



Universidad de La Laguna

El tratamiento informativo de la violencia de género.

Trabajo de Fin de Grado.

Grado en Trabajo Social.

Autora: Rosa María Trujillo Rodríguez.

Tutor: Juan Octavio Hernández Cabrera.

Curso académico: 2016/2017.

Mes de Convocatoria: Julio de 2017.

Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación.

ÍNDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	6
1. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO	7
1.1. Conceptualización de la violencia de género.	7
1.1.1. Definición según el Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la mujer.....	7
1.1.2. Definición según la ONU (Organización de las Naciones Unidas).....	8
1.2. Concepto de patriarcado.....	9
1.2.1. Según la definición de Engels y Weber.....	9
1.2.2. Según la definición de las teorías feministas.....	9
1.3. Formas de violencia.	10
1.4. Historia de las mujeres.	11
1.4.1. ¿Qué podemos ver desde la historia?	11
1.5. Normativa legal.....	13
1.5.1. Objeto de la Ley de violencia de género.	14
1.6. Violencia de género y medios de comunicación.	14
1.6.1. La ley de violencia de género como punto de partida para la comprensión de los retos de los medios de comunicación.	15
1.6.2. Análisis de cómo se transmiten las noticias sobre la violencia de género en los medios de comunicación.	16
1.6.3. La construcción del asesinato de género en los medios de comunicación.	19
1.6.4. Los mecanismos de los efectos.	21
1.6.5. ¿Dónde ha oído hablar la sociedad de la violencia contra las mujeres?.....	22
1.6.6. Algunos ejemplos de cómo opera la justificación de la violencia en la cultura y en las instituciones.....	23
1.6.7. La representación: ¿Cómo conseguimos aprender?	24
1.6.8. Una revisión desde la Teoría del Etiquetaje y el concepto de Desviación.	25
2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	28
3. MÉTODO	30
3.1. Instrumento.....	30
3.2. Participantes y muestra.....	30
3.3. Diseño y procedimiento.....	30
4. RESULTADOS	32

4.1. Características sociodemográficas de las personas que cumplimentaron el cuestionario realizado.	32
4.1.1. Gráfica 1: Variable “Sexo”.....	32
4.1.2. Gráfica 2: Variable “Edad”.	33
4.1.3. Gráfica 3: Variable “Estado Civil”.....	34
4.1.4. Gráfica 4: Variable “Estudios finalizados”.....	35
4.1.5. Gráfico 5: Variable “Situación laboral”.	36
4.2. Resultados sobre la percepción de la población acerca de la influencia que generan los propios medios de comunicación ante la violencia de género.	37
4.2.1. Gráfica 6: Opinión de la población sobre su nivel de conocimientos acerca de la violencia de género.....	37
4.2.2. Gráfica 7: Opinión de la población sobre qué impresiones les generan la visualización de los casos de violencia de género en los medios de comunicación.....	38
4.2.3. Gráfica 8: Opinión de la población sobre si consideran adecuada o no la manera de informar por parte de los medios de comunicación ante la violencia de género.....	39
4.2.4. Gráfico 9: Opinión de la población sobre qué medios de comunicación consideran que realizan una labor más importante en materia de prevención de la violencia de género.....	40
4.2.5. Gráfica 10: Opinión de la población sobre si consideran necesario mostrar imágenes explícitas de los hechos o dar descripciones detalladas.	41
4.2.6. Gráfica 11: Opinión de la población sobre si relatar los hechos de manera específica, por parte de los medios de comunicación, puede servir de ejemplo a los hombres maltratadores para imitar acciones.	42
4.2.7. Gráfica 12: Opinión de la población sobre cómo valoran la información que ofrecen los medios de comunicación acerca de la violencia de género.	43
4.2.8. Gráfica 13: Opinión de la población sobre si consideran que se informa lo suficiente de las experiencias de superación de las mujeres que han sido víctimas de la violencia de género.....	44
4.2.9. Gráfica 14: Opinión de la población sobre si considera que los casos que salen a la luz de violencia de género asustan al maltratador o más bien se consigue que se solidarice con el maltratador de la noticia.	45
4.2.10. Gráfica 15: Opinión de la población sobre si han sospechado, en alguna ocasión, que unos casos que han visto en las noticias se han podido inspirar en otros ya publicados.....	46
4.2.11. Gráfico 16: Opinión de la población sobre si la violencia de género se puede frenar o no a través de las noticias.....	47
4.2.12. Gráfico 17: Opinión de la población sobre qué pasara si se reducen las noticias acerca de los asesinatos de las mujeres.	48
5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	49
5.1. Discusión respecto a los datos sociodemográficos obtenidos.	49

5.2. Discusión respecto a los resultados obtenidos sobre la percepción de la población acerca de la influencia que generan los propios medios de comunicación ante la violencia de género.....	50
6. CONCLUSIONES.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXO 1. ESQUEMA DEL CUESTIONARIO.....	60
ANEXO 2. TABLAS NUMÉRICAS.....	65

RESUMEN.

El presente proyecto de investigación, pretende realizar una visión y planteamiento diferentes de la violencia de género en los medios de comunicación, analizando el impacto de las noticias de maltrato en los maltratadores según la teoría del etiquetaje. Más concretamente, este trabajo se centra en la retransmisión de este fenómeno social por parte de los medios, en especial, la televisión. Para ello, llevaremos a cabo una investigación con la finalidad de conocer qué piensa una parte de población acerca de cómo transmiten los medios de comunicación las noticias sobre la violencia de género.

- **Palabras clave:** teoría del etiquetaje, medios de comunicación, violencia de género, prevención, estereotipos.

ABSTRACT.

The present research project aims to conduct a different overview and approach of gender violence in the media, analyzing the impact of news of abuse on abusers according to the labeling theory. More specifically, this work focuses on the retransmission of this social phenomenon by the media, especially television. To do this, we will carry out an investigation in order to know what a part of the population thinks about how the media transmit the news about gender violence.

- **Keywords:** labeling theory, mass media, gender violence, prevention, stereotypes.

INTRODUCCIÓN.

Como se ha comentado con anterioridad, mediante este proyecto de investigación, se pretende conocer lo que opina la sociedad respecto a cómo informan los medios de comunicación sobre la violencia de género. Para ello, nos centraremos, en primer lugar, en un marco teórico que aborde todo lo relacionado con este tema. De esta manera, podremos hacernos una idea de la gran influencia que llevan consigo los propios medios de comunicación, pues son considerados uno de los principales agentes de socialización, es decir, son un apoyo fundamental para educar a la sociedad en general.

Una vez finalizado el marco teórico, nos ceñiremos a los objetivos por los que se encuentra encabezado este proyecto, así como las hipótesis que nos habíamos planteado con anterioridad sobre los posibles resultados. A continuación, procederemos a hablar sobre el método, es decir, cuál ha sido la muestra de población obtenida y mediante qué técnica hemos llevado a cabo la investigación, entre otros aspectos.

Por otro lado, daremos paso a los resultados obtenidos, en los que podremos observar la representación de las gráficas pertenecientes a cada pregunta del cuestionario que se ha elaborado. También, se llevará a cabo un análisis y discusión de los aspectos más relevantes de los resultados que hemos adquirido.

Por último, podremos encontrar las conclusiones de este proyecto de intervención al igual que una visión general de lo que nos ha aportado la obtención de dichos resultados.

1. ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO.

El marco teórico de esta investigación se compone de una serie de apartados mediante los cuales abordaremos el tema de la violencia de género. Alguno de estos apartados, se dividirá en subapartados, de manera que podamos concretar el estudio al tema concreto que nos interesa conocer: el tratamiento informativo de la violencia de género.

