

MANUAL DE ESTILO PARA EL **TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA MACHISTA Y EL LENGUAJE INCLUSIVO** EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

(p.) Unió de Periodistes Valencians



Por Remei Castelló Belda y Anna Gimeno Berbegal

Este manual está realizado en cumplimiento del **Pacte Valencià contra la Violència de Gènere i Masclista** (2017). Concretamente, de la medida 5 del objetivo 4.1 en la línea estratégica 4.

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. Romper los muros que invisibilizan la violencia de género y machista y socializarlo como un conflicto político y social.

Objetivo 4.1. Generar un relato compartido de lucha contra la violencia de género y machista, sin la doble victimización de las mujeres, la confrontación política y social con los agresores machistas y la socialización del conflicto.

Medida 5. Actualización del manual *Notícies amb llaç blanc* de recomendaciones para abordar la violencia de género y machista en los medios de comunicación.

 Unió de Periodistes Valencians



Ajuntament de Castelló

Regidoria d'Igualtat d'Oportunitats de Dones i Homes

 caixa popular

Edita: Unió de Periodistes Valencians

Autoras: Remei Castelló Belda i Anna Gimeno Berbegal

Diseño y maquetación: Ariadna Rodríguez Masía y Antonio Mateo

ISBN: 978-84-09-06158-7

Dep.legal: V-2990-201

Primera edició: Castelló, noviembre de 2018

Una publicació de Unió de Periodistes Valencians financada per el Ajuntament de Castelló
www.uniperiodistes.org

Direcció: Plaça Forn de Sant Nicolau, 6 bajo izquierda – 46001 València

Teléfono: 96 392 09 68

Correo: administracio@uniperiodistes.org

Twitter: @uniperiodistes

Facebook: [uniodeperiodistes.valencians](https://www.facebook.com/uniodeperiodistes.valencians)

Las periodistas **Rosa Solbes** i **Emília Bolinches** comenzaron un camino muy difícil el 2002 cuando elaboraron el primer manual de la **Unió de Periodistes Valencians** –i valencianes– para el tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación: *Notícies amb llaç blanc*. Hablar de feminismo era difícil y tenía un coste elevado y ellas lo hicieron.

Sin estas y otras **mujeres con convicción y valentía** no se habría avanzado en la lucha por nuestros derechos. Somos conscientes y estamos orgullosas y agradecidas de continuar este legado y todavía más de hacerlo con el apoyo y la compañía de muchas de ellas. En el ámbito de la comunicación no podemos tener mejores referentes.

Hemos aprendido y celebramos también el trabajo de muchas **compañeras** que han elaborado manuales previos para una comunicación con perspectiva de género. Este texto tiene el punto de partida en el magnífico trabajo que se ha hecho previamente. A todas ellas les manifestamos nuestro agradecimiento.

También queremos mostrar nuestra gratitud y reconocimiento al **movimiento feminista valenciano**, que es el verdadero impulsor, con su lucha histórica, del Pacte Valencià contra la Violència de Gènere i Masclista en el que se recoge el compromiso de la Unió de Periodistes de editar este manual y al Ayuntamiento de Castelló por hacerse cargo de la financiación.

A riesgo de dejarnos a alguien sin mencionar, queremos agradecer también la colaboración de **Violeta Tena** y la confianza de la Unió de Periodistes; las sugerencias y las reflexiones sobre prostitución de **Ruth Mestre**; la revisión de la aplicación práctica del manual de **Lorena Tortosa** y **Victòria Maso**; a **Teresa Meana**, un oráculo –o una orácula ;)– para nosotras en cuanto al uso no sexista del lenguaje.

Estamos agradecidas también a **Herminia Royo** por las aclaraciones jurídicas desde la perspectiva feminista; a **Isabel Santos** por el repaso del marco legal; a **Julia Castillo** y las compañeras de la **asociación Lilith de mujeres sobrevivientes a la violencia de género**, por trasladarnos la voz de mujeres que sobreviven a la violencia.

A **Estefanía Navarrete**, inspectora responsable del grupo GAMA de la Policía Local de València, por compartir con nosotras sus vivencias y observaciones en relación al tratamiento de la violencia machista en los medios desde su valiosa experiencia con mujeres víctimas de violencia.

A **Maria Tamarit** y a **nuestras familias**, porque el apoyo desde el afecto y los cuidados es imprescindible.

A **muchas compañeras de profesión** que sería imposible mencionar aquí, por su apoyo y sus palabras de ánimo durante todo el proceso de elaboración de este manual.

ÍNDICE

Introducción	9
Cambiar el imaginario es cambiar la realidad	9
El conocimiento teórico, un enfoque político y herramientas prácticas	10
Capítulo 1 – La violencia machista	13
1.1 Formas de violencia machista	15
1.2 Terminología	16
1.3 Mitos	17
1.4 Ellas no aguantan por gusto	18
Capítulo 2 – Las mujeres	21
2.1 Las mujeres somos sujetos	22
2.2 Manipulación: desacreditar a las mujeres para desacreditar el feminismo	25
2.3 Ese gran mito machista: las mujeres, las principales enemigas de las mujeres	25
2.4 Recordamos la fórmula sujeto+verbo+complemento: hombres asesinan mujeres	26
2.5 Las mujeres no son las culpables	27
2.6 Exageradas, histéricas y ridículas	31
2.7 Vida anterior y posterior	32
2.8 Resiliencia	33
2.9 Sin paternalismo	34
2.10 Las depositarias de la honra	34
2.11 No hay un perfil de víctima	35
2.12 La credibilidad de las mujeres	35
2.13 El fantasma de las denuncias falsas	36
2.14 Famosas cuestionadas, famosos disculpados	36
2.15 Las madres malas	37
2.16 ¿Iniciales o nombre y apellidos de víctimas y agresores?	37
2.17 Las viudas negras	39
Capítulo 3 – Los agresores	41
3.1 No desviar la atención de la autoría ni disimularla	42
3.2 No mostrar a los agresores como víctimas de un hecho del que son autores. Es engañoso	43
3.3 El falso mito de las drogas, el alcohol, los celos, el desempleo, la depresión o los problemas económicos	44
3.4 El falso mito del divorcio, las discusiones o el desengaño amoroso	44
3.5 Hombres integrados y conocidos de las víctimas	44
3.6 Los agresores saben lo que hacen y actúan para humillar y ejercer poder sobre las mujeres	44
3.7 Identificar las normas de la masculinidad hegemónica	45
3.8 Consecuencias penales y condena de los actos del agresor	45
3.9 No era un hombre bueno, era un hombre que ejercía el poder que le otorga el patriarcado	46

Capítulo 4 – El enfoque	47
4.1 Algunas propuestas	48
4.2 Cómo enfocar con perspectiva de género. Un mismo hecho, diferentes miradas	52
Capítulo 5 – El relato	53
5.1 Terror sexual	54
5.2 Cultura de la violación	55
5.3 La libertad de las mujeres cuestionada	56
5.4 El tratamiento de las mujeres víctimas de otros prejuicios. Doble discriminación	57
5.5 Contextualizar la información	59
5.6 Precisión	61
Capítulo 6 – Las fuentes	63
6.1 Número de víctimas: diferentes contadores	64
6.2 Paridad en las fuentes, como mínimo	65
6.3 Evitar fuentes del entorno familiar	65
6.4 Las mujeres sobrevivientes y el movimiento feminista tienen voz	65
6.5 Voces expertas en violencia y género	66
Capítulo 7 – Tratamiento Audiovisual	67
7.1 Propuestas de uso de las imágenes en casos de violencia machista	69
7.2 Aspectos a tener en cuenta en el tratamiento de otros temas	72
Capítulo 8 – Lenguaje con perspectiva de género. Androcentrismo y sexismo: punto de vista y acciones	75
8.1 El androcentrismo	76
8.2 El lenguaje sexista	77
8.3 El androcentrismo y el sexismo tienen consecuencias	78
8.4 Propuestas prácticas para el uso del lenguaje con perspectiva de género	79
8.5 Rectificar es de sabios y sabias, si se hace bien	85
Capítulo 9 – Marco legal, rigor profesional y compromiso ético	87
Anexo 1. Enlaces a manuales y códigos deontológicos	94
Anexo 2. Enlaces a la legislación	95
Anexo 3. Más bibliografía y recursos	96

“La **objetividad** es el nombre que se da en la sociedad patriarcal a la **subjectividad** masculina”

Adrienne Rich (1929-2012)

Poetisa, intelectual, crítica y activista feminista

INTRODUCCIÓN

Este manual trata de ser una herramienta de trabajo eminentemente práctica para profesionales de los medios de comunicación, que en su tarea tienen que informar o abordar la violencia machista. Está dirigido a periodistas, fotoperiodistas, cámaras, realizadoras y realizadores, editoras y editores y todas aquellas personas que participan en la elaboración de contenido informativo y de entretenimiento en medios de comunicación y difusión.

Los medios de comunicación y las industrias culturales tienen una gran responsabilidad, no solo en cuanto a los temas que incluyen en la agenda informativa, el tratamiento y el lenguaje utilizado al redactar una información, la elaboración de un grafismo o la edición de un video, sino también por las decisiones en el tipo de programación, las imágenes seleccionadas tanto en espacios informativos como en los de entretenimiento, las canciones y artistas que promocionan, los criterios de admisión de publicidad, las personas invitadas a opinar o colaborar en espacios de debate o magazines, o la programación infantil, de forma que el deber de un tratamiento responsable de la violencia de género compromete a todas las secciones y los niveles de decisión. Es transversal.

Este manual resultará útil siempre que se acompañe de la implicación y el compromiso real no solo de cada profesional, sino de las direcciones de cada uno de los medios de comunicación. No podemos descargar exclusivamente sobre las espaldas de cada profesional esta responsabilidad, hace falta que se impliquen también las empresas y corporaciones. Se hace necesaria la implementación y dotación de planes de igualdad que incorporen en los medios la formación en perspectiva de género como un marco en el que poner en práctica las propuestas que aquí se recogen. Además, no hay que perder de vista que las facultades de comunicación y ciencias de la información tienen que ser el punto de partida para incluir esta formación más especializada.

CAMBIAR EL IMAGINARIO ES CAMBIAR LA REALIDAD

La sociedad está impregnada de una cultura machista en todos los ámbitos. Lo vemos en los discursos, los comportamientos, las representaciones y las prácticas sociales. Los medios de comunicación, como parte de esta cultura, reproducen y refuerzan estos significados con su discurso y contribuyen a construir un imaginario que potencia el patriarcado, los estereotipos y los roles no igualitarios. Afortunadamente, también tienen la capacidad para fomentar una cultura y construir una realidad más justa y equitativa que incorpore la perspectiva de género. Este manual pretende ser una herramienta que contribuya a este cambio social.

El objetivo es proporcionar conocimiento, herramientas y propuestas para facilitar que los medios ejerzan un rol activo en la lucha contra la violencia machista mediante la información rigurosa sobre este tipo de violencia y el uso no sexista del lenguaje. Además, este manual también pretende contribuir a abandonar la perspectiva

androcéntrica y transformar los discursos para configurar una mirada y una realidad igualitarias y respetuosas con las mujeres.

El lenguaje crea la realidad y prefigura el pensamiento. Lo que no se menciona no existe, pero lo que se menciona siguiendo el dictado patriarcal propicia un imaginario que, lejos de normalizar las relaciones en igualdad, aleja la libertad, los derechos y el respeto entre las personas.

Esta guía es fruto de un ejercicio de análisis del tratamiento de la violencia en los medios de comunicación. Las fuentes de las cuales hemos bebido son las publicaciones periodísticas que se mencionan a lo largo de este manual y los aprendizajes de valiosos trabajos realizados por compañeras profesionales e investigadoras, especialistas de diferentes ámbitos y territorios, filólogas, expertas en género, juristas y de cuerpos de seguridad. También hemos valorado especialmente las aportaciones de mujeres sobrevivientes, así como las inquietudes, observaciones y demandas de compañeras periodistas y fotoperiodistas que día a día informan sobre violencia machista.

EL CONOCIMIENTO TEÓRICO, UN ENFOQUE POLÍTICO Y HERRAMIENTAS PRÁCTICAS

La singularidad de este manual se encuentra, especialmente, en destacar la dimensión política y social de la violencia de género, introducir una dimensión pedagógica a partir de un mejor conocimiento de la complejidad que presenta este proceso y asumir que el tratamiento correcto no puede reducirse solo al caso concreto noticiable, sino a la manera y al punto de vista desde el que los medios con carácter global muestran y posicionan a las mujeres.

Es un planteamiento que implica eliminar prejuicios de género y contenidos estereotipados y cambiar las fórmulas rutinarias que se repiten en una gran parte de los medios y que inciden, en el peor de los casos, en la culpabilización de las mujeres y la justificación de los agresores y, a menudo, en la simplificación y trivialización del complejo círculo de la violencia de género.

Otra singularidad es el formato, con ejemplos de redacción y de enfoque rechazables –publicados recientemente en los medios de comunicación– y propuestas alternativas, pensadas para favorecer consultas rápidas y concretas con las que resolver dudas habituales y facilitar el ejercicio profesional cotidiano.

Los textos que acompañan cada propuesta tienen una finalidad aclaratoria del marco teórico que la sustenta para proporcionar un mejor conocimiento de los procesos complejos que implica la violencia de género, en los que intervienen elementos de una cultura patriarcal que ha sido normalizada y que continúa muy presente y a menudo invisible en nuestras prácticas y perspectivas.

Se trata de favorecer un tratamiento de este tipo de información al tiempo respetuoso con las personas afectadas y también riguroso, responsable y comprometido activamente con la erradicación de la cultura machista y de la violencia contra las mujeres.

La estructura y el planteamiento de este manual, con algunos ejemplos reales y actuales, trata de ayudar a hacer visibles las prácticas rechazables, que suponen, entre otras, la discriminación, la vulneración de derechos, la reproducción de la desigualdad de género, la culpabilización de las mujeres, la difusión de falacias, el mantenimiento y refuerzo de estereotipos de género, de identidad y de orientación sexual y, en definitiva, el reforzamiento de la cultura patriarcal que estamos denunciando.

Hay que señalar que los medios de comunicación, cuando hacen una interpretación de la realidad mediatizada por la cultura machista, pueden crear, entre otros, un mensaje moralizante y aleccionador que culpabiliza y responsabiliza a las mujeres y disculpa a los agresores. Estos discursos limitan los derechos y las libertades de las mujeres y las arrastran a la cultura del miedo, el sometimiento y la infantilización.

No nos olvidemos de que los medios no solo son transmisores de esos mensajes, sino que en gran parte también son creadores, y su relato puede propiciar que haya una reformulación de actitudes, de espacios, de comportamientos y de deseos.

Con la reciente legitimación social y el reforzamiento de las reivindicaciones feministas surge la paradoja de que, por un lado, las mujeres consiguen nuevos derechos y reconocimientos, pero, por otro, los discursos de los medios –también de las industrias culturales, el sistema judicial,... – continúan poniendo freno a esas libertades y alimentando el patriarcado.

La aplicación de la perspectiva feminista a la hora de informar sobre agresiones contra las mujeres, y también a todos los efectos, urge y es imprescindible para que se produzca el cambio social.

Capítulo 1

LA VIOLENCIA MACHISTA

La violencia machista no es exclusivamente una agresión en un momento determinado, es un proceso complejo con un cúmulo de fases de las cuales la agresión es la cúspide. Es estructural y multicausal.

El punto de partida para un tratamiento riguroso de los feminicidios es conocer el marco teórico que define esta violencia y aclarar dudas en relación a los diferentes temas que se utilizan para designarla.

Existen diferentes definiciones referidas a la violencia que los hombres ejercen contra las mujeres por el hecho de serlo. Una de las más completas y que ofrece un marco conceptual más aceptado y reconocido es la que se recoge en el Convenio de Estambul (en vigor en España desde el 1 de agosto del 2014):

«Por ‘violencia contra la mujer’ se deberá entender una violación de los derechos humanos y una forma de discriminación contra las mujeres -incluye a las niñas-, y se designarán todos los actos de violencia basados en el género que implican o pueden implicar para las mujeres daños o sufrimientos de naturaleza física, sexual, psicológica o económica, incluidas las amenazas de realizar dichos actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, en la vida pública o privada».

El convenio, además, reconoce como víctimas de este tipo de violencia a todas las mujeres, independientemente de si existe o no una relación afectiva o sentimental con el agresor. Y “el término ‘mujer’ incluye a las niñas menores de 18 años”.

Esta definición amplía la de la Resolución de la Asamblea General de la ONU 48/104 de 1994, que fue la primera. Las dos reconocen la violencia machista como una vulneración de los derechos humanos, sitúan la cuestión como un problema social y lo sacan del ámbito privado. Incorporan no solo la violencia explícita, sino también las amenazas, y la reconocen tanto en el contexto familiar como en el comunitario y el estatal. También se apoya en la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (conocida como CETFDCM o CEDAW), tratado internacional de Naciones Unidas firmado en 1979 que establece un programa de acción para poner fin a la discriminación por razón de sexo.

Una de las principales dudas a las que la profesión periodística se enfrenta a la hora de abordar temas de violencia sexual y derechos humanos es la de los conceptos de tráfico y trata de personas. Siguiendo las definiciones tendremos en cuenta que el

tráfico siempre es transnacional mientras que la trata puede no serlo. En el tráfico, las personas migrantes pueden haber ‘consentido’ participar en el desplazamiento transnacional, en el caso de la trata el consentimiento o no existe o no tiene valor como tal por la forma en que ha sido obtenido -coacción, fuerza, abuso o aprovechamiento de la vulnerabilidad-. El tráfico termina con la llegada al lugar de destino mientras en la trata la explotación persiste. El tráfico tiene por objeto el negocio de cruzar a personas a través de las fronteras mientras que la trata tiene como objeto la explotación de la persona.

Para informar sobre la trata de personas, habrá que tener en consideración la definición que establece el Protocolo de Palermo para Prevenir, Reprimir y Sancionar la Trata de Personas, especialmente mujeres y niños (sic), ratificado por España en el 2000. En este texto se establece qué se entiende por trata de personas y, de especial importancia, que el consentimiento obtenido mediante amenaza, engaño, fuerza, abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad, entre otras, no se podrá considerar como consentimiento. Así:

- a) Por “trata de personas” se entenderá la captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación. Esa explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos;
- b) El consentimiento dado por la víctima de la trata de personas a toda forma de explotación que se tenga la intención de realizar descrita en el apartado a) del presente artículo no se tendrá en cuenta cuando se haya recurrido a cualquiera de los medios enunciados en este apartado;
- c) La captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de un niño (sic) con fines de explotación se considerará “trata de personas” incluso cuando no se recurra a ninguno de los medios enunciados en el apartado a) del presente artículo;
- d) Por “niño” se entenderá toda persona menor de 18 años”.

1.1 FORMAS DE VIOLENCIA MACHISTA

Hay varias clasificaciones de violencia machista que conviene conocer para poder detectarlas y tratarlas como tales. El informe del grupo de especialistas del Consejo de Europa para combatir la violencia contra las mujeres (1997) establece las siguientes formas: violencia visible e invisible; implícita y explícita; violencia física, sexual, psicológica, económica, estructural, y espiritual. Otras autoras y autores también hablan de violencia política o institucional, simbólica, obstétrica, mediática, social, laboral y patrimonial.

La definición de la ONU añade, además, que **la violencia machista se da en diferentes contextos, entre los cuales se encuentran referenciados expresamente los medios de comunicación**. Bien de manera explícita –con pornografía, violencia física, representaciones de violaciones o de esclavitud sexual y utilización de mujeres y niñas como objetos sexuales–, o bien de manera implícita –con estereotipos sexistas como la imagen de la mujer como objeto sexual o ama de casa y los estándares de belleza inabarcables, entre otras.

En el marco del estado español, recientemente se ha ampliado el reconocimiento de víctima de violencia de género a las madres de niños y niñas asesinados en ejercicio de violencia contra las mujeres, así como a las personas menores de edad que se encuentran en un entorno de violencia de género, de forma que habrá que tenerlo presente en las informaciones.

El Pacte Valencià contra la Violència de Gènere i Masclista equipara, además, a las víctimas de violencia machista con las víctimas de terrorismo.

1.2 TERMINOLOGÍA

Los términos violencia de género, machista, doméstica, contra las mujeres, terrorismo machista, feminicidios... ¿Designan la misma realidad? ¿Nos remiten al mismo imaginario? ¿Son sinónimos? Pues no, y es importante conocer las diferencias para comunicar con precisión y rigor.

Violencia machista. Señalamos esta fórmula como terminología más precisa y que alcanza toda la complejidad del marco conceptual sobre el que hablamos en este manual, puesto que hace referencia a la cultura en que está el origen de la violencia de los hombres hacia las mujeres por el simple hecho de ser mujeres.

Violencia de género. Es una denominación ampliamente aceptada y utilizada. Es la que contempla la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Hace referencia al hecho de que la causa de la violencia está en las relaciones de género, pero lo hace de una forma más general y sin destacar aquello que sí que se resalta en la denominación de ‘machista’ y que hace referencia a una relación de dominación de los hombres sobre las mujeres.

Feminicidio. Hace referencia al asesinato de una mujer por el hecho de ser mujer. Marcela Lagarde fue pionera en el uso de este concepto en las investigaciones en castellano a finales de los años 90, en relación a los graves asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez. El sufijo -cidio significa ‘matar’. Este término resulta adecuado porque menciona quiénes son las víctimas y el hecho de que se ha producido un asesinato.

