

M<sup>a</sup> Rosa Berganza Conde  
Profesora Titular de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid

## **El tratamiento informativo de los medios de difusión de la violencia contra las mujeres: evolución y desafíos actuales**

Quisiera agradecer, en primer lugar, la invitación para estar hoy aquí que recibí de la organización de estas jornadas y felicitarles por el excelente y completo programa que han preparado para tratar la cuestión de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Tengo que darles la enhorabuena también por ser generadores y portavoces de buenas noticias. El documento sobre Mujer, violencia y medios de comunicación elaborado y consensuado por un número importante de profesionales de los medios y expertos que fue coordinado por el Instituto Oficial de Radio (2002) pone de relevancia la necesidad de dar también buenas noticias sobre la violencia contra las mujeres. Este problema se representa en la mayoría de los casos como una cuestión sin salida para las personas que les afecta. Sin embargo, no se puede negar que cada vez son más las medidas que se ponen en marcha para proteger a las mujeres víctimas de malos tratos y que la conciencia social de rechazo frente a la violencia no hace sino aumentar. De ahí que el hecho de que estas Jornadas se puedan cerrar con un Manifiesto de los hombres de Portugalete contra la violencia contra las mujeres me parece una excelente noticia, ya que este es un asunto que continúa aún percibiéndose en algunos ámbitos como “de mujeres”. Por tanto, el hecho de que los hombres se impliquen también en la resolución del problema me parece importante, y probablemente las o los profesionales de los medios que cubran este encuentro sabrán enfocar esta información desde este punto de vista.

Desde la década de los 70, el número de informaciones sobre la violencia contra las mujeres que han aparecido en los medios de difusión ha ido aumentando de forma importante. En ello ha jugado un papel fundamental el creciente compromiso de los medios y la profesión periodística respecto al tema y también la labor de las asociaciones de mujeres, gracias a las cuales empezó a tener visibilidad pública el problema. Ellas son las que empiezan a coordinarse, desde principios de los años ochenta, con las distintas instituciones políticas en la búsqueda de soluciones eficaces. Pero también es cierto que sus reivindicaciones han pasado a considerarse de primer orden en importancia política y social, en gran medida gracias a la acción de los medios.

¿En qué ha consistido esta acción de los medios? En primer lugar, han conseguido dar visibilidad pública al problema, algo de vital importancia en esta cuestión que ha permanecido oculta en la esfera privada durante tanto tiempo y que todavía es considerado por algunas personas como algo íntimo de la vida de la pareja que no debe salir de ahí.

En segundo lugar, los medios han conseguido que este tema pase a ser considerado por la sociedad española como un tema importante. En este sentido, siguiendo algunas teorías de la Comunicación se puede decir que este problema se ha situado en la agenda de temas que el público considera importantes porque los medios han incrementado su cobertura sobre el problema. Esto es lo que se llama el efecto de *agenda-setting* o efecto de fijación de la agenda, es decir, su capacidad para

orientar la atención de la sociedad sobre los temas que consideran más importantes (y como contrapartida también, por supuesto, la prensa tiene la capacidad de silenciar algunas cuestiones proyectando así la idea implícita de que no son temas tan importantes).

Este efecto que han tenido los medios de orientar la atención del público sobre el problema se ve con facilidad al comparar el incremento de informaciones sobre violencia doméstica con los datos de opinión que periódicamente publica el Centro de Investigaciones Sociológicas. En abril de 2001 la violencia contra las mujeres se situaba, dentro de las preocupaciones sociales de la ciudadanía, en el puesto número 18 por orden de importancia. Un año después, del puesto número 18 de preocupaciones sociales ascendía hasta el 15. En 2003 ascendió al puesto número 11. Y en julio de este año, al octavo. Por tanto, en la actualidad se encuentra entre los 10 primeros temas que la sociedad española cree prioritario resolver. Y este ascenso, como decía, dentro del orden de prioridades de las y los españoles tiene su paralelismo en la creciente atención que los medios han prestado al problema.