Para conseguirlo, tendremos en cuenta las aportaciones de diversos autores y autoras que han abordado dicho tema.

En primer lugar, comenzaremos por la contextualización de la violencia de género, es decir, conocimientos generales que abarquen la misma como problema social, por lo que se incidirá en la historia de las mujeres, tanto en la tradicional como en la actual, la legislación bajo la que se encuentran amparadas y las principales formas de violencia existentes, entre otros aspectos primordiales a abordar.

Posteriormente, como bien se ha señalado, nos acercaremos a la violencia de género y la repercusión que generan los propios medios de comunicación ante ella.

1.1. Conceptualización de la violencia de género.

1.1.1. Definición según el Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la mujer.

La **violencia de género** es una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, que han conducido a la **dominación de la mujer por el hombre**, así como a la discriminación contra la mujer y a la interposición de obstáculos contra su pleno desarrollo. La violencia contra la mujer a lo largo de su ciclo vital dimana esencialmente de pautas culturales, en particular de los

efectos perjudiciales de algunas prácticas tradicionales y de todos los actos de extremismo relacionados con la raza, el sexo, el idioma o la religión que perpetúan la condición inferior que se asigna a la mujer en la familia, el lugar de trabajo, la comunidad y la sociedad (Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas, 1995).

1.1.2. Definición según la ONU (Organización de las Naciones Unidas).

En el **artículo 1 de la Declaración sobre la eliminación de la violencia contra las mujeres** que hizo la ONU (Organización de las Naciones Unidas, 1993), se define como ‘violencia de género’: “todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer. Inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se produce en la vida pública como privada”.

A partir de esta definición, podemos afirmar que las Naciones Unidas constituyen el marco en el que se han desarrollado los derechos de las mujeres y las actuaciones que han permitido reconocer la violencia de género como un problema que los estados deben condenar y poner los medios para su erradicación (Osborne, 2009).

Así, es necesario señalar que las mujeres padecen la violencia a lo largo de su ciclo vital, en diversas situaciones y en todas las culturas, por lo que ésta tiene un profundo impacto sobre ellas, que puede persistir a lo largo de toda su vida. De esta forma, la violencia contra las mujeres es un fenómeno cotidiano que va entrelazado con el género. Además, ha sido y sigue siendo usual en todos los países y en todas las sociedades (González, 2002).

1.2. Concepto de patriarcado.

En primer lugar, antes de comenzar a definir el concepto de patriarcado, es preciso destacar que se considera oportuno incluirlo en esta investigación, dado que, de esta manera, lograremos entender con más exactitud de dónde desciende la violencia de género y, sobre todo, cuáles han sido los motivos principales por los que se ha originado este concepto.

1.2.1. Según la definición de Engels y Weber.

Atendiendo al concepto de patriarcado, Engels y Weber (s.r.f. Facio & Fries, 1999) manifestaron que dicho concepto es “antiguo y no necesariamente un aporte de las teorías feministas”. Estos autores, lo mencionaron; más aún el primero se refirió a éste, en su famosa obra “Estado, Familia y Propiedad Privada” como el sistema de dominación más antiguo, concordando ambos en que el patriarcado se trata de la relación con un sistema de poder y por lo tanto de dominio del hombre sobre la mujer.

1.2.2. Según la definición de las teorías feministas.

En primer lugar, es necesario destacar que son las teorías feministas las que actualizan el concepto de patriarcado. Para algunas feministas el patriarcado es “la manifestación e institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres y los/las niños/as de la familia”, es decir, dominio que se extiende a la sociedad en general. En segundo lugar, las teorías feministas argumentan que el patriarcado implica que los varones tienen poder en todas las instituciones importantes de la sociedad y que se priva a las mujeres del acceso de las mismas. Pero no implica que las mujeres no tengan ningún tipo de poder, ni derechos, influencias o de recursos. En último y tercer lugar, el patriarcado también es denominado como un sistema que justifica la dominación sobre la

base de una supuesta inferioridad biológica de las mujeres y tiene su origen histórico en la familia, cuya jefatura ejerce el padre y se proyecta a todo el orden social (Facio & Fries, 1999).

1.3. Formas de violencia.

Tras haber profundizado en algunas de las definiciones de la ‘violencia de género’ así como del concepto de ‘patriarcado’, resulta imprescindible conocer las diferentes formas en las que se puede manifestar la violencia. Aunque, es preciso mencionar que, en nuestro país, no se ha llegado a un consenso sobre las posibles formas en que puede presentarse. Por su parte, el Consejo de Europa (2006), la clasifica en seis formas diferentes:

FORMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO	
Física	Se incluyen aquí todo tipo de agresiones corporales (empujones, golpes, ataques con armas, mordeduras, quemaduras, estrangulamientos, mutilaciones, etc.).
Sexual	Comprende cualquier actividad sexual no consentida (visionado o participación forzada en pornografía, relaciones sexuales obligadas, tráfico y explotación en la industria del sexo, etc.).
Psicológica	Concepto amplio que admite múltiples modalidades de agresión intelectual o moral (amenazas, aislamiento, desprecio, intimidación e insultos en público, etc.).

Estructural	Término íntimamente relacionado con el de violencia económica, pero que incluye barreras invisibles e intangibles contra la realización de las opciones potenciales y de los derechos básicos de las personas. Se sustenta en la existencia de obstáculos firmemente arraigados y que se reproducen diariamente en el tejido social (por ejemplo, las relaciones de poder que generan y legitiman la desigualdad).
Económica	Entendida como desigualdad en el acceso a los recursos compartidos (negar el acceso al dinero, impedir el acceso a un puesto de trabajo o a la educación, etc.).
Espiritual	Concepto comprensivo de aquellas conductas que consisten en obligar a otra persona a aceptar un sistema de creencias cultura o religioso determinado, o dirigidas a erosionar o destruir las creencias de otro a través del ridículo o del castigo).

Fuente: Elaboración propia según el Consejo de Europa (2006).

1.4. Historia de las mujeres.

1.4.1. ¿Qué podemos ver desde la historia?

Como explican los/as autores/as Pérez y Edesa (2006), parece un hecho sutilmente denigrante que las mujeres o “no tienen historia” o “carecen de méritos” para ser incluidas en ella. Existen una serie de preguntas que resultaría interesantes plantearnos: ¿Qué había hecho la mujer corriente mientras se desarrollaba la historia que la excluía?, ¿cómo había

vivido?, ¿en qué tareas ocupaba sus días?, ¿qué motivaba sus acciones y determinaba sus actitudes?

Por otro lado, vemos los abrumadores contrastes entre la vida de los hombres y de las mujeres en las mismas épocas: ¿por qué las leyes, la política, la religión y los sistemas económicos excluyeron a las mujeres europeas de las áreas y actividades más importantes de la vida? Y lo que es más preocupante, ¿por qué las mujeres habían aceptado estas limitaciones que menospreciaban sus actividades, denigraban su naturaleza y las subordinaban a los hombres? (Pérez & Edesa, 2006).

Siguiendo las aportaciones de los/las autores/as Pérez y Edesa (2006), hemos de considerar también las excepciones de las que nos hablan, es decir, aquellas mujeres que lograron sobresalir y que se incluían en las historias tradicionales, tales como Eloísa, Juana de Arco, Catalina La Grande, Marie Curie, entre otras. ¿Por qué habían sido admitidas estas mujeres?