Violencia contra las mujeres. Se puede utilizar como un recurso para evitar las repeticiones y, por lo tanto, como un sinónimo de las anteriores opciones. La diferencia es que aquí se hace énfasis en quiénes son las víctimas y se omite quién es el agresor.

Terrorismo machista. Se puede utilizar como un sinónimo de las anteriores. Hace énfasis en el terror que causa.

No se deben utilizar los términos ‘violencia doméstica’ ni ‘violencia familiar’ si se trata de violencia machista. Por una parte, porque nos remite a la antigua interpretación de que la violencia contra las mujeres era una cuestión privada y no constitutiva de delito. Hay que tener en cuenta, además, que la violencia que se produce en el contexto de la familia puede no ser una violencia machista; puede ser, por ejemplo, violencia entre hermanos. Por otra parte, la violencia machista, por el hecho de ser una vulneración de los derechos humanos, está reconocida como un problema que no es privado, sino social, y que ocurre tanto dentro como fuera del ámbito familiar.

1.3 MITOS

A pesar de que cada día sabemos más sobre la violencia machista, todavía existen mitos y falsas creencias sobre esta. Los medios de comunicación han tenido una parte de responsabilidad en su construcción y difusión, y tienen también la oportunidad y la responsabilidad de romper con esta mala praxis y desmentirlos a través de una información rigurosa y una tarea pedagógica.

A la hora de informar, hay que reconocer los mitos y las creencias falsas como tales y no perpetuarlas. La mayor parte de estos mitos han aparecido al buscar una respuesta a las preguntas de por qué los hombres maltratan y por qué las mujeres ‘aguantan’. En la medida en que los medios faciliten información veraz en relación a estas preguntas, contribuirán a desmontarlos.

Desmontamos los mitos sobre la violencia machista:

1. No son hechos puntuales ni aislados. Afectan a un alto porcentaje de mujeres.
2. Pasa en todos los países del mundo, independientemente del nivel de desarrollo.
3. Ocurre en todos los estratos sociales y grupos étnicos, con diferentes niveles culturales, capacidad adquisitiva, formación académica, país de origen, profesión, edad, etc.
4. No es verdad que las mujeres maltratan igual que los hombres. La mayor parte de los delitos, en general, están cometidos por hombres (con datos segregados por ‘sexo de la persona infractora’, el total de personas condenadas en España por todo tipo de delitos, el 2017, según datos del INE, es de un 80,5% de hombres frente a un 19,45% de mujeres) y la violencia de género es ejercida exclusivamente por ellos.
5. El número de denuncias falsas por violencia machista es insignificante (un 0,01 %, según datos de la Fiscalía General del Estado de 2016). No se considera una buena práctica periodística alimentar este falso mito para cuestionar o poner en entredicho la credibilidad de las mujeres. Es conveniente, por otra parte, saber que existen los casos de denuncias cruzadas –cuando el agresor denuncia, a

su vez, a la mujer que lo ha denunciado a él- como estrategia para demorar los procedimientos judiciales y desacreditar a las mujeres víctimas.

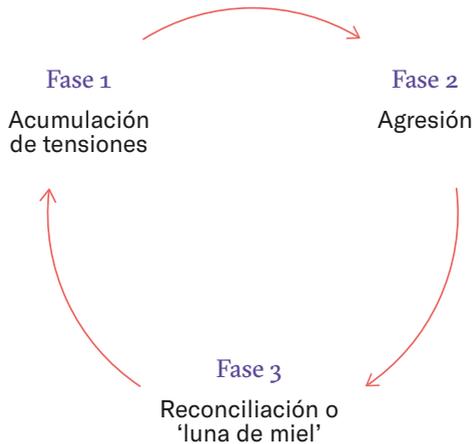
6. Haber sufrido maltratos en la infancia no es un factor suficiente ni determinante para ser maltratador.
7. Lo que induce a un hombre a ejercer la violencia machista no es ni una enfermedad mental, ni el alcohol ni las drogas. Son personas que actúan desde las creencias y las relaciones de poder de una cultura machista.
8. Los celos o el divorcio (entre otros) no son propiamente una causa de la violencia machista, son un detonante. Si las mostramos como causas, pueden ser utilizadas para excusar o justificar erróneamente al maltratador por la acción violenta y se esconde la causa radical -de raíz-: las relaciones de poder establecidas por el machismo en virtud de las cuales el agresor cree que puede controlar y ejercer una dominación sobre las mujeres.
9. No hay un perfil de mujeres víctimas de la violencia machista. Entre las víctimas hay mujeres que podrían responder a una infinidad de tipologías, características y talentos. Y lo mismo ocurre con los agresores.
10. Es falso que las mujeres 'aguanten' las relaciones de maltrato por masoquismo (o, como en ocasiones se sugiere, porque la situación no es en realidad tan grave como la describen). Hace falta que cada periodista conozca y referencie el círculo de la violencia en las informaciones.
11. Abandonar una relación de maltrato es muy difícil y complejo. Intervienen muchos factores, tanto sociales como psicológicos, económicos, de aislamiento... que cada profesional que elabora la información tendría que evidenciar, para que no se subestime la violencia.
12. No hay nada, absolutamente nada, que pueda justificar un maltrato.

1.4 ELLAS NO AGUANTAN POR GUSTO

EL CICLO DE LA VIOLENCIA (LEONOR WALKER, 1979)

Demasiado a menudo acostumbramos a leer en los medios que «ella había vuelto con él», que «ella había retirado la denuncia» o que «no era la primera vez que sufría malos tratos». Esta información, expuesta sin contextualizar, no hace más que reforzar los mitos que culpabilizan a las mujeres y alimentar la pregunta de por qué las mujeres no abandonan el entorno de violencia. Es importante que la persona que elabora la información introduzca en la medida de lo posible en la noticia la explicación que da el ciclo de la violencia de Leonor Walker a esta pregunta, aunque sea brevemente, para mostrar la complejidad de este proceso y dejar de culpabilizar a las mujeres.

El ciclo de la violencia de Walker, basado en el concepto de la «indefensión aprendida» de Martin Seligman –según la cual la víctima aprende que no puede cambiar la situación de maltrato y se acostumbra o se resigna a vivir con miedo– se explica a partir de tres fases que suelen darse en la mayor parte de los casos de maltrato de forma cíclica.



1. **Acumulación de tensión.** El agresor ejerce violencia verbal y provoca episodios aislados de tensión que aumentan y se acumulan. Al ser aislados, la víctima cree que podrá controlarlos y que desaparecerán: «Él puede cambiar», «Está nervioso, tiene problemas con el trabajo», «Él no es así»...
2. **Explosión o agresión.** Se produce una explosión de ira con violencia psicológica, física y/o sexual que deja a la víctima angustiada y conmocionada y comienza un periodo con sentimiento de culpa y vergüenza. Normalmente, en esta fase la agredida no pide ayuda todavía, sino que oculta los hechos a su entorno y empieza a perder contacto con este. En este punto, la víctima se distancia de la pareja.
3. **Calma, reconciliación o «luna de miel».** El agresor se mostrará arrepentido e intentará recuperar a la víctima con falsas promesas de cambio. La agredida creerá que la situación cambiará y empezará un periodo de tranquilidad hasta que el agresor sienta amenazado su poder sobre la mujer, y así el ciclo volverá a empezar.

A la hora de afrontar una noticia hay que tener en cuenta las cuestiones siguientes:

La mayor parte de las peticiones de ayuda se dan después de la segunda fase (agresión) y la mayor parte de las retiradas de denuncias tienen lugar en la tercera fase (de «luna de miel») o después de recibir amenazas de muerte del agresor hacia la víctima, precisamente por haber denunciado. La falta de respuesta de las institucio-

nes también incentiva la ausencia o retirada de denuncias y es un aspecto que hay que señalar como causa.

La tercera fase (calma, reconciliación, «luna de miel») es la que permite que el ciclo continúe y sirve de refuerzo positivo al agresor. A pesar de que su acción es terrible, se le perdona, él se siente disculpado y toma confianza. Esta fase tiende a desaparecer porque se incrementa en la víctima la tolerancia al maltrato, que se vuelve continuo.

La ruptura de la relación es la única manera de romper el ciclo y no es fácil conseguirlo sin ayuda exterior. En este punto, los medios de comunicación tendrán un papel fundamental en el reforzamiento del rechazo social hacia los maltratadores y el cuestionamiento de su actitud, y por otra parte en la legitimación de las víctimas, la difusión de la complejidad del proceso y en liberarlas a ellas de la carga injusta de la culpa y la responsabilidad de la violencia.

Esto implica un cambio en el discurso y el punto de vista que reproducen actualmente los medios de comunicación, una revisión de las rutinas y el tratamiento informativo, y un posicionamiento comprometido activamente con la erradicación de la violencia machista y los estigmas y estereotipos contra las mujeres.

LA TEORÍA DEL AISLAMIENTO

El aislamiento, la anulación, las agresiones a la autoestima, el sentimiento de culpabilidad, la dependencia o el chantaje con los hijos e hijas también ayudan a entender por qué algunas mujeres no abandonan al agresor y escapan de esta situación. Hay que tener en cuenta que, durante todo este ciclo de violencia, el agresor provoca una anulación y un progresivo aislamiento de las víctimas con respecto a su entorno que hacen que la mujer rompa o evite relaciones con la familia y las amistades, de forma que se sentirá indefensa para hacer frente a la situación.

No obstante, hay que señalar que el foco de las explicaciones no tendrían que recaer en por qué la víctima no evita la agresión o huye del entorno, sino en por qué el agresor ejerce la violencia: por el machismo cultural y estructural. Favorecer el aislamiento forma parte de esa violencia.

Recordamos que el ciclo de la violencia y la situación de aislamiento tendrían que estar presentes, explícitamente, en las informaciones que se elaboran.

Capítulo 2

LAS MUJERES

La forma en que los medios construyen el imaginario social sobre las mujeres, cuando abordan cualquier temática, influye en la manera en que la sociedad las posiciona y la credibilidad que les otorga, también en relación a la violencia machista. El compromiso para contribuir a erradicar la violencia contra las mujeres implica asumir, por lo tanto, un tratamiento libre de estereotipos patriarcales.

Es muy importante que cada profesional reflexione y se cuestione como muestra a las mujeres en los medios de comunicación. Es por eso que, en este apartado, además de tratar titulares e información sobre violencia machista, incluiremos ejemplos que muestran cómo los medios construyen una realidad que refuerza los postulados patriarcales más allá de los feminicidios.

2.1 LAS MUJERES SOMOS SUJETOS

NO SOMOS LAS «MUJERES DE»

Informar sobre hechos o acciones en relación a una mujer omitiendo su nombre y apellidos y definiéndola únicamente en función de la persona con la que tiene una relación afectiva, supone anularla como sujeto y reducirla a una comparsa o un complemento secundario sin voz ni capacidad de decisión. Anulamos o despreciamos su mérito propio y la colocamos en una situación de inferioridad y de subsidiariedad injusta y discriminatoria.

La mujer de Conde-Pumpido, magistrada del Tribunal Supremo

La Opinión de Zamora, 23 de julio del 2009 [VER](#)

Sería mejor decir: “Clara Martínez, nombrada magistrada del Tribunal Supremo”.

La mujer de Mijatovic diseña una suite lujosa de casi 25.000 euros

Levante-emv, 19-9-2018 [VER](#)

Sería mejor decir: La ingeniera y arquitecta Aneta Mijatovic diseña una suite lujosa de casi 25.000 euros.

ATROPELLO CICLISTAS

La mujer de un ciclista fallecido consigue que sea delito fugarse tras un atropello

El Congreso inicia la reforma del Código Penal tras la propuesta de Anna González para endurecer el castigo a los conductores que arrollen a ciclistas

Cadena Ser, 12 de septiembre de 2017 [VER](#)

Sería mejor decir: Anna González consigue que sea delito fugarse tras un atropello. La impulsora de la iniciativa, que perdió a su marido ciclista en un accidente, ha logrado que el Congreso emprenda la reforma del Código Penal.

TENEMOS NOMBRE Y APELLIDOS

A las mujeres se las tiene que mencionar con nombre y apellidos o, si se quiere usar solo una palabra, con el apellido. Hacer un tratamiento con los nombres propios o diminutivos infantiliza, desautoriza, resta relevancia y seriedad a la mujer. Se le concede un trato y una consideración desigual en relación a la que se da a los hombres en los medios de comunicación y provoca un agravio comparativo y un tratamiento discriminatorio. Es un sesgo sexista que contribuye a reforzar la asociación de lo masculino con mayor autoridad y prestigio. El hecho de utilizar el nombre o apellido de una persona tiene una significación social, hace referencia a cómo es percibida por las otras personas. Mencionar el apellido se interpreta como una consideración de mayor estatus y acreedor o acreedora de reconocimiento; no hacerlo contribuye a ensanchar la brecha de género en el prestigio y credibilidad que se atribuye a mujeres y hombres.

Casado responde a Soraya con un golpe de autoridad para evitar un foco de disidencia

El Confidencial, 27 de julio de 2018 [VER](#)

En el titular, el hombre es mencionado por el apellido y se enfatiza un ejercicio de autoridad sobre la mujer. La mujer es llamada por el nombre propio.

<http://www.lavanguardia.com/economia/20181108/452797457558/el-on-musk-tesla-robyn-denholm-presidenta.html%3ffacet=amp> 9:50:08

La Vanguardia

Tesla elige a una mujer para sustituir a Elon Musk en la presidencia



La directiva ya era parte de la junta de Tesla como independiente y cuenta con experiencia en el sector

Tesla elige a Robyn Denholm para sustituir a Elon Musk en la presidencia

• La directiva ya era parte de la junta de Tesla como independiente y cuenta con experiencia en el sector

La Vanguardia, 9 de noviembre de 2018

Un ejemplo de rectificación de titular, que omite la identificación con nombre y apellidos de una mujer, a partir de la presión en redes sociales.

NO SOM OBJECTES SEXUALS NI COMPLEMENTS DECORATIUS

Nuestro aspecto físico o nuestro atractivo sexual no puede ser motivo de noticia. Este tratamiento nos cosifica y nos reduce a meros objetos al servicio de un deseo masculino construido en el imaginario machista hegemónico contra los derechos y la dignidad de las mujeres.

«Las seis deportistas más sexys de los Juegos Olímpicos de Rio»
(El Mundo Deportivo, 3 d'agost del 2016) [VER](#)

«Villacís, la candidata más atractiva. Carmena no aparece en el ranking»
(La Gaceta, 12 de maig de 2015) [VER](#)

La única alternativa posible es no publicar este tipo de contenidos, puesto que no aportan ningún valor informativo.

Los rankings de belleza son infantiloides y malévolos. Colocar a las personas, en este caso a las mujeres, en una posición de concurso bajo el criterio masculino hegemónico de belleza, con los hombres como jueces, es una práctica machista del todo rechazable. No tiene ningún interés informativo, no solo cuando se trata del ámbito de la política, sino de cualquier ámbito. Supone cosificar a las mujeres, deshumanizarlas, reducir las a meros objetos. Desvía la atención y desprecia su faceta profesional o aquella por la que tiene que ser valorada realmente.

Feliciano López estrena rubia

La Verdad, 9 de agosto del 2016 [VER](#)

Una mujer cosificada, reducida y definida por el color de su cabello y estrenada como un coche: deshumanizada.



«El trio de las gorditas roza el milagro olímpico»
QS Quotidiano Sportivo, 8 de agosto de 2016 [VER](#)

Estos ejemplos son un atentado a la dignidad de las mujeres. Son señaladas por su peso unas mujeres que son noticia por sus méritos deportivos. El director de QS Quotidiano Sportivo fue despedido tras aparecer este titular.



Voz Pópuli, 13 de septiembre de 2018 [VER](#)

Otro ejemplo de cosificación de las mujeres y de desprecio a su faceta profesional. El medio corrigió el titular ante la presión en las redes sociales.

2.2 MANIPULACIÓN: DESACREDITAR A LAS MUJERES PARA DESACREDITAR EL FEMINISMO

Desacreditar a la persona para desacreditar sus argumentos es una vieja estrategia de manipulación. Este tipo de estrategia, conocida como ‘falacia ad hominem’, la encontramos en titulares o informaciones que tratan de deslegitimar el movimiento y el pensamiento feministas mediante el ataque a las mujeres y sus reivindicaciones.

«Las feminazis de la Complutense al grito de ‘¡Vamos a quemar la Conferencia Episcopal!’» (OKdiario, 8 de marzo de 2018)

«¿Porqué se pelean tanto las feministas en Twitter?», “La rivalidad, la agresividad y la frivolidad se ha instalado en el feminismo de las redes sociales» (La Sexta, 24 de julio de 2017)

El feminismo es un movimiento social y una manera de entender el mundo que defiende la igualdad entre mujeres y hombres, con una historia que se remonta siglos atrás y con una rica variedad de vertientes y líneas de pensamiento. El feminismo no es lo contrario del machismo.

2.3 ESE GRAN MITO MACHISTA: LAS MUJERES, LAS PRINCIPALES ENEMIGAS DE LAS MUJERES

La idea de que las mujeres somos las principales enemigas de las mujeres forma parte del imaginario masculino hegemónico. La cultura machista nos ha colocado siempre en posición de rivales, de competencia las unas con las otras para situarnos en mejores posiciones en los rankings establecidos por los hombres, que en este imaginario han sido y son la medida de todas las cosas, y que emiten los juicios de valor supuestamente legítimos sobre nosotras. De ahí nace la manera en que está

normalizado el juicio sobre el aspecto físico de las mujeres y la creencia de que los hombres tienen derecho a emitir valoraciones en voz alta sobre nosotras sin concernos, sin habernos pedido permiso y sin que les hayamos pedido la opinión. Los medios establecen y potencian este imaginario.

En el siguiente artículo, ellos aparecen en una imagen como colegas, con camaradería y entrenando, mientras que a ellas se las muestra con vestido de noche y con un texto que las sitúa como contrincantes en un enfrentamiento por sus maridos o compañeros. Llama la atención además que esta disputa ocupa la mayor parte de la página mientras en tan solo unas líneas del texto, casi al final, se menciona la existencia de una acusación por abuso sexual a uno de los entrenadores de los hombres protagonistas del relato.

Los rankings de mujeres basados en el aspecto físico son muy habituales en los medios, por no hablar del término WAGS –«Wives and Girlfriends»–, que ya establece como categoría el hecho de ser «mujeres y parejas de...» (omitiendo cualquier faceta de la vida de ellas que no sea la de pareja de ellos).



ABC, 17 de junio de 2018 [VER](#)

«La madre y la novia de Cristiano Ronaldo, enfrentadas»
(El País, 5 de septiembre del 2017) [VER](#)

«La llegada de Georgina Rodríguez a la vida del futbolista ha desplazado a Dolores Aveiro y ha provocado fricciones familiares» (El País, 5 de septiembre del 2017) [VER](#)

2.4 RECORDAMOS LA FÓRMULA SUJETO + VERBO + COMPLEMENTO: HOMBRES ASESINAN A MUJERES

Las mujeres víctimas de violencia machista no mueren ni aparecen muertas por arte de magia. Hay un sujeto de la acción violenta que es el hombre machista asesino. Nuestra propuesta es que se remarque el sujeto de la acción, el hecho de que un hombre ha asesinado a una mujer y que sea esto lo que trascienda y se instale en el imaginario de la sociedad para que esta condene y repudie estas acciones, para que identifique quién tiene la responsabilidad y se ejerza presión social.

Por otro lado, hay opiniones dentro del movimiento feminista y del periodístico que prefieren que la mujer, que ha sido asesinada o víctima de la violencia, tenga el protagonismo y encabece el titular. Esta opción también la contemplamos. Esto sí, el verbo es fundamental y recomendamos huir de las expresiones como «la violencia

de género se cobra la vida de...», «una mujer muere» o «aparece muerta», y mejor en este caso utilizar «ha sido asesinada».

La violencia de género se cobra la vida de 40 mujeres en lo que va de año

Europa Press, 11 de octubre de 2018 [VER](#)

Sería mejor decir: “40 hombres han asesinado a sus parejas en lo que va de año” y de esta forma hacer visible el sujeto de la acción y la acción.

Violencia machista

Hallan muerta a una mujer en Borriol en un posible caso de violencia machista

La familia llevaba días sin saber de la joven y la pareja de la víctima se encuentra en paradero desconocido

Levante-emv, 8 de septiembre de 2018 [VER](#)

En el momento en que se confirme que ha sido un asesinato, diríamos: Asesinada una mujer en Borriol en un posible caso de violencia machista. Y evitaríamos ‘muerta’.

También hay que fijarse en los ejemplos en que aparece desvinculado el asesinato de la mujer y la detención del agresor aún cuando hay pruebas o indicios claros de que existe vinculación de una cosa con la otra.

«Aparece asesinada una mujer en Orihuela y detienen a su pareja»
(RTVE, 27 de agosto de 2018) [VER](#)

Podríamos decir: Una mujer es asesinada presuntamente por su pareja en Orihuela. El sospechoso ha sido detenido.

2.5 LAS MUJERES NO SON LAS CULPABLES

La voluntad de las mujeres no es la causa de la violencia. No se debe culpabilizar a las víctimas pero en los medios podemos encontrar casos en que se sitúa la carga de la culpa, y por tanto la responsabilidad del asesinato o la agresión, sobre las mujeres, sobre las víctimas. A veces, se hace de forma más directa y otras, indirectamente. Lo vemos muy a menudo cuando construimos una frase y situamos la idea de que ella había pedido el divorcio justo antes de que él la asesinara o agrediera, o incluso simplemente por mencionarlo.

Los procesos de nuestro pensamiento, además de estar inevitablemente mediados por el lenguaje, nos hacen establecer relaciones de causa-efecto si se dan, al menos, dos condiciones: que A precede a B en el tiempo y que A y B están próximos en el espacio y en el tiempo.

