes en la sensibilización del resto de la sociedad. Aunque no debemos olvidar que su misión es informar, no educar; pero sí podemos decir que este matiz apuntado, tratar la información adecuadamente, educa. Intentemos que sea de modo favorable a la sociedad en este aspecto.

5.2 RECOMENDACIONES PARA EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO.

Ya hemos señalado en puntos anteriores el poder socializador y pedagógico que poseen los medios de comunicación. Hemos podido comprobar algunas posibilidades de mejora referidas a este tipo de información, la relacionada con Violencia de Género; por ello, tras comprobar qué puede ser mejorable, es oportuno y adecuado crear y marcar unas pautas a seguir ante una posible mejora.

Reseñamos así como uno de los objetivos primordiales del estudio es contribuir a la mejora de este tipo de informaciones para, de esta manera, conseguir, a su vez, una adecuada concienciación social sobre Violencia de Género, y no menos importante, ayudar a través de la información a posibles víctimas a salir de su situación frente a este problema social. Una concienciación que puede ir más allá del profesional, extenderse a los usuarios de redes, educando en el uso de las nuevas tecnologías frente al *ciberacoso* y todos los riesgos de éstas.

5.2.1 Consideraciones tras lo analizado

- Romper con apariciones estereotipadas, no hay un tipo de mujer víctima

Es importante cambiar los estereotipos femeninos que asocian a la mujer con calificaciones como: débil, sumisa, frágil, víctima..., todos aquellos que la ubican en el rol del sexo débil, pues estas apariciones refuerzan una imagen poco favorecedora, construyen una idea de vulnerable que no ayuda a favor de esta causa, una apariencia que la enfatiza como víctima fácil para su agresor. Un perfil que refuerza la cultura patriarcal, enfatizando a la mujer en su papel de dependiente del hombre. Siempre ubicada en un segundo plano frente a él. Una imagen que pone de manifiesto la desigualdad de género, siempre otorgando a la mujer su papel de la débil.

No debemos dar una imagen o perfil "tipo" de la mujer víctima, pues cualquiera puede serlo.

En principio pareciera que estos aspectos no son propios de la época actual, el siglo XXI, pero al situar a la mujer en este tipo de estereotipos aún en la actualidad, reforzamos su invisibilidad y la asignamos un lugar desfavorecido respecto al varón. Por ello, este tipo de representaciones, aparentemente tan casuales, no lo son, sino que son fruto del resultado de un concepto de mujer empobrecido y relegado al del hombre, quien acapara, históricamente, los estereotipos positivos de poder, todos aquellos que gozan de prestigio social.

Para cambiar este tipo de imagen sería necesario construir el empoderamiento de la mujer, empezando por ofrecer una imagen de ella más real y valorizada, huyendo de este tipo de estereotipos que la enfatizan en un segundo plano, frente al hombre, y lo valorado socialmente.

- **Respetar la profesionalidad de la mujer**

Es preciso marcar acciones de reconocido prestigio, acciones positivas relacionadas con la mujer. Notificar aquellas acciones que demuestran las metas logradas por las mujeres. Es importante que ella sea protagonista en el titular de las noticias, y que se resalte de ella su labor profesional. Esta es una de las formas básicas requeridas para alcanzar el empoderamiento que necesita para equipararse con el hombre.

No es necesario, al presentar a una mujer como profesional, enmarcarla asociada a su rol familiar. Si es adecuado tratar el tema, si se considera oportuno, debería ser en otra noticia, pero no cuando se la presenta como profesional. No se hace esto con el varón, tampoco tiene porqué hacerse con la mujer. Al presentarla asociada con el hogar apoyamos la desigualdad. La estamos dando un trato diferenciador respecto al hombre. Justificar que ejerce su profesionalidad a la vez que controla su hogar es una justificación innecesaria, apoyada en una cultura andrógina, que enfatiza la imagen de desigualdad. Se presupone que es ella quien ocupa el rol de responsable del hogar, cuando esto no tiene porqué ser así. Damos por hecho una realidad que de antemano la pone en una situación de inferioridad, y mayor dificultad para ejercer su trabajo, sin

saber si esta información es real. Al dar por supuesto esta situación la valoramos más por haber sido capaz de trabajar “adecuadamente”, sin ser nadie quién, tampoco el lector o espectador, para juzgar la relación entre su vida pública y privada. El periodista no debe ofrecerlo. Ninguna mujer debería consentir este tipo de comentarios cuando se habla de su vida profesional. Son explicaciones como resultado de una sociedad machista, claramente patriarcal. En el hombre se presupone que no se encarga, o no importa este control, cuando le presentamos como profesional. En él no se habla de que su vida privada, no se permite que interfiera en su evolución profesional; en la mujer debería ser del mismo modo. Tampoco utilizar la imagen del "hombre cuidador" siendo falsa para vender imagen moderna. No se debe entrar en esta temática ni en un caso ni en otro.

Permitir este tipo de informaciones es admitir una situación de desigualdad y de desventaja que nunca ayuda en el acercamiento hacia la igualdad tan necesaria como paso fundamental para evitar cualquier tipo de violencia. Si de ella damos imagen de “pobrecita” o "superwoman" en su trabajo, por estar sobrecargada, estamos incitando a una falta de respeto inicial hacia su persona, juzgándole sin necesidad, y haciéndole más vulnerable ante cualquier tipo de agresión o tratamiento vejatorio.

- **Aparición de la mujer en tono positivo**

No siempre debemos mostrar la imagen negativa de la mujer, haciéndole sólo protagonista en casos de Violencia de Género con final trágico. Sería también adecuado mostrar casos de mujeres que han podido superar este tipo de violencia, o las que fueron asesoradas, las que buscaron ayuda en centros de acogida... Mostrando casos positivos podemos evidenciar cómo el problema se puede superar, animando así a las mujeres víctimas a buscar ayuda y posibles soluciones. Es positivo, pues, mostrar sus logros personales ante este tipo de situación.

Cuando hablamos de la víctima con final mortal, sería positivo mostrar una imagen de ella como dinámica, profesional, lo que era. Es positivo mostrar la realidad, una vida truncada. Sensibiliza e “irrita” más al receptor. Se debe percibir que hablamos de una mujer que poseía una vida, esto debe quedar latente en el texto y la imagen. Incluso en los casos de muerte sería positivo mostrar una imagen vital, si es posible, y se da permiso. Nos sentiríamos más sensibilizados ante el caso con una imagen de la víctima viva.

Por supuesto esto llevaría una seria modificación de la situación actual y los pertinentes permisos por parte de los familiares. No es tarea fácil, pero supondría un gran cambio y un nuevo enfoque del problema.

No es fácil olvidar el caso de Ana Orantes, el vídeo de su aparición en el programa, y su posterior muerte estremecen, no sólo por lo que dijo, sino porque no es asumible imaginar cómo con una persona con esa fuerza interior puede haber sido asesinada. El hecho de conocerla a través de la imagen nos hace sentirnos más unidos a la causa y también más enajenados con el agresor. Esto lo sintieron muchos españoles y fue el comienzo de una concienciación social contra la Violencia de Género. No rompamos ese acercamiento hacia las víctimas, nos hace sentirnos más cerca de la causa y enfrentados con el agresor. Mostrar imágenes de ellas en vida consideramos que es crucial para el logro de una mayor concienciación social. Mostrar su imagen en programas, exponiéndoles al riesgo, no debería darse nunca.

Utilizar imágenes de féretros o uso de escenas del crimen, sólo transmiten una imagen de debilidad. Mantener esta imagen puede ser algo informativo, pero no debe ser sólo ésta la única que se debe mostrar, pues es importante concienciar contra la causa transmitiendo la idea de que aún se puede hacer mucho a su favor. No es constructivo mostrar sólo imagen de derrotismo, no ayuda a las víctimas y posiblemente aliente al potencial agresor al verles tan vulnerables.

También es muy positivo mostrar imágenes de personas que luchan a favor de la causa, transmiten mayor fuerza de las víctimas por mostrarlas como apoyadas por la sociedad, al igual que imágenes de mujeres en vida, como acabamos de indicar. Esto incide en el maltratador, haciéndole sentir rechazado socialmente. Es importante observar el choque entre lo que era la persona y lo que es ahora la víctima como consecuencia de la agresión.