A diferencia de los hombres, como apuntan Pérez y Edesa (2006), que en la historia han sido divididos por clases, naciones o épocas históricas, las mujeres, ante todo, han sido consideradas mujeres, como una categoría de seres diferente. Y así encontramos que una y otra vez nacer mujer es el primer factor que define la experiencia y confiere un rasgo común a las vidas de las mujeres europeas, del año 700 o del año 1700. Vemos que una mujer hasta hace poco tiempo se identificaba como: “hija de su padre”, “mujer de...”, “viuda de...”, o “madre de su hijo”. No importaba su época en la historia, su clase o rango social, su nacionalidad o grupo étnico.

Todas las mujeres europeas fueran reinas o monjas, aristócratas o campesinas, artesanas o artistas, estaban sometidas todavía a otro factor limitador, las opiniones de la cultura europea enormemente negativas sobre las mujeres. Una mujer que gobernaba

sobre los hombres desde un trono, o dentro de una familia, se la consideraba “masculinizada” y un peligro para la jerarquía natural del universo que situó al hombre en primer lugar (Pérez & Edesa, 2006).

En resumidas cuentas, podría concluirse que la Historia tradicional es fuertemente patriarcal y por tanto ignora e invisibiliza a las mujeres. De esta manera, se minimiza la participación femenina y se responsabiliza a los hombres del desarrollo de la humanidad (Pérez & Edesa, 2006).

1.5. Normativa legal.

1.5.1. Objeto de la Ley de violencia de género.

Tanto las mujeres que son o han sido víctimas de la violencia de género como sus hijos e hijas, se encuentran amparados/as bajo la **Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género**. La presente Ley tiene por objeto actuar contra la violencia que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, se ejerce sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aun sin convivencia. Por esta Ley, se establecen medidas de protección integral cuya finalidad es prevenir, sancionar y erradicar esta violencia y prestar asistencia a las mujeres, a sus hijos e hijas menores y a los/as menores sujetos a su tutela, o guarda y custodia, víctimas de esta violencia (Noticias Jurídicas, 2004).

1.6. **Violencia de género y medios de comunicación.**

De acuerdo con la autora Soletto (2015), una parte importante de nuestra visión de la vida depende de lo que vemos, escuchamos y leemos en los medios de comunicación. A menudo, **sólo a través de lo que cuentan podemos conocer realidades que nos rodean**, pero que no forman parte de nuestra propia vivencia o del conocimiento adquirido por otros medios.

Por eso, en muchas ocasiones, la idea que tenemos de la realidad depende mucho de la forma en que las noticias, las opiniones, los reportajes, los documentales o simplemente los contenidos de entretenimiento nos cuentan las cosas (Soletto, 2015).

Probablemente, según Soletto (2015), será por esto que siempre que se habla de sensibilización y cambio social en relación con la igualdad entre mujeres y hombres o en la prevención y erradicación de la violencia de género, se apela a la forma en que los medios de comunicación reflejan y **construyen el relato sobre el papel social y los derechos de las mujeres**, de las relaciones entre mujeres y hombres, o de los crímenes de violencia contra las mujeres.

Centrándonos ahora en el presente proyecto, como bien se ha comentado con anterioridad, en los siguientes subapartados se comenzará a relatar el tema de la violencia de género y el papel fundamental que desempeñan los medios de comunicación (radio, prensa, televisión y redes sociales, entre otros) en cuanto a la misma. La pregunta clave es: ¿Los medios de comunicación están realizando una labor efectiva para prevenir en materia de violencia de género? Dicha cuestión, la podremos averiguar a continuación y a lo largo del proyecto de investigación.

1.6.1. La ley de violencia de género como punto de partida para la comprensión de los retos de los medios de comunicación.

Resulta evidente el papel de los medios de comunicación, y en especial la televisión, como instrumentos para incidir en las acciones y actitudes de los ciudadanos y las ciudadanas, en la formación de sus valores y creencias. Desde el tratamiento mediático de algunos casos que han ocurrido en nuestro país antaño, ha pasado mucho tiempo. Se ha avanzado, sí, pero todavía existen demasiados tópicos y mitos en la forma de abordar la violencia de género y distinguir lo que es información de lo que es noticia. Por esta razón, la LO 1/2004 de Protección Integral contra los Actos de Violencia de Género destinó algunos de sus mandatos a apoyar ciertas iniciativas que persigan la prevención y erradicación de la violencia de género a través de los medios de comunicación (Martínez, 2009).

Por otro lado, cabe mencionar que dentro de la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género (s.r.f. Iglesias & Lameiras, 2009), se encuentra un capítulo, concretamente el número II, el cual va dirigido única y exclusivamente al **ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación**. Así, se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

➤ Artículo 13.- Medios de comunicación.

1. Las Administraciones Públicas velarán por el cumplimiento estricto de la legislación en lo relativo a la protección y salvaguarda de los derechos fundamentales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres en todos los medios de comunicación social, de acuerdo con la legislación vigente.

2. La Administración pública promoverá acuerdos de autorregulación que, contando con mecanismos de control preventivo y de resolución extrajudicial de controversias eficaces, contribuyan al cumplimiento de la legislación publicitaria.

➤ **Artículo 14.**

Los medios de comunicación fomentarán la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.

La difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y dignidad de las mujeres víctimas de violencia de género y de sus hijos e hijas. En particular, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones.

1.6.2. Análisis de cómo se transmiten las noticias sobre la violencia de género en los medios de comunicación.

Según refiere la autora Burgos (2012), “en la actual sociedad de la información, la dignidad de la persona, específicamente de la mujer, podría verse lesionada si se da prioridad en la información que se emite a los hechos o sucesos y no se tiene una especial cautela o protección de sus derechos más fundamentales: a su imagen y privacidad, a su intimidad y a su protección personal y familiar”. Si bien en el nuevo tratamiento informativo de la violencia de género ha querido hacer un esfuerzo mediático por visibilizar la violencia, y a su vez, a la mujer víctima, al ponerle nombre y apellidos, en las noticias, para que su caso no sea un número más sino toda una vida a dar a conocer, no podemos olvidar que el derecho a preservar o garantizar su intimidad, si ese es su deseo.

Es necesario plantearse si habría que atender, en una posible revisión de los criterios periodísticos, las siguientes consideraciones (Burgos, 2012):

- Utilizar la noticia periodística como suceso morboso, más violento o más impactante. La violencia no es un suceso más, se debería evitar el morbo que, con relatos escabrosos de los hechos, consigue una mayor audiencia en la exposición de la noticia. A la vez, no por ello hay que endulzar y normalizar los hechos ante la insensibilización de la audiencia. Lo ideal sería mantener el justo equilibrio y proporción en su tratamiento como noticia y como hecho sociológico reprochable penalmente.
- Trabajar con mayor rigor, además de objetividad y realismo, el tratamiento de datos y el relato de los hechos. A su vez, con efecto disuasorio, informar las consecuencias de los actos delictivos. Esto debe servir para disuadir a los agresores.
- Garantizar la protección de la víctima y su integridad cuidando la “victimización secundaria”. Al hacer pública su lesión a la integridad física o psíquica, puede ocasionar que la víctima sufra dos veces si quiere garantizar su anonimato y el de sus familiares.
- Es importante nombrar a la violencia sobre las mujeres correctamente y con rigor, es decir, asumir la importancia del lenguaje no sexista y para la visibilización de una situación en su contexto concreto: contexto de violencia de género en el ámbito de la pareja. Por otro lado, también sería conveniente, nombrar correctamente eedl contexto, como sucede en la ley de violencia de género, diferenciándola de violencia en el ámbito familiar o doméstica que admite confusión, (del padre al/a la hijo/a, con los/as abuelos/as, de la mujer al marido)

en este caso, de la violencia machista como consecuencia a la situación de poder o sumisión del hombre sobre la mujer dentro del ámbito de parejas asimétricas.