Es por eso que, cuando afirmamos que «ella había manifestado su intención de divorciarse y él la mató», estamos favoreciendo enormemente el establecimiento de una relación de causa-efecto, situando la voluntad de la víctima como causa de la violencia y, por lo tanto, haciéndola responsable a ella y restando responsabilidad o favoreciendo la disculpa del agresor. Del mismo modo funcionaría con explicaciones como que ella había retirado la denuncia o cualquier otra acción previa que, en rigor, no tiene ninguna relación causal con la violencia, como por ejemplo que hacía calor o que habían discutido.

Así, hay que tener en cuenta que, cuando se mencionan hechos como la voluntad de las mujeres de divorciarse, separarse u otras circunstancias (como una discusión), hay que señalar que estas pueden ser detonantes, pero no las causas. En la información habría que mencionar que las causas de la agresión están en el machismo y contextualizar con referencias a la cultura patriarcal por la cual el hombre se siente propietario legítimo de la vida de la mujer.

Además, es mejor ubicar las decisiones de las mujeres separadas del hecho violento si queremos evitar la relación causa-efecto falaz. En el supuesto de que haya habido una retirada de una denuncia o se haya retomado la convivencia después de una agresión, habría que contextualizar la situación y mencionar el ciclo de la violencia.

Degüella a su hija de dos años en Alzira tras anunciarle su mujer que iba a dejarlo

Levante-emv, 13 de noviembre de 2017 [VER](#)

En este caso de Alzira, en el que él asesinó a su hija de 2 años mientras la madre iba a la comisaría a denunciar la situación, algunas publicaciones hacen un planteamiento que conduce a atribuir una imprudencia a la madre por dejar a la niña sola con su padre, el agresor. Aquí se activa la misma lógica que acabamos de mencionar y que establece una relación causa-efecto por el orden de exposición de los hechos -la acción de la mujer precediendo a la agresión- y producirse estos de forma próxima en el tiempo y el espacio.

A la luz de este relato se podría interpretar que ella tendría que haber previsto la capacidad e intención asesina del agresor y esto facilita el establecimiento del condicional: **si ella se hubiera llevado a la niña, él no la habría asesinado**. De esta forma se vuelve a atribuir la responsabilidad y culpabilidad a la madre.

«Asesinada a puñaladas por su marido un día después de pedir ayuda para divorciarse» (El Mundo, 11 de abril del 2018) [VER](#)

Sería mejor decir: Un hombre asesina a puñaladas a su mujer en un acto de violencia machista. Evitaríamos mencionar en el titular el hecho de que el día anterior la víctima pidió ayuda para divorciarse, para no contribuir a depositar en una acción o voluntad de la víctima la causa o la responsabilidad de la agresión.

«Yésica, la camionera asturiana que viajaba por Europa, degollada tras discutir con su novio» (El Español, 11 de septiembre del 2018) [VER](#)

Sería mejor evitar en el titular la mención a la discusión previa para no contribuir al establecimiento del vínculo falaz de causa-efecto que culpabiliza a la víctima. Por otra parte, cabría valorar si es necesario mencionar la profesión de la víctima ya que con ello podemos contribuir a la construcción de un perfil de víctima estereotipado que no es real.



Europa Press, 11 de octubre de 2018 [VER](#)

En este caso se hace mención a la posibilidad de que existiera una infidelidad por parte de la mujer con carácter previo al feminicidio. Se refuerza así un vínculo falaz entre la violencia machista y un impulso fruto de un arrebato puntual. Se contribuye a culpabilizar a la víctima, y se oculta la verdadera naturaleza y causa de la violencia de género radicada en un sistema de relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres.

ELLAS, BAJO SOSPECHA POR AGUANTAR

Destacar la idea de que las mujeres no salen del entorno de violencia también sitúa la responsabilidad sobre la víctima. La ciudadanía no tiene por qué conocer la complejidad del ciclo de la violencia machista y la enorme dificultad de romperlo y salir de una situación de riesgo.

Si explicamos que la mujer que es víctima de violencia ya había sido agredida o amenazada y no había abandonado al agresor abrimos un canal muy amplio que induce a culpabilizar, a pensar en una mujer que, a pesar de tener -supuestamente- la posibilidad de irse (es decir, de abandonar la situación de violencia y salvarse), no

lo ha hecho. Con esto, no solo ofrecemos una construcción simple y equivocada de la complejidad de los procesos de violencia de género, sino que también exigimos a la víctima que sea capaz de prever y prevenir la violencia y la convertimos en responsable de la agresión contra ella. Demasiado a menudo se piden explicaciones y respuestas a las mujeres en lugar de pedirles a los agresores. Una vez más, ponemos el foco de atención, las exigencias, las responsabilidades y -de alguna manera- parte de la culpa sobre las mujeres y perdemos una oportunidad de oro para hacer pedagogía y difundir un conocimiento más riguroso y profundo de este tema.

Es por eso que recomendamos introducir el ciclo de la violencia o, al menos, hacer referencia al hecho de que no es nada fácil abandonar a un agresor. El mismo miedo a que este ejecute a los hijos e hijas podría ser uno de los motivos de no plantear la separación como una posibilidad o de no denunciar. La falta de respuesta y protección por parte de las instituciones no genera tampoco la confianza suficiente para hacerlo.

Frases como «ella había retirado la denuncia» o «no era la primera vez que la agredía», en un texto que no aborda la complejidad del proceso, pueden resultar un dardo envenenado contra la víctima y una disculpa del agresor.

SUCESOS | Primera víctima de violencia del género del año

La mujer asesinada en El Cuervo se había separado de su marido varias veces

El Mundo y Europa Press, 3 de enero de 2010 [VER](#)

Sería mejor decir: La mujer asesinada en El Cuervo, atrapada en el ciclo de la violencia machista.

«El fiscal y la denunciante pidieron archivar dos causas contra el parricida» (SER Radio Castellón, 25 de setembre de 2018) [VER](#)

Si se da esta información en el titular, hay que contextualizar con información sobre el ciclo de la violencia, las retiradas de denuncias a causa del miedo y razones como la desconfianza en el sistema de protección y en el sistema judicial.

CAMINAR SOLA, POR LA NOCHE O BEBIDA NO ES CAUSA DE VIOLENCIA

Del mismo modo que se establece una relación causal que culpabiliza a las mujeres cuando se menciona su voluntad de divorciarse, los medios generan este mismo vínculo cuando se hace mención a otras conductas de las mujeres, como por ejemplo que iba sola, que caminaba por la noche, que hacía autostop o que había bebido alcohol previamente a la agresión. Estas referencias, que no suelen utilizarse en caso de víctimas que son hombres o víctimas de otros delitos, libera de responsabilidad

al agresor y sitúa la carga en las mujeres, a las que se les reprocha directa o indirectamente que exhiban conductas consideradas de riesgo o conductas socialmente reservadas a los hombres y que ñalan como causa o provocación del delito. Se trata de interpretaciones arraigadas al relato moralizante, paternalista y aleccionador hacia las mujeres, que dicta que estas no pueden vivir con libertad ni, en el ejercicio de los sus derechos, andar por la calle por la noche, solas o bebidas. Se da a entender que, si una mujer rompe las normas de la moralidad reservadas para ellas por la cultura patriarcal, tiene que saber que los hombres tienen permiso para acceder a ellas, están disculpados.

Continuar con este tipo de relato contribuye a mantener vivos los avisos aleccionadores hacia el resto de mujeres y, con ellos, a la cultura machista.

**La menor violada
en grupo pasaba
San Juan con
unas amigas
y se emborrachó**

La Provincia, 28 de junio de 2018 [VER](#)

«Indignación por el titular de este periódico sobre la chica violada en San Juan» (huffingtonpost.es, 29 de junio de 2018) [VER](#)

«Diana Quer «no iba bebida y estaba tranquila y feliz» la noche de su desaparición» (lasexta.com, 9 de julio de 2018) [VER](#)

Sugerimos obviar estas informaciones sobre las conductas previas de las mujeres porque no son causa de violencia y, por el contrario, pueden significar una nueva agresión a la víctima, puesto que favorecen su culpabilización. Cuando un hombre agrede una mujer que anda sola y por la noche, el foco tiene que dirigirse a la agresión.

2.6 EXAGERADAS, HISTÓRICAS Y RIDÍCULAS

Los medios también ridiculizan las reacciones de las mujeres ante situaciones tan graves como una agresión hacia ellas. Se cuestiona, se ridiculiza y/o se etiqueta de violenta y exagerada la reacción de la agredida en lugar de titular por el agresor y su acción.

En este ejemplo, solo un medio destaca como valiente la acción de la víctima. Si una mujer reacciona defendiéndose se la cuestiona y si no reacciona y es agredida, también. Hay que situar el foco en el agresor y en lo que puede suponer una acción como esta legal y socialmente.

«La brutal respuesta de una camarera a un hombre que le tocó el culo mientras trabajaba» (huffingtonpost.es, 18 de julio de 2018) [VER](#)

«La valiente reacción de una camarera cuando un hombre le toca el culo» (El Periódico, 20 de julio de 2018) [VER](#)

En ambos casos, la noticia no es que un cliente agrede a una mujer al tocarla sin su consentimiento, sino la forma en que la víctima se defiende del agresor. La mayor parte de los titulares sobre estos hechos destacan como exagerada la respuesta de la agredida frente a un solo medio que la valoró como valiente. La reacción de la víctima no fue un disparo o un acuchillamiento, fue un empujón que derribó al agresor sobre una silla.

2.7 VIDA ANTERIOR Y POSTERIOR

Cualquiera que haya sido la vida anterior o posterior de una víctima de violencia no debe servir para disculpar al agresor, culpabilizar a la víctima o desacreditar su testimonio.

Lo que no ocurre en otro tipo de delitos ocurre en el caso de la violencia machista. Se juzga si el comportamiento de la mujer cumple con las normas del patriarcado. Se revisan sus conductas a partir de las normas morales que han servido al sistema patriarcal para ejercer el control social sobre las mujeres y limitar su libertad así como culpabilizarlas y cuestionarlas.

En el tratamiento informativo no se debe utilizar la conducta de la víctima para restar importancia a cualquier tipo de agresión sufrida, atribuirle la responsabilidad o la culpa o cuestionar su testimonio. El ejemplo más claro lo hemos visto en la joven agredida en Pamplona por «la manada». Debería obviarse el análisis de la conducta previa o posterior a la agresión. La noticia es la agresión y su gravedad es independiente del comportamiento anterior o posterior de la víctima.

No se debe cuestionar, como hemos visto en algunos medios, si la víctima rehace su vida, si sale de fiesta con amigas, si tiene pareja, o si ha tenido amantes, ni referirse en ningún momento a si «tonteaba» con alguien o si mantenía varias relaciones.

«Amador estaba comido por los celos, creía que ella tenía un amante» (ABC, 28 de marzo de 2018) [VER](#)

En este titular se interpreta la violencia machista como un crimen pasional, un arrebató que tiene su origen en la conducta de la víctima. Se oculta que este tipo de violencia tiene su causa en las relaciones de poder que el patriarcado establece y refuerza, basadas en la voluntad de dominación de los hombres sobre las mujeres.

«La invitó a su piso tras una noche de fiesta y allí fue violada por tres hombres: el relato de la joven agredida en Alicante» (La Sexta, 17 de abril de 2018) [VER](#)

Dentro del texto de esta última noticia hay información contradictoria, como por ejemplo un destacado que dice «Tres detenidos por agredir sexualmente a una joven de 19 años a la que conocieron en una discoteca en Alicante», cuando en realidad conoció a uno de ellos y, al invitarla a su piso, aparecieron los otros dos y la violaron. Son errores muy graves porque **construyen una realidad falseada que lleva a un imaginario social que culpabiliza a las mujeres**. Estos errores son más habituales de lo que pensamos y es por eso que son muy importantes el rigor periodístico y la ética.

La vida "normal" de la chica violada en San Fermín: universidad, viajes y amigas

El Español, 9 de noviembre de 2017 [VER](#)

«'La manada' se defiende de la acusación de violación con una foto del Instagram de la víctima» (La Vanguardia, 17 de noviembre de 2017)

En estos dos casos también se alude y se cuestiona que la joven agredida tenga una vida como la de cualquier otra joven de su edad. Se deja entrever que si ha rehecho su vida no estará tan afectada y se induce a concluir que los hechos no habrán sido tan graves como la víctima ha relatado. Es una forma más de desacreditar el testimonio de la mujer y contribuir a disculpar al agresor o los agresores. De hecho fue una de las estrategias utilizadas por la defensa de los agresores precisamente en este caso. La cultura patriarcal condena a una mujer víctima de violación o agresión a cumplir con el estereotipo de "víctima perfecta", destrozada, afligida y victimizada de por vida, si quiere conservar la credibilidad.

2.8 RESILIENCIA

Mostrar que una mujer que ha sufrido violencia machista ha podido rehacer su vida puede tener un efecto demostrativo para otras mujeres que la están sufriendo, dar voz a las víctimas y, a partir de su relato, cumplir una función pedagógica y alentadora. Así, puede ser positivo contar la evolución favorable de mujeres que han sufrido violencia machista y que cuenten cómo han salido de esta situación. Ahora bien, no son las víctimas las que tienen que acabar con la violencia. Es una responsabilidad social.

En este sentido, se debe tener especial cuidado en el tratamiento informativo y en las campañas que se puedan desarrollar con esta intención y no se debe poner el foco en la responsabilidad de las víctimas cuando se habla de 'salir' de la violencia machista.

Este tipo de modelo tendrá presencia en los medios de comunicación cuando mujeres que han pasado por esta situación quieran contar su historia.

«Fui víctima de violencia de género y conseguí rehacer mi vida»
(eldiario.es, 28 de mayo de 2014) [VER](#)

«Siempre me imaginé muerta» (Pikara Magazine 13 de diciembre de 2017) [VER](#)

«Marina Marroquí: “Me considero fuerte e inteligente y a mí me han maltratado”»
(La sexta, 12 de noviembre de 2017) [VER](#)

«Pamela Palenciano ha representado en la Universitat su monólogo ‘No solo duelen los golpes’» (uv.es, 18 de septiembre de 2018) [VER](#)

2.9 SIN PATERNALISMO

No se debe presentar a la mujer como una persona que requiere tutela, débil y vulnerable a la que se puede agredir o, al contrario, se tiene que proteger. No tenemos que contribuir a esa infantilización. Hay que cambiar el imaginario en este sentido. La cultura machista ha contribuido a construir una idea de las mujeres como seres que necesitan ser tutelados.

~~Hba sola por la calle de madrugada~~

~~Eran tres chicas que habían salido de fiesta solas por Ibiza~~

2.10 LAS DEPOSITARIAS DE LA HONRA

No se debe tratar la violencia sexual como un descrédito hacia la mujer, el descrédito en todo caso debe recaer sobre el agresor. Hay muchas sutilezas a la hora de tratar el tema que pueden acabar por denigrar a la mujer que ha sufrido la agresión y mostrarla como una deshonor para ella misma o para la familia, al menos en el imaginario. Se realiza una apelación simbólica a la moral y la norma patriarcal por la que una mujer ha de preservar su ‘honra’ y resistirse de forma notoria a una agresión sexual para no ser cuestionada.

«En ningún momento ella dijo ‘no’»
(El Periódico de Aragón, 22 de noviembre de 2017) [VER](#)

«Giro en el caso de ‘La Manada’: la víctima dice que no la metieron a la fuerza en el portal y que no pudo negarse a las relaciones» (El Español -Navarra-, 14 de noviembre de 2017) [VER](#)

2.11 NO HAY UN PERFIL DE VÍCTIMA

No se debe estereotipar, cualquier mujer es susceptible de sufrir violencia machista. No hay un tipo de mujer víctima de esta violencia, cualquiera puede serlo, independientemente de su clase social, la formación, el trabajo, el talante, las condiciones de marginalidad, la migración, la pobreza... Y lo mismo ocurre con los agresores. Así, dado que no existe un perfil reconocido, es preferible que se evite destacar en los titulares características de las víctimas que puedan contribuir a reforzar ideas estereotipadas de la existencia de un perfil, es decir de una mujer que supuestamente cumple una serie de características que la hacen más vulnerable o propicia a sufrir violencia machista. Es el caso de titulares que señalan innecesariamente, por ejemplo, que la víctima era de una determinada nacionalidad o profesión.

2.12 LA CREDIBILIDAD DE LAS MUJERES

La cultura machista desacredita la voz de las mujeres. La figura de autoridad «oficial» son los hombres. Es por eso que se puede encontrar titulares o publicaciones que directa o indirectamente cuestionan la credibilidad de las víctimas. A las mujeres, a pesar de ser las víctimas, se les exige un relato y un comportamiento absolutamente coherente y sólido.

Las agresiones sexuales y la violencia de género son los únicos delitos donde las víctimas tienen que demostrar su versión: que han sido agredidas. Así, las mujeres tienen que justificar tanto su respuesta como la ausencia de respuesta ante una situación de agresión sexual o de maltrato y en el caso de la violencia sexual incluso demostrar que se resistieron de forma notoria.

La joven dice que no se resistió a sus violadores en Sanfermines porque entró «en shock»

El Correo, 15 de noviembre de 2017 [VER](#)

«El informe médico de la joven que denunció una violación múltiple en San Fermín apoya la versión de la agresión sexual» (Antena 3, 10 de noviembre de 2017) [VER](#)

Por otro lado, también se las desacredita cuando se utiliza el recurso de las metáforas sexistas: «reinas de», «sirenas de» o «estrellas de la pista» son títulos honoríficos que invisibilizan nombres, apellidos y méritos. Es un lenguaje periodístico que no habla de la lucha para conseguir aquello por lo que han sido noticia. Transmiten pasividad en relación a las mujeres, como si los éxitos les hubieran caído del cielo o fueran una concesión. No como ellos, a los que el relato dominante los sitúa en el lugar de los que consiguen todo fruto de su esfuerzo, a menudo –en la información deportiva– heroico y épico. Estas fórmulas de descrédito suelen ser excepcionales con los hombres y a menudo van entre comillas y seguidas inmediatamente por el nombre y apellido.

2.13 EL FANTASMA DE LAS DENUNCIAS FALSAS

El mito de las denuncias falsas está directamente relacionado con el descrédito que la cultura patriarcal atribuye a las mujeres. Esta idea que las mujeres denuncian falsamente para obtener un beneficio o ventaja en las separaciones está sobradamente desmentida por los datos oficiales del Consejo General del Poder Judicial. La institución asegura que estas solo representan el 0,01% (memoria de 2016), un dato que también se puede obtener de la Fiscalía General del Estado, las dos fuentes más importantes. Cuando se informa sobre una denuncia falsa, hay que contextualizarla correctamente con los datos globales. No se debe generar la idea de que es una práctica habitual, porque no lo es en absoluto, salvo que el objetivo sea trivializar la violencia de género y desautorizar el sufrimiento y la discriminación de las mujeres.

Una mujer es condenada por una falsa denuncia de violencia de género contra su ex novio

ABC, 26 de abril de 2018 [VER](#)

Esta información pone el énfasis en el 0'01% de denuncias que fueron consideradas falsas. Es decir, en una circunstancia que es anecdótica, absolutamente mínima y carente de significación estadística.

«Sólo dos denuncias falsas por violencia de género entre 2012 y 2014»
(atresmedia.com, 17 de marzo de 2016)

Esta información, por contra, señala la escasísima relevancia de las denuncias falsas por violencia de género.

La Fiscalía no probó ninguna denuncia falsa por violencia de género el año pasado

eldiario.es, 6 de septiembre de 2017 [VER](#)

2.14 FAMOSAS CUESTIONADAS, FAMOSOS DISCULPADOS

En los casos de denuncias de mujeres famosas, la práctica de los medios hasta ahora ha sido la de restarles credibilidad y poner en entredicho la agresión, además de hacerlas objeto de un tratamiento sensacionalista. La mayoría de los casos se han abordado de forma frívola en programas del corazón. Casos como los de Carmina Ordóñez o María Jiménez son algunos ejemplos. Mientras, los agresores famosos son tratados con benevolencia y condescendencia. Se pone en entredicho que hayan sido capaces del maltrato, se les presenta como posibles víctimas de un chantaje y se les continúa homenajear.

En el caso de aquellos que han asesinado a su pareja, como Bertrand Cantat u Oscar Pistorius, no han sufrido las consecuencias sociales de sus actos, más allá de

las judiciales. En las noticias sobre el juicio y sobre los recursos posteriores presentados por Pistorius, este todavía aparece como una leyenda del atletismo y se destacan sus méritos deportivos. Por su parte, Bertrand Cantat, después de cumplir la condena, ha sido portada de una revista cultural francesa. La revista Elle puso el grito en el cielo y sacó en portada –para contrarrestar la situación– una imagen de la actriz Marie Trintignant, asesinada por Cantat. El movimiento #Metoo ha reducido la tolerancia de la sociedad ante los maltratadores.

2.15 LAS MADRES MALAS

La cultura machista adjudica a las mujeres el rol de cuidadoras y la responsabilidad de la crianza de la descendencia, de forma que convierte a las madres en responsables subsidiarias de las acciones de los hijos y las hijas. Así, encontramos que se sitúa el foco en ellas cuando se busca responsables del comportamiento de su descendencia.

La campaña del Ministerio de Sanidad de noviembre del 2017 sobre el consumo de alcohol en adolescentes fue un escándalo por el mensaje sesgado que lanzaba a chicos y chicas (ellos tenían que cuidar su cuerpo y ellas su honra). Pero, además, en un principio se dirigió el mensaje irónico hacia la madre, diciendo «tranquila, tu hija/ tu hijo no bebe», de forma que se la responsabilizaba de este hecho y de su ignorancia. Después, tuvieron que rectificar.