No debemos mostrar sólo su imagen de víctima. Es importante considerar más el hecho de una vida truncada. Se valorará más su vida y se da una imagen diferente de la mujer, una imagen más fuerte, pues la apariencia de debilidad extendida no favorece la igualdad. No le favorece a ella.

- **Comunicar las consecuencias para el agresor**

Relacionado con lo anterior: La aparición de continuas escenas de derrotismo no favorecen la imagen de unión de todos contra el atacante, sino que manifiesta el protagonismo y la victoria del agresor, de sus acciones, tan importantes ante los ojos de todos, cuando en realidad debería sentir miedo, sensación de temor por enfrentarse a una sociedad y la Justicia ante este tipo de acciones. Si se representa de modo más continuado la imagen clara de condena al agresor, éste tendrá más miedo y respeto hacia este tipo de acciones, aunque sea sólo por sus consecuencias. Conseguir en él un cambio de mentalidad sería demasiado ambicioso por nuestra parte.

Será conveniente comunicar las penas que se le imputan al agresor, o las consecuencias perniciosas que tendrá a causa de su mala acción, así como el rechazo social que supone llevar a cabo este tipo de actos en contra de la mujer, pues supone ser considerado como un asesino y cobarde, "una lacra social".

Es positivo aumentar el conocimiento sobre las consecuencias de su conducta, las posibles penas, pudiendo ser conscientes del error que supone cometer este tipo de actos, planteándose, entonces, la conveniencia de cambiar su conducta para poder seguir viviendo integrado en la sociedad y en libertad con normalidad. Servirá así, también, de "lectura de aviso" para agresores en potencia.

- **No mostrar la noticia como suceso**

La Violencia de Género no es un suceso, es una consecuencia resultante de una sociedad patriarcal, enmarcada en la desigualdad social. Es un hecho que vulnera los derechos fundamentales básicos: los Humanos, y como tal debe entenderse, como un problema social, por ello debe ubicarse fuera de la sección de Sucesos, donde no recibe el trato e imagen que le corresponde ante el lector. Siendo lugares más correctos los relacionados con Nacional, Regional, o Local, y en última estancia, Social.

La información deberá estar incluida en el lugar adecuado, aquel que permita al público entenderlo como noticia relevante. En caso de no tener la valoración informativa adecuada, el resultado puede ser negativo o pernicioso.

Los malos tratos son un problema social, que contradice el derecho a la vida, a una vida digna, con integridad física y psíquica. La Violencia de Género supone un atentado contra los Derechos Humanos, el derecho a la igualdad, un daño a todos y todas, no sólo a ellas, a nosotras, las mujeres.

No es un hecho puntual, es el resultado de una situación social de desigualdad, la consecuencia de una cultura arraigada patriarcal, que pone de manifiesto la dominación histórica del hombre frente a la mujer. Por ello, el incluirlo en este tipo de secciones podemos decir que perjudica al avance hacia una verdadera construcción de igualdad y de entendimiento de la envergadura del problema.

- Cuidar con el entorno de la noticia

La noticia debe ir incluida en el bloque pertinente, el que la permita el trato y relevancia adecuados. No debe ir entre noticias de vandalismo, por ejemplo, o de sucesos casuales como: derrumbe de un edificio, incendios..., pues se percibe como un hecho puntual, desarraigado de una consecuencia social. Otorgándole así el público una lectura inadecuada, lejos de la pedagogía social pretendida.

No sólo es importante que esté en la sección adecuada, sino que se coloque en el lugar protagonista que la corresponde, y no en último lugar. Un ejemplo sería hacer alusión al problema como algo intrascendental por estar rodeada la información de cuestiones banales, intrascendentes, que hacen perder la noción de seriedad que requiere este tipo de noticias. No por ser la suma de una víctima tras otra más lenta, es una causa que entrañe poco número de afectadas, sino todo lo contrario; por ello, es importante darle la envergadura que tiene, y ubicar la noticia en el lugar que le corresponde. No olvidemos que son miles las mujeres que viven con miedo en este país y millones en el mundo.

- Evitar el sensacionalismo, morbo...

El hecho de que la noticia tenga interés social no implica que pueda justificarse el morbo. Debemos limitarnos a dar información de interés real. Cuidado con los testimonios de personas cercanas al agresor, o la víctima, suelen estar inducidos por la pregunta. La aparición de una cámara va a tener gran importancia para estos nuevos emisores, y no son conscientes, en muchos casos, de la trascendencia de esa información, aportando

datos que nos llevan a imaginar hipótesis infundadas, que perjudican a la víctima o a la reconstrucción de los hechos. Estas personas en muchas ocasiones no son conscientes de la importancia de su testimonio, pero se supone que el periodista e informador, sí lo es, por ello debe evitarlo.

Se debe ser cauto con las personas que sólo buscan notoriedad, y no aportan información relevante; pueden, a veces, incluso justificar, de algún modo, el comportamiento del agresor mediante detalles morbosos carentes de interés.

No debemos olvidar que el hecho de incluir este tipo de informaciones en programas de “reality-show”⁷⁴ banaliza este tipo de informaciones, transformándolas en intrascendentes y habituándonos a ellas, convirtiendo el problema en una cuestión insignificante, perjudicando seriamente la causa.

Se deben cuidar siempre las fuentes con las que se construye la noticia.

- Profesionalidad, rigurosa investigación

Las noticias necesitan ser investigadas adecuadamente, la información debe ser contrastada, no se debe presuponer nada que no esté corroborado. Deberá confirmarse que es un caso de Violencia de Género antes de ofrecer la información como tal. El peso social en contra de estos casos no puede evitar una buena ética profesional.

Se deben eludir los testimonios de personas sólo conocidas de la víctima, y poco conocedoras de la realidad de los hechos. Sería enriquecedor mostrar testimonios de profesionales que aportaran su punto de vista como tales. Estas declaraciones pueden ser menos atractivas que las de los “voluntarios al micrófono” pero, sin duda, darían riqueza a la información otorgándole mayor seriedad.

Sería muy positivo contar con un listado, o guía de contactos, de personas profesionales, especialistas en la temática, para poder utilizar quienes cubren las noticias con el fin de contar con testimonios de mayor rigor en la noticia, evitando así participaciones espontáneas y de escasa validez informativa.

⁷⁴ Podríamos decir se le llama así al programa espectáculo de la realidad.

- No tratar sólo el tema en los días contiguos a una muerte. Tratar el problema en su totalidad.

Existe un gran desconocimiento del concepto de Violencia de Género, y también sobre la realidad de los casos. Son miles las denuncias interpuestas en España, y no se sabe, no se informa de ello. Se calcula que sólo dos de cada diez mujeres lo denuncia. También son miles las órdenes de alejamiento y muchas las mujeres que son apoyadas por organizaciones, y no sabemos su proceso ni sus oportunidades. Más del 80% de las mujeres que ejercen la prostitución lo hacen por voluntad de terceros⁷⁵. Estos datos muestran la verdadera magnitud el problema. Los medios pueden ayudar a conocer esta realidad. Es por ello importante crear informaciones que presenten estas temáticas. Es necesaria una mayor labor de investigación, divulgación, y publicidad de estos hechos.

- No buscar la rentabilidad como objetivo

Estas noticias a veces se colocan en el minuto de máxima audiencia, o en portada y apertura, con el objetivo de llamar la atención, con un matiz morboso que sólo busca audiencias. Que abran es muy correcto y positivo, pero cuidado con el matiz. Se deben tratar adecuadamente, evitando de nuevo el sensacionalismo. No debe ser el objetivo del medio la rentabilidad económica por encima del buen tratamiento informativo. Se debe marcar como objetivo primordial la seriedad del hecho y el rigor informativo; sólo así se alcanzará el respeto y la gravedad que suponen este tipo de acciones.