- Que se protegiera el derecho a la intimidad y a la propia imagen conforme a la LO de protección a la intimidad de los “presuntos culpables” no publicando datos de identidad en concreto, que lo identifiquen entre sus iguales, hasta que no haya una imputación penal concreta y que no interfiera el transcurso de una investigación policial o judicial.
- No se deberían usar los estereotipos de género para “justificar conductas delictivas”. No hay que tratar de minimizar los hechos ni defender la conducta y, mucho menos, atenuar su comportamiento (estaba bebido, drogado, se volvió loco, tiene una enfermedad mental, estaba en tratamiento psiquiátrico...) o perjudicar la imagen de ella (ella le era infiel, previamente le había abandonado, no le dejaba ver a los/as niños/as, etc.).
- Se debería tratar, en sus justos términos de calificación jurídico penal, la “presunta conducta delictiva” y no anticiparse en la calificación de la existente. Si existen dudas de forma de comisión de delito, sólo habría que hacer referencia al resultado (se ha hallado muerta) sin “anticiparse” si se ha suicidado o la han tirado por la ventana si no se tiene todos los datos.
- Habría que cuidar y proteger el entorno de la víctima (el agresor) hasta la fecha, por si ha podido ser un familiar de la misma (marido o pareja), y tiene relación directa con la descendencia, que puede ser victimizada en la imagen degradante del agresor y, además, la información les puede llegar a los/as menores por conductos incorrectos.

- Se debería de dar una información completa y contrastada, así como real y veraz amparada en medios de valoración objetivos (atestados, certificados de defunción, partes médicos forense, etc.).
- La información debería ser más positiva en cuanto a que no existe impunidad ante la violencia en que ante un delito existe todo un sistema de protección a la víctima y una condena penal con unas consecuencias directas sobre el autor del delito. No dar la imagen de que están en la calle, no cumplen las penas, sólo acuden a terapias y se escapan a la acción de la justicia.
- Analizar si se está dando la noticia como un parte meteorológico diario: si la repetición sistemática de la noticia crea un efecto adverso en cuanto a la sensibilización y normalización o incluso presenta una repulsa social.: “otra vez lo mismo”, “qué pesados/as con lo de la violencia”, o incluso un reproche neomachista en cuanto a que, se justifique, por parte de esta “nueva ideología contraria a la igualdad de género”, un “victimismo del varón” aludiendo a argumentos como que a los hombres se les condena antes de tiempo, se les culpa en general de dicha situación (por ello es necesario evitar las generalizaciones). En el mismo sentido es de vital importancia cuidar las imágenes **(las imágenes violentas crean violencia o al final insensibilizan)**.

1.6.3. La construcción del asesinato de género en los medios de comunicación.

Como expresan las autoras Postigo y Jorge (2015), es frecuente ver en algunos periódicos cómo la noticia de una mujer asesinada aparece en la misma sección en la que se habla de la detención de unos atracadores, acompañada de una foto que muestra los objetos robados. Podemos ver en una televisión cómo se narra el asesinato de una mujer en clave de suceso, o cómo se cuenta con un estilo sensacionalista. En demasiadas ocasiones observamos también cómo se ofrece un espectáculo antes que una información

adecuadamente contextualizada. Se tiende a dar detalles del asesinato, irrelevantes desde el punto de vista informativo, que no hablan de la gravedad del asunto. La noticia se interpreta y se centra en los detalles escabrosos, de más impacto, que distorsionan la información, con el fin de añadir morbo para captar la atención del espectador y ganar audiencia. Algunas televisiones suelen emitir imágenes de la mujer asesinada en el lugar del crimen (si hay sangre, mejor aún) y, en demasiadas ocasiones, no se respeta la imagen de la víctima.

La información convertida en espectáculo banaliza el mal y deriva en morbo. ¿Qué sentido tienen determinadas imágenes de archivo? Mientras se recrean datos irrelevantes, falta la explicación pertinente, la interpretación adecuada de un hecho grave que no puede ser tratado como un suceso, como un hecho aislado ni como un espectáculo (Postigo & Jorge, 2015).

La violencia de género, según Postigo y Jorge (2015), tampoco es una “lacra”, como a veces se describe, puesto que no es una secuela o señal de una enfermedad o achaque. La violencia de género, los asesinatos de mujeres a manos de hombres con los que mantienen un vínculo, los malos tratos, amenazas y desprecios, deben explicarse como la consecuencia de una estructura social y cultural, sustentada en los cimientos del patriarcado, que ha promovido y “naturalizado” la desigualdad entre los sexos. La violencia de género existe porque, como señala Amelia Valcárcel (2008) (s.r.f. Postigo y Jorge, 2015), la agenda de la paridad está aún pendiente; y conseguir esta agenda posibilitará el que las mujeres sean y se sientan libres.

1.6.4. Los mecanismos de los efectos.

Los principales mecanismos que aparecen respecto a los efectos de los medios de comunicación podemos establecerlos de la siguiente manera (Clemente, 2009):

- **Identificación:** los sujetos que visionan los medios encuentran personajes con los que se identifican, y les agrada encontrar dichas formas de identificación.
- **Imitación:** hay una fuerte correspondencia entre los conceptos de identificación e imitación. Una diferencia esencial entre los dos es que el concepto de identificación implica algún tipo de vínculo emocional entre el modelo y el sujeto, mientras que la imitación se refiere a la igualdad de la conducta del sujeto con la del modelo, siendo esto mediatizado o no por el proceso de identificación con el modelo.
- **Efecto disparador (triggering):** los medios de comunicación de masas podrían disparar las “mentes desequilibradas” a una acción violenta, siendo esto un último escalón para sostener la idea de que los medios de comunicación de masas pueden tener algunos efectos sobre la violencia en la sociedad. La violencia en la televisión “dispara” actos violentos en la gente “mal ajustada” o mentalmente inestables.
- **Desensibilización:** la hipótesis de la desensibilización argumenta que la proyección repetida de violencia en los medios de comunicación de masas embota nuestra respuesta emocional hacia tal tipo de material de forma gradual, y finalmente llegamos a ser incapaces de responder apropiadamente.

1.6.5. ¿Dónde ha oído hablar la sociedad de la violencia contra las mujeres?

Según los estudios que se han hecho en diferentes tiempos, prácticamente el 90% de la sociedad reconoce que conoce la violencia de género a través de los medios de comunicación, tanto en España como en la Unión Europea según el Eurobarómetro. Y dentro de los medios de comunicación, fundamentalmente el 97% del conocimiento llega a través de la televisión. En la siguiente tabla, podremos observar lo anteriormente expuesto:

¿En qué medios de comunicación ha oído hablar de la violencia de género?	
En la TELEVISIÓN	97%
En PERIÓDICOS Y REVISTAS	49'7%
En la RADIO	51'8%
En LIBROS	9'8%
En el CINE	15'9%
En el TRABAJO	14'6%
En la ESCUELA	4'2%

Fuente: Elaboración propia a partir del Eurobarómetro de la Unión Europea.

Vemos que la capacidad de adquirir conocimiento a través de la fuente de información va a ser clave para posicionarse, para reaccionar, para enfrentarse a la situación de violencia de género. Y, por tanto, el papel de los medios de comunicación es

fundamental, ya no por ese aspecto “teóricos” de ser medios de comunicación de masas, sino porque se ha detectado que, primero, los medios son la fuente de información fundamental de la gente y, segundo, la televisión ocupa un papel básico en esa adquisición de información (Lorente, 2009).