▮ «Tranquila, tu hija no bebe» [VER](#)

El comportamiento de la madre –como modelo– también es cuestionado ante un hecho trágico de alguno o alguna descendiente:

Las fiestas con hombres de la madre de Diana enredan la desaparición de su hija

esdiario.com, 30 de octubre de 2016 [VER](#)

▮ «Diana López: ‘No tuve ninguna discusión con mi hija aquella noche. Es una mentira’» (Antena 3, 10 de noviembre de 2017) [VER](#)

2.16 ¿INICIALES O NOMBRE Y APELLIDOS DE VÍCTIMAS Y AGRESORES?

Hay que tener cuidado en cómo se nombra a las mujeres que son víctimas de violencia machista, en primer lugar por su propia seguridad y, después, por respeto al derecho a su intimidad y su imagen, que son, además, derechos fundamentales.

Si nos atenemos al criterio legal, no se tendría que revelar ni el nombre ni los apellidos, ni tampoco ninguna información sobre las víctimas que pueda facilitar su identificación (como por ejemplo el barrio, la calle, la profesión...) –excepto en caso de autorización expresa de la misma persona afectada o, en su defecto, del entorno familiar–, porque se trata de personas bajo protección policial. Además, por un lado, se puede poner en riesgo a la persona y a su familia y, por otro, se puede vulnerar el derecho a su intimidad y a su imagen, así como perjudicar la investigación. Facilitar la identificación pública de las mujeres podría además revictimizarlas, al exponer abiertamente en su entorno detalles de la situación que ha vivido y que la víctima no necesariamente desee hacer públicos.

Una alternativa a los nombres es utilizar las iniciales o, en el caso de la radio y la televisión, en que la locución de iniciales resulta complicada, sencillamente no hacer alusión a nombres.

La proximidad de los hechos es un criterio informativo, pero se puede hacer referencia a la proximidad territorial sin necesidad de concretar hasta el punto de permitir al entorno identificar a la víctima. Hemos visto noticias que indican incluso el número del patio de la residencia de la víctima, algo que se podría haber obviado perfectamente sin restar calidad a la información.

A veces es la misma familia la que hace público el nombre, como por ejemplo en casos de desapariciones, y por tanto la identificación de la víctima. Si es así, la autorización familiar expresa y la peculiaridad de la situación conducen a identificarla.

Algunos medios se refieren a las mujeres con una familiaridad impropia del lenguaje periodístico riguroso, como por ejemplo con diminutivos o calificativos. Esta es una práctica que, como se expone en epígrafes anteriores, no se utiliza con los hombres y supone una falta de consideración hacia las afectadas. Otros medios utilizan las iniciales, los nombres de pila seguidos de iniciales o incluso nombres y apellidos.

Por otro lado, dentro del movimiento feminista hay opiniones que piden la visibilización de las mujeres víctimas, dando a conocer sus nombres para que no queden en una mera cifra y para mantenerlas en la memoria. Así, no es extraño encontrar en actos feministas de reconocimiento o reivindicación los nombres de las mujeres asesinadas. Entendemos que se trata de espacios sociales de homenaje y que tienen objetivos y una repercusión diferente a la de los medios de comunicación.

En cuanto a menores, no hay duda: no se tiene que exponer su imagen ni gráficamente ni con la mención del nombre y los apellidos. Sus derechos están especialmente protegidos y, a pesar de que la legislación exige la autorización parental, incluso hay casos de demandas de menores contra el padre y la madre o la familia por haber divulgado su imagen sin su consentimiento.

En cuanto a los agresores, sobra decir que siempre habrá que señalar, si procede, su condición de presunto, si lo es, mientras no haya sentencia. En cuanto a identificarlo con nombre y apellidos, es una práctica considerada favorablemente en el ámbito feminista y el policial, entre otras razones porque puede permitir evitar nuevas

agresiones o proteger a otras posibles víctimas. Esto no es nuevo: el nombre de quien tiene deudas de multas de tráfico se hace público en los boletines oficiales, y en el ámbito privado se han permitido las listas de morosos para prevenir a agentes bancarios o empresas.

Parte del movimiento feminista es favorable a que se conozcan los nombres y la imagen de los agresores y que esta información sea pública y fácilmente accesible, así como la relación de condenados por agresiones machistas. Las mismas mujeres sobrevivientes solicitan que la lista de condenados, accesible para la policía y para el sistema judicial, sea pública por seguridad de las mujeres y por interés público.

2.17 LAS VIUDAS NEGRAS

Otro aspecto a tener en cuenta es que los medios se ensañan con una mujer que ha cometido un acto de violencia o ha inducido a alguien a hacerlo. El tratamiento es muy diferente al que dan a los agresores masculinos. Incluso muestran a los autores como unos «muñecos» al servicio de ellas cuando el brazo ejecutor del crimen o la agresión han sido ellos. Los muestran como víctimas, en lugar de como asesinos. Además, a ellas las califican con motes que, sin ninguna originalidad, repiten continuamente, o bien las mencionan por sus nombres de pila y no con nombre y apellidos. En este punto, los medios de comunicación tendrían que hacer una reflexión y evitar el calificativo fácil, la repetición, el refuerzo de estereotipos y el ensañamiento.

Una fórmula para comprobar si se repiten las prácticas cuestionables es realizar un ejercicio de inversión del género de los sujetos en la información que se ha redactado.

El regreso de la ‘viuda negra’: besos y risas en su primera salida de prisión

Conchi, acusada de asesinar a su marido tras 15 días de matrimonio, acude al registro de la caravana donde lo citó para una cena / La mujer pasó del llanto desconsolado a la sonrisa fría

El Mundo, 5 de septiembre de 2018 [VER](#)

En estos titulares, las dos “viudas negras” son nombradas con diminutivos: Maje y Conchi.

«Salva, el esclavo para todo de Maje, la viuda negra: recadero, amante y asesino» (El Español, 2 de febrero de 2018) [VER](#)

«Maje, una historia de sexo y manipulación» (Las Provincias, 2 de marzo de 2018) [VER](#)

En estos ejemplos se pone el énfasis en el estereotipo de mujer manipuladora.

Capítulo 3

LOS AGRESORES

Un hombre violento dispuesto a pasar a la acción violenta ante una contradicción o sentimiento de «perder la partida» frente a una mujer que creyó propia, a su servicio y bajo su mandato, es un asesino en potencia [...]. Un individuo que tiene asociada su potencia machista a la relación con una mujer, que se erige en autoridad máxima gracias al diseño de la sociedad patriarcal: en jefe del hogar y *pater familiae*, está dispuesto a destruir lo que considera que le hace peligrar su poder.

Sonia Vaccaro, «Violencia vicaria: las cosas por su nombre»
Tribuna Feminista

El agresor es un sujeto que ejerce la violencia contra una mujer por el hecho de ser mujer, desplegando sobre ella, directamente o mediante los hijos y las hijas, un ejercicio de poder y dominación amparado por la cultura patriarcal.

Esta realidad es la que tienen que mostrar y denunciar los medios de comunicación en su relato. Es responsabilidad de estos no legitimar el ejercicio de la violencia y disculpar o justificar a los agresores. Todo lo que signifique liberarlos de responsabilidad es un refuerzo de los estereotipos y de la estructura y el imaginario machista que origina la violencia contra las mujeres.

3.1 NO DESVIAR LA ATENCIÓN DE LA AUTORÍA NI DISIMULARLA

Esconder o disimular la intervención del hombre con el uso de verbos en forma impersonal o fórmulas que no lo identifican como autor de una agresión o feminicidio contribuye a quitarle la responsabilidad y a mantener los estereotipos que amparan estos crímenes.

En este sentido, cuando el avance de la investigación lo permita, se tiene que evitar el uso de formas impersonales como «desaparecen» o «ha aparecido muerta» porque esconden el sujeto de la acción y la razón política por la cual las mujeres «desaparecemos» o «aparecemos muertas»: en realidad, alguien nos hace desaparecer o nos mata, viola o tortura.

Es más preciso identificar claramente quién es el que hace la agresión cuando se disponga de confirmación; y todavía se puede ir más allá: es un hombre legitimado por el sistema patriarcal el que sostiene esta violencia y hay que evidenciarlo.

Además, es conveniente optar por verbos que clarifiquen o identifiquen la acción. El uso de los verbos como ‘aparecer’ o ‘desaparecer’ restan visibilidad a la agresión. Si una mujer está muerta y tiene un cuchillo clavado en la espalda, no ha muerto, ha sido asesinada.

Por otro lado, se exige coherencia, y no solo en cuanto a los informativos o a los diferentes géneros periodísticos. Si un medio denuncia o cuestiona este modelo, no es

ético que a continuación emita una película, unos anuncios publicitarios o un programa que perpetúe estos roles de violencia y dominación, ni que promocione un producto musical o a un cantante que haga el mismo.

«Una mujer aparece muerta por arma blanca en Reus»
(Levante-emv, 23 de febrero de 2011) [VER](#)

3.2 NO MOSTRAR A LOS AGRESORES COMO VÍCTIMAS DE UN HECHO DEL QUE SON AUTORES. ES ENGAÑOSO

No se debería titular ni tratar en el texto a un agresor como víctima. Ni siquiera si él ha muerto en la acción (bien por accidente o por suicidio). Ellos son los autores, los asesinos, y no se puede disimular la acción ni disculparlos. Además, es engañoso.



El Correo Gallego, 16 de agosto de 2015 [VER](#)



La Vanguardia, 1 de octubre de 2018 [VER](#)

Pese a que la entrada atribuye la responsabilidad del siniestro al padre y en ella se afirma que este “estrelló el coche de forma voluntaria”, el titular habla de “accidente” y de que el hijo murió. Pero de ser cierta la afirmación de la entrada, realmente el niño fue asesinado por su padre. Por otra parte, el titular conduce a equívoco, como si hubiera habido una tercera persona que provocó el accidente en el que “murieron” padre e hijo.

3.3 EL FALSO MITO DE LAS DROGAS, EL ALCOHOL, LOS CELOS, EL DESEMPLEO, LA DEPRESIÓN O LOS PROBLEMAS ECONÓMICOS

El consumo de drogas o bebida, el carácter violento o celoso, la depresión, el desempleo o la angustia provocada por problemas económicos no son la causa de las agresiones ni tienen que servir de atenuante o justificación en el relato. Si estas situaciones fueran causa de violencia, los índices de asesinatos se multiplicarían exponencialmente. Es importante dejar claro que la causa de la violencia de género es el machismo y que los primeros responsables y culpables de las agresiones son los que agreden, así como que ninguna de estas circunstancias señaladas es una causa, a pesar de que puedan estar presentes en el entorno de violencia.

«Un drogadicto mata a su mujer y dispara a su hijo»
(El Periódico de Aragón, 1 de julio de 2003) [VER](#)

«El doble parricida de Castellón, un azulejero en paro»
(Las Provincias, 26 de septiembre de 2018) [VER](#)

3.4 EL FALSO MITO DEL DIVORCIO, LAS DISCUSIONES O EL DESENGAÑO AMOROSO

Lo mismo pasa al atribuir los actos de los agresores a un divorcio, a una discusión o a un desengaño amoroso. Si los medios destacan alguno de estos aspectos como factores causales, contribuyen a crear una opinión pública benévola con el agresor, favorecen la idea de que el agresor actúa motivado por la víctima y perpetúan el sistema patriarcal.

3.5 HOMBRES INTEGRADOS Y CONOCIDOS DE LAS VÍCTIMAS

Es engañoso presentar a los agresores como unos hombres no integrados en la sociedad, que sufren alienación momentánea o depresión. Los agresores pertenecen a todas las clases sociales, nacionalidades, etc. y la mayoría tienen una vida cotidiana corriente. Además, normalmente son la pareja, expareja o son hombres conocidos y del entorno de confianza de las víctimas.

3.6 LOS AGRESORES SABEN LO QUE HACEN Y ACTÚAN PARA HUMILLAR Y EJERCER PODER SOBRE LAS MUJERES

La violencia de género no es fruto de un impulso o una situación límite. Forma parte de un proceso en el que se dan múltiples y continuados episodios de violencia más o menos visibles. Los agresores no suelen improvisar un feminicidio o un acto violento; son frecuentes los casos en los que lo han pensado y lo han preparado. Si se sabe habría que remarcarlo en la noticia y no disculpar a los agresores para evitar

que se interprete equivocadamente como un arrebato. Hay que evitar centrarse en aspectos de la personalidad del agresor que puedan justificar su conducta o las circunstancias que lo han llevado a esta situación.



El Mundo 6 de septiembre de 2018 [VER](#)

3.7 IDENTIFICAR LAS NORMAS DE LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA

Se debe, cuando sea posible, hacer visible en el relato la relevancia de la cultura sexual masculina y las normas de la masculinidad hegemónica en la violencia de género. La demostración poder, la exhibición de virilidad, la dominación sobre la mujer a la que se considera propiedad, la defensa de los privilegios de la masculinidad patriarcal, la homofobia, entre otros, son factores íntimamente ligados que no pueden, por tanto, obviarse cuando se elabora una publicación con rigor.

3.8 CONSECUENCIAS PENALES Y CONDENA DE LOS ACTOS DEL AGRESOR

El compromiso con la erradicación de la violencia exige la divulgación de las consecuencias penales de las agresiones machistas para evidenciar el rechazo institucional y social hacia estas prácticas violentas y contribuir a una condena social contundente y explícita que conduzca a la destrucción de cualquier entorno permisivo con los agresores.

Las penas contra la violencia machista están recogidas en el Código Penal, si bien en su aplicación dependen del delito –injurias, vejaciones, amenazas, coacciones, lesiones, agresiones y abusos sexuales, tortura, trata, asesinato...– y otras circunstancias probadas –presencia de menores, uso de armas...–, y todas están agravadas si hay o ha habido una relación afectiva entre la víctima y el agresor. Además, el artículo 22.4 del Código Penal recoge por primera vez las razones de género como un agravante.

En las informaciones se puede recordar cuáles son las penas en la violencia machista. También hechos como que en las prisiones españolas ya hay más reclusos por violencia de género que por tráfico de drogas (El País 8-1-18), según un estudio del Instituto Andaluz Interuniversitario de Criminología de la Universidad de Málaga. Uno de los datos más recientes –y que los medios pueden utilizar– es que en 2016 las penas impuestas a agresores llegaron hasta los 25 años de prisión, según aparece en la memoria del “grupo de expertos” (sic) en violencia género del CGPJ, datos de 2016 publicados en 2018.

3.9 NO ERA UN HOMBRE BUENO, ERA UN HOMBRE QUE EJERCÍA EL PODER QUE LE OTORGA EL PATRIARCADO

Hay medios que destacan características de los agresores que se corresponden con aspectos muy comunes y, por lo tanto, dentro de lo que denominamos «normalidad»: «Era un buen vecino», «era un buen padre», «un hombre bueno» e incluso «un héroe». Se enfoca la información desde la sorpresa de que un hombre corriente asesine a su familia. Este planteamiento lleva a equívoco, porque la causa de la violencia de género es la cultura machista, que es precisamente la más común, la que encontramos diariamente por todas partes. Es necesario que se asuma y que se difunda el hecho de que el perfil del maltratador es un perfil de hombre corriente que mata por el hecho de ser hombre con convicciones machistas y amparado en una estructura social patriarcal. No es incompatible el hecho de que un hombre haya realizado acciones positivas hacia la comunidad o la sociedad en general y que, en cambio, realice acciones crueles y violentas hacia la mujer, por el hecho de ser mujer. Por lo tanto, no es conveniente mostrar sorpresa ni tampoco la agresión como un hecho impropio del agresor, como si fuera a causa de un arrebato porque obviamos el entramado patriarcal que le empuja y lo legitima.

«Crimen de La Orotava: El ‘familicida’ que fue héroe en Afganistán»
(El Mundo, 22 de julio de 2018) [VER](#)

«“Era un héroe... Sólo puedo pensar que viniera tocado de Afganistán. Porque no reconozco al padre que ha matado a sus dos ángeles. Las adoraba”, relata compungido un compañero del Ejército que lo conocía desde hace casi 30 años»
(El Mundo, 22 de julio de 2018) [VER](#)

«No puedo entender que un hombre tan bueno con una familia que nos parecía perfecta fuera capaz de esto» (El Mundo, 22 de julio de 2018) [VER](#)

«La extraña muerte de Israel, el héroe de Afganistán ahorcado, y su mujer y dos hijas, envenenadas» (El Español, 17 de julio de 2018) [VER](#)

Capítulo 4

EL ENFOQUE

La violencia de género es compleja y la forma en que se enfoca su tratamiento es una responsabilidad que implica un posicionamiento político y un compromiso social. Abordarla desde el rigor profesional exige conocer y difundir su complejidad y desarrollar prácticas informativas que contribuyan a desenmascarar, desacreditar y finalmente erradicar la cultura machista.

4.1 ALGUNAS PROPUESTAS

1. **Ubicación en la sección política.** Se trata de un asunto de dimensión social y política y hay que ubicarlo en esta sección o en otras de marco territorial como 'Comunitat Valenciana'. No se tendría que poner en las secciones de sucesos ni sociedad.
2. Relevancia: **abriendo informativos y secciones.** Tal como lo hacíamos con los atentados terroristas. Es una cuestión de máxima gravedad e interés social.
3. Es necesario ampliar el foco, **no centrarse** solo en el caso concreto, sino también **en la dimensión política y social de la violencia.**
4. Hay que evitar el tratamiento fundamentado en las emociones y **centrar el foco en la significación pública, social y política.**
5. Hay que identificar el caso como uno de violencia machista cuando se confirme y **evitar afirmaciones o negaciones precipitadas**, así como la especulación sobre esta calificación mientras no haya suficiente información. Así, evitaremos rectificaciones y confusiones.
6. Hay que **evitar el sensacionalismo**, los detalles morbosos no aportan información relevante ni tienen valor pedagógico. La dignidad es lo primero. Los detalles escabrosos o la tensión emocional –que resultan muy novelescos– no forman parte de lo que tendría que preocupar a la sociedad y atentan contra la dignidad de las personas.
7. Las mujeres víctimas de violencia están bajo protección. Se tiene que **evitar dar datos sin su consentimiento que ayuden a identificarlas**, puesto que las revictimiza y expone su situación ante su familia y la opinión pública, pero, sobre todo, porque las pueden poner en riesgo.
8. Se tiene que cuidar la terminología: **la violencia machista no es un crimen pasional ni tampoco una lacra social.** El primer concepto remite a la idea de que la violencia es el fruto de un estado emocional y el segundo, a un hecho de origen desconocido contra el que no se puede luchar, una especie de maldición. Se utilizan como comodines y contribuyen a un imaginario falaz que esconde el machismo y las relaciones de poder que los hombres ejercen contra las mujeres.
9. **Las múltiples caras de la violencia de género.** La violencia de género se da en muchos contextos y, aunque los medios de comunicación tienen claros la mayoría de estos, también se tienen que incluir otros muchos que pasan como si

de un suceso se tratara. Así, además de darse en las relaciones de pareja, esta violencia también tiene lugar en las relaciones de noviazgo y fuera del ámbito de la pareja; en conflictos armados, agresiones sexuales y de explotación, tráfico y trata de mujeres y menores (con fines sexuales y con otros fines); en el acoso sexual en el trabajo y el bullying/mobbing; en la violencia institucional, el aborto obligado o la esterilización forzada; en la mutilación genital femenina, los matrimonios precoces, los crímenes por honor, los crímenes por la dote, las ejecuciones extrajudiciales o las agresiones con ácido; etc.

Según la ONU, en el contexto de los medios de comunicación encontramos violencia de género explícita en la pornografía, la violencia física, las representaciones de violaciones o de esclavitud sexual, y la utilización de mujeres y niñas como objetos sexuales. La implícita en los medios se encuentra en los estereotipos sexistas que nos muestran, en el androcentrismo como punto de vista y el sexismo.

10. **Consultas expertas.** No hagáis eco de teorías desautorizadas por el propio Consejo General del Poder Judicial (2013), la OMS y la Asociación Americana de Psiquiatría como por ejemplo del síndrome de alienación parental basada en una concepción estereotipada de los roles y conductas de las mujeres.
11. Hay que **identificar los errores del sistema, así como los avances y las acciones positivas.** Una visión más precisa ayudará a las mujeres a valorar de forma más ajustada a la realidad la confianza que depositan en el sistema de protección.
12. Se tiene que nombrar la causa de la violencia de género: **la cultura patriarcal, el machismo.**
13. Hay que **informar de los recursos y los servicios de ayuda y de atención,** incluir la información sobre el 016 al principio y/o contextualizada.
14. El vecindario y la familia no son necesariamente una fuente solvente y acreditada. **Los testimonios poco o nada calificados del vecindario no ayudan a entender,** más bien al contrario: pueden perjudicar el relato porque desde la emoción o la proximidad condicionan la opinión de la ciudadanía y pueden poner en cuestión a la víctima: «Era un hombre muy amable», «estaba muy enamorado de su mujer»...
15. Conviene **introducir voces de expertas, sobrevivientes y organizaciones feministas.** Es importante realizar consultas expertas y acudir a fuentes no solo policiales, sino también y especialmente a expertas en cuestiones de género, mujeres sobrevivientes y portavoces de organizaciones del movimiento feminista. Se tiene que evitar dar voz a los agresores o a los representantes de agresores – especialmente si, además, la víctima no puede defenderse para evitar además del agravio el espectáculo mediático.
16. **Los hijos y las hijas, y el entorno familiar, también son víctimas** y tienen que ser citadas como tales. Al tiempo que se menciona el número de mujeres asesi-

nadas se puede recordar, entre otras, el número de huérfanos y huérfanas que ha dejado la violencia.