En la actualidad, el hecho de que los medios no dejen pasar ni un solo caso de asesinato de una mujer a manos de su pareja o expareja sin hacerlo público está sirviendo de base incluso para perfeccionar el recuento estadístico de las víctimas. Ello lo venían haciendo ya algunas asociaciones de mujeres. Pero ahora el Instituto de la Mujer contabiliza también el número de muertes a partir de lo publicado o emitido en los medios. Y considera que este recuento del número de asesinatos de mujeres a manos de quienes han sido sus parejas -tal como aparece en su página web- es más completo y fidedigno que otras estadísticas, como por ejemplo, las del Ministerio del Interior. Las estadísticas de este Ministerio poseen algunas deficiencias (por ejemplo, el no contabilizar los casos de Cataluña y El País Vasco, ni el de muertes producidas 72 horas después de la agresión). Todo esto refleja la importancia que está teniendo la labor que se está desarrollando desde los medios.

## **1. El cambio de enfoque informativo a partir del caso de Ana Orantes**

La cobertura de la violencia contra las mujeres en los medios de difusión se ha intensificado especialmente desde diciembre de 1997, momento en el que se produjo el asesinato de Ana Orantes a manos de su marido. Ana Orantes fue quemada viva después de denunciar las agresiones que venía sufriendo en un programa de máxima audiencia de la cadena de televisión Canal Sur.

La amplia información que los medios ofrecieron sobre cómo el marido ató, roció de gasolina y quemó a su mujer tuvo un enorme impacto social y marcó un antes y un después en la información sobre el problema en España. Este asunto saltó a primera página de los periódicos y allí se mantuvo en algunos medios, como *El País*, en los dos meses siguientes cada vez que hubo de dar cuenta de una nueva muerte de una mujer en el ámbito familiar.

Lo cierto es que, evidentemente, muchas situaciones como esta se habían producido anteriormente, pero las características del caso de Ana Orantes favorecieron la publicidad mediática de este asesinato en concreto. El documento televisivo donde la mujer denunciaba a su agresor sirvió de fuente informativa para documentar el asesinato y multiplicar el efecto de “realidad”. Esta muerte no sólo

provocó el aumento del número de informaciones que se publicarían o emitirían a partir de ese momento sino que supuso también un incremento cualitativo: creció la cantidad de portadas que dedicaron los medios españoles (nacionales y regionales) a ese tema.

Como se ha dicho, el caso de Ana Orantes en 1997 marca un antes y un después en la cobertura que dan los medios en España sobre la violencia doméstica. Pero, ¿qué factores han intervenido para que se pudieran producir los cambios en el tratamiento informativo operados a partir de esa fecha? En primer lugar, la propia evolución de la sociedad española a la hora de rechazar el código patriarcal que implica el sometimiento de las mujeres.

En segundo lugar, la constatación por parte de los medios de que la violencia contra las mujeres es un tema que interesa a la ciudadanía y que puede servir incluso para acaparar y aumentar las audiencias. Ello tiene algunos riesgos, por ejemplo, conduce muchas veces, por ejemplo, a la explotación sensacionalista de los casos de maltrato.

En tercer lugar, de forma paralela, desde 1997 estamos asistiendo a un creciente compromiso con este tema por parte de la profesión periodística. Ello se ve reflejado en los numerosos códigos de tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres y declaraciones que han sido redactados dentro de la profesión. Por ejemplo, el presentado en noviembre de 2002 por el Instituto Oficial de Radiotelevisión Española, que fue consensuado entre profesionales de prensa, radio y televisión de los medios nacionales y regionales más importantes. Una iniciativa similar fue la puesta en marcha por la Unión de Periodistas Valencianos, que elaboró un libro de estilo que fue dado a conocer el 25 de noviembre de 2002 con motivo de la celebración del Día Europeo contra los Malos Tratos. Y el de un grupo de periodistas de la provincia de Gerona, que elaboraron un manual para el tratamiento de las informaciones sobre casos de violencia doméstica o que afectaran a menores y se comprometieron a seguirlo en su trabajo.

Además de los códigos de estilo, diversas iniciativas, como redes de información de mujeres o portales en Internet sobre información de interés específico para este colectivo, que han sido puestas en marcha por profesionales de la información, ofrecen datos que sirven para documentar este compromiso entre medios y violencia contra las mujeres en España.