Un tratamiento adecuado de los hechos no tiene porqué restar interés a la información. No es necesario el morbo para llegar a la audiencia. Éste es un recurso fácil, pero que a la vez agota al espectador, convirtiendo todos los temas, con el tiempo, en poco trascendentales, de los que el receptor se cansa y llega a repudiar. Por todo ello, y sobre todo porque estamos hablando de un serio problema social, no debemos incluirlo en este tipo de programas, ni ofrecerlo con tono morboso en el estilo informativo. Han de plantearse espacios para la reflexión, con testimonios de profesionales que muestren el verdadero problema y generen el interés del receptor.

⁷⁵ Datos facilitados por el cuerpo nacional de Policía.

- **Dar información relevante para mujeres en la misma situación. (Informar de posibles ayudas)**

Es importante que mujeres que se encuentran en las mismas condiciones encuentren en este tipo de noticias información que pueda orientarles a favor de su causa, con el fin, así, de ayudar en casos similares. La mujer debe conocer todas las vías y recursos con que cuenta para salir de una situación de violencia, así como ser consciente de que está en una situación peligrosa, que no tiene por qué consentir. Dar información de dónde acudir en este tipo de noticias, y como una llamada no deja rastro, puede ser un factor determinante para muchas de estas mujeres. También es importante enseñar el uso de aplicaciones móviles de prevención y defensa para las jóvenes.

Sería importante llevar a cabo contenidos informativos sobre cómo actuar y qué es la Violencia de Género, ya que a veces no se es consciente de su situación. Se deben marcar programas con cierta periodicidad, dar cobertura a este tipo de informaciones, no sólo ofrecerlo puntualmente y como hecho aislado, pues la víctima se siente sola y no se atreve a hablar en muchas ocasiones de su situación. El miedo es un factor determinante en estos casos. El poder escuchar, formarse, sin sentirse comprometida, ni en peligro, le ayuda a dar el primer paso.

Aportar información de cómo actuar, dónde y con quién puede hablar puede servir de gran ayuda. A veces este tipo de programas ayudan, incluso, a que las víctimas reconozcan su problema, pues en muchos casos estas cuestiones están tan arraigadas culturalmente que son normalizadas, sin ser conscientes de la verdadera situación ante el agresor.

- **Marcar antecedentes judiciales si los hubiere, así como seguimiento de los casos**

En la información transmitida en los medios sobre Violencia de Género, debe indicarse los efectos que este tipo de hechos han tenido en el agresor. Si éste tiene ya antecedentes por esta causa, deberá publicarse con el fin de sensibilizar, y advertir contra este tipo de precedentes. Se deberá poder comprobar cómo en ningún caso el agresor queda impune, ni puede actuar, para que se pueda confiar en las medidas de ayuda.

Es importante también mostrar las penas imputadas a los agresores, no sólo dejar el caso en el día de los hechos delictivos. Es positivo hacerles ver que ese día es el principio de su fin, de una vida truncada también para ellos. Esto es visto por agresores en potencia, el hecho de que cada caso se siga informando notablemente sobre las penas para el agresor, puede hacer reflexionar, e incluso, atemorizar "al presunto" por las consecuencias que puede acarrear este tipo de actos delictivos.

También se deberían hacer encuentros sociales contra esta causa, con cobertura mediática, de modo que el agresor perciba cómo sus actos suponen ir en contra del grupo social, lo que pondrá en peligro su futuro y su aceptación por los otros en su vida cotidiana. Es decir, esto aumenta la concienciación, el rechazo y el miedo a él.

- Evitar en el medio la relación de subordinación femenina (cuidado con la ubicación en plano)

En las apariciones físicas de las mujeres se debe cuidar su protagonismo, debe ser tan relevante como la del hombre, y aparecer con los mismos roles. La mujer es víctima y el hombre agresor, pero el resto de personas que aparecen deben dar la misma imagen ante la causa. Se debe intentar que no sean apariciones estereotipadas, como mujer débil y sumisa, sino valiente y luchadora ante este tipo de causas. Y tanto hombre como mujer manifestar una postura contraria a la violencia, ambos son partícipes en esta causa, y ambos deben manifestar del mismo modo su repulsa, no sólo la mujer.

- Dejar claro el apoyo mediático y social

Todos somos conscientes del poder social de los medios, su poder educativo y pedagógico, por tanto éstos influyen en la imagen que tenemos de género y de Violencia de Género. El medio ayudará en esta causa si deja entrever en sus noticias una oposición ante este tipo de hechos. Sin perder su rigor, puede manifestar su contrariedad ante este tipo de violencia.

Del mismo modo la sociedad manifiesta una contrariedad ante estos hechos, y así se recoge en el Pacto Social contra la Violencia de Género de Castilla y León. Este pacto, y la opinión pública sobre este tipo de actos, deben ser igualmente manifestados en los medios con el fin de aumentar el rechazo hacia todo aquel que permita o reproduzca este tipo de agresiones.

Es muy importante transmitir en cada caso la imagen de todos y todas contra el agresor, la fuerza de los medios contra el maltratador, esto sin duda hará que el éste reflexione sobre su postura y se la pueda replantear, incluso en su propio beneficio.

- **Cuidado con la habitualidad**

Podemos decir que predomina la información, a través de los medios, de todos los casos de Violencia de Género con resultado de muerte; también las consecuencias que esto debe tener para el agresor: sentencias judiciales, incumplimiento de éstas, asesoramiento a posibles víctimas... Todo lo que conciencie contra este tipo de acciones y aporte algún tipo de solución. Debemos informar igualmente de que no hay ningún tipo de tolerancia hacia este tipo de acciones.

Esta forma de dar la información puede suponer un riesgo, pues puede producir efecto “narcotizante”, entendiéndolo como una habitualidad al hecho, sin tenerlo en cuenta con la debida cautela y consideración.

Se debe añadir otro tipo de informaciones que lo complementen: denuncias, órdenes de alejamiento, violencia psicológica..., y además, enriquecen el conocimiento del problema dándole otros enfoques menos comunes.

Para evitar la habitualidad se debe pensar en formatos diferentes para cada noticia. No es pertinente marcar formatos definidos. Es necesario plantear tratamientos informativos distintos, novedosos, evitando frases hechas como: “de nuevo”, “un caso más”..., que transmite sensación de serie repetitiva y carente de interés.

Será importante contextualizar la información, aportar material informativo sobre la víctima, sus particularidades, dando a entender y hacer ver cada caso como único e importante. El hecho de incluir las imágenes, como apuntábamos en puntos anteriores, ayudaría a romper con esta habitualidad. Debemos hacer sentir en el receptor una identificación con la víctima, sin necesidad de sentir que es, tan sólo, un caso más.

- **Cuestiones concretas referentes al tratamiento del texto**

Con el fin de evitar la invisibilidad de las mujeres, será preciso utilizar un lenguaje inclusivo, eludiendo el lenguaje andrógino, sexista, deberemos intentar usar el neutro,

palabras y expresiones que incluyan a ambos géneros, de modo que en ningún caso, cuando nos refiramos a ambos, se entienda en el texto que está sólo referido, o pudiera estarlo, exclusivamente para hombres. Esto es lo que hemos denominado *sobregeneralización*, que enfatiza en el masculino pudiéndose entender no referido a la mujer, o no de forma clara⁷⁶.

El uso de neutros⁷⁷, permite menor exclusión y también mayor belleza literaria. En los casos que no hubiere palabra neutras, podríamos recurrir a otras formas de la frase o expresiones (verbos en infinitivo, evitar artículos innecesarios,...) según nos indican las guías de Lenguaje Inclusivo, siempre intentando incluir a ambos géneros, máxime si tenemos en cuenta el poder de los medios de comunicación y las personas comunicadoras de masas.

Dicha alternativa nos permite no sólo tratar a ambos géneros de igual modo, sino explicar los hechos con mayor precisión, pues de lo contrario se puede ocultar parte de la información, al no aludir claramente a quién nos referimos cuando hacemos la mención. En el caso de citar un género, queriéndose referir a los dos, deberíamos aclararlo al inicio. No es fácil, con las normas admitidas del castellano, escribir con un lenguaje neutro e inclusivo, al considerarse el genérico masculino el correcto, pero con concienciación y técnicas adecuadas se puede lograr.