17. Conviene hacer un seguimiento del «después de» la explosión de violencia: juicios, sentencias, condenas y coste social. Hay que **hacer un seguimiento informativo de qué pasa después** de los asesinatos o de las explosiones de violencia machista que saltan a la actualidad, no solo en cuanto a la resolución del caso con el foco en el agresor o las sentencias condenatorias que pueden servir de ejemplo y alerta para los agresores, sino también, en los casos de mujeres que han podido sobrevivir a estas situaciones, como ejemplo y ánimo para mujeres que la están sufriendo.

La y el periodista puede denunciar las dificultades, los errores y las trabas en los procesos y en el sistema; hay que profundizar en su complejidad. Del mismo modo, también hay que hacer visibles los avances y aciertos. La confianza –y la desconfianza– en el sistema de protección se construye, en parte, sobre la percepción social que construyen los medios.

18. Se tienen que **desarmar los mitos**. Las denuncias falsas son mínimas, prácticamente inexistentes. Conviene ver datos del CGPJ o de la Fiscalía General del Estado.
19. Hay que poner énfasis en la pedagogía y **difundir conocimiento solvente sobre la violencia de género**. Se tiene que explicar, entre otros, el ciclo de la violencia de Leonor Walker y nombrar expresamente la causa de la violencia de género: la cultura patriarcal, el machismo.
20. El **suicidio** o el intento de suicidio del agresor no tiene que tener tanta entidad como para aparecer en el titular o la entrada. El foco tiene que estar en la agresión a la mujer.
21. Hay que evitar que la mención al divorcio o al uso de drogas y alcohol sirva para justificar o disculpar al agresor, y romper la relación causal falaz haciendo explícito que **la causa de los feminicidios está en el machismo**.
22. **No se tiene que presentar la violencia contra las mujeres como un hecho puntual**. No es un arrebato o una alienación del hombre en un momento dado: es machismo, cosificación y sentido de la propiedad.
23. **Una mujer no ha muerto, ha sido asesinada**. La precisión con los verbos es importante.
24. Se tiene que ir con cuidado con la identificación de las víctimas y la localización del lugar de los hechos. Se tienen que **respetar la privacidad, la protección de datos y el derecho a la intimidad**.
25. Se deben visibilizar las desigualdades entre hombres y mujeres. Se tiene que tratar de **informar con perspectiva de género**. Los medios de comunicación pueden dar significado a ciertas conductas y contribuir a superar unos determinados estereotipos. Una mirada de género en la información será sinónimo de

responsabilidad y calidad. Si se tiene alguna duda, se puede cambiar el género de la persona cuando se elabora la noticia: Si el caso fuera al revés, ¿cómo sería tratada?

26. Hay que evitar los prejuicios de género. **Cuando se informa de mujeres asesinadas no se trata de violencia machista pero también se tiene que realizar un tratamiento no sexista.** En estos casos los medios suelen hacer un tratamiento informativo diferente al que hacen cuando se habla de hombres asesinos. Si antes del juicio los asesinos son presuntos, las mujeres asesinadas se tendrían que identificar según el mismo criterio.

Así mismo, si a los asesinos no se les etiqueta como ‘viudos negros’, las asesinadas tampoco tendrían que recibir este calificativo. Por otro lado, nos encontramos que cuando una mujer no ha ejecutado el asesinato pero ha sido cómplice de un hombre asesino, el foco de las informaciones se sitúa en ellas, se convierten en más protagonistas que el asesino ejecutor, y se las presenta como malvadas inductoras y a ellos como inocentes que han sido engañados por ellas.

27. Contextualizar ayuda a entender la magnitud y complejidad de la violencia. Esto implica, entre otros, **informar del número de víctimas** desde el año desde el que se dispone de datos (2003), tener en cuenta las diferentes fuentes de los datos sobre el número de víctimas e informar de recortes de recursos contra la violencia machista y los análisis de la situación con testimonios expertos del movimiento feminista y sobrevivientes.
28. Se tiene que **hacer explícito el rechazo social.** Conviene informar de los actos de rechazo, las manifestaciones y la condena social que se realiza para que, por un lado, los agresores sean conscientes del rechazo social hacia la violencia machista y, por otro, las mujeres perciban el apoyo de las instituciones y de la sociedad.
29. Hay que **evitar el punto de vista androcéntrico.** La mirada masculina no es el punto de vista universal.
30. Nevera. Para un tratamiento más adecuado de los temas de violencia machista, sería conveniente **preparar previamente algunos recursos** que pueden ser más costosos de elaborar para tenerlos preparados en el momento en que aparezca un hecho noticiable de las características que estamos tratando. También conviene recopilar recursos como imágenes-figuraciones, reportajes o videos sobre diferentes aspectos que puedan utilizarse para informar sobre estos casos, como por ejemplo condenas a las que se enfrentan los agresores, la situación de los servicios de atención, lo que pasa después de la violencia o el ciclo de la violencia, entre otras, como también libros y autoras que explican las violencias machistas, testimonios de sobrevivientes, problemas del sistema, el marco jurídico o infografías con datos estadísticos.

4.2 CÓMO ENFOCAR CON PERSPECTIVA DE GÉNERO. UN MISMO HECHO, DIFERENTES MIRADAS

Con carácter general, hay que preguntarse si a la hora de tratar un tema estamos aplicando la perspectiva de género, no solo en el tratamiento del texto y de los titulares o en el uso del lenguaje, sino también en cuanto al planteamiento a la hora de enfocar el tema. Por ejemplo, cuando se dan datos, ¿se señalan las cifras segmentadas por sexo? Cuando se habla de economía, ¿se incorpora la economía de cuidados? ¿Se menciona el porcentaje de mujeres que se estima se encuentran en la economía sumergida? Las jubilaciones, las infraestructuras, la agricultura o el cambio climático son temas que afectan directamente a las mujeres, pero nunca se informa desde la perspectiva de ellas o sobre la manera en que les afecta de forma diferenciada.

A la hora de buscar información, hay que tener datos segregados según el sexo y señalar específicamente aquello que no corresponde a los resultados que ofrecen los datos masculinos. Las medias a menudo ocultan la situación concreta que afecta de forma singular a las mujeres.

Además, resulta de especial relevancia incorporar el periodismo de datos ya que la investigación cuantitativa ofrece mayor visibilidad, relevancia e impacto que la cualitativa.

Por otro lado, cambiar la mirada es imprescindible. Si abordamos con perspectiva de género la noticia sobre el hecho de que dos de los miembros de la Manada están de fiesta en Ibiza y Cádiz, destacaríamos que la mujer víctima está confinada en la Comunidad de Madrid, que es el único lugar al que ellos no pueden ir –por orden de alejamiento–, mientras que ellos pueden moverse por el resto del Estado. Por el contrario, muchas noticias sobre estas «vacaciones» de los agresores no hacen mención al hecho de que la víctima está confinada en su comunidad autónoma.

La Manada se va de vacaciones: 'El Prenda' a Ibiza y el guardia civil a El Palmar (Cádiz)

El Confidencial, 2 de julio de 2018 [VER](#)

Otro ejemplo sería la afirmación de que los hombres dedican más tiempo al deporte que las mujeres. Esta es una sentencia que facilita la formación de ideas falaces. Puede llevar a pensar que los hombres tienen más inclinación a hacer ejercicio, que a las mujeres no nos gusta el deporte o que desatendemos las indicaciones de hábitos de vida saludable. Una afirmación como la del titular necesita una contextualización que revele los resultados de la investigación en su marco, desmienta los mitos y aleje a la sociedad de los estereotipos sexistas.

En este caso, lo que habría que destacar en el titular es alguno de estos aspectos: que los hombres disfrutan de más tiempo de ocio que las mujeres, o que dedican más tiempo al deporte y la mitad de tiempo que ellas a las responsabilidades domésticas y a los cuidados familiares. Detrás de la afirmación que comentamos no solo hay una mayor o menor dedicación o inclinación, existe un entramado de privilegios patriarcales.

Capítulo 5

EL RELATO

La historia siempre la han escrito los ganadores, y en cuanto a las relaciones de género, la han escrito los hombres. El relato hegemónico, por lo tanto, sigue el guión del patriarcado, un discurso androcéntrico que interpreta el mundo a partir de las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres para perpetuarlas. Un relato alimentado por mitos, prejuicios y mentiras que han servido para sostener el sistema de creencias que ha hecho posible el machismo.

5.1 TERROR SEXUAL

Uno de los relatos del patriarcado es el terror sexual. Es un relato estereotipado que normaliza la cultura de la dominación y la idea según la cual los hombres son por naturaleza potenciales agresores, es decir, con carácter instintivo y, por lo tanto incontrolable, de forma que recae en las mujeres la posibilidad de evitar la agresión limitando sus libertades para esquivar las situaciones que se consideran de riesgo, como por ejemplo ir sola por la noche, hacer autostop, beber alcohol, vestir con ropa que resulte llamativa para los hombres, etc. Este relato del terror forma parte de un corpus moral funcional a la aspiración machista de controlar la conducta de las mujeres.

Los medios tienen la capacidad de reforzar estas ideas con su relato y de situar a una persona en uno u otro estatus o rol según el sexo o el género con el que se identifica a sí misma. Se construye un imaginario paternalista que, en este caso mediante el terror, responsabiliza y a la vez infantiliza a las mujeres, las expone como criaturas-objetos que requieren tutela, débiles, que tienen que hacerse cargo de la supuesta naturaleza irrefrenable del deseo sexual y la agresividad masculinos y protegerse de ella. En el relato del terror sexual a menudo encontramos la idea de la irresponsabilidad de las mujeres por haberse puesto en riesgo, en lugar de la irresponsabilidad de los hombres por haber ejercido la violencia, por ser los causantes del terror. De hecho, en el discurso hegemónico el foco continúa centrado, por ejemplo, en la enorme cantidad de mujeres asesinadas y no tanto en la enorme cantidad de hombres asesinos. La pregunta en el relato hegemónico no es: ¿qué les pasa a los hombres, que causan terror en nuestra sociedad?

El viaje de pesadilla de una valenciana en BlaBlaCar

La joven sufrió el acoso de uno de los integrantes del coche, que la amenazó con raptarla

Levante-emv, 20 de julio de 2018 [VER](#)

Esta noticia, por su contenido, más que por el titular, puede llevar a pensar que las mujeres que van en BlaBlaCar (como antes las que hacían autostop) se exponen a riesgos. Pone el foco en ellas. En cambio, no aparecen en ningún momento datos sobre el agresor, ni si BlaBlaCar tiene un sistema para detectar quién es el agresor, denunciarlo y echarlo de la plataforma. De esto no sabemos nada. Pero sí que sabemos que hay un BlaBlaCar solo de mujeres. Parece que se da por hecho que la

solución no es actuar sobre los agresores, su conducta parece irremediable, sino sacar a las mujeres de los espacios donde hay hombres. Es como interpretar que no es el hombre el que tiene que evitar violar a las mujeres, sino las mujeres las que tienen que limitar su libertad para esquivar los irreprimibles deseos de los violadores.

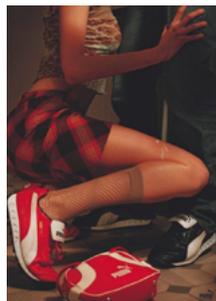
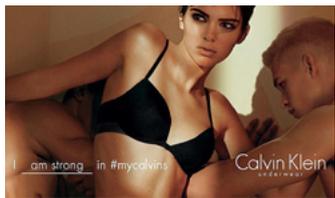
No se tiene que hacer un relato que culpabiliza a las mujeres y a las adolescentes de la violencia machista. El discurso de los medios tiene que dejar de ser un aviso aleccionador del precio que tienen que pagar las mujeres para disfrutar libremente de su cuerpo en el espacio público. Hay que evitar un relato que cree alarma social e «invite» a las mujeres a reducir su participación social, su libertad.

Los medios no son una parte aislada de la sociedad. Hoy por hoy divulgan terror sexual de una manera exponencial y sus mensajes (en prensa y audiovisuales en general –series, películas, fotos, videos...) ejercen una enorme influencia sobre la interpretación de la violencia sexual.

5.2 CULTURA DE LA VIOLACIÓN

La «cultura de la violación» está instalada en la sociedad, especialmente alimentada por el relato de los medios de comunicación cuando normaliza el derecho de los hombres sobre el cuerpo de las mujeres y muestra la secuencia hombre agresivo – mujer disponible como una realidad naturalizada y muy presente. Lo vemos especialmente en la publicidad, en el cine y en los medios audiovisuales, y sobre todo en las campañas de moda, pero no exclusivamente. Las mujeres se presentan como seres cosificados, dóciles y disponibles para el acceso sexual masculino. Su conducta es justificada bajo el argumento ‘biologicista’ de poseedores de un deseo sexual natural y supuestamente incontrolable.

Los mensajes audiovisuales tienen el agravante de un impacto enormemente eficaz en la audiencia, por su capacidad de llegar a un público masivo y su capacidad de influencia, y continúan muy presentes en el lenguaje de los medios de masas, desde las películas de Disney, donde mujeres protagonistas acaban enamoradas de su secuestrador, hasta las imágenes publicitarias que idealizan las violaciones en grupo, pasando por el relato preeminente del porno –fuente de la construcción de la cultura sexual masculina–, basado en la violencia y el acceso desde la dominación de las mujeres y donde el sujeto femenino y su placer están presentes bajo la perspectiva absolutamente androcéntrica.



Anuncios de Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Puma y campaña "The wrong turn" del fotógrafo Raj Shetye.

Por otro lado, comenzamos a encontrar publicidad con perspectiva de género que atiende a una creciente sensibilidad e interés por las marcas que incorporan este enfoque feminista en sus campañas. La plataforma digital SheKnowsMedia.com creó en 2015 los premios #Femvertising para fomentar una publicidad responsable y con perspectiva de género que ha impulsado esta tendencia. Frente a ella nos encontramos también las iniciativas "#Purplewashing" que, bajo la apariencia de un compromiso con la igualdad y contra el machismo, tienen como objetivo un "lavado de cara" de compañías comerciales que solo buscan mejorar su imagen

5.3 LA LIBERTAD DE LAS MUJERES CUESTIONADA

La cultura de la violación limita la libertad de las mujeres. Al depositar sobre ellas la responsabilidad de evitar la agresión se restringen sus derechos, se establece un marco dentro del que tienen que mantenerse para protegerse –un marco de control social sobre las mujeres– y fuera del cual se interpreta que los hombres están autorizados a acceder a ellas sin su consentimiento.

Para no alimentar este imaginario, hay que evitar referirse a las mujeres como un sujeto débil susceptible de ser agredido si transgrede las reglas de control del patriarcado. Por ejemplo, hay que eliminar las expresiones como: «viajaba sola», «estaba de fiesta» o «había bebido» referentes a conductas que la han puesto en peligro. El peligro no es que una mujer ande sola, sino la existencia de hombres que ejercen la violencia.

En muchas noticias se dan como causa del feminicidio o la agresión las conductas libres de las mujeres, unos motivos que buscan la causa-efecto y que no se tendrían que valorar como tales. Así, se citan como causas de la agresión el divorcio, el inicio del trámite de separación, la denuncia por maltratos, los celos, el sacar de quicio al marido y provocar una discusión, los crímenes pasionales, los amores que matan... Este relato no se tiene que utilizar así porque es falaz. Los motivos reales, más de

fondo, son más complejos. Ellos matan a causa del machismo, porque piensan que sus parejas son de su propiedad y que tienen el poder de hacer con ellas el que quieren. El desencadenante de la acción es la petición del divorcio, pero nunca la causa.

Esta noticia recoge algunas buenas prácticas en su contenido aunque ofrece algunas informaciones que deben evitarse.

«Los celos, detrás del crimen machista de Benicàssim»

(El Mundo, 22 de julio del 2016) [VER](#)

En este punto, los testimonios poco o nada cualificados del vecindario no ayudan a entender, más bien al contrario, perjudican el relato porque, desde la emoción o la reflexión superficiales, a menudo condicionan la opinión de la ciudadanía, ponen en cuestión a la víctima e incluso justifican al agresor: «Era un hombre muy apacible», «nunca perdía los nervios», «nunca lo habíamos visto enfadado», «estaba muy enamorado de su mujer», «no era nadie sin ella», «era un hombre muy familiar, siempre iba con los hijos y la mujer»... El código deontológico de la FAPE establece la conveniencia de evitar las declaraciones de familiares y amistades de personas acusadas o condenadas por un delito salvo que sea necesario para una información equitativa.

El parricida: «Quiero mucho a las niñas y creo que mi exmujer me las va a quitar»

Las Provincias, 26 septiembre 2018 [VER](#)

5.4 EL TRATAMIENTO DE LAS MUJERES VÍCTIMAS DE OTROS PREJUICIOS. DOBLE DISCRIMINACIÓN

La discriminación de género se ve atravesada por otras discriminaciones a causa del país de origen, la pertenencia a una etnia, la discapacidad, la edad, el color de la piel... Y, así, las mujeres sufren dobles o triples agravios. Como sabemos que la víctima de la violencia de género no tiene un perfil, tendríamos que poner atención en no estereotiparla y en no señalar alguna de estas características como factor de relevancia en el hecho de la agresión, a excepción del caso en que la violencia se haya ejercido, además de por el género, por el odio al grupo o minoría a la cual la mujer pertenece.

Hay que tener cuidado, por ejemplo, cuando se informa sobre las agresiones a prostitutas. Si el ataque se produce en su ámbito privado, en el titular no tendría que aparecer que la mujer era prostituta, porque el rasgo relevante no es ser prostituta, sino mujer, y como tal se la ha agredido. Si el ataque se ha producido por el hecho de que es prostituta o en el ejercicio de la prostitución, y tenemos esa información, sí que habría que indicarlo de forma más destacada para visibilizar también las agresiones dirigidas a las mujeres que pertenecen a un colectivo particular.

Si en el texto se hace referencia –en cualquier caso– a que la mujer agredida era prostituta, habría que tener cuidado en el tratamiento, como se ha comentado en el apartado sobre la culpabilización de las mujeres, para no convertir a las víctimas en responsables de la agresión. La responsabilidad del acto se tiene que focalizar de forma muy explícita en el hombre-cliente o en el proxeneta. Habrá que dejar claro que un hombre mata a una prostituta porque existe una relación de poder en función de la cual los hombres ejercen la violencia sobre las mujeres. En el cuerpo del texto se deberá hacer la pedagogía necesaria con construcciones que no disculpen a los agresores ni culpabilicen a las prostitutas y que muestren que son colectivos expuestos a un alto riesgo.

En estos dos titulares se tendría que obviar que la agredida es prostituta, ya que se la ha violado por ser mujer.

«Retienen y violan a una prostituta en una habitación de un hotel del Grao»
(Mediterráneo, 10 de mayo de 2005) [VER](#)

Sería mejor decir: Retienen y violan a una mujer en una habitación de hotel en el Grao.

«Un policía nacional, expulsado del cuerpo por violar a una prostituta»
(El País, 29 de octubre de 2013) [VER](#)

Sería mejor decir: Expulsan a un policía nacional por una agresión sexual.

En cambio, en este caso de Murcia se pone de manifiesto, acertadamente, el doble prejuicio, una violencia de género que los agresores pretenden disculpar por el hecho de tratarse de una víctima prostituta (interpretaban que no era violación porque era prostituta). Hay que visibilizar y denunciar esta aberración hacia este colectivo.

«La manada de Murcia niega la violación porque la mujer era prostituta»
(elplural.com, 9 de mayo de 2018) [VER](#)

En el caso de mujeres gitanas o mujeres musulmanas, entre otras, que sufren agresiones, se tendría que utilizar el mismo procedimiento que el mencionado antes.

Por otra parte, la trata de personas (que afecta mayormente a mujeres, niñas y niños y tiene como finalidad, en un altísimo porcentaje, la explotación sexual) hay que abordarla desde la perspectiva de los derechos humanos. Es importante hacer alusión a la definición que establece el Protocolo de Palermo, especialmente en relación al hecho de que no se puede considerar consentimiento aquel que se da, entre otros, bajo una situación de vulnerabilidad, engaño, amenazas, fuerza o abuso de poder.

Los medios construyen una imagen estereotipada de una ‘víctima perfecta’ para el proxenetismo. A menudo se utiliza un enfoque policial, de inmigración o de fronteras, y no de vulneración de derechos humanos y es común que se informe sobre

operaciones para el ‘rescate’ de mujeres víctimas de trata, con un relato sin contextualizar que remite a un perfil de víctima que no ha podido escapar por estar atada o encerrada bajo llave.

Con estos tratamientos informativos se construye la imagen de que aquella mujer que no está en una situación de este tipo de reclusión, aquella que no está ‘encadenada’ –por decirlo gráficamente–, está allí porque ha dado su consentimiento. Se traslada la responsabilidad de un delito a la víctima y se obvia una cuestión trascendental: que las víctimas de trata pueden tener las puertas del burdel abiertas; que la vulnerabilidad, el engaño, la coacción, las amenazas de muerte o de asesinato sobre ellas o su familia, entre otros, son cadenas más que suficientes, a menudo invisibles, para que no abandonen o escapen a esta situación de explotación.

Ocultar desde los medios esta realidad provoca que ver a una mujer prostituida en la calle, en un polígono o en un burdel se interprete como un ejercicio de libertad y quede oculta toda la violencia y vulnerabilidad que la sujeta a esa situación y que tiene un nombre, trata de personas para la explotación sexual.