## **2. Luces y sombras de la cobertura sobre la violencia contra las mujeres**

Como se ha dicho anteriormente, la violencia contra las mujeres es un tema que vienen cubriendo los medios de forma cada vez más exhaustiva y relevante desde 1997, desde el asesinato de Ana Orantes. Pero, ¿cómo es la calidad de esta cobertura?

El tratamiento informativo ha mejorado sensiblemente si lo comparamos con el de pocos años atrás, pero todavía es susceptible de mejora. Voy a detenerme a continuación en algunos aspectos que han ido mejorando en los últimos años, para luego referirme a otros que quedan por mejorar.

Hasta hace pocos años atrás, la violencia doméstica aparecía sobre todo en las páginas de sucesos de los medios (con el tipo de cobertura que esto implica, más centrada en los aspectos morbosos de las muertes y lesiones que en el propio problema social). En la actualidad es un tipo de información que se cubre principalmente en las secciones de Sociedad e incluso de Nacional de los medios dedicados principalmente a labores informativas, lo cual implica que le otorgan una mayor relevancia y una consideración de problema social.

Por otro lado, constituye un tipo de información que se presenta cada vez más habitualmente acompañada de un contexto explicativo que lo enmarca como cuestión prioritaria de preocupación social. Sin embargo, el tratamiento informativo es todavía es susceptible de mejorar en gran medida si de verdad los medios quieren jugar un papel importante en la desaparición de este problema social. Las noticias sobre el tema todavía en bastantes casos reflejan actitudes frente a los malos tratos que se pretenden erradicar y, en ocasiones, de manera no intencionada, mantienen interpretaciones erróneas (todavía arraigadas en la sociedad) de lo que es el problema de la violencia doméstica.

Los medios, así, reflejan algunas ideas todavía presentes en algunos ámbitos de la opinión pública, que ya han sido desmentidas por los estudios sobre la cuestión. Ello tiene un efecto pernicioso: justificar de diferentes maneras la existencia de los malos tratos y los comportamientos de los agresores. La explicación de acontecimientos de violencia contra las mujeres como fruto de un arrebato pasional es menos frecuente en la información actual que en la de años anteriores, aunque todavía es posible encontrar sin demasiada dificultad ejemplos de ello. En la investigación publicada por Sánchez Aranda, Berganza y García Ortega en 2003 sólo el 2,5% de las informaciones en las que se mencionaba algún tipo de explicación del episodio de violencia aparecía este razonamiento. Más frecuente es la mención de que el agresor había consumido drogas o alcohol, que aparece en un 5% de los casos estudiados. En otro 2,5% de las informaciones se alude a estados de locura transitoria o psicopatías<sup>1</sup>. Recuérdese que estas circunstancias pueden servir de atenuante en los juicios y por tanto, se debe cuidar su mención ya que a través de ellas se puede estar perjudicando a las víctimas y transmitiendo socialmente la idea de una relación causal directa entre estos factores y la violencia. Sin embargo, existe suficiente demostración empírica de que esto no es así. Como se afirma en el informe del Defensor del Pueblo de 1998, los hombres que recurren a la violencia contra las mujeres no presentan ninguna patología específica, sino una serie de rasgos y actitudes propias del estereotipo masculino más tradicional. Es decir, son hombres que creen que por serlo han de detentar el poder dentro de la familia o en la pareja; y creen que han de mantenerlo aunque para ello tengan que recurrir a las agresiones<sup>2</sup>.

Las argumentaciones de este tipo que justifican, son comprensivas con la violencia o culpabilizan a las víctimas en lugar de defenderlas no son admisibles y se deben cuidar mucho más en las informaciones. Y ello sólo puede hacerse mediante

---

<sup>1</sup> SÁNCHEZ ARANDA, J. J., BERGANZA CONDE, M. R. y GARCÍA ORTEGA, C., *Mujer publicada, mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer*, Instituto Navarro de la Mujer, Pamplona, 2003.