No debemos caer en la *sobreespecificación* (Viedna García, 2000; Martín Casado, 2010), es decir, aludir tanto a lo femenino que excluyamos a lo masculino. Esto es habitual cuando hacemos campañas de apoyo a la mujer, que en muchos casos parece que son sólo para mujeres, debiendo estar dirigidas a ambos géneros.

Debemos cuidar, además, la *estereotipación* en el texto, es decir, no calificar lo femenino asociado a roles típicamente de mujeres, y lo masculino exclusivo de roles de hombre.

Ejemplo: "Ella era una mujer guapa y hermosa" (Mujer muy relacionada siempre como objeto físico).

⁷⁶ El uso de "guías de lenguaje inclusivo" pueden ser de gran utilidad para cambiar el genérico masculino por otras expresiones sencillas que sin recargar la frase pueden mostrar ambos géneros en la expresión.

⁷⁷ Nos referimos a palabra neutra en cuanto que es común para hombres y mujeres y por tanto no discrimina a ninguno. Por ejemplo alumnado y no alumnos, alumnado incluye a ambos. Este tipo de redacción no invisibiliza el género femenino.

“Él era un gran profesional y padre de familia” (Él como profesional y cabeza de familia).

Debemos resaltar todo tipo de calificativos, no sólo los relacionados con su género de manera impuesta.

- Sensibilización y formación para el profesional o persona que cubre la comunicación

Es importante que el profesional que cubre la noticia sea consciente de la importancia del tratamiento de este tipo de información, pues sólo con sensibilización ante el tema, y la formación adecuada, lo podrá hacer del modo óptimo, entendido como aquel que trata a la mujer de modo digno, respetándole como la víctima, y al hombre en función a sus hechos, con clara culpabilidad, (añadiendo todos los puntos indicados anteriormente y posteriores a éste). Por ello será necesario llevar a cabo acciones de sensibilización y formación con los y las profesionales de los medios hacia este tipo de informaciones, comunicaciones publicitarias o de otras índole, máxime cuando han manifestado estar a favor de este tipo de formación y acceden a colaborar en todo momento, compartiendo los mismos fines.

Así mismo también será necesaria una sensibilización de los futuros profesionales y comunicadores en general, una acción que no se puede quedar en un hecho puntual, sino que se deberá llevar a cabo periódicamente, para que todas las personas profesionales que cubren este tipo de casos actualmente, o en un futuro, puedan acceder a este tipo de conocimientos tan importante para el logro de la sensibilización social, a favor de esta causa.

Es primordial sensibilizar y reforzar la formación, en este ámbito, de los y las profesionales de los medios, e igualmente a la sociedad, sobre el concepto de Violencia de Género, pues se detecta una gran confusión, además no está sólo referido al aspecto físico, sino también al aspecto psicológico o sexual. La mujer sufre Violencia de Género cuando por su sexo, sufre cualquier tipo de vejaciones psicológicas o sexuales. Enfatizar en este tipo de violencia y la amplitud del concepto, haría entender mejor la envergadura social de este problema.

Problema que debemos atajar socialmente de manera rápida ya que los nuevos medios y redes sitúan a las personas usuarias de medios en nuevas emisoras de

mensajes y creadoras de imagen de género. Es decir, cualquier emisor en redes sociales es un comunicador y como tal, si pretendemos que sea correcta la utilización del lenguaje frente a la igualdad de género, deberá estar educado en ello. Ahora más que nunca toda persona debe estar formada como posible emisor influyente con sus mensajes en red. El receptor es *prosumer* -emisor y receptor a la vez-.

- Sensibilización social al público, los "nuevos profesionales" de los medios

Debido a la situación real que define el nuevo momento histórico actual, el gran cambio en la comunicación del siglo del siglo XXI, debemos ser conscientes de que hoy en día no sólo los profesionales de los medios emiten mensajes que llegan al público, y construyen imagen de género. Hoy en día cualquier usuario de redes como *Twitter, Facebook, Instagram...* convirtiéndose en *youtubers, influencers o bloggers*, emite mensajes y se convierten en líderes de opinión a través de las diferentes redes, por lo que cuando hablamos de formar a profesionales debemos pensar que estas personas son fácilmente localizables, pero cuando hablamos de usuarios, no tanto, por ello sólo la formación y sensibilización puede lograr que los nuevos "comunicadores espontáneos" sean conscientes del problema, de la importancia de los contenidos que comunican y difunden. Por ello es importante más que nunca sensibilizar y formar para el logro del tratamiento adecuado también en la red y ante las nuevas tecnologías.

Es importante enfatizar en los y las jóvenes que son los principales usuarios de las nuevas tecnologías y especial desconocedores de la realidad del concepto, del problema y su situación ante la Violencia de Género⁷⁸.

Por tanto otra medida sería formar y marcar estas pautas, no solo con personas profesionales, sino una formación global, ante todo en los y las jóvenes que son grandes usuarios de redes.

Formar desde los propios mensajes mediáticos hacia un buen uso de estos, frente a la igualdad, sería también muy útil.

⁷⁸Ver "Macroencuesta de violencia contra la mujer " disponible en:
<http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/violenciaEnCifras/macroencuesta2015/home.htm>[2016]

- Periodicidad en la cobertura mediática de este tipo de temática

Concienciar a la sociedad ante este problema no es tarea fácil. Tampoco es cuestión de ofrecer sólo casos de derrotismo. Sería conveniente mantener una programación en los medios *online* y nuevos medios, *offline*, que permitiera, de modo planificado y constante, con cierta periodicidad, un espacio a este tipo de problemática. Un lugar para la reflexión, para su verdadero conocimiento, para la crítica. Un ambiente que permita concienciar y donde también se muestren informaciones positivas y alentadoras.

Marcar una determinada "obligatoriedad informativa" sobre este aspecto ayudaría a entender el problema, tan lejos actualmente de ser conocido, en su esencia, socialmente. Esto ayudaría a una sensibilización, un paso hacia la igualdad y así, quizá, como consecuencia, una disminución de casos de Violencia de Género, en toda la amplitud de su concepto y tipos de violencia.

- Formar en el concepto de Violencia de Género y cómo detectar al agresor

Son muchas las personas que no conocen la profundidad del problema pero también muchas las mujeres que lo sufren y están habituadas sin ser conscientes de ello, o las jóvenes que, por desconocimiento, viven una relación poco sana, -aunque afortunadamente las jóvenes están entrando en una etapa de concienciación muy considerable, sería importante que los jóvenes también-. Por ello es importante informar de los perfiles del agresor y los parámetros de comportamiento que suele seguir, comportamientos del agresor, para así poder detectar si una pareja puede ser nociva antes de que se convierta en un conflicto mayor.

Se debe formar en el conocimiento del problema con datos útiles, pero sobre todo educar para evitar su expansión normalizada, procurando la mayor erradicación posible desde la formación que se puede encauzar.

Las "Apps" creadas para este fin funcionan mejor en las personas jóvenes, pero lo cierto es que se resisten a "atender" este aspecto; por ello, quizá un apoyo a través de la creación de contenido de los propios medios, y canales, con contenidos informativos, u otro tipo de contenidos (series...) que ayuden a entender el problema, o dar una imagen más igualitaria y menos estereotipada, sería muy educador y constructivo.

- **No incluir informaciones innecesarias que pudieran justificar al agresor**

Es importante limitarse a la información contrastada y los datos del hecho sin entrar en detalles escabrosos sobre cómo transcurrieron los hechos. No aportar informaciones sobre el agresor que pudieran justificar de algún modo su acción. No es necesario explicar si tenía problemas con el alcohol, o problemas con el dinero, por ejemplo, ya que esto nos llevaría a pensar que lo hizo sin uso de sus facultades o como escapatoria a una situación personal complicada. Lo cual nunca es excusa pues nadie tiene derecho a solucionar sus problemas atacando a otras personas. No tiene cabida cuando el caso ya acabó en asesinato.