Por otro lado, la trata con fines de explotación sexual no tiene otra finalidad que la de proveer de mujeres y niñas y niños al mercado de la prostitución, que se ejerce, entre otras, en los lugares que el discurso patriarcal denomina eufemísticamente ‘casas de citas’ regentadas por ‘empresarios’ donde van ‘clientes’. Aceptar este discurso es ocultar la magnitud y la realidad de un delito ejercido por mafias, que está ocurriendo a nuestro alrededor, con la complicidad y participación de los ‘consumidores’, y masacrando la vida de cientos de miles de personas cada año (Oficina Internacional de las Migraciones).

Por lo tanto hace falta un relato que exponga esta realidad en toda su magnitud y abandone los eufemismos que no hacen otra cosa que disculpar y ocultar una violación de derechos humanos de trascendencia internacional que ha convertido la explotación sexual de mujeres, niñas y niños en uno de los mayores negocios mundiales en beneficio de mafias, equiparable al tráfico de drogas o de armamento, pero con las personas como mercancía.

5.5 CONTEXTUALIZAR LA INFORMACIÓN

La visión del conjunto, el marco social, es relevante para ayudar a entender la magnitud y la complejidad de la violencia de género. Así, entre otros, se pueden incluir en la información balances, estadísticas y análisis realizados por fuentes expertas sobre la situación en el ámbito estatal o en el territorio específico.

Más próximo al caso concreto, se puede informar sobre si había medidas legales vigentes, si se habían aplicado o si había denuncias y órdenes de alejamiento.

También hay que dar a conocer los recursos de apoyo a las víctimas: los centros 24h, el teléfono 016, las casas de acogida, el asesoramiento jurídico y las asociaciones

que tratan con víctimas de violencia machista, así como información del recorrido que se tiene que realizar en el proceso de atención cuando se acude a la administración a pedir protección. Pensemos que hay mujeres en situación de violencia que nos leerán o nos escucharán. Hay que hacerles saber qué recursos tienen a su alcance o como llegar a ellos. También, en las informaciones, se pueden señalar recursos con que no se cuenta y que habría que tener.

La persona que elabora la publicación o la noticia tendrá que ser rigurosa y se espera de ella que no redirija la información según sus convicciones. Así, nadie tendría que pautar los testimonios, ni imponer un determinado discurso, ni mencionar como opinión colectiva o general la opinión de una parte.

El consentimiento explícito, una reforma legal que no satisface a casi nadie

La Vanguardia, 17 de julio de 2018 [VER](#)

En esta noticia sobre la propuesta anunciada por la vicepresidenta del Gobierno, Carmen Calvo, vemos un titular que saca una conclusión que no está apoyada por hechos o evidencias en el cuerpo del texto, más bien al contrario, puesto que la única voz que manifiesta objeciones a la reforma legal propuesta es un portavoz de un despacho privado de abogados, mientras que con el titular expresa que no satisface a casi nadie. La conclusión podría ser realmente una opinión no fundamentada.

Hay que hacer un seguimiento informativo de los casos de violencia machista más allá del hecho puntual de la agresión o el feminicidio, tanto en cuanto a la resolución del caso con el foco en el agresor, como en cuanto a las sentencias condenatorias que pueden servir de ejemplo y alerta para otros, así como mencionar otros casos de mujeres que han podido salir de estas situaciones, como ejemplo para mujeres que sufren violencia en ese momento.

También se tiene que poner el foco en el tratamiento y en las resoluciones judiciales. Hay que evidenciar los errores y carencias del sistema judicial para visibilizarlos, condenarlos y, si es el caso, poner de manifiesto que hace falta una revisión. Y del mismo modo, aquellas medidas positivas y con buenos resultados de la administración.

Informar de los actos de rechazo, las manifestaciones y la condena social también es necesario para contextualizar adecuadamente los casos y para que los agresores vean el rechazo social y el apoyo de las instituciones y de la sociedad a las víctimas.

Se tienen que evitar el sensacionalismo, los relatos morbosos y el dramatismo, que no aportan ninguna información de calidad, así como evitar también descripciones detalladas de los hechos que no llevan a ninguna parte más que al morbo.

Hay que evitar el relato que muestra al asesino machista como una persona piadosa y bienintencionada, por el hecho de que ella, la víctima, estuviera enferma. Se relata que el feminicidio se hace con la mejor intención del agresor para quitarle sufrimien-

to a la mujer, sin conocer realmente la voluntad de la víctima. Cuando un hombre mata a una mujer, ejerce un poder sobre ella, decide por ella sobre su vida, y también decide que no la cuidará, pero a menudo vemos en los medios la versión piadosa del hombre que con el asesinato hace un gesto heroico de salvarla de un sufrimiento o de una dolencia, sin evidenciarse la voluntad de la víctima.

La pareja de la mujer asesinada dice que la mató «para salvarla de todos sus problemas y angustias»

elcomercio.es - Oviedo-, 10 de noviembre de 2015 [VER](#)

5.6 PRECISIÓN

Para conseguir un relato lo más preciso posible sobre el contexto de la violencia de género no tendríamos que considerar como víctimas solo a las mujeres asesinadas que figuran en las estadísticas. Víctimas invisibles de la violencia machista son muchas más, que no han sido asesinadas o incluso que no han podido hacer la denuncia y no figuran en las estadísticas. También lo son sus familias. Esta pieza del iceberg se invisibiliza si identificamos la parte como el todo. Si cuando decimos «víctimas» nos referimos a mujeres asesinadas, habría que especificarlo así. También hay víctimas sobrevivientes.

Por otro lado, el hecho de que un adulto ejerza violencia sexual sobre una menor no puede ser descrito como «relaciones sexuales», a pesar de que añadamos detrás «forzadas», porque en ningún caso serían relaciones, y tampoco es sexo, es poder.

Por otro lado denominaciones como ‘vientres de alquiler’, ‘gestación subrogada’ o ‘maternidad subrogada’ se utilizan habitualmente como sinónimos pero son denominaciones con cargas de significación diferentes. Las dos últimas fórmulas son eufemismos utilizados comúnmente por las agencias comerciales que gestionan para terceros los contratos para la obtención de bebés, mientras que la primera fórmula es rechazada por estas agencias y es la opción que prefiere y usa una gran parte del movimiento feminista.

Capítulo 6

LAS FUENTES

6.1 NÚMERO DE VÍCTIMAS: DIFERENTES CONTADORES

El número de mujeres asesinadas víctimas de la violencia de género se contabiliza oficialmente en España desde el 2003, y desde el 2013 se incluye en la consideración de víctimas los y las menores que han sido asesinados por sus padres.

El baile de datos que podemos encontrar actualmente en los medios y en las redes sociales se debe a que diferentes organizaciones realizan las medidas con distintos criterios.

Delegación del Gobierno para la Violencia de Género [VISITA](#)

Registra los datos de aquellas mujeres asesinadas por su pareja o expareja exclusivamente. Si el agresor no tiene esta vinculación, no queda registrado el caso como violencia de género. Este organismo público ofrece, desde el 2003, datos estatales referidos a mujeres víctimas, y desde el 2012 por comunidades autónomas. Desde el 2013 recoge los datos de menores asesinados o asesinadas en el marco de la violencia de género, pero exclusivamente cuando el asesino es el padre, el padrastro o la pareja actual de la madre. Por ejemplo, una menor asesinada que es víctima de tráfico no entraría en la estadística oficial de violencia machista. Estos criterios de inclusión producen un subregistro que deja fuera mujeres adultas y personas menores asesinadas a causa de la violencia machista por agresores que no son del entorno familiar más próximo. Además, las cifras oficiales de víctimas menores no se ofrecen por sexo, un indicador fundamental para el análisis y conocimiento más fidedignos de la realidad de la violencia, de forma que no muestra, por ejemplo, que la mayor parte de las víctimas menores son niñas.

Feminicidio.net [VISITA](#)

Es un portal de información y periodismo de datos con perspectiva de género que documenta hasta 20 tipos de feminicidios y ofrece los datos por año, mes, comunidad autónoma, provincia y municipio desde el 2010. Contempla más casos que los reconocidos oficialmente en la página del Ministerio del Interior, puesto que contempla a todas las víctimas, independientemente de su vínculos con el agresor, y segrega los datos por tipología. Registra las víctimas menores de edad de violencias machistas desde el 2010, tres años antes que la Delegación de Gobierno para la Violencia de Género, y hace distinción, además, por el sexo de la víctima.

Geoviolenciasexual.org [VISITA](#)

Contabiliza las agresiones sexuales en grupo desde el 2016 y realiza segregación de datos por territorios, hasta el detalle por municipio, y por tipo de agresión. Los datos que ofrece proceden de diferentes fuentes.

6.2 PARIDAD EN LAS FUENTES, COMO MÍNIMO

Utilizar fuentes exclusivamente masculinas es una práctica androcentrista. Hace falta respetar, como mínimo, la paridad mujeres–hombres. Para esta tarea se puede consultar, entre otras, [**la agenda de expertas de la Unió de Periodistes Valencians accesible en su web.**](#)

6.3 EVITAR FUENTES DEL ENTORNO FAMILIAR

Hay que tener mucha precaución en el uso de las fuentes y los datos que nos llegan. La persona que elabora la información no tiene que recurrir a las declaraciones fáciles de una persona próxima a los hechos (bien por vecindario, por amistad, por ser familia de alguna de las partes, etc.). Quién elabora la noticia tiene que ser consciente de la trascendencia de las declaraciones que mostrará y tiene que reconocer y valorar si se trata de una parte interesada.

Se tienen que seleccionar las declaraciones que aportan información fiable y de calidad. Hay que evitar a las personas que solo buscan notoriedad, presencia ante las cámaras o una defensa interesada del agresor, y aquellos testimonios que aportan detalles morbosos y que no tienen un valor informativo. [**El vecindario no es una fuente fiable. Tampoco lo es la familia del agresor o el mismo agresor como señala la FAPE en su código deontológico.**](#) En estos últimos casos son fuentes interesadas poco objetivas que pueden contribuir a un relato de justificación de la agresión. Habrá que tener especial cuidado con esto.

No se tienen que utilizar testimonios de terceras personas si no tienen una vinculación directa con el caso, ni siquiera si son familiares, a excepción de las fuentes expertas.

Por otro lado, el informe/resolución sobre la intervención retribuida de testimonios y protagonistas de un proceso judicial en los medios está sujeta al principio de veracidad y condicionada por las limitaciones a la intromisión en la intimidad, el respeto a las víctimas y el tratamiento de menores.

Se tienen que utilizar fuentes que apoyan a las mujeres maltratadas. Ellas son las víctimas.

6.4 LAS MUJERES SOBREVIVIENTES Y EL MOVIMIENTO FEMINISTA TIENEN VOZ

También se puede recorrer, como fuentes, a asociaciones de mujeres sobrevivientes de violencia, y a organizaciones feministas. Las mujeres que se han organizado a raíz de vivir una situación de violencia machista se han querido dar a ellas mismas el nombre de **«sobrevivientes»** porque, como ellas mismas manifiestan, no son supervivientes, tratan de sobrevivir. Muchas, a pesar de que su agresor esté

condenado o incluso encarcelado, no pueden cerrar el proceso porque él continúa libre o porque está encarcelado pero saldrá algún día, y temen que la persecución y la violencia vuelva a empezar. Otras se ven obligadas por la justicia patriarcal a mantener el vínculo con el agresor porque este conserva incluso el régimen de visitas con los hijos o las hijas o tienen que vivir pendientes del sonido de la alarma de un dispositivo telemático.

Recordemos que hasta el 2018 las hijas o los hijos de los maltratadores no podían recibir tratamiento psicológico sin la autorización del padre agresor.

Cuando se considere adecuado, en la noticia se puede incluir el testimonio y ejemplos de superación de mujeres que han sufrido violencia de género y/o sexual como mensaje esperanzador para aquellas mujeres que están en esas situaciones.

6.5 VOCES EXPERTAS EN VIOLENCIA Y GÉNERO

Se tendría que contar, tanto en medios audiovisuales como en la prensa, con fuentes autorizadas, con una perspectiva crítica feminista, tanto en la elaboración de noticias como en el caso de debates con tertulias y contertulios, para hablar de la violencia sexual. A nadie se le ocurre hacer una tertulia sobre agujeros negros sin especialistas en el tema, pero cuando hablamos de violencia machista o violencia sexual parece que todo el mundo puede decir la suya, como si no hubiera un marco teórico que la definiera y expertas en la materia.

Capítulo 7

TRATAMIENTO AUDIOVISUAL

“El lenguaje fotográfico no es inocente, ya que exige un punto de vista, una toma de partido, aún en los pequeños detalles de la práctica laboral. Es elegir conscientemente qué es lo que quiero mostrar de esa persona o situación”.

Juana Ghersa, reportera gráfica argentina

El lenguaje audiovisual es básico a la hora de interpretar la realidad. Este forma parte de las experiencias y la configuración de la personalidad de todas las personas, y más, si cabe, en la sociedad actual. ¿A quién no le suena la expresión «una imagen vale más que mil palabras»? Esta frase, que no exagera la potencia del audiovisual, es un ejemplo del potencial transmisor y constructor de la realidad que este tiene. La vida está conformada también de sonidos y de imágenes y estas, la elección de las cuales muchas veces no es fortuita, tiene que contar con todo el compromiso ético que se pide a las sociedades democráticas. En este punto, como en otros anteriores, queremos insistir en la importancia no solo de los formatos informativos y más periodísticos, sino también en los de entretenimiento y en los que afectan a las industrias culturales y la publicidad.

El lenguaje fotográfico, el audiovisual, no es inocente ni imparcial, siempre está el punto de vista de quien está detrás del objetivo, del mismo modo que hay una intención cuando la persona responsable de elegir la imagen en un medio selecciona una y no otra (estamos hablando de responsables de edición, maquetación, realización, montaje, periodistas...). Y no es habitual encontrar en ese punto de vista la perspectiva del género.

Se ha observado, por ejemplo, que en la reproducción de imágenes se discrimina a las mujeres negras, asiáticas, indígenas, discapacitadas, mayores...

Aquellas que no responden al patrón de mujer blanca y joven. Aquellas aparecen sobre todo en temas negativos o morbosos, pero poco en noticias o programas desde donde pueden servir de referente para otras mujeres.

Si se elabora una noticia sobre violencia sexual no se tienen que mostrar imágenes de un cuerpo atractivo. Hay que acercarse al tema desde el respeto, huir de la cosificación y siempre con la autorización de la afectada. Un recurso útil es tener a mano imágenes o figuraciones de reivindicaciones feministas sobre este tema.

No se debe estereotipar. En televisión se describe el espacio sociopolítico como un dominio de los hombres, mientras que el espacio cotidiano y doméstico se identifica con las mujeres. Hay que huir de esta visión estereotipada en la elección de imágenes. Las imágenes de mujeres se suelen utilizar en los tópicos de cuestiones atribuidas socialmente a ellas: concursos de belleza, consumo, niñas, celebridades o temas de infertilidad (aparecen ellas en las imágenes). Por ejemplo, el estereotipo «ella es más baja que él» se puede relacionar con el vínculo creado entre el poder y su relación con el tamaño.

Normalmente, el uso de la imagen en relación a la reproducción de patrones sexistas es mucho más sutil en las imágenes periodísticas que en la publicidad.

Sería coherente –asumiendo un compromiso con la perspectiva de género– que los medios, en todos sus formatos, mostraran también en la parte visual la presencia de personas con diferentes características físicas, étnicas o socioeconómicas, lo que mostraría una realidad más acorde con la composición de la sociedad y fomentaría la construcción de modelos de referencia más diversos, con nuevos comportamientos, actitudes y valores.

En casos muy mediáticos de personas desaparecidas, las familias pueden recurrir a utilizar los medios de comunicación para encontrarlas, un hecho que podemos considerar legítimo. Tenemos unos cuantos ejemplos: el caso Alcàsser, Diana Quer, Ruth y José Bretón... Este recurso de las familias no se tiene que traducir en una puerta abierta al circo mediático y a la exposición de la información o de imágenes sujetas al derecho a la intimidad.

En estos casos mediáticos especialmente (como por ejemplo el de Diana Quer o el caso Alcàsser) hay que **incorporar la perspectiva de género** y hacer explícito a la audiencia que el crimen se ha cometido por un hombre como castigo o ejercicio de poder hacia una mujer, es decir, que se trata de casos de violencia machista. Si estos hechos se contextualizan, si se hace ver que son fruto de una sociedad patriarcal, que son consecuencia de unas ciertas prácticas y privilegios masculinos, entonces la sociedad podrá asumir un discurso estructurado y coherente con la lucha contra la violencia, entender mejor las características de esta y ejercer los cambios sociales necesarios.

7.1 PROPUESTAS DE USO DE LAS IMÁGENES EN CASOS DE VIOLENCIA MACHISTA

- 1. Respetar la intimidad de la mujer agredida** es de máxima importancia. No se puede publicar una foto suya sin permiso. Hay que pedir autorización para publicarla y tener especial cuidado en momentos de mucha tensión emocional. Nunca se tienen que hacer «robados» ni cámaras ocultas. El hecho de hacer pública la información que ayude a identificar a la víctima puede ponerla en peligro si el agresor interpreta que ella ha revelado detalles de su intimidad. Además, vulnerar su derecho a la intimidad puede someter a la víctima y su vida a una exposición pública, especialmente en su entorno, que ella quizás no desea mostrar.
- 2. Hay que evitar centrar las imágenes y la información en las personas víctimas y su entorno.** Hay que insistir en el agresor y en el descrédito social de esa acción.
- 3. Cuando haya una acusación en firme con la información en abierto, se puede publicar la imagen de los agresores.** Tiene que ser la más reciente posible. Poder identificar a los agresores es importante como función preventiva y también reparadora. Ahora bien, hay que tener cuidado porque se tiene que respetar la

presunción de inocencia y porque un error de identidad puede provocar graves consecuencias. Se tendrá que indicar expresamente si es presunto o condenado y valorar, según cada caso, si prima más el interés público o el derecho a la intimidad y a la propia imagen. Una opción recomendable es la de actuar según avance la investigación y vayan confirmándose los datos.

4. **Si el agresor es una persona famosa no se tienen que utilizar imágenes positivas** que hagan referencia a su carrera profesional y a sus éxitos. Es un agresor como cualquier otro.
5. **Tampoco hay que mostrar imágenes de éxitos pasados o reconocimientos en los agresores.** Han cometido una agresión o asesinato, y las imágenes de los éxitos, que no tienen conexión con los hechos, pueden ejercer una función de disculpa del agresor. Nada los disculpa y una fotografía inadecuada puede desvirtuar o endulzar su imagen pública. Si el caso afecta a un deportista habría que sacar la información de ese bloque y ponerla en las primeras secciones o minutos informativos. En todo caso, se podría volver a repetir en los espacios deportivos.
6. Para ilustrar **casos de violencia de género se puede optar por imágenes de archivo de manifestaciones** o concentraciones contra la violencia machista con mensajes como «Nos están matando», «Nos queremos vivas», etc. También se pueden usar imágenes de manifestaciones del 8M para recordar que las medidas contra la violencia machista son reivindicaciones constantes e históricas del movimiento feminista.
7. **No se tienen que utilizar imágenes que identifiquen a la víctima, sus familiares o su entorno.** No se tienen que identificar el domicilio, la calle, el portal, el barrio ni el puesto de trabajo. Es mejor introducir planos generales o detalles no morbosos que no sirvan para reconocer el domicilio. Hay medios que han publicado incluso el número del patio, cosa que no se debe hacer.
8. En televisión podemos optar por lo mismo y, **si es necesario sacar alguna imagen del día se puede optar por imágenes de recurso de servicios médicos o policiales con planos poco identificadores del lugar** o del suceso (por ejemplo, no sacar ni sangre ni a las víctimas, puesto que hay que preservar la intimidad de las víctimas y sus familias).
9. **No se tienen que utilizar los recursos fáciles e intolerables que, al vincular al agresor o al asesino con una nacionalidad concreta, etnia o religión,** dan a entender que el perfil de asesino machista está asociado a estas variables.
10. Lo mismo pasa con las víctimas. No hay un tipo de víctima de violencia machista. **No se tienen que sacar imágenes que hagan pensar que esto afecta sobre todo a mujeres de barrios humildes, pobres, de una nacionalidad o etnia concretas...** Y si las imágenes pueden dar a entender esta interpretación, habrá que compensarlo con información que indique que la violencia machista se da entre personas de los perfiles más variados.