Y más aún si se sabe, tal y como indica Lorente (2009), porque se ha dicho a la sociedad, y porque está demostrado, que los medios de comunicación tienen la capacidad de crear opinión, en general, frente a cualquier tema que se aborde desde los mismos. Y no hay que irse muy lejos para demostrarlo. Un claro ejemplo de ello sería cuando observamos que los medios ponen en su agenda un tema previamente inexistente y rápidamente se adquiere información, educación y posicionamiento.

1.6.6. Algunos ejemplos de cómo opera la justificación de la violencia en la cultura y en las instituciones.

En el siguiente cuadro, se presentan algunos ejemplos de cómo contribuyen las principales instituciones sociales en la justificación de la violencia:

Ámbito	Mecanismos de legitimización de la violencia
Cultura Popular	Cuentos, refranes, canciones, chistes, etc.
Escuela	Contenidos, no reciprocidad profesor-alumno/a, segregación, mano dura, etc.
Ejército	Patriotismo, culto a las armas, deshumanización del enemigo/a, etc.
Empresa	Diferencias salariales (hombre-mujer; autóctono-inmigrante), clasismo, etc.
Familia	Autoritarismo, menosprecio, transmisión de valores, etc.
Medios de comunicación	Estereotipos, desinformación, trivialización de la violencia, etc.
Religión	Textos bíblicos (ojo por ojo diente por diente).
Ciencia	Deterioro ambiental por razones de progreso.

Fuente: (Penalva, 2002).

Como podemos observar en el anterior cuadro, la mayoría de las instituciones sociales operan a nivel inconsciente; algunas, como el ejército, están bastante especializadas (lo exige algo tan difícil de hacer como es el enseñar a matar) y otras tienden a contribuir en mayor medida a lo contrario (la escuela y la familia). En el caso de los medios de comunicación (institución que estamos abordando en el presente trabajo), nos encontramos con que existe una desinformación por parte de los mismos, por lo que podríamos afirmar, con casi total seguridad, que la información que éstos transmiten es inadecuada e irrelevante, sobre todo, con respecto a la violencia de género. Toda esta desinformación por parte de los medios, ocasiona que la población tienda a tener una idea equivocada acerca de los peligros que supone encontrarse en una situación de estas características.

1.6.7. La representación: ¿Cómo conseguimos aprender?

Según manifiestan los/as autores/as Plaza y Delgado (2007), “la representación es un concepto fundamental para entender cómo los seres humanos logramos llegar a conocer”.

Escribir una noticia sobre violencia de género es mucho más complicado por los significados culturales construidos sobre lo que significa ser hombre o mujer; las relaciones entre él y ella, la violencia masculina en general y otros muchos aspectos que influyen en este grave problema. El simple hecho de vivir en sociedad no nos faculta para “conocer” acerca de la violencia de género (Plaza & Delgado, 2007).

Decía Walter Lippmann (s.r.f. Plaza & Delgado, 2007) que, por lo general, “no vemos primero y definimos después, sino que el proceso es, al contrario; que frente a la gran confusión bulliciosa y radiante del mundo exterior seleccionamos lo que nuestra

cultura ya ha definido por nosotros, de manera que tendemos a percibir lo que hemos elegido en forma de estereotipos culturales”.

Los estereotipos culturales dicotómicos construidos acerca de las mujeres las representan como mentirosas, caprichosas, pasivas, manipuladoras, tontas, astutas, charlatanas, etc.; por el contrario, a los hombres como leales, inteligentes, activos, independientes, lógicos, aventureros, hábiles, etc. Así pues, no puede parecer extraño que todavía hoy haya periodistas que directa o indirectamente culpen a las mujeres de la violencia de género que padecen: “La mujer rehusó el teléfono móvil...”, “En ese momento, la víctima se encontraba en “actitud cariñosa” con un vecino de la localidad...”, “Ella hubiera debido denunciar por acoso o por otros motivos, pero no consta que hubiera nada parecido”. O recurran a los estereotipos culturales para disculpar las actuaciones delictivas de los hombres que maltratan a las mujeres: “Al parecer el hombre sufría depresiones...”. E incluso se dice que pudo haber intentado un suicidio o algo parecido, pero que todo esto desencadenó un “furor contra la esposa” (Plaza & Delgado, 2007).

Para la audiencia de los medios de comunicación la realidad toma significado a través de las palabras que se utilizan, de las imágenes que se eligen, de cómo se cuenta la historia del asesinato o del maltrato. A través de los conceptos que utilizamos (¿es lo mismo hablar de violencia de género que de violencia doméstica?), de la clasificación que establecemos, de los valores que asociamos a la realidad de la que informamos, damos significado (Plaza & Delgado, 2007).

1.6.8. Una revisión desde la Teoría del Etiquetaje y el concepto de Desviación.

Para lograr entender la teoría del etiquetaje y, a su vez, poder establecer una relación con la presente investigación, primero tenemos que hacer hincapié en el concepto de “**desviación**”, ya que éste se trata de la visión denominada como “más antigua” de

dicha teoría. Según explican los autores Jessor y colaboradores (1968) (s.r.f. Alvira, 1975), se entiende por conducta ‘desviada’ la “violación de normas sociales y, por tanto, es un concepto más amplio que el de delincuencia o criminalidad; sin embargo, al hablar de ‘normas socialmente definidas’, se reconoce la idea de que la desviación no es algo intrínseco a un acto o conducta específicos, sino el criterio de evaluación de dicho acto definido socialmente”. Es decir, que la conducta desviada implicaría (Alvira, 1975):

- Conducta definida socialmente como tal.
- “Desviación” de normas sociales.
- Un grado de “desviación” de las normas sociales tal que provoque la noción del control social.

Esta es la explicación más clara de las implicaciones de una definición de la conducta ‘desviada’ al estilo clásico.

Por consiguiente, y habiendo argumentado sobre qué es la “desviación”, procederemos a hablar acerca de la teoría del etiquetaje. Como explica la autora De Miguel (2012), en los años sesenta había surgido, de la mano del interaccionismo simbólico, un nuevo y radical enfoque de la sociología de la desviación: **la teoría del etiquetaje**, también conocida en inglés como **“labeling theory”**. Esta teoría supuso una inversión de la imagen positivista del desviado, que pasaba de ser el peligro social número “X”, a considerarse una «creación» y víctima del control social. Frente al enfoque correccional se imponía una nueva actitud: escuchar, comprender sus razones, «simpatizar» con el desviado. El posterior desarrollo de estos planteamientos en los contraculturales años sesenta insistirá en la imagen del desviado como un rebelde político, lo sepa o no, transgresor del orden capitalista y la moral burguesa.

La lenta pero progresiva irrupción de las mujeres como sujetos en todas las esferas de la vida pública ha supuesto un revulsivo a aquella visión romántica y antisistema de la violencia y la desviación. Efectivamente, el análisis de género ha planteado con inusitada dureza la condición de víctimas de las mujeres en la sociedad patriarcal: ¿son acaso progresistas los malos tratos o el acoso sexual?, ¿qué significado profundamente contracultural pueden tener pintadas del tipo “si la violación es inevitable, relájate y disfruta?”, ¿qué dosis de transgresión, romanticismo y alegría de vivir podemos encontrar en el ejercicio de la prostitución? Si bien las mujeres no fueron las únicas en centrarse en las olvidadas víctimas, sus análisis fueron especialmente valiosos a la hora de establecer la relación entre las víctimas y una estructura de poder determinada, en este caso, la estructura patriarcal (Miguel, 2012).