No se debe, en ningún caso, aportar informaciones que lleven al receptor del mensaje a hacer una reconstrucción de los hechos falsa, e incluso que exculpe, de algún modo al agresor. Tampoco debemos aportar datos de la víctima que inciten en ningún caso a pensar que ella pudiera ser culpable de su muerte a manos del agresor, no cuando es un caso de Violencia de Género. No podemos dar información errónea que incite a forjar culpables y víctimas de modo equivocado.

No es adecuado aportar informaciones que animen a forjar hipótesis falsas sobre los hechos acontecidos. No debemos usurpar el espacio de la víctima, y mucho menos que el agresor acapare este espacio.

Se debe prestar especial atención a no cuestionar a la víctima en la información, ni intentar demostrar su culpabilidad, cuando lo que se está juzgando es la responsabilidad del agresor. Esto es un claro caso de ocupación del lugar de la víctima o usurpación de su papel por el agresor.

5.3 PROPUESTAS PARA LA MEJORA DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PUBLICIDAD

Veamos, a continuación, un cuadro resumen, atendiendo a los criterios justificados y explicados en el punto anterior.

5.3 Propuestas para la mejora del tratamiento informativo de la Violencia de Género en los Medios de Comunicación y la Publicidad

ÁMBITO DE APLICACIÓN	ERRORES A EVITAR	PROPUESTAS/RECOMENDACIONES
<p>Informaciones sobre Violencia de Género con consecuencia de un hecho con resultado dramático</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Añadir información innecesaria que perjudica la imagen de la víctima. -Presentar situaciones de tensión emocional. - Añadir información que exculpe de algún modo al asesino. - Usurpar el espacio de la víctima. - Cuestionar a la víctima. - El agresor ocupa el "lugar de la víctima". 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evitar el sensacionalismo y la espectacularización, ésta última especialmente en el medio audiovisual, fundamentalmente televisión. 2. No buscar rentabilidad económica en este tipo de informaciones. 3. Buscar fuentes adecuadas y propiciar la investigación rigurosa más allá de los hechos inmediatos. 4. Tratamiento exhaustivo del contenido que se va a difundir, favoreciendo su planteamiento como noticia y no sólo como suceso: <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar un lenguaje puramente informativo. - Cuidar la reconstrucción de los hechos, señalando la existencia de antecedentes judiciales en caso de existir. - Dejar clara la defensa de la vida por encima de todo. - No emitir mensajes que cuestionen a la víctima ni exculpen al agresor. - Cuidar de no representar al agresor como víctima. - Dejar claro el apoyo mediático (del medio en cuestión) y social a las mujeres. - Comunicar las penas a las que se enfrentan los agresores. Y el rechazo social a éstos. - Evitar representar a la mujer como débil e incapaz de enfrentarse al problema por sí misma. No estereotipos.

		<ul style="list-style-type: none">- Informar siempre de las ayudas existentes aportando el teléfono de ayuda y/u otras vías.- Tratar cada caso como único. Cuidado con la habitualidad.- Darle el rigor que exige. No es algo puntual, sino el resultado a un problema social asociado a una cultura machista. No quedarse en el resultado morboso. <p>9. Usar un lenguaje no sexista. No invisibilizar a la mujer en el lenguaje. Buscar un lenguaje neutro e inclusivo.⁷⁹</p> <p>10. Propiciar la aparición de más noticias de este tipo, por ejemplo informaciones sobre detenciones, órdenes de alejamiento, condenas de agresores, casos de violencia sexual y psicológica en la medida delo posible.</p> <p>11. Presentar la aparición del medio en contra de este tipo de violencia.</p> <p>12. Mostrar imágenes de la víctima en vida, no de féretros, ni elementos que transmiten debilidad.</p> <p>13. No dar imagen de culpabilidad de la víctima, su situación es complicada y no sencilla de resolver.</p> <p>14. No permitir que el agresor ocupe el espacio de víctima exculpando los hechos, o dando explicaciones innecesarias para "justificar" la acción. El agresor no debe usurpar el espacio a la víctima. En caso de muerte es un asesino.</p>
--	--	--

⁷⁹ Muy útiles las guías de lenguaje inclusivo. Ver más en página 179 del estudio.

		<p>15. Creación de listados o guías de personas profesionales, especialistas en el tema, contando así , por parte de quienes cubren la noticia, con testimonios de mayor rigor informativo y evitando el sensacionalismo</p> <p>16. Se ha cometido un asesinato. No un accidente puntual, ni una muerte, es un daño a los Derechos Humanos.</p> <p>17. Incluir informaciones positivas sobre los avances y logros en este aspecto, o casos culminados con éxito. Dar mensaje esperanzador.</p>
<p>Informaciones sobre Violencia de Género que no sean consecuencia de un hecho inmediato con resultado dramático</p>	<p>-Insuficiente presencia de este tipo de informaciones.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar información sobre el concepto de violencia como algo más que violencia física. Mostrar la magnitud del problema. 2. Introducir este tipo de contenidos en los medios de comunicación con mayor asiduidad, por ejemplo: foros donde se aborde el problema, iniciativas sociales de apoyo, reportajes de mujeres que han superado el problema, ... etc. 3. Crear programas educadores dirigidos a los hombres. El problema no se resuelve protegiendo a las mujeres, sino educando para que no sean atacadas y sí respetadas. Se debe enfocar la comunicación hacia el agresor, haciéndole ver como sexistas determinadas conductas que considera normales. 4. Dar la voz a las mujeres con mayor frecuencia, lo que implica una consideración de su opinión de modo directo y no mediado por otras personas o instituciones. 5. Crear programas de apoyo y formación a la juventud en el uso y

		<p>respeto del otro y el tratamiento así adecuado de género en los nuevos medios y redes sociales. Son nuevo emisores mediáticos. <i>Prosumers.</i>⁸⁰</p>
<p>Contenido informativo de los medios de comunicación en general</p>	<p>-Ausencia de contenidos positivos hacia la Violencia de Género.</p> <p>-Ausencia de información sobre Violencia de Género.</p> <p>-Mostrar adecuadamente el concepto de Violencia de Género.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento en la cantidad y calidad de noticias e informaciones sobre la mujer como protagonista de acciones de reconocido prestigio social, político, económico y cultural. 2. Empoderar a las mujeres en los contenidos mediáticos: informaciones, series, publicidad... 3. Evitar la estereotipia en la representación que se hace de las mujeres y de los roles que ocupa. No aportar información privada de la mujer cuando nos referimos a ella como profesional. 4. Aumentar el tipo de programación informativa y educadora que ayude a erradicar la Violencia de Género. 5. Presentar información positiva en casos de éxito a favor de las víctimas de violencia. 6. No equivocar el concepto de Violencia de Género ni denominarlo "violencia doméstica", "crimen pasional"...
<p>Contenidos publicitarios</p>	<p>-Fuerte estereotipia.</p> <p>- Campañas enfocadas sólo en ellas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evitar la difusión de anuncios sexistas o denigrantes para la mujer, estableciendo códigos éticos internos.

⁸⁰ Emisor y receptor - ambas figuras en la misma persona- en las Redes Sociales.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Realizar campañas dirigidas a educar al hombre, con el fin de conseguir que no esté normalizados determinados comportamientos sexistas. La violencia comienza en ellos. Deben ser educados para ser conscientes de esto. 3. Seguir creando campañas capaces de concienciar a la mujer del problema y sobretodo ofrecer ayuda ante la solución, pero no de modo estereotipador. 4. Propiciar apoyo mediático a las campañas publicitarias en contra de la Violencia de Género. 5. Huir de campañas estereotipadas y que muestran a la mujer en roles que no la favorecen y la enmarcan negativamente (débil, sumisa...) especial cuidado en campañas contra la Violencia de Género.
<p>Medios de comunicación como institución social</p>	<p>- Necesidad de sensibilización real del problema: tratar la difusión del código o guías de modo diferente, no inocuo.</p> <p>-No se da el nivel de protagonismo que merece situándolo en secciones no pertinentes, o con poca notoriedad.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respetar la igualdad como principio básico de los Derechos Humanos. (ONU) 2. Asumir su papel como institución social, asumiendo con ello la responsabilidad de los contenidos que transmiten. 3. Establecer códigos éticos parciales o generales que propicien una postura común de los Medios como institución social frente al problema de la Violencia de Género. 4. Evitar contradicciones entre los posicionamientos ideológicos y la aparición de determinados contenidos negativos para la imagen de la mujer.