11. **Hay que evitar el uso de imágenes genéricas de mujeres prostitutas si una víctima es o ha sido una prostituta.** Es una mujer que ha sufrido violencia machista. Para ilustrar la información se recurrirá a las mismas imágenes que en cualquier caso de violencia machista y en la parte donde se indique o mencione que era prostituta (en el supuesto de que se haga), si se recurre a imágenes referidas a este hecho, es mejor mostrar clientes o proxenetas (con imágenes de recurso de ellos entrando a burdeles, polígonos, etc).
12. **Podemos utilizar imágenes de fuentes solventes** que nos dan declaraciones sobre violencia de género e imágenes de asociaciones que trabajan con las víctimas.
13. **Se pueden utilizar imágenes de centros de mujeres 24h,** pero nunca imágenes que puedan identificar la ubicación si esta no es pública.
14. Se puede **hacer uso de imágenes de campañas institucionales contra la violencia de género** o maltrato, siempre que hayan sido correctas, y se aconseja buscar las más recientes.
15. **En contenidos sobre violencia machista en general podemos utilizar imágenes de cosificación de las mujeres en el mundo de la moda y la publicidad para señalar que estas imágenes estereotipadas son violencia contra las mujeres** por el hecho de que alimentan la cultura machista que subordina a las mujeres, y hacer explícito el vínculo entre cosificación y machismo.
16. Podemos sacar **imágenes de gráficos y estadísticas.**
17. **En casos de mujeres víctimas de explotación sexual o trata de mujeres** hay que tener mucho cuidado a la hora de informar, porque su seguridad es prioritaria y su protección se puede ver vulnerada si son identificadas.
18. **Cuando se informa sobre la trata de mujeres** con fines de explotación sexual o de la desarticulación de redes, también se tiene que evitar el uso fácil de imágenes de prostitutas. Es preferible sacar imágenes de los explotadores y/o proxenetas en la medida que sea posible, o bien de agentes que participan en la operación, o imágenes de los clientes (se puede hacer alguna simulación de espaldas y sobre todo sacar hombres de todas las edades, jóvenes también, puesto que son los nuevos consumidores), de forma que la acción delictiva no se asocie con las mujeres.
19. **En casos de mujeres violadas o víctimas de agresiones sexuales** o de cualquier otro tipo, tenemos que respetar especialmente su intimidad y su imagen y no difundirla.
20. **Se tiene que evitar la reconstrucción de los hechos que muestran detalles escabrosos o primeros planos que provocan morbo.** En espacios informativos no es aconsejable el uso de la reconstrucción.

7.2 ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA APLICAR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO DE MANERA TRANSVERSAL

1. **No se tiene que mostrar a las mujeres como sujetos pasivos o victimizadas**, sino que se tienen que presentar de forma natural, como sujetos activos.
2. **Tampoco se tienen que presentar cosificadas ni infantilizadas**, ni caer en la hipersexualización de las niñas.
3. **Hay que tener cuidado con las imágenes de recurso para ilustrar las noticias y/o los reportajes**. Imágenes de mujeres andando solas por calles oscuras, de fiesta, etc., contribuyen a alimentar el imaginario patriarcal que responsabiliza a las mujeres de la violencia por ponerse en riesgo y a la vez disculpa a los agresores. Se tienen que mostrar hombres y mujeres en papeles diferentes a los tradicionales y no repetir los estereotipos de forma automática en situaciones y profesiones.
4. Además, **hay que dar a conocer los hitos logrados** por mujeres y hombres en espacios no tradicionales.
5. **Hay que visibilizar la diversidad**. No hay un modelo o tipo de mujer, del mismo modo que tampoco hay uno de hombre: hay muchos y hay que mostrarlos. En este trabajo de visibilidad también **se debe ir más allá del binarismo y visibilizar otros modelos de identidad**, con respeto y no como algo anecdótico o exótico.
6. En cuanto a menores, **hay que tener cuidado a la hora de mostrar jóvenes y niñas**. La estética de modelos delgadas, extremadamente sexualizadas, etc., afecta especialmente a las niñas y adolescentes.
7. **Mostrar la diversidad** de las personas (etnia, edad, cultura, tradiciones...) **en positivo** es esencial.
8. **No se tiene que utilizar el cuerpo de la mujer como un reclamo para incitar ni al deseo, ni al consumo**, ni tampoco utilizarla a ella para ilustrar noticias que no tienen nada que ver con la imagen de una mujer.
9. **Es importante ser fieles a la realidad, sobre todo en cuanto a la falta de paridad o ausencia de mujeres en mesas redondas y/o conferencias**, y hay que evidenciarlo con la publicación de imágenes que dan cuenta de este hecho y señalarlo. Hay que rechazar una fotografía montada *ex profeso* sobre un acontecimiento en el que las mujeres no han sido invitadas a participar. Si las personas de la foto no pueden ser rotuladas, o si son figurantes o acompañantes, no nos vale.
10. **Se tienen que cuidar la medida, los planos, la ubicación, el sonido, la actitud y los gestos** en que se presentan las personas en las fotos o las imágenes (no presentéis imágenes estereotipadas como por ejemplo mujeres con gestos infantiles, ni sexualizadas, ni gritando, ni en el fondo del plano..).

11. **La música también forma parte de la narrativa audiovisual.** Cuando una canción se utilice en un producto informativo o de entretenimiento (tanto en la radio como en la televisión) se tiene que optar por una cuya letra no caiga en discriminaciones. En este punto, es importante destacar que los medios tendrían que trabajar para no potenciar ni promocionar de forma acrítica canciones de cariz machista o discriminatorio en general.
12. **Es importante** que tanto periodistas, personal de fotografía, de edición y diseño, como cámaras y todas aquellas personas que tienen que ver con la producción y selección de imágenes en un medio, **reciban formación** con el objetivo de encontrar estrategias inclusivas y no sexistas. Por eso es necesario el compromiso de las empresas de comunicación.

IMÁGENES PARA NEVERA

- 1 Imágenes genéricas del lugar de los hechos que no permitan localizarlo.
- 2 Imágenes genéricas de la policía, los servicios de emergencia y la asistencia médica.
- 3 Imágenes actuales o de archivo de manifestaciones y concentraciones de repulsa a la violencia con carteles como «Nos están matando» o «Nos queremos vivos».
- 4 Imágenes de juzgados y cuarteles policiales.
- 5 Imágenes de centros 24 h o de mujeres –de espaldas o de forma que no sea posible identificarlas– en su vida cotidiana en centros de atención o en espacios de seguridad como asociaciones que trabajan con víctimas de violencia machista.
- 6 Cambiar las imágenes de las prostitutas por las de los clientes, coches de clientes o proxenetas, aunque sea de espaldas.
- 7 Gráficos e infografías de análisis o de balance.
- 8 Imágenes de campañas institucionales lo más actuales posible.

Capítulo 8

**LENGUAJE CON PERSPECTIVA DE
GÉNERO. ANDROCENTRISMO Y
SEXISMO: PUNTO DE VISTA Y ACCIONES**

“Aquello que no se menciona no existe.”

George Steiner

“La aceptación de un lenguaje supone la aceptación de unas reglas y unos conceptos que no son unánimes a todos los lenguajes: cada lenguaje es compatible con una forma específica de ver el mundo y es el resultado de una historia social.”

M. A. Durán, «Liberación y utopía. La mujer ante la ciencia»

El lenguaje construye la realidad y a la vez es fruto del cambio social. Refleja un punto de vista, una determinada forma de ver el mundo y, por lo tanto, una ideología de quien tiene el poder para instalar como hegemónico su discurso. A través de su uso, las ideas –verdaderas o falsas– se difunden, continúan vivas, se normalizan, se transforman o desaparecen, y nuevas realidades son nombradas.

En cuanto a la cultura machista, el uso del lenguaje desarrolla un rol director y tiene una importancia radical porque, dado su íntimo vínculo con el imaginario y dada su capacidad para preconfigurar el pensamiento, contribuye a reforzar el ideario de la discriminación, a invisibilizar los agravios, a difundir falacias y a mantener barreras que dificultan considerablemente el camino hacia la igualdad de género.

En el ámbito de la comunicación, donde el lenguaje –verbal, no verbal, visual, etc.– es la herramienta de trabajo, si tenemos en cuenta la capacidad de difusión y la influencia masiva de los medios y de las redes sociales, atender a un uso no sexista del lenguaje y abandonar el punto de vista androcéntrico es un ejercicio de responsabilidad social y de rigor profesional exigible.

Para tratar de manera lo más práctica posible esta cuestión, distinguiremos entre lenguaje sexista y androcentrismo, porque hay que prestar atención, fundamentalmente, a estos aspectos en el ejercicio de la comunicación desde cualquier canal o formato. El sexismo hace referencia, básicamente, a la acción, concretamente a la asignación de valores y roles diferenciados, mientras que el androcentrismo se refiere a un punto de vista.

8.1 EL ANDROCENTRISMO

El androcentrismo es el enfoque desde una única perspectiva –la masculina– que se considera central y universal, y tiene a los hombres como los sujetos de referencia. Consiste en creer que la experiencia masculina es la medida de las experiencias humanas y conduce a pensar que aquello que es deseado o rechazado por los hombres lo es también por el conjunto de la humanidad.

El androcentrismo, la idea de que lo masculino es la medida de lo humano, se ha hecho extensivo al uso del lenguaje y, como señala la filóloga y experta en género

Teresa Meana, es la causa de que se haya llegado a considerar el género gramatical masculino como un universal que incluye, implícitamente, a las mujeres.

Hablaremos de androcentrismo en comunicación cuando el uso del lenguaje pone de manifiesto un punto de vista parcial masculino que se interpreta como el punto de vista universal o de referencia y se omite el punto de vista de las mujeres.

En la práctica periodística, evitaremos el androcentrismo si nos preguntamos si las referencias que damos como universales realmente lo son o si más bien responden a una mirada de un masculino falsamente universal. También será necesario que nos preguntemos si hemos incorporado puntos de vista de mujeres y si hemos contado, por ejemplo, con mujeres entre las fuentes informativas acreditadas, en equilibrio con las voces masculinas.

El punto de vista androcéntrico en comunicación nos lleva a explicar la realidad desde una mirada reduccionista y sesgada, condicionada por la cultura patriarcal. Con la mirada androcéntrica ignoramos que más de la mitad de la población quizás no mira el mundo desde esta perspectiva y que comunicamos como universal y compartida una visión que no lo es y que, además, está intervenida por una cultura discriminatoria e injusta.

Pertenece a un enfoque androcéntrico el hecho de dedicar la mayor parte del espacio deportivo a fútbol y dar por hecho que la preferencia deportiva masculina es la universal. También lo es el hecho de que la agenda informativa esté presidida por temáticas de interés tradicionalmente masculino, como por ejemplo las relacionadas con el poder y la competencia, como si fuera el interés compartido por la población en general, y que no tengan protagonismo temáticas como por ejemplo el bienestar, la salud, la educación o la vida cotidiana. Con esto no queremos decir que estos intereses diferenciados sean de origen natural. Son construcciones sociales patriarcales, pero, sea cual sea la causa, la obviedad es que los temas de aquello que afecta y se atribuye al interés de las mujeres no tienen un protagonismo y una relevancia igual que los que forman parte del orden hegemónico masculino.

8.2 EL LENGUAJE SEXISTA

El lenguaje no es sexista, lo que es sexista es el uso que hacemos de él.

El sexismo es la asignación de valores y roles diferentes a mujeres y hombres en función, exclusivamente, del sexo, de forma que se establece una jerarquía en la que lo asignado a los hombres es superior, referente y modélico, mientras que lo atribuido a las mujeres es inferior, subordinado y menor. Hace referencia, como explica Teresa Meana, a los métodos que se utilizan en una sociedad androcéntrica y que determinan la situación de subordinación, discriminación y explotación de las mujeres.

El sexismo en la comunicación se da cuando, a través del lenguaje, damos un tratamiento diferente a las personas en razón del sexo, les atribuimos roles, capacidades y valores diferentes y reproducimos una discriminación que es fruto de la cultura machista.

En la práctica periodística, hay que preguntarse si el tratamiento que hemos dado a las mujeres es igual que el que damos a los hombres, si les atribuimos los mismos roles, capacidades, credibilidad y valor. Es sexismo si utilizamos diferentes verbos según sea él o ella quien protagoniza la noticia (ellos huyen con los hijos y ellas los secuestran; ellos se visten con sombrero y ellas se adornan con sombrero). Lo mismo pasa cuando destacamos el hecho de que la protagonista sea una mujer, pero no lo hacemos si es un hombre, o si a ella le preguntamos cómo lo hace para trabajar y criar a los hijos a la vez, pero no lo hacemos con ellos.

Una de las manifestaciones más claras del sexismo es el uso del masculino como la fórmula genérica universal que excluye expresamente la mención de las mujeres y asegura que las mujeres estamos implícitas bajo el paraguas del masculino. Esta fórmula del supuesto masculino universal no tiene un origen «natural» e inocente, no ha sido considerada de este modo en todas las épocas históricas, es una adquisición cultural y modificable, como dice la filóloga Teresa Meana, y que nace de planteamientos sexistas, discriminatorios e injustos, por los que se consideraba al hombre la única voz acreditada y sujeto de razón, y a la mujer una voz sin legitimación, en situación de subordinación e inferioridad. La lengua da la posibilidad de mencionar tanto a las mujeres como a los hombres y así se ha hecho en según qué períodos históricos.

8.3 EL ANDROCENTRISMO Y EL SEXISMO TIENEN CONSECUENCIAS

Hacer un uso sexista del lenguaje tiene como consecuencia silenciar las voces de las mujeres y hacer invisible su presencia, participación e, incluso, su existencia. Propicia la idea de que lo que interesa o repercute en los hombres es lo que afecta e interesa a toda la humanidad, convierte el mundo masculino en el mundo, y la voz masculina en la voz autorizada, con jerarquía, legitimidad y credibilidad superior a la de las mujeres. Contribuye, por lo tanto, a reforzar la cultura machista, la discriminación y la desigualdad. Tiene, además, repercusiones en el autoconcepto de las niñas y las mujeres subrepresentadas en la lengua y, al mismo tiempo, la sobreestimación de los niños y los hombres, sobrerrepresentados y autorizados por el lenguaje como unas figuras acreditadas.

Hay un debate abierto, no obstante, en relación a si la fórmula correcta del lenguaje inclusivo es mantener el binarismo de género hombre/mujer o utilizar una terminología neutra con la 'e' o la 'x' en lugar de las 'o' y las 'a' para hacer visibles identidades de género más plurales o, incluso, huir de cualquier categoría de género. Frente a

esta idea reivindicamos la necesidad de mencionar el femenino expresamente, para hacer visible la realidad de la discriminación de las mujeres por el hecho de ser mujeres y dar visibilidad y legitimidad al punto de vista de las mujeres, históricamente silenciado detrás del universal masculino, un hecho que alimenta en el imaginario social la figura de la masculinidad como la autoridad y el punto de referencia.

En el caso de que una persona no binaria sea entrevistada, protagonista o referenciada en una información adoptaremos, en el uso del lenguaje, la terminología que nos indique.

En virtud de la responsabilidad y el rigor profesional, **los medios de comunicación tienen que aceptar el reto de convertirse en agentes activos del cambio hacia una sociedad libre de machismo**, un objetivo que necesariamente requiere incidir en la realidad y en el lenguaje al mismo tiempo.

8.4 PROPUESTAS PRÁCTICAS PARA EL USO DEL LENGUAJE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

EVITA EL MASCULINO COMO LA FORMA UNIVERSAL

El masculino utilizado como la forma universal excluye a las mujeres. Proponemos utilizar genéricos realmente universales o estrategias inclusivas.

Los vecinos / El vecindario

Los profesores / El profesorado

Los ciudadanos / La ciudadanía

La Renta per Cápita de los españoles / La Renta per Cápita en España

Aludir al cargo, la profesión o el título en lugar de hacerlo a la persona que lo ocupa o desarrolla.

Los redactores / La redacción

El director / La dirección

Aquellos que quieran venir / Quienes quieran venir

Cuando uno desea hacer / Cuando deseamos hacer

Los expertos consideran que... / Los expertos y las expertas

Los valencianos opinan... / Los valencianos y valencianas... / La población valenciana opina...

«Al menos 13 candidatos a dirigir la nueva Canal 9»
(valenciaplaza.com, 10 de enero de 2017) [VER](#)

Dos eran mujeres, pero el titular no las nombra.

Proponemos: Al menos 13 candidaturas a dirigir la nueva Canal 9.

«La Universitat de València elige nuevo rector» (eldiario.es, 22 de febrero de 2018) [VER](#)

Dos eran mujeres y uno era hombre.

Proponemos: Elecciones al Rectorado de la Universitat de València, o bien: Dos mujeres y un hombre aspiran al Rectorado de la Universitat de València, o bien: La Universitat de València elige nueva rectora o rector.

«Tres candidatos para la UV con la vista puesta en una segunda vuelta»

(El Mundo, 13 de enero de 2018) [VER](#)

Proponemos: Tres candidaturas para la UV con la vista puesta en una segunda vuelta.

«Los ministros del Gobierno de Pedro Sánchez», «Carmen Calvo, José Luis Ábalos y Josep Borrell son algunos de los ministros que acompañarán a Sánchez en su Ejecutivo» (El País, 7 de junio de 2018) [VER](#)

Proponemos: Los ministros y ministras...

LAS PROFESIONES TAMBIÉN TIENEN FEMENINO

Para hacer visibles a las mujeres en el ámbito profesional hay que nombrar en femenino las profesiones si están ejercidas por ellas. Nombrarlas en masculino dibuja en el imaginario un universo de hombres ocupando los espacios del ámbito público, laboral y profesional y les otorga reconocimiento social mientras oculta la presencia y la tarea de las mujeres.

Son correctas y recomendables las formas femeninas de las profesiones ejercidas por mujeres: médica, jueza, abogada, coronela... porque aportan información valiosa, nos mencionan y, por lo tanto, visibilizan nuestra presencia en el espacio público.

Evitaremos utilizar un artículo femenino seguido de las formas masculinas de las profesiones, como por ejemplo la juez, la médico o la coronel, del mismo modo que no utilizamos el artículo 'la' para el sustantivo 'chico'. El artículo y el sustantivo no concuerdan y la lengua permite formar el femenino de las profesiones cuando estas están ejercidas por mujeres.

La formación de los jueces en violencia de género, primera ley que lleva el PSOE al Congreso tras llegar al Gobierno

eldiario.es, 7 de junio de 2018 [VER](#)

Proponemos: La formación del personal de Justicia (o de la judicatura) en violencia de género.

NO ES LO MISMO DECIR 'PÉREZ' QUE 'AMÀLIA PÉREZ'

Es mejor citar las fuentes o las referencias bibliográficas con el nombre y los apellidos del autor o autora. Sin nombre propio, las autoras no tienen visibilidad y los apellidos remiten a una autoría masculina.

PRESUPONER PUEDE SER ERRAR. LOS CARGOS DIRECTIVOS TAMBIÉN PUEDEN SER OCUPADOS POR MUJERES

Muchos medios dieron por hecho que la futura dirección de À Punt sería masculina, o al menos así lo expresaron, en masculino.

El director de la nueva Canal 9 cobrará inicialmente como un secretario autonómico

valenciaplaza.com, 9 de diciembre de 2016 [VER](#)

Subtítulo: «El consejo rector del ente audiovisual aprueba las bases para ocupar el puesto de director general y convoca concurso público»

(Las Provincias, 26 de noviembre de 2016) [VER](#)

Título: «Se busca licenciado y que hable valenciano aunque no tenga título para dirigir RTVV» (Las Provincias, 26 de noviembre de 2016) [VER](#)

LA GRAN EXCUSA DE LA ECONOMÍA DEL LENGUAJE

En periodismo es importante el ahorro del lenguaje, pero esto no es una excusa para no hacer uso de un lenguaje inclusivo, porque también es exigible el rigor y la precisión y hay maneras fáciles de conseguirlo.

Podemos evitar las dobles formas y el doble artículo 'los/las' con el uso de genéricos u otras estrategias lingüísticas no sexistas, para hacer mención de las mujeres y conseguir un relato más preciso, legible y corto que los relatos con masculinos supuestamente universales.

Es sexista decir: Los médicos y las enfermeras acudieron al lugar del accidente en 30 minutos para atender a los heridos. Una forma no sexista y más corta sería: El personal sanitario acudió al lugar del accidente en 30 minutos.

Algunos medios no tenían ningún problema en el 2000, 2006 y 2007 en utilizar un lenguaje inclusivo que ahora no usan:

«Seguramente Trillo se llevará consigo algún diputado o diputada de su circunscripción electoral» (ABC, 2 de abril del 2000)

«Fuentes de La Moncloa aseguran que ese mismo día se hará oficial el elenco de ministros y ministras» (El Mundo, 6 de abril del 2007)

DES-ARTICULACIÓN

Hay que prestar atención a los artículos. Un artículo masculino ante un término genérico no incluye a las mujeres.

~~Los especialistas~~ / Cada especialista

~~Muchos invitados~~ / Muchas personas invitadas / Mucha gente invitada

~~Los africanos~~ / La población africana

LOS PRONOMBRES RELATIVOS NOS AYUDAN

~~Los lectores de este libro~~ / Quienes leen este libro

UTILIZAR EL IMPERSONAL

~~Los ganadores recibirán un premio~~ / Se entregará un premio

RECHAZAR LA PALABRA 'HOMBRE' COMO FORMA GENÉRICA

~~El hombre prehistórico~~ / Las personas en la prehistoria / Las mujeres y los hombres de la prehistoria

EL SALTO SEMÁNTICO ES FALAZ

Se trata de universales que aparecen al inicio de la frase que se evidencian falsos a continuación. Por lo tanto, puede parecer que hace referencia a hombres y mujeres, pero realmente considera solo a los hombres. Es un error lingüístico que se debe al uso sexista del idioma.

«Todo el pueblo participó de la fiesta, menos las mujeres y los niños» **(entonces, no participó todo el pueblo, si faltaban las mujeres y los niños y niñas).**

«La gente se deja influir más por sus mujeres que por las encuestas» **Podría parecer que se utiliza la palabra 'gente' como un genérico, pero al final de la frase, sexista, se desvela que no es así.**

DUALES APARENTES

Son palabras aparentemente iguales a las que cambiar el género gramatical –de masculino a femenino– significa añadirles una carga subjetiva de discriminación hacia las mujeres y, en la mayor parte de los casos, una connotación sexual.

