

Tratamiento ético de la violencia de género en los medios

María Sánchez-Ramos,
Belén Zurbano-Berenguer,
Aurora Edo-Ibáñez (2024)

Madrid: Tecnos

La batalla contra la desinformación rampante no tiene fórmulas mágicas, pero sí pautas para mitigar su alcance. Y una de las que atañe directamente a quienes ejercen el periodismo se asocia con una labor honesta, rigurosa y consciente. La propuesta del catedrático de Ética de la Comunicación Hugo Aznar de lanzar una serie de guías sobre el tratamiento mediático correcto de determinadas cuestiones se antoja, por tanto, más que apropiada. Y no es casual que esta iniciativa, enmarcada dentro de la colección Ética de la Comunicación que él dirige, arranque con la violencia de género. Como recalca en su presentación, «es importante comenzar con este tema porque representa el mejor ejemplo de cómo los medios de comunicación pueden poner un tema en la agenda pública de la sociedad y conseguir así con el tiempo avances y mejoras a la hora de enfrentarlo entre todos» (p. 9)

Y no solo es relevante por eso. Pese a la desinformación e intoxicación que pretende minimizarla o directamente negarla, la violencia contra las mujeres es, según la OMS, «un problema de salud pública de proporciones epidémicas» (p. 13). En su erradicación, los medios de comunicación son responsables y partícipes, tal y como argumentan en el primer capítulo del li-

bro sus autoras, María Sánchez-Ramos, Belén Zurbano-Berenguer y Aurora Edo-Ibáñez. Bajo el título «Ética comunicativa en casos de violencia contra las mujeres: situando el debate», ofrecen datos, referencias legales y normativas para plantear la discusión sobre el alcance de los efectos de la presencia en la agenda informativa de esta cuestión, discusión en la que su postura es clara: sí se ha dado una influencia directa de la cobertura periodística en la sensibilización social sobre este problema.

Para argumentarla, describen en el segundo capítulo, «Breve historia de la deontología periodística en materia de violencias contra las mujeres en España», el proceso por el que se ha pasado de una información sobre crímenes «pasionales», sin contexto ni interpretación ni relevancia, a la asunción de enfrentarnos a un problema social preocupante, complejo y que requiere medidas políticas, judiciales y educativas para ser atajado.

El primer hito que ayuda a que se produzca esta transformación lo sitúan las autoras en el caso de Ana Orantes, la mujer asesinada en 1997 por su exmarido días después de denunciar en un programa de la televisión autonómica andaluza los malos tratos y violencia padecidos. Tras él, afirman, las agresiones contra las mujeres inician un recorrido informativo propio y entran en la agenda mediática. Con la teoría del *framing* como base de análisis, constatan que a los encuadres episódicos (inconexos, aislados y sin interpretación) se suman los temáticos, que aportan profundidad, análisis y voces expertas. Fruto de esa incipiente concienciación es el primer decálogo de recomendaciones a los medios de comunicación para tratar la violencia contra las mujeres, elabo-

rado por el Instituto Andaluz de la Mujer en 1999.

Se inicia así un lento camino en el que se dan pasos como la contabilización de las víctimas asesinadas por sus parejas o exparejas (el diario *El País* lo hace en 2001 y el Gobierno inicia la estadística oficial por violencia de género dos años después) o la aparición, ya en 2018, de las primeras editoras o corresponsales de género en los periódicos como *El País* o *eldiario.es*.

En estos años proliferan de hecho los códigos y decálogos. Son 48, según contabilizan las autoras del libro, un número en el que predominan las iniciativas institucionales y/o gubernamentales (64%) frente a las exclusivamente periodísticas (36%). Como ellas mismas advierten, este desequilibrio genera en ocasiones suspicacias entre los medios y sensación de injerencia, lo que se materializa en cierto desdén y desconocimiento.

Pese a la mayor concienciación, o quizá debido a ello, la labor periodística no está exenta de críticas. Entre estas, la variedad en la nomenclatura empleada para referirse al problema; el sensacionalismo y la espectacularización; la representación estereotipada de las personas y el problema; la revictimización de las mujeres; el abuso de fuentes institucionales y la ausencia de fuentes expertas (pp. 56 y 57), quejas que las propias autoras ilustran con ejemplos reales en los que ofrecen también propuestas de mejora.

El tercer capítulo se dedica a analizar las principales recomendaciones recogidas en el cerca de medio centenar de documentos elaborados en España hasta la fecha. Tal y como destacan, las recomendaciones más comunes son: defi-

nir la violencia contra las mujeres como una violación de los derechos humanos y un ataque a la dignidad e integridad de las mujeres (89%), huir del sensacionalismo (85%), apostar por una posición no neutral a la hora de abordar periódicamente el fenómeno (78%) y mantener el anonimato de la víctima (76%). También dedican un espacio a subrayar la labor de medios declarados feministas, como *La Marea* o *Pikara magazine*, que marcan una senda deontológica centrada en tres ejes: comprender en la complejidad, militar desde la profesionalidad y acompañar siempre a las mujeres (p. 86).

Con todas estas referencias como base, en el cuarto y quinto capítulos las autoras ofrecen la parte más práctica de la guía, con un claro objetivo de orientación y uso en el quehacer profesional. En primer lugar, trasladan una propuesta para un tratamiento periodístico de calidad estructurado en cinco ejes: el contexto, las fuentes, la protección de las mujeres y los/las menores, la información de utilidad y la redacción y la terminología. El enfoque de la violencia de género como un problema estructural, el recurso a fuentes expertas, el uso de datos, estadísticas e informes, o la preservación del anonimato de las víctimas son algunas de las recomendaciones que recogen. Esta propuesta viene acompañada por lo que las autoras definen como una «herramienta para la adecuación deontológica de la información sobre violencia contra las mujeres». Consiste en un listado de ítems de comprobación cuyo cumplimiento suma una serie de puntos que permiten evaluar el grado de corrección del tratamiento aplicado.

Con ello, y con los anexos que completan la obra, entre los que aparece una

agenda de recursos en los que se ofrecen direcciones y teléfonos de consulta y ayuda, se refuerza el carácter de utilidad de un libro que busca, como se indica en su contraportada, no solo ilustrar «el modo correcto de actuar por parte de la profesión periodística, sino sobre todo

contribuir también desde el periodismo a erradicar estas violencias».

Iñigo Marauri Castillo
Universidad del País Vasco/
Euskal Herriko Unibertsitatea
(UPV/EHU)