		<ul style="list-style-type: none">5. Propiciar una formación específica de los profesionales para abordar este tema.6. Implicarse en la elaboración y difusión de un programa de formación y una guía que recoja estas orientaciones y no ser meros receptores de ella.7. Comprometerse en la lucha contra la Violencia de Género.8. Ser autocríticos respecto a su labor.9. Cuidado con los temas que preceden o van pospuestos a la noticia.10. Nunca cuestionar y/o usurpar el espacio de la víctima. El agresor no es la víctima.
Atención	<p>-El exceso de información puede crear indiferencia. Debe tratarse con rigor.</p> <p>-Cuidado, los medios no lo pueden hacer todo.</p>	<ul style="list-style-type: none">1. Nunca abordar la noticia como una más y con coetillas como: "de nuevo", "una vez más". Tratar cada caso como único, de modo riguroso.2. No abordar con falta de seriedad el tema, no mezclarlo en los programas con temas casuales o poco "serios". Fuera de la sección de sucesos.3. Los medios reflejan la sociedad y la sociedad "imita" a los medios. No lo pueden hacer todo, pero sí ayudar a educar en igualdad tratándolo adecuadamente.4. Es necesario educar y sensibilizar desde edades tempranas para evitar que la lucha por la igualdad de derechos y oportunidades de

		<p>la mujer sea entendida de otro modo, y los mensajes que la apoyan atacados en redes u otros medios.</p>
<p>Acciones institucionales</p>	<p>- Sigue siendo necesario concienciar del problema desde el punto de vista social, implicando a toda la sociedad.</p> <p>- Es necesario ofrecer formación en violencia de género para los profesionales y futuros profesionales.</p>	<p>1. Campañas de sensibilización y formación de profesionales y futuros profesionales.</p> <p>2. Educar frente al problema para evitar su rechazo y desconocimiento. Educar en igualdad.</p> <p>3. Elaborar una guía o manual sobre el correcto tratamiento informativo de la violencia de género en los medios, acompañada de la adecuada sensibilización y formación.</p> <p>4. Conocer la opinión de las personas como individuos, más allá de la opinión pública generalizada, para afrontar la labor de concienciación de la forma más eficaz.</p> <p>5. Necesidad de formación con juventud para lograr una adecuada comunicación en redes.</p>

6. Fuentes

6.1 MONOGRAFÍAS, ARTÍCULOS Y CAPÍTULOS

Alario, C. et al., *Nombra en Femenino y en Masculino: La Representación del Femenino y el Masculino en el Lenguaje*, Instituto de la Mujer, Madrid, 1995.

Acale Sánchez, M., *La discriminación hacia la mujer por razón de género en el Código penal*, ed. Reus, Madrid, 2006

Acale Sánchez, M., *El delito de malos tratos físicos y psíquicos en el ámbito familiar*, ed. Tirant lo Blanch, Valencia, 2000

Amorós, C. *Tiempo de feminismo*, Cátedra, Feminismos, Madrid, 2000.

Antón, E. *La presencia de la mujer en la prensa de Valladolid*. Concejalía de Acción Social, Ayuntamiento de Valladolid, Valladolid, 1993

Areste. R. *Arrinconando Estereotipos en los Medios de Comunicación y la Publicidad*. Comunidad de Madrid, Madrid, 2003.

Bach M., et. al., *El Sexo de la Noticia: Reflexiones sobre el Género en la Información y Recomendaciones de Estilo*, Icaria, Barcelona, 2000.

Bardin, L. *Análisis del Contenido*, Akal, Madrid, 1986.

Berganza et all. *El espejo mágico: la nueva imagen de la mujer en la publicidad actual*. Instituto Navarro de la Mujer, Pamplona, 2002

Beauvoir, S. *El Segundo sexo I, II*, Cátedra feminismos, Madrid, 2002 (1ª edición 1949).

Camps, V. *El siglo de las mujeres*, Cátedra Feminismos, Madrid, 2003.

Castells, M. *La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura*, Alianza Editorial, 1998.

Cobo, R. "Género", en *10 palabras clave sobre mujer*, Amorós, C., Verbo Divino, Navarra, pp. 55-83, 2000.

Cólera, J; García,R.; Oliveira M.J. *Matrius I Determinats*. Anaya Ed. Madrid, 2004

Cruz J. "Mujer y política: La paridad inexistente", en *La mujer en la España actual*, Cruz, J. Zecchi B. Icaria Editorial, Barcelona, pp. 73-97, 2004.

Cuder Domínguez, P. "Crítica literaria y políticas de género" en *Feminismos*, n 1:pp. 73-86, 2003.

Chivelet, M. *Historia de la Prensa cotidiana en España*, Acento, Madrid, 2001.

Critto, A. *El método científico en las ciencias Sociales*, Paidós, Buenos Aires, 1982.

- Cruz, J. Zecchi, B, *La mujer en la España actual ¿evolución o involución*, Icaria Editorial, Barcelona, 2004.
- De Diego, V. *Estudio sobre la percepción de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2001.
- Eguizábal R. *El análisis del mensaje publicitario: España*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, 1990.
- Fagoaga C, Secanella P.M. *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*, Serie Estudios, Madrid, 1984.
- “El género en los medios de comunicación”, en *Sociología de las Mujeres Españolas*, García, M.A. León, M. García, F. Ortega, J. Complutense de Madrid, pp.351-361, 1996.
- Gaitán, J.A., Piñuel, J.L. *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*, Síntesis, Madrid, 1998.
- García Reyes, I. *La mujer, sujeto y objeto de la publicidad en televisión: España*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid,(2009)
- Goffman E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amarrortu Editores, Argentina, 2003. (Primera edición 1959).
- Hernández, C. *Percepción, contexto y creación del mensaje publicitario, España*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1996.
- Howson, A. *The body in Society, an introduction*, Polity Press, Oxford, 2004.
- Jorge, A. *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*, Icaria Editorial, Barcelona, 2004.
- Laurenzo Copello,P., *La violencia de género en la ley Integral. Valoración político-criminal*, en Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología, 2010.
- Lippmann, W. *La opinión pública*, C. de Langre, Madrid, 2003
- Luhmann, N. “Öffentliche Meinung” in *Politische Planung: Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung*, Opladen, Westdeutscher Verlag, pp.9-34, 1971.
- Martín Casado, T.G. *La imagen de género en la creación del mensaje publicitario el siglo XXI*. Tesis de Universidad Complutense de Madrid. 2010.
- Martín Casado, T.G. Echazarreta C. Vinyals, Manel *La creatividad institucional contra la violencia de género. ¿Realmente tiene efecto?* en *Gender and Communication*. (pp. 550-561) 2014
- Martín Casado T.G. “Mujer y publicidad, La mujer al inicio del siglo XXI”. *Mujeres, Hombres y Medios de Comunicación*, Tomo II, comunicaciones I, Junta de Castilla y León, Valladolid, pp. 301-305, 2002.