<sup>2</sup> ALBERDI, C. y MATAS, N., *La violencia doméstica. Informe sobre los malos tratos a mujeres en España*, Fundación La Caixa, Barcelona, 2002, p. 104.

programas de formación y sensibilización de informadores/as (tanto de quienes ejercen la profesión como de quienes lo harán en el futuro).

Como señalaba previamente, los estudios recientes apuntan a una serie de mejoras en el tratamiento informativo que los medios otorgan al problema. Sánchez Aranda, Berganza y García Ortega (2003) señalan que existe una mayor implicación de los medios a la hora de denunciar la violencia contra las mujeres. De hecho, en el 51,6% de las informaciones sobre violencia de género analizadas por estos autores se hacía una denuncia explícita del tema con frases como “es una cuestión de derechos humanos” o del tipo “son cifras alarmantes” o diciendo que “es urgente la búsqueda de soluciones a un problema de tanta gravedad”.

Otro aspecto positivo de la cobertura es el recurso equilibrado a dar informaciones con un enfoque de interés humano, mostrando historias de vida concretas, como técnica para acercar al público esta cuestión que puede aparecer como demasiado fría o alejada de los receptores si sólo se le presentan datos estadísticos o simples noticias escuetas. Así, Sánchez Aranda y otras hallaron que los medios utilizan este recurso en el 34,6% de las informaciones que ofrecen sobre la violencia de género.

Además, en un número relevante de informaciones se apuntan posibles soluciones al problema (en el 24,5%), lo cual es importante para que los medios se conviertan en un foro de debate público de estas cuestiones no sólo denunciando sino también indicando vías de resolución. Y en un porcentaje bastante significativo se ofrece contextualización del problema y de la situación de las víctimas (el 66,7%), con el fin de ayudar a entender mejor la cuestión, sus modalidades y las situaciones en las que se produce.

Otros aspectos de la información actual sobre la violencia contra las mujeres son claramente mejorables. Entre ellos, la escasa presencia de informaciones de servicio público, es decir, en las que se ofrecen datos útiles para prestar ayuda a las víctimas o a las y los ciudadanos que quieran denunciar situaciones de violencia, ofreciéndoles, por ejemplo, teléfonos de contacto o direcciones. Sólo en el 6,9% de las informaciones recogidas por Sánchez Aranda y otras se daban datos de este tipo.

También es conveniente cuidar más los datos que se facilitan de las víctimas de malos tratos. Curiosamente, se respeta mucho más la presunción de inocencia del maltratador, sin citar su nombre o haciéndolo sólo con iniciales que la dignidad de la víctima. Así, sólo en el 9% de las informaciones analizadas por Sánchez Aranda y otras se da el nombre y apellidos del agresor mientras que las víctimas aparecen con nombres y apellidos en el 56% de las informaciones. Los agresores aparecen citados con iniciales en el 15% de las ocasiones y las víctimas en el 5% a pesar de que conocer públicamente la identidad del agresor podría evitar que maltratara o asesinara a otras mujeres (más de un asesinato se hubiera evitado si la víctima hubiera sabido que ese hombre había matado o causado lesiones graves a otras mujeres). Sin embargo, al dar a conocer la identidad de la mujer lo único que se consigue en ocasiones es ponerla en un peligro innecesario (aparte de la valentía que supone dar la cara públicamente y superar la vergüenza). Además, se ha constatado que no siempre los medios piden permiso a las víctimas cuando las graban o cuando facilitan su identidad.

La presencia de víctimas y agresores en fotografías es una confirmación más de lo que se acaba de exponer. Sánchez Aranda y otras muestran que mientras que las víctimas aparecen en imágenes en un 29% de las informaciones, el agresor lo hace en un 3%. Las diferencias de porcentajes son significativas.

Por otro lado, se observa también el poco uso que se hace todavía de fuentes expertas, instituciones relacionadas con el problema y organizaciones de mujeres. Sólo en el 8% de las informaciones estudiadas por Sánchez Aranda y otras se había consultado a alguna de ellas y sin embargo, es innegable su utilidad a la hora de ofrecer datos fidedignos y completos del problema y de la situación que viven muchas mujeres en nuestro país. Este 8% contrasta con el 16% de las informaciones para cuya elaboración habían sido consultadas fuentes policiales. Ello apunta al estilo de crónica de sucesos que aún poseen muchas informaciones sobre violencia contra las mujeres, estilo periodístico que para este problema no es el más deseable.