Ahora bien, intentando relacionar la “teoría del etiquetaje” y el tema objeto de estudio, “la violencia de género y los medios de comunicación”, podríamos afirmar que, los propios medios, en diversas ocasiones, llegan a justificar la violencia de género a través de imágenes o relatos “positivos” de la misma. Pero, ¿qué puede haber de positivo en la violencia de género?

Los medios de comunicación no son conscientes del papel tan fundamental que llevan consigo, ya que son considerados una de las fuentes principales de transmisión de ideas a la sociedad en general, es decir, forman criterios. Nosotros y nosotras somos las víctimas de este control social que éstos perpetran en nuestra mente.

2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.

Este proyecto de investigación, se encuentra encabezado por los siguientes objetivos:

2.1. Objetivo general:

- **Conocer la percepción que tiene la población acerca de la influencia que pueden llegar a ejercer los medios de comunicación en cuanto al tratamiento informativo de la violencia de género.**

2.2. Objetivos específicos e hipótesis:

Por cada objetivo específico, se han estructurado una serie de hipótesis acordes a los mismos. Estas hipótesis, se han planteado con anterioridad al estudio de los resultados obtenidos en la investigación realizada:

- **Averiguar el nivel de conocimientos que presenta la población en lo que a noticias sobre la violencia de género se refiere.**

-Hipótesis 1: Una parte considerable de las personas encuestadas, no está informada lo suficiente sobre las noticias de violencia de género.

-Hipótesis 2: Ninguna o pocas de las personas encuestadas consideran que están sobre informados/as en lo referente a las noticias acerca de la violencia de género.

- **Examinar qué tipo de sensaciones le generan a la sociedad las noticias que ven en los medios de comunicación sobre la violencia de género.**

-Hipótesis 3: Por lo general, un porcentaje significativo de personas piensa que es desagradable pero también necesario que se informe.

-Hipótesis 4: Un número elevado de personas, ven estas noticias como algo normal.

- **Investigar sobre cómo valora la sociedad la información que ofrecen los medios de comunicación.**

-Hipótesis 5: Ninguna de las personas encuestadas, piensa que las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato.

-Hipótesis 6: Un porcentaje elevado de personas, consideran que las noticias sobre violencia de género se han convertido en algo habitual y, por lo tanto, ya no se sensibiliza.

- **Indagar sobre qué relación cree la población que existe entre la violencia de género y los medios de comunicación.**

-Hipótesis 7: Una cantidad representativa de personas, opinan que la violencia de género se puede aprender a través de las noticias.

-Hipótesis 8: Un ínfimo porcentaje de personas creen que la violencia de género no tiene que ver con los medios de comunicación.

- **Comprobar si la sociedad ha adquirido determinados aspectos relacionados con los efectos que produce la teoría del etiquetaje.**

3. MÉTODO.

3.1. Instrumento.

Con el objetivo de profundizar y obtener un mejor conocimiento sobre el tema estudiado, se ha confeccionado un **cuestionario** (ver en el apartado “**anexo 1**”) para conocer la percepción de la sociedad acerca de la poderosa influencia que ejercen los medios de comunicación sobre los casos de violencia de género que son retransmitidos, ya sea mediante televisión, radio, prensa, redes sociales u otros. El cuestionario, estaba dividido de la siguiente forma:

En primer lugar, podíamos observar los **datos sociodemográficos**, como lo son la edad, el sexo, el nivel de estudios, el estado civil y la situación laboral.

En segundo lugar, comenzarían una serie de preguntas (exactamente 12) destinadas a conocer lo que pretendemos averiguar mediante esta investigación: **¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación en la prevención de la violencia de género según la sociedad?**

3.2. Participantes y muestra.

Después de haber concluido la elaboración de dicho instrumento, se llevó a cabo la cumplimentación del mismo por parte de una **muestra representativa** de la población canaria, en este caso de la isla de Tenerife. En **total**, fueron **135** las **personas** que realizaron el cuestionario, cuyas edades oscilaban entre los 18 y 61 años.

3.3. Diseño y procedimiento.

El diseño de este cuestionario, fue ejecutado mediante **elaboración propia** y por **recomendaciones del tutor**. Dicha técnica utilizada, la encuesta, fue divulgada de manera electrónica, es decir, **mediante la utilización de redes sociales** como

“WhatsApp” y “Facebook”. Para ello, las personas que estuvieran dispuestas a colaborar, tendrían que entrar en el enlace (link) que se les había proporcionado con anterioridad y, una vez habiendo accedido, deberían de tener en cuenta los pasos a seguir, los cuales fueron detallados en la descripción de dicho cuestionario. Como dato a resaltar, esta encuesta fue elaborada mediante una herramienta de Google drive: Google formulario.

Por otro lado, es necesario destacar que, aunque esta herramienta proporcionaba los datos ya vaciados en Excel, hubo una serie de problemas, ya que no se podían obtener las tablas numéricas ni las gráficas. Por lo que dichas tablas, las cuales se mostrarán en el apartado “anexos” de este proyecto, fueron elaboradas de forma autónoma mediante Excel, al igual que las gráficas.

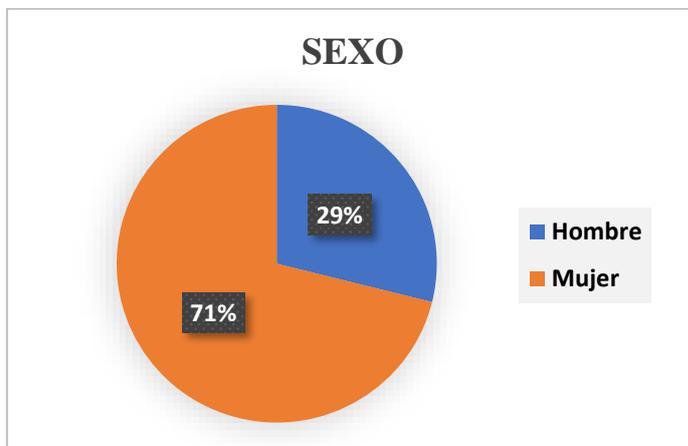
Por último, se obtuvo una visión general basándonos en los resultados obtenidos.

4. RESULTADOS.

A continuación, se recogen los resultados obtenidos de los cuestionarios realizados por las 135 personas que conforman la investigación:

4.1. Características sociodemográficas de las personas que cumplimentaron el cuestionario realizado.

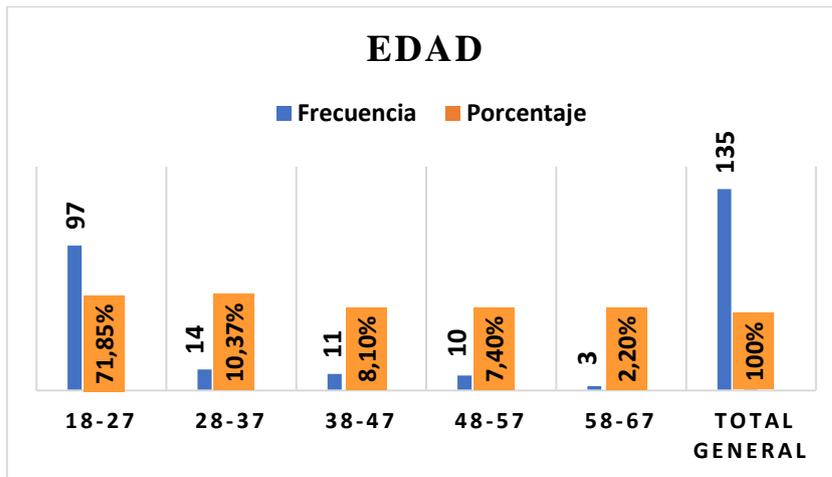
4.1.1. Gráfica 1: Variable “Sexo”.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Como podemos observar en la gráfica, llama la atención que el sexo femenino haya sido el que más ha colaborado en esta investigación, con un 71% del total general. El sexo masculino, sin embargo, ha sido el que menos ha participado, pues sólo un 29% de los encuestados son hombres.