- Martín Casado T.G. Barros, M.A. *El tratamiento de género en el lenguaje periodístico y publicitario en la prensa de Castilla y León*, [2000-2005], Valladolid, 2007.
- Martín Serrano, M. Martín Serrano, E. Baca Lagos, V. *Las mujeres y la publicidad. Nosotros y vosotros según nos ve la televisión*, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1995.
- McLuhan, M. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós comunicación, Barcelona, 1996.
- McQuail, D. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 1985.
- Moragas, M. *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- Moreno, E., Villegas, S. *Introducción a los estudios de la mujer. Una mirada desde las ciencias sociales*, Junta de Andalucía, Huelva, 2002.
- Moreno, A. "Reflejo de los Temas de Género en los Medios de Comunicación: Un Asunto Controvertido". *Actas del II Congreso Internacional de AUDEM. La Difusión del Conocimiento en los Estudios de las Mujeres. Dinámicas y Estrategias de Poder y Ciudadanía*. Universidad de Alicante, pp: 151-166, 2002.
- Noelle-Neumann, E. *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*, Paidós Ibérica, Barcelona, 2003. (Primera edición: 1982).
- Ortega y Gasset, O. *La rebelión de las masas*, Tecnos, Madrid, 2003. (1ª ed. 1930).
- Park, R.E. *Introduction to the science of sociology*, University of Chicago Press, Chicago, 1969.
- Park, E. "News and the power of the press", in *American Journal of sociology*, n.47, , pp1-11, 1941.
- Poullain de la Barre, F. *De l'Egalité des deux sexes, discours physique et moral où l'on voit l'importance de se défaire des préjugés*, Fayard, Paris, 1984.
- Puleo, *Ecofeminismo para otro mundo posible*. Feminismos Madrid , 2011.
- Puleo, A. *Filosofía, Género y Pensamiento crítico*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 2000.
- "Patriarcado", en *10 palabras clave sobre mujer*, Amorós, C., Verbo Divino, Navarra, pp. 21-54, 2000.
- Rey, J. *El hombre fingido, la representación de la masculinidad en el discurso publicitario*, Fundamentos, Madrid, 1994.
- Rubin, G., "The Traffic in Women: Notes on the "Political Economy of Sex", in. *Monthly Review Press*, New York, 1975
- Sau, V. *Manifiesto para la liberación de la mujer*. Icaria, Barcelona, 1974.

- Un diccionario ideológico feminista*, Icaria, Barcelona, 1981.
- Ser mujer, fin de una imagen tradicional*, Icaria, Barcelona, 1986.
- Aportaciones para una lógica del feminismo*, La Sal, Barcelona, 1986
- Subirats, M. *Forjar un hombre, moldear una mujer*. Aresta, Barcelona. 2013
- Tajfel, H. *Grupos humanos y categorías sociales*, Herder, Barcelona 1984. Publicado originalmente: *Human Groups and Social Categories*, Cambridge University Press, 1981.
- Tubert, S. *Del sexo al género*, Cátedra feminismos, Madrid, 2003.
- Valcárcel, A. *Feminismo en un mundo Global*, feminismo. Madrid. 2013
- Valcárcel, A. *Del miedo a la igualdad*, Crítica, Barcelona, 1993
- Vargas, A. "La Diferencia Sexual y su Representación en el Diccionario de la Lengua Española. 1998.
- Varela, N., *Feminismo para principiantes*. ed. B,S.A.,Barcelona,2008.
- Viedma, M. *Manual de Publicidad Administrativa no sexista*, Universidad de Málaga, Málaga, 2003.
- VV.AA. *La mujer en el umbral del siglo XXI*. Complutense, Madrid, 1998.
- VV.AA. *La identidad de género en la imagen televisiva*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2004.
- Wolf, V. *Una habitación propia*. Alianza Editorial, Biblioteca Woolf, Madrid, 2004.
- Young K. et al. *La opinión pública y la propaganda*, Paidós Studio, México D.F., 1982.
- Young K. *Psicología social*, Paídos, Buenos Aires, 1974.

6.2 OTRAS REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Comunidad de Madrid, *La mujer y la publicidad*, Dirección General de la Mujer, Madrid, 2003.
- Dirección General de la Mujer. Comunidad de Madrid. *La mujer y la publicidad*, Consejería de Trabajo, Madrid, 2003.
- Dirección general de la Mujer. Comunidad de Madrid. *1892-1998 Un siglo avanzando hacia la igualdad de las mujeres*, Comunidad de Madrid, Madrid, 2003.
- Instituto de la Mujer, *Estudio sobre la mujer y la publicidad*, Instituto de la mujer, 2002.

Instituto de la Mujer, Instituto Oficial de radio y televisión, *Manual de información de Género*, Madrid, 2004.

Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. *Imágenes de las Mujeres en los Medios de Comunicación, Informe final*, Instituto de la Mujer, Madrid, 1997.

Junta de Castilla y León, *Estudio sobre la percepción de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Castilla y León*, Junta de Castilla y León, Salamanca, 2001.

Junta de Castilla y León, *Lengua y discurso sexista, Guía de estilo 1*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2003.

Junta de Castilla y León. *Mujeres, Hombres y Medios de Comunicación. Tomo IV: Mesas redondas, conclusiones y anexos*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2002.

Junta de Castilla y León, *Plan Regional Contra la Violencia hacia la mujer en Castilla y León 2002-2005*, Junta de Castilla y León, 2003.

Junta de Castilla y León; *Plan Integral de Oportunidades entre Mujeres y hombres en Castilla y León. 2001-2005*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2001.

Junta de Castilla y León. *Sexismo y Redacción Periodística. Guía de estilo 2*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2003.

Junta de Castilla y León. *Ley 1/2003, de 3 de marzo de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en Castilla y León*. BOCYL 7 de marzo de 2003, nº46,2003.

Junta de Castilla y León, *Situación económica y social de la mujer en Castilla y León, Plan estadístico de Castilla y León 2002-2005*, Junta de Castilla y León, Valladolid, 2003.

Junta de Castilla y León. *Código para el tratamiento informativo de la Violencia de Género*. Junta de Castilla y León. Valladolid, 2006.

Junta de Castilla y León. *Pacto Social contra la violencia de género*. Junta de Castilla y León. Valladolid, 2008.

NACIONES UNIDAS. *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer*. Naciones Unidas, Nueva York, 1996.

NACIONES UNIDAS. *Plataforma de acción de Pekín. Capítulo J. Las mujeres y los medios de comunicación*, IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, ONU, Septiembre 1995.

NACIONES UNIDAS. *Plataforma de acción Pekín+ 5. Capítulo J. Las mujeres y los medios de comunicación*, ONU, 2000.

NACIONES UNIDAS. *Borrador de Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información*. ONU, Ginebra, octubre 2003.

Santesmases, M. *Marketing, conceptos y estrategias*, Pirámide, Madrid, 2007.

6.3 SITIOS WEB

Amón, R. (2016,11,16) "Posverdad. Palabra del año". *El País* Recuperado de:
https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html.

AVADASYMT, "Asociación de apoyo a víctimas de violencia de género". [En línea].
Disponible en: <http://adavasynt.org/>[visitado en 2010, 2015 y 2016]

Bangkok. Conferencia Internacional de Bangkok. *La Comunicación como Fuente de Poder para las Mujeres*. Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC/ AMCC), Londres, [En línea]. Disponible en Internet:
http://www.nodo50.org/mujeresred/el%20viaje%20de%20las%20internautas/Documentos_anexos.pdf (pp. 1-4) [22-11-2007]

De Andrés, S. *Sexismo y Lenguaje. El Estado de la Cuestión: Reflejos en la Prensa* [en línea]. Disponible en Internet:
<http://www.ucm.es/info/especulo/numero17/sexismo2.html>. [01-08-2006]

Dufau G. ; Fonseca E. *Cosa Juzgada. Otra forma de ver la violencia de género*. Cotidiano Mujer. 2002 [en línea]. Disponible en
<http://www.cotidianomujer.org.uy/1998/cosa.htm>. [12-5-2010]

Foro Feminista de Castilla y León. Información sobre las víctimas y medidas. [En línea]. Disponible en: <http://www.forofeministacyl.org/>. [Visitado en 2010, 2015 y 2016].

Federación de Mujeres Progresistas: *Guía para un Lenguaje no Sexista en la Comunicación*. [en línea] Disponible en Internet:
<http://www.fmujeresprogresistas.org/> [23-1-2006].

Franquet, R., et al. *Representación de Género en los Principales Medios de Comunicación*, G.R.I.S.S. [en línea]. Disponible en Internet:
<http://www.nodo50.org/ameco/Representaciongenero.pdf>, [1-08-2006]

Gutman, L. *Crianza*, 1961.
[En línea]. Disponible en Internet: <http://www.lauragutman.com.ar>, [21-08-2006]

Junta de Castilla y León. Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades. *III Plan Integral de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres de Castilla y León*.
[en línea]. Disponible en Internet:
http://www.jcyl.es/scsiau/Satellite/up/ds/Familia/pdf;charset%202002-2006.pdf/_?asmf [18/06/2005].