Por último, quisiera referirme a un aspecto preocupante de las informaciones sobre esta cuestión que corre paralelo al auge de lo que se ha llamado “telebasura” en nuestro país: la explotación sensacionalista de este tipo de noticias. En el 12,6% de las informaciones de periódicos y telediarios recogidas por Sánchez Aranda y otras se hacía uso de este recurso. Este porcentaje probablemente sería más alto si se analizaran contenidos más ligados al entretenimiento que a la información. Ello nos plantea una cuestión deontológica: hasta qué punto es lícita la explotación del morbo y los instintos más irracionales para ganar audiencia a través, por ejemplo, del uso de imágenes sangrientas e impactantes cuando se trata de sensibilizar al público sobre cuestiones sociales como el tema que nos ocupa. Se ha dado el caso de informaciones de varios minutos de duración en las que se mostraban imágenes de la lapidación de una mujer en directo con imágenes de primer plano de la víctima (telediario de las 21h de Antena 3 del 9 de marzo de 2002). O la dramatización de un caso de malos tratos ocurrido en Marbella (emisión en el telediario de las 15h de Antena 3, el 5 de agosto de 2004). En ella se mostraba la reconstrucción de los hechos: un hombre echando agua hirviendo a su novia, causándole graves heridas y la mujer gritando. Ello nos lleva a preguntarnos qué añade, informativamente hablando, esta dramatización.

En la actualidad, asistimos al auge en el enfoque sensacionalista y frívolo de informaciones sobre violencia relacionadas con personas famosas en los llamados programas del corazón o de crónica rosa. Aunque, como se acaba de mostrar, estos programas y tipos de contenidos no son los únicos que explotan el morbo de este tipo de cuestiones. Por otro lado, también lo hacen algunos programas de sobremesa. Un punto álgido lo hemos vivido este verano de 2004 con la muerte de Carmen Ordóñez y el recuerdo de los supuestos malos tratos que sufrió en vida por parte de una de sus parejas. En este sentido, hemos visto cómo el tema de la violencia contra la mujer ha penetrado con fuerza en la agenda de algunos de los programas considerados de “telebasura” y, no sólo eso, sino que también ha contribuido a su mayor éxito e incremento de sus audiencias y con ello, se ha realizado un flaco favor a las víctimas.

### **3. Recomendaciones a los medios**

Sánchez Aranda, Berganza y García Ortega ofrecen en su libro *Mujer publicada, mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de*

*comunicación sobre la mujer* (Instituto Navarro de la Mujer, 2003), tres tipos de recomendaciones para los medios: unas dirigidas al uso no sexista del lenguaje; otras que tienen como fin garantizar la visibilidad pública de las mujeres; y por último, las que orientan hacia un mejor tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres. De cada una de ellas se ofrecen ejemplos. A continuación, mencionaré brevemente, sin desarrollarlas, las recomendaciones que realizan sobre este último aspecto:

1. Informar sobre el problema
2. Tratar las informaciones con reflexión: huir de los lugares comunes para evitar trasladar los patrones sociales y culturales a los contenidos mediáticos
3. Evitar el morbo y el sensacionalismo
4. No tratar las informaciones como noticias de sucesos
5. No presentar los hechos de forma aislada sino como parte de un problema amplio: es importante contextualizar
6. Poner de manifiesto que la violencia nunca es justificable: es una cuestión de derechos humanos. Cautela con la mención de atenuantes
7. Buscar las fuentes adecuadas. Cuidar los testimonios de personas cercanas a la víctima y al agresor
8. Explicar bien los datos y estadísticas que se mencionan
9. Denunciar y proponer soluciones
10. Más artículos de opinión y reportajes
11. Mostrar historias de vida concretas. Utilizar más enfoques de interés humano, pero sin caer en el sensacionalismo
12. Más información como servicio
13. Proteger la intimidad de las víctimas e identificar quién es el agresor y cómo actúa
14. Cuidar el retrato que se realiza de las víctimas