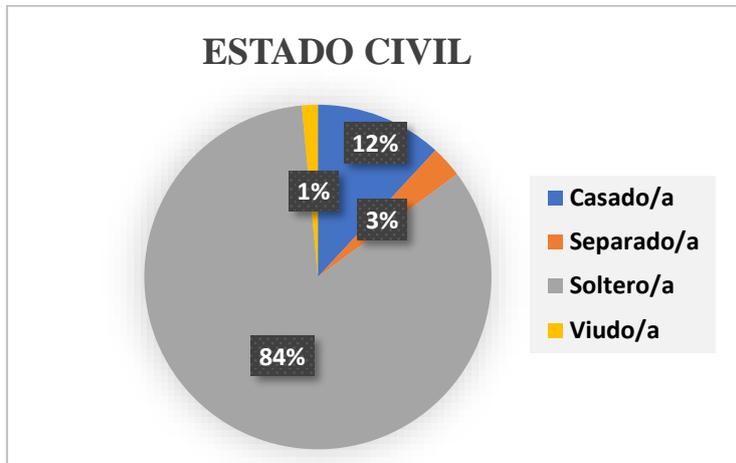
4.1.2. Gráfica 2: Variable “Edad”.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En el presente gráfico, cuya variable medida es la edad, nos encontramos con que el mayor porcentaje pertenece a los/as encuestados/as que tienen entre 18 y 27 años, con un 71'85% frente al total general. Seguidamente, están las personas que tienen entre 28 y 37 años, cuyo porcentaje es del 10'37%. Con inferior porcentaje de colaboración, se encuentran las personas que tienen edades comprendidas entre los 38 y 47 años (8'10%), continuado de edades entre 48 y 57 años (7'40%). Con tan sólo un 2'20% de la muestra de población adquirida, quedan las personas que tienen entre 58 y 67 años.

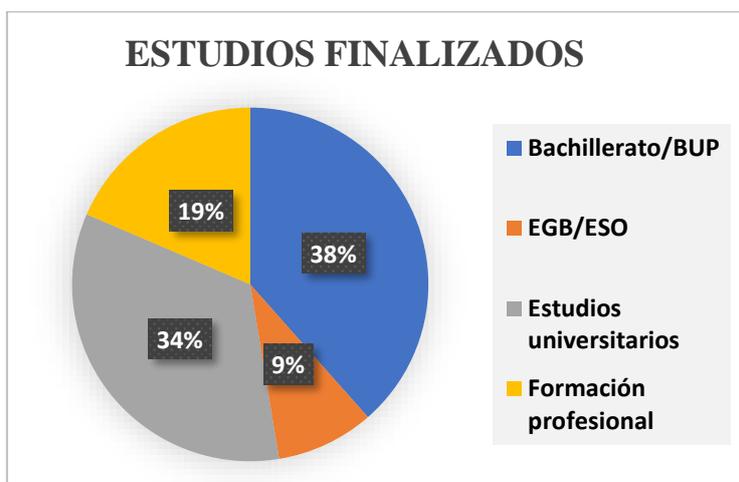
4.1.3. Gráfica 3: Variable “Estado Civil”.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En esta gráfica, podemos corroborar que un 84% de los/as encuestados/as están solteros/as. A continuación, con un porcentaje mucho más inferior (12%), se encuentran las personas que afirman que están casados/as. Sin embargo, en relación con los anteriores porcentajes, son muy pocas las personas que están separadas (3%). El 1% corresponde al estado civil de viudo/a, lo que quiere decir, que sólo una persona ha marcado esta opción.

4.1.4. Gráfica 4: Variable “Estudios finalizados”.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Como se puede apreciar, un 38% de los/as encuestados/as han finalizado los estudios referentes a Bachillerato/BUP. Posteriormente, con un 34% del total general, se encuentran las personas que han terminado estudios universitarios. Seguidamente, están las personas que han cursado formación profesional, con un 19%. Por último, cabe resaltar el 9% de las personas que han finalizado los estudios equivalentes a la EGB/ESO.

4.1.5. Gráfico 5: Variable “Situación laboral”.

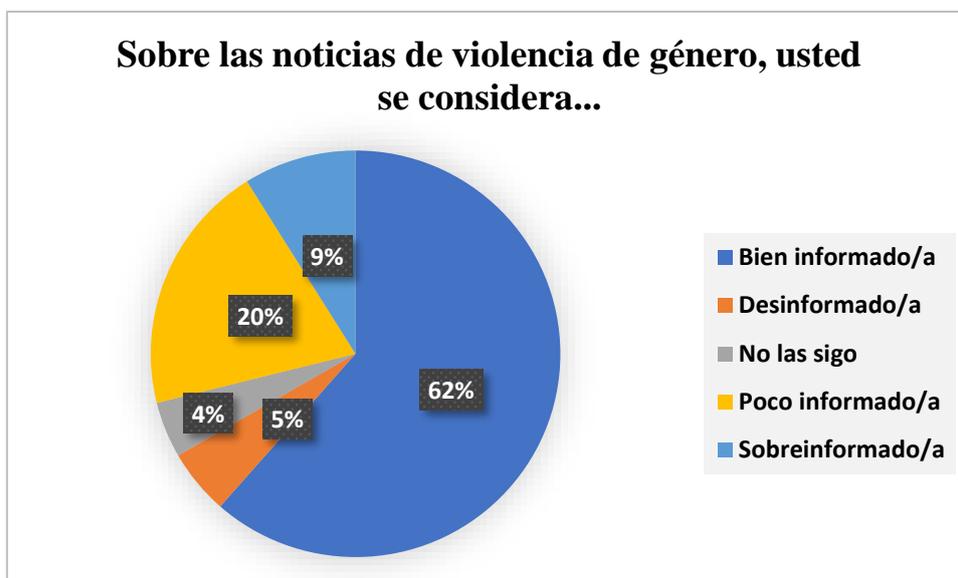


Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La situación laboral que más ha estado presente en esta investigación, es la de las personas que se encuentran en situación de paro, es decir, desempleados/as, con un porcentaje del 64%. A continuación, observamos una notoria diferencia entre una situación laboral y otra, pues el 35% de la población encuestada afirma encontrarse trabajando en la actualidad. Sólo un 1% está jubilado/a.

4.2. Resultados sobre la percepción de la población acerca de la influencia que generan los propios medios de comunicación ante la violencia de género.

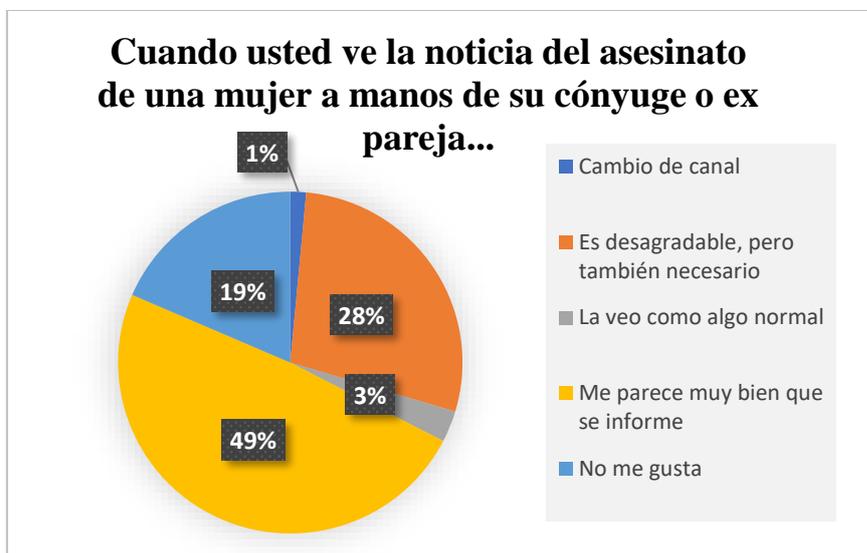
4.2.1. Gráfica 6: Opinión de la población sobre su nivel de conocimientos acerca de la violencia de género.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En la presente gráfica, podemos apreciar, mayoritariamente, que un 62% de los/as encuestados/as manifiestan estar bien informados/as acerca de las noticias que transmiten los medios de comunicación sobre la violencia de género. Con menores porcentajes, encontramos que consideran que están desinformados/as un 20% de la población estudiada. Mientras que, sobre informados/as consideran que están un 9%, frente a los/as que declaran que están desinformados/as (5%). Sólo un 4% de los/as encuestados/as, han revelado que no siguen estas noticias.

4.2.2. Gráfica 7: Opinión de la población sobre qué impresiones les generan la visualización de los casos de violencia de género en los medios de comunicación.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Mediante la visualización de este gráfico, podemos afirmar que un 49% de los/as encuestados/as manifiestan que les “parece muy bien que se informe” a través de las noticias si hay un nuevo asesinato de una mujer a manos de su pareja o ex pareja. Un 28% de los/as encuestados/as aseguran que “es desagradable, pero también necesario” que se informe. Por otro lado, y en porcentajes menores, nos encontramos con que un 19% de la población que hemos estudiado, afirman que “no les gusta” ver ese tipo de situaciones; otros/as destacan que “la ven como algo normal” (3%) y, sólo un 1%, declara que cuando ve una noticia de esas características, “cambia de canal”.

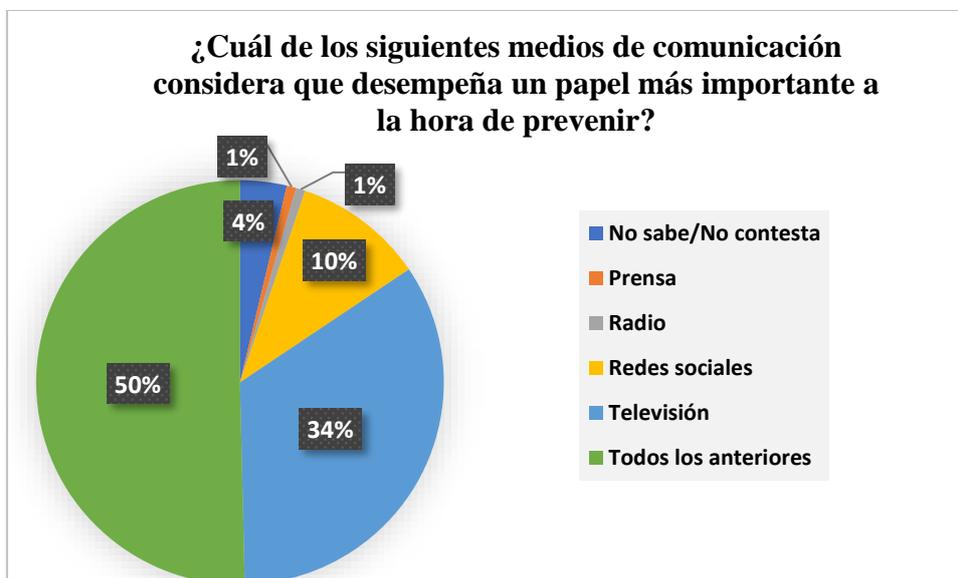
4.2.3. Gráfica 8: Opinión de la población sobre si consideran adecuada o no la manera de informar por parte de los medios de comunicación ante la violencia de género.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Como se aprecia, un 62% de los/as encuestados/as están de acuerdo con que la forma de transmitir la información por parte de los medios de comunicación no es la adecuada. Por otro lado, un 31% de la población, considera lo contrario, pues opinan que sí informan de la manera correcta acerca de la violencia de género. Mientras que, un 7% de la población estudiada, nos indica que no saben qué responder ante esta pregunta.

4.2.4. Gráfico 9: Opinión de la población sobre qué medios de comunicación consideran que realizan una labor más importante en materia de prevención de la violencia de género.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Atendiendo a este gráfico, podemos observar que un 50% de la población encuestada, declara que todos los medios de comunicación nombrados anteriormente, llevan a cabo un papel fundamental para sensibilizar y, a su vez, prevenir, en lo que se refiere a la violencia de género. Seguidamente, nos encontramos con que un 34%, afirma que es la televisión el medio de comunicación que lleva consigo una poderosa influencia para prevenir. A continuación, y en un descenso de los porcentajes, le siguen las redes sociales, con un 10%. Por otro lado, están las personas que indican que no sabrían contestar a esta pregunta (4%) y, tan sólo el 1%, coinciden en la elección de los medios de comunicación de la prensa y la radio.

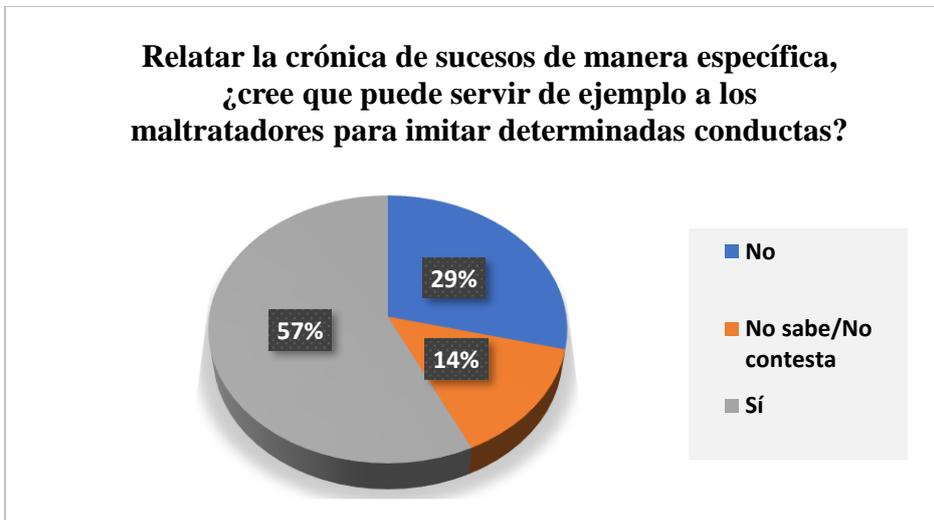
4.2.5. Gráfica 10: Opinión de la población sobre si consideran necesario mostrar imágenes explícitas de los hechos o dar descripciones detalladas.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Cabe destacar que el 60% de la población encuestada, manifiesta que tener que presenciar imágenes escabrosas u oír descripciones detalladas, se podría evitar, por lo que no aportan nada relevante para ellos y ellas. Sin embargo, un 34%, indican que es necesario que aporten estos datos a la información. Sólo un 6% de los/as encuestados/as no saben bien qué contestar.