Junta de Castilla y León. "Plan Autonómico para la Igualdad de Oportunidades y contra la Violencia de Género en Castilla y León 2013-2018".[En línea]. Disponible en: http://www.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100Detalle/1246988964069/_/1284269953024/Comunicacion?plantillaObligatoria=PlantillaContenidoNoticiaHome [2015,2016]

Junta de Castilla y León. "Violencia de género". [En línea]. Disponible en: <http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla66y33>. [2015 y 2016].

Junta de Castilla y León. *Violencia de género en cifras*. [En línea]. Disponible en: www.jcyl.es [junio 2010].

Junta de Castilla y León: *Violencia de género en cifras*. [en línea] Disponible en: http://www.familia.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/Plantilla100/1173962226513/_/_/ [enero- abril 2015]

Junta de Castilla y León: *Pacto Social contra la Violencia de Género*. [En línea] Disponible en: <http://www.jcyl.es/web/jcyl/Familia/es/>[2016]

Lakoff, R. (3ª edición). *El Lenguaje y el Lugar de la Mujer*, hacer Editorial, Madrid, 2005. [En línea]. Disponible en Internet: http://www.hacereditorial.es/webempresa_groc/catalogprodimpri.php?idprod=176 [1-08-2006].

Leyes Generales o regionales. Portal de *Noticias Jurídicas*. [En línea] Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/cl-l13-2010.tp.htm. [2010, 2105 y 2016].

López Aranguren, E. (2015) *El análisis de la realidad social Métodos y técnicas de investigación: el análisis de Contenido*. [En línea] Disponible en: [file:///C:/Users/Downloads/lopez-aranguren_analisis-de-contenido%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Downloads/lopez-aranguren_analisis-de-contenido%20(4).pdf) [10-4-2016]

López Díez, P. "La Articulación del Discurso Femenino en la Radio", *Razón y Palabra*. n. 9, año 2, noviembre-enero 1997-1998. [En línea]. Disponible en Internet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1223920>, [5-2-2005].

Martín Casado, T:G.(2011) *La mujer en la Ficción Publicitaria: "La Cárcel de Cristal"*. [En línea] Disponible en: <http://docplayer.es/6985162-La-mujer-en-la-ficcion-publicitaria-la-carcel-de-cristal.html>

Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad. *Fichas de víctimas mortales*. [En línea] Disponible en: <http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/home.htm> [2007,2008,2009,.2010,... 2016]

Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad. Informes del observatorio estatal de violencia sobre la mujer. [En línea] Disponible en: <http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/violenciaEnCifras/observatorio/informesAnuales/home.htm>[2007,2009,2010,...2015]

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. *Percepción de la Violencia de Género en la adolescencia y la juventud*. [En línea] Disponible en:

<http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/violenciaEnCifras/estudios/investigaciones/2015/estudio/percepcion2015.htm> [2015].

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. *IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres 2003-2006*. [En línea]. Disponible en Internet: http://www.msc.es/organizacion/sns/plnaCalidadSNS/pdf/equidad/IV_Plan_Igualdad_Hombre_Mujeres_2003-2006.pdf [05-05-2007].

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2015) *Macroencuesta de Violencia contra la Mujer 2015*. Ed: Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad. Madrid.

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2015) *Informe del Observatorio Estatal de violencia sobre la mujer 2015*. Ed: Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad. Madrid

Muñoz, P.: *La nueva mujer del siglo XXI. ¿Asustamos a los hombres?*. [En línea]. Disponible en Internet en: <http://www.mujeractual.com/>[15-8-2001]

Parra, M.A. *Cinco Apps para luchar contra la Violencia de Género*, [En línea]. Disponible en: http://www.eldiario.es/andalucia/apps-luchar-violencia-genero_0_256174686.html 2014 [en línea] [15-3-2016]

Puleo, A. *La violencia como reclamo publicitario*. [En línea] Disponible en: <http://aliciapuleo.blogspot.com.es/2015/03/la-violencia-como-reclamo-publicitario.html> [10- 10- 2015]

Rayaces, A (2014). *Los golpes que nadie oye*. Reportaje TVCyL. [En línea]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=MqwnVFyylIM> [26 de marzo de 2016]

Noticias jurídicas, [en línea]. [En línea]. Disponible en: <http://www.noticiasjuridicas.com> [20-7-2008].

Publicidad sexista. El Día Digital. [En línea] Disponible en Internet en: <http://www.eldia.es/> [27- 2- 2001]

PODER JUDICIAL ESPAÑA: "Datos estadísticos del Poder Judicial". [En línea] Disponible en: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Violencia-domestica-y-de-genero/Actividad-del-Observatorio/Datos-estadisticos>. [2007,2008, 2009, 2010,... 2015 y 2016.

UNESCO. *Recomendaciones para un uso no sexista del Lenguaje. Uso no Sexista del Lenguaje en los Medios de Comunicación Social*. Reglamento del Ayuntamiento de Aldaia, Valencia .[En línea]. Disponible en Internet en: <http://www.unioperiodistes.org/web/pdf/Llenguatge%20no%20sexista%20Aldaia.doc> – [01-08-2007].

UNESCO. *Plataforma de Acción de Toronto. Simposio Internacional sobre la Mujer y los Medios de Comunicación, organizado por la UNESCO*. Toronto, marzo 1995. [En línea]. Disponible en Internet en: <http://alainet.org/mujeres/doc1.html> [2-08-2007].

UNIÓN EUROPEA. *Estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre hombres y mujeres (2001-2005)*, 2001. [En línea].

Disponible en Internet: <http://Europa.eu/scadplus/leg/es/cha/c10932.htm>. [20-05-2007].

World Association of Christian Communication. *Global Media Monitoring Project*. [En línea]. Disponible en Internet: http://www.wacc.org.uk/publications/other_pubs/new/gmmp/GMMP2000.pdfzz, 2000.

Universidad de Zaragoza: *Plan de igualdad entre hombres y mujeres*. [En línea] Disponible en: http://www.unizar.es/igualdad/doc/1_2004.pdf, [20-5-2010]

6.4 OTRAS FUENTES: ENTREVISTAS

Aganzo, C. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, abril, 4)

Aganzo, C. (entrevista personal, profesional de los medios) (2016, mayo, 26)

Alario, A. (entrevista personal, investigadora) (2010, marzo, 18)

Alario, M. (entrevista personal, investigadora) (2013, febrero, 13)

Alario, T. (entrevista personal, investigadora) (2010, abril, 8)

Álvarez, E. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, marzo, 30)

Álvarez, E. (entrevista personal, investigadora) (2017, enero, 16)

Anguita, R. (entrevista personal, investigadora) (2013, abril, 2)

Arranz, V. (entrevista personal, profesional de medios) (2010, mayo, 10)

Ballesteros, J. (entrevista personal, profesional de medios) (2013, mayo, 8)

Bernárdez, A. (entrevista personal, investigadora) (2016, febrero, 23)

Briungos, R. (entrevista personal, profesional de medios) (2010, febrero, 24)

Carrera, F. (entrevista personal, profesional de los medios) (2016, junio, 6)

Campillo, O. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, abril, 3)

De Andrés, S. (entrevista personal, investigadora) (2010, abril, 9)

Echezarreta, C. (entrevista personal, investigadora) (2016, abril, 26)

Enríquez, M. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, abril, 7)

Fonseca, J. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, abril, 8)

Frontela, D. (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, abril, 12)

Gordaliza, E. (entrevista personal, profesional de los medios) (2016, febrero, 24)

Heras, F (entrevista personal, profesional de los medios) (2010, marzo, 25)

Jaramillo. L. (entrevista personal, profesional de los medios) (2016, mayo, 30)

Puleo, A. (entrevistas personal, investigadora) (2010, marzo, 23)

Rodríguez, A. (entrevista personal, profesional medios) (2010, marzo, 24)

Villanueva, C. (entrevista personal, profesional de medios) (2010, febrero, 10)

Vinyals, M. (entrevista personal, investigador) (2013, marzo, 6)