Valencià

Governant (que dirigeix un país) / Governanta (que dirigeix la planta d'un hotel)

Un qualsevol (una persona indeterminada) / Una qualsevol (una prostituta)
Secretari (alt càrrec) / Secretària (càrrec administratiu)
Individu (una persona) / Individua (denominació despectiva de persona)

Castellano

Hombre de la calle (hombre corriente) / Mujer de la calle (prostituta)
Fulano (un hombre cualquiera) / Fulana (prostituta)
Gobernante (que dirige un país) / Gobernanta (que dirige la planta de un hotel)
Uno cualquiera (una persona indeterminada) / Una cualquiera (una prostituta) Se-
cretario (alto cargo) / Secretaria (cargo administrativo)
Individuo (una persona) / Individua (denominación despectiva de persona)

VACÍOS LÉXICOS

El sexismo deja huella en palabras negativas que no tienen masculino, como por ejemplo las siguientes:

Valencià harpia, pècora

Castellano maruja, lagarta, arpía

Además, también atribuye connotaciones positivas a palabras que hacen referencia exclusivamente a los hombres, como en los casos siguientes:

Valencià homenia, cavallerositat, home de bé

Castellano hombría, caballerosidad, hidalguía, hombre de bien

REFRANES Y FRASES HECHAS

Hay que tener cuidado en no repetir la cultura popular machista sin contextualizarla o identificarla expresamente como tal.

LA DISIMETRÍA EN LOS TRATAMIENTOS Y USOS DE CORTESÍA

A menudo encontramos que a ellas se las menciona por el nombre y a ellos por el apellido.

Para referirse a Pablo Casado en los titulares se habla de Casado (con el apellido); para referirse a Soraya Sáenz de Santamaría se habla de Soraya (el nombre propio). De hecho, incluso a sus seguidores se los denomina «los sorayos».

Podríamos pensar que el apellido de ella es muy largo (a pesar de que se la podría denominar Sáenz), pero esto no es una excusa aceptable, puesto que en otras ocasiones no se ha considerado este inconveniente, como en el caso del periodista Ernesto Sáenz de Buruaga, a quien se le mencionaba con el apellido completo, y no como Ernesto.

Señor, señora y señorita

Señorita es un tratamiento que no tiene paralelo en masculino –salvo el despectivo «señorito» andaluz–, y que clasifica a las mujeres en función de su estado civil. Es un tratamiento machista y discriminatorio, una reliquia instrumental para señalar públicamente el estado civil de las mujeres al presentarlas y hacer pública su disponibilidad para el matrimonio o para el emparejamiento. Son marcas patriarcales que identifican el territorio virgen, que juzgan a las mujeres por criterios estereotipados y discriminatorios.

HOMBRES QUE PROTAGONIZAN EL MÉRITO DE LAS MUJERES TRIUNFADORAS

Las mujeres suelen ser vistas únicamente en su faceta de pareja de alguien y en relación a una figura principal masculina, a pesar de que la acción y el mérito sea de ellas, como en el ejemplo siguiente:



«La mujer de un defensa de los Bears ha ganado hoy una medalla de bronce en las Olimpiadas de Río» (Chicago Tribune, 7 d'agost de 2016)

LA CONCORDANCIA, LA COHERENCIA CON LAS NORMAS DE FORMACIÓN DEL GÉNERO GRAMATICAL

Por concordancia, y en coherencia con las normas de formación del género gramatical, de acuerdo con lo que las lingüistas con perspectiva de género consideran correcto, tendríamos que decir:

Valencià

El canceller / La cancellera

L'andalús / L'andalusa

El músic / La música

Castellano

El miembro / La miembra

El canciller / La cancellera

El portavoz / La portavoz

Andaluz / Andaluza
Modisto / Modista

Se puede formar el femenino de masculinos acabados en -a o -e con un cambio de artículo:

Valencià

el/la congressista
el/la periodista
pero: l'estudiant/l'estudianta

Castellano

el/la deportista
el/la congresista
el/la periodista
el/la estudiante

ESTEREOTIPOS SEXUALES

Los estereotipos, especialmente reforzados por la imagen, asignan roles y significaciones diferenciadas a hombres y mujeres, que no son naturales sino fruto de la cultura machista y la discriminación de las mujeres. En el lenguaje audiovisual, es un uso estereotipado, por ejemplo, el hecho de utilizar solo imágenes de mujeres para anuncios de infertilidad, de productos de limpieza o de objetos vinculados con la crianza, o por otra parte, el hecho de utilizar imágenes de hombres para ilustrar profesiones con prestigio social.

8.5 RECTIFICAR ES DE SABIOS Y SABIAS, SI SE HACE BIEN

Un periódico titula una noticia con la frase «La lista de buenorras internacionales en los JJ.OO. de Río», un titular que convierte en noticia el aspecto físico de las mujeres, resta valor al éxito profesional que ha motivado que sean protagonistas de la actualidad y las reduce a objetos sometidos a la observación y juicio masculinos. Cosifica a las mujeres, las coloca en una situación de concurso no por lo que hacen –y que es una gesta en sí a la que el medio anula cualquier mérito–, sino por su valor como objetos sexuales en el imaginario masculino patriarcal.

La lista de buenorras internacionales en los Juegos Olímpicos de Río

El Mundo, 2 de agosto de 2016 [VER](#)

La lista de las atletas olímpicamente atractivas

Actualizado: 02/08/2016 12:24 horas

Pero, además, y probablemente ante las críticas y la presión de la opinión pública en las redes sociales, el medio hizo una rectificación y cambió el titu-

lar antes mencionado por «La lista de las atletas olímpicamente atractivas». Parece que no se ha llegado a entender que el titular todavía tiene la misma significación, a pesar de que hayan cambiado el lenguaje grosero por otro en apariencia más respetuoso. Pero en ambos casos se produce una anulación del valor deportivo y profesional de las mujeres protagonistas, se infravalora el éxito de las deportistas, las reduce a su atractivo sexual y las coloca en una situación de concurso en que rigen los hombres y el criterio de la masculinidad patriarcal y en que se las juzga.

«Si llega a casa y no encuentra a su mujer, no se preocupe, han empezado las rebajas»

Sería mejor decir: Empiezan las rebajas.

«La Ministra apareció en rueda de prensa elegantemente vestida»

Esta información es irrelevante en referencia a una ministra.

«La investigadora, de gran belleza, leyó un informe magnífico»

Sería mejor decir: La investigadora [nombre y apellido] leyó un informe magnífico.

En conclusión, en la búsqueda del rigor en el ejercicio profesional, el uso no sexista del lenguaje es una práctica exigible si se aspira a elaborar una información veraz y honesta, además de comprometida con la erradicación de la cultura patriarcal, que es la causa de la discriminación y de la violencia contra las mujeres, pero también de una visión parcial, injusta e interesada del mundo.

Capítulo 9

MARCO LEGAL, RIGOR PROFESIONAL Y COMPROMISO ÉTICO

El marco legislativo y deontológico que compromete a los medios de comunicación en relación al tratamiento de la violencia de género es amplio y claro pero sin apenas un régimen sancionador, el compromiso queda sometido a la voluntariedad de profesionales y empresas de comunicación, una autorregulación que ha sido, en los casos en que se ha producido, tímida y lenta.

La violencia de género en el estado español está regulada por la **Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género** (Ley 1/2004, de 28 de diciembre). Esta establece la obligación de respetar en la publicidad la dignidad de las mujeres y su derecho a una imagen no estereotipada ni discriminatoria, tanto si se exhibe en los medios de comunicación públicos como en los privados, y reconoce como ilícita la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio. Esta ley determina que la difusión de noticias relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y la dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos. En particular, se tendrá especial atención en el tratamiento gráfico de las informaciones.

La **Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres** (3/2007, de 22 de marzo), además de detallar las obligaciones de los medios públicos RTVE y la agencia EFE, establece, en todos los efectos y para todos los medios, la obligación de respetar la igualdad entre mujeres y hombres y de evitar cualquier forma de discriminación.

La **Ley Integral contra la violencia sobre la mujer en el ámbito de la Comunitat Valenciana** (Ley 7/2012, de 23 de noviembre) establece obligaciones y competencias que comprometen sobre todo a la administración valenciana –y no tanto a los medios de comunicación– en cuanto a velar por el cumplimiento de buenas prácticas, como por ejemplo las solicitudes de rectificación de publicidad que proporcione una imagen vejatoria o discriminatoria de la mujer, o vigilar que no se difundan programas o publicidad contrarios a los derechos de las mujeres y, en particular, que no contengan elementos discriminatorios, sexistas, pornográficos o de violencia. También se compromete a promover el uso de una guía de estilo periodístico –sin concretar cuál– que proporcione las claves para el tratamiento informativo «adecuado» de las situaciones relacionadas con la violencia que sufren las mujeres y promover que, al informar sobre noticias relativas a la violencia sobre la mujer, se agregue información sobre los distintos recursos de prevención, asistencia y protección existentes en la Comunitat Valenciana.

El **Pacte valencià contra la violència de gènere i masclista** (septiembre 2017) incorpora diferentes medidas que comprometen a los medios a participar en la «generación de un relato compartido de lucha contra la violencia de género y machista, sin la doble victimización de las mujeres, la confrontación política y social con los agresores machistas y la socialización del conflicto», entre otros. Recoge también el compromiso de actualización del manual *Notícies amb Llaç Blanc* de la Unió de Periodistes Valencians sobre cómo abordar la violencia de género y machista en los medios de comunica-

ción, así como el acuerdo de las administraciones públicas valencianas y los medios de comunicación de comprometerse a asumir como propias sus recomendaciones.

El pacto señala también diferentes compromisos de la administración valenciana, como desestimar la contratación de empresas y medios de comunicación que contengan publicidad de carácter sexista o machista y que fomenten la prostitución, y les impele a fomentar códigos de conducta o autorregulación de los medios que elimine la transmisión de estereotipos y garantice la objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y la dignidad de las mujeres víctimas de violencia machista en los medios de comunicación.

Por otro lado, la **Ley de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas** (12/2018, de 24 de mayo) asume los objetivos del Pacte valencià contra la violència de gènere y establece en su disposición adicional tercera que la publicidad institucional no se podrá realizar en medios de comunicación que contengan anuncios de comercio sexual o de fomento de la prostitución.

La **Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual** aspira a “promover una sociedad más incluyente y equitativa y, específicamente en lo referente a la prevención y eliminación de discriminaciones de género”. Establece como infracciones muy graves la emisión de contenidos que de forma manifiesta fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social. Y la emisión de comunicaciones comerciales que vulneren la dignidad humana o utilicen la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio. Y establece sanciones de hasta un millón de euros y la revocación de la licencia pero excluye a la prensa escrita, focaliza muy específicamente en la acción de odio hacia la mujer y emplea conceptos jurídicos indeterminados como “dignidad de la mujer”.

El **Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España** –FAPE– (aprobado el 27 de noviembre de 1993 y actualizado el 22 de abril de 2017) establece el compromiso de evitar información u opiniones de contenido discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes. También dice que se tiene que evitar nombrar a las víctimas de un delito, así como la distribución de material que pueda contribuir a su identificación, y que se tiene que actuar con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual. Además, establece que los y las periodistas «tendrán que evitar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa y equitativa».

La **Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo** en el informe/ Resolución 2013/73 (de 7 de mayo) sobre la intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial en los medios de comunicación, se establece que «la publicación o emisión de este tipo de testimonios retribuidos está sujeta

al principio de veracidad y condicionada por las limitaciones a la intromisión en la intimidad, el respeto a las víctimas y el tratamiento de lo que concierne a menores y excluidos en general».

El **Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica** (Estambul, 2011) dicta que las partes firmantes –entre ellas el estado español– animará al sector privado, al sector de las tecnologías de la información y de la comunicación y a los medios de comunicación a participar en la elaboración y aplicación de políticas, así como a establecer líneas directrices y normas de autorregulación para prevenir la violencia contra las mujeres y reforzar el respeto de su dignidad. Además, también les anima a desarrollar y promover las capacidades de niños –y niñas–, padres –y madres– y educadores –y educadoras– para hacer frente a un entorno de tecnologías de la información y de la comunicación que de acceso a contenidos degradantes de carácter sexual o violento que pueden ser nocivos.

La **Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer** (conocida como CETFDCM o CEDAW), es un tratado internacional de Naciones Unidas firmado en 1979. Esta convención establece un programa de acción para poner fin a la discriminación por razón de sexo. La declaración adoptada en la cuarta Conferencia Mundial de Naciones Unidas, celebrada en Beijing (1995), establece el ámbito de los medios de difusión como uno de los 12 ámbitos clave dentro de los objetivos estratégicos para el progreso de las mujeres y la consecución de la igualdad de género. Y establece objetivos y acciones que comprometen a los medios de comunicación en cuanto a aumentar la participación y el acceso de las mujeres a la expresión y la toma de decisiones en y mediante los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación así como el compromiso de promover una representación equilibrada y no estereotipada de las mujeres en ellos.

El **Pacto de estado contra la violencia de género** (28 septiembre de 2017) reconoce como víctimas de violencia a las madres de niños y niñas asesinados en ejercicio de violencia contra las mujeres, de forma que habrá que referirse a ellas de este modo en los medios.

Además, el pacto estatal recoge la necesidad de comprometer a los medios de comunicación a divulgar las sentencias condenatorias de los casos de violencia de género, con el fin de ayudar a la erradicación de cualquier sensación de impunidad respecto de los autores de estos crímenes. En el marco de la futura transposición de la revisión de la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los estados miembros –relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en el ordenamiento jurídico nacional– el pacto también contempla nivelar la protección de los derechos de las mujeres y la lucha contra los estereotipos sexistas con la lucha contra la incitación al odio, la discriminación y la protección de menores.

Por otro lado, contempla la conveniencia de establecer un acuerdo marco para la corrección, la especialización y la formación de profesionales de los medios de comunicación y de la publicidad para fomentar un cambio de actitud respecto de la violencia contra las mujeres que no justifique, banalice o incite a la violencia contra ellas, que elimine los estereotipos sexistas y que promueva la toma conjunta de decisiones entre hombres y mujeres, con especial atención al ámbito doméstico. Este acuerdo estará dirigido a profesionales de prensa escrita, televisiones, emisoras de radio y agencias de noticias y publicidad.

La Ley Orgánica 8/2015, de 22 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia, incorporó a los y las menores hijos e hijas de las víctimas de violencia de género al estatuto de protección integral, de forma que extiende los derechos de las madres a los y las menores y, por lo tanto, establece que estos también tienen que recibir esta consideración en el tratamiento informativo.

En conclusión, **el tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación no es solo una cuestión de sensibilidad o de estilo, está recogido ampliamente en nuestra legislación y compromete a los medios a actuar con responsabilidad y de acuerdo con la lucha por la igualdad de género y la defensa de los derechos de las mujeres.** El hecho de que este marco legal sea eminentemente declarativo convierte mayormente a los medios en responsables de asumir i cumplir con ello. Esquivar esta responsabilidad les convierte en verdaderos obstáculos para la igualdad, en parte del problema. Debemos aspirar a una ciudadanía cada día más sensible y exigente con la lucha contra el machismo y la violencia de género y del mismo modo con unos medios de comunicación que sean capaces de estar a la altura del reto que la realidad les plantea.

ANEXOS

ANEXO 1. ENLACES A MANUALES Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España [VISITA](#)

Código deontológico y de autorregulación para la publicidad y la comunicación no sexistas, del Instituto Vasco de la Mujer [VISITA](#)

Código para el tratamiento informativo de la violencia de género, de la Junta de Castilla y León [VISITA](#)

Libro de estilo de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació [VISITA](#)

30 Claves informativas sobre violencia de género [VISITA](#)

ONU mujeres: poner fin a la violencia contra mujeres y niñas [VISITA](#)

Comuniquemos para la igualdad, Ministerio de Educación de Chile [VISITA](#)

Asociación Periodistas por la Igualdad [VISITA](#)

Periodismo contra la violencia machista, La Marea, Oxfam Intermon [VISITA](#)

Recomendaciones para informar sobre las agresiones sexuales, del Máster en Género y Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Publicado por Almena, AADAS y el Ajuntament de Barcelona [VISITA](#)

Género y medios de comunicación. Herramientas para visibilizar las aportaciones de las mujeres [VISITA](#)

Manual de estilo de RTVE [VISITA](#)

Guía de estilo de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació [VISITA](#)

Manuales de la Unió de Periodistes Valencians sobre el ejercicio profesional en los medios de comunicación [VISITA](#)

Guía de uso para un lenguaje igualitario, de la Unitat d'Igualtat de la Universitat de València [VISITA](#)

Manual de género para periodistas –PNUD– [VISITA](#)

Mujeres en Red [VISITA](#)

Agenda de expertas de la Unió de periodistes Valencians [VISITA](#)

ANEXO 2. ENLACES A LA LEGISLACIÓN

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género. BOE 313, (de 29 de diciembre de 2004) [VISITA](#)

Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (3/2007, de 22 de marzo) [VISITA](#)

Ley integral contra la violencia sobre la mujer en el ámbito de la Comunitat Valenciana (Ley 7/2012, de 23 de noviembre) [VISITA](#)

Protocolo de Palermo, para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños (sic), que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional. Ratificado por España el 13 de diciembre de 2000 [VISITA](#)

Pacte valencià contra la violència de gènere i masclista (septiembre de 2017) [VISITA](#)

Informe del síndic de greuges sobre la atención y protección a las mujeres víctimas de violencia de género en la Comunitat Valenciana. Año 2017 [VISITA](#)

Pacto de Estado contra la violencia de género (28 septiembre de 2017)

Pacto [VISITA](#) / Voto particular [VISITA](#)

Ley de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas (12/2018, de 24 de mayo) [VISITA](#)

Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España –FAPE– (aprobado el 27 de noviembre de 1993 y actualizado el 22 de abril de 2017) [VISITA](#)

Informe/Resolución 2013/73 (de 7 de mayo) sobre la intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial ante los medios [VISTA](#)

Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica (Estambul, 2011) [VISITA](#)

Ley Orgánica 8/2015, de 22 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia [VISITA](#)

Real Decreto de 3 de agosto de 2018, de medidas urgentes para el desarrollo del Pacto de Estado contra la violencia de género [VISITA](#)

Ley 4/2015, de 27 de abril, del Estatuto de la víctima del delito [VISITA](#)

Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer aprobada el 18 de diciembre de 1979 por la Asamblea General de las Naciones Unidas. [VISITA](#)

ANEXO 3. MÁS BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Ayala, Marta Concepción, Emelina Fernández y M^a Dolores Fernández de la Torre (coord.) (2001): Actas Jornadas de Comunicación y Género. (CEDMA)

Bach, Marta (2000): El sexo de la noticia. (Icaria)

Barjola, Nerea (2018): Microfísica sexista del poder: el caso Alcàsser y la construcción del terror sexual. Virus Editorial.

Bolinches, Emilia (coord) (2002): Notícies amb Ilaç blanc. Manual per a periodistes sobre la violència domèstica. Unió de Periodistes Valencians.

Chaher, Sandra y Sonia Santoro (coord.) (2007): Las palabras tienen sexo. Artemisa Comunicación Ediciones.

Crespo, Pau (2014): La erradicación de la violencia de género. En especial, la prensa escrita. El Petit Editor.

La Viña, Carmen (2002): Aprender a detectar y superar el sexismo en los medios de comunicación. Federación de Mujeres Progresistas.

Lledó, Eulàlia (2012): Cambio lingüístico y prensa. Laertes.

Meana, Teresa: Porque las palabras no se las lleva el viento... Por un uso no sexista de la lengua. Ajuntament de Quart de Poblet [VISITA](#)

Queizán, María Xosé (2001): Mujeres en medio. Repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje. Ameco.

Sindicatura de Greuges (2017): Informe sobre la atención y protección a las mujeres víctimas de violencia de género en la Comunitat Valenciana. València [VISITA](#)

Comissió d'Igualtat CORTS Valencianes (2017): Informe de la Subcomisión especial de estudio respecto de la realización de un trabajo integral para la erradicación de las violencias de género en la Comunitat Valenciana. Corts Valencianes. Valencia [VISITA](#)

INE (2017): Condenados. Todos los delitos. Base de datos sobre delitos con búsqueda por sexo de la persona infractora y por tipo de delito [VISITA](#)

Pikara Magazine – Monográfico (2015): A medias tintas. Los medios ante la violencia machista. Pikara Magazine.

Consejo General del Poder Judicial (CGPJ 2016) Memoria: Estado, funcionamiento y actividades anuales [VISITA](#)

Consejo General del Poder Judicial (CGPJ) Grupo de expertos en violencia de género [VISITA](#)

Consejo General del Poder Judicial (CGPJ 2016) Sentencias y penas medias privativas de libertad [VISITA](#)

'Periodistas y violencia de género. Videoteca de voces expertas'. Diputación de Cádiz y Asociación de la prensa de Cádiz [VISITA](#)

Diferencias conceptuales entre la trata de personas y el tráfico de migrantes. Derechos humanos. Gobierno de México [VISITA](#)

Alianza Global para los Medios y Género (GAMAG) es un movimiento mundial para promover la igualdad de género en y a través de los medios de comunicación [VISITA](#)

La Unión de Periodistas, con la financiación del Ajuntament de Castelló, pone al alcance de profesionales de la Comunicación este manual. Su singularidad se encuentra, especialmente, en destacar la dimensión política y social de la violencia de género, introducir una dimensión pedagógica a partir de un mejor conocimiento de la complejidad que presenta este proceso y asumir que el tratamiento correcto no puede reducirse solo al caso concreto noticiable, sino a la manera y el punto de vista desde el que los medios, con carácter global, muestran y posicionan a las mujeres.

 Unió de Periodistes Valencians



Ajuntament de Castelló

Regidoria d'Igualtat d'Oportunitats de Dones i Homes

 **caixa
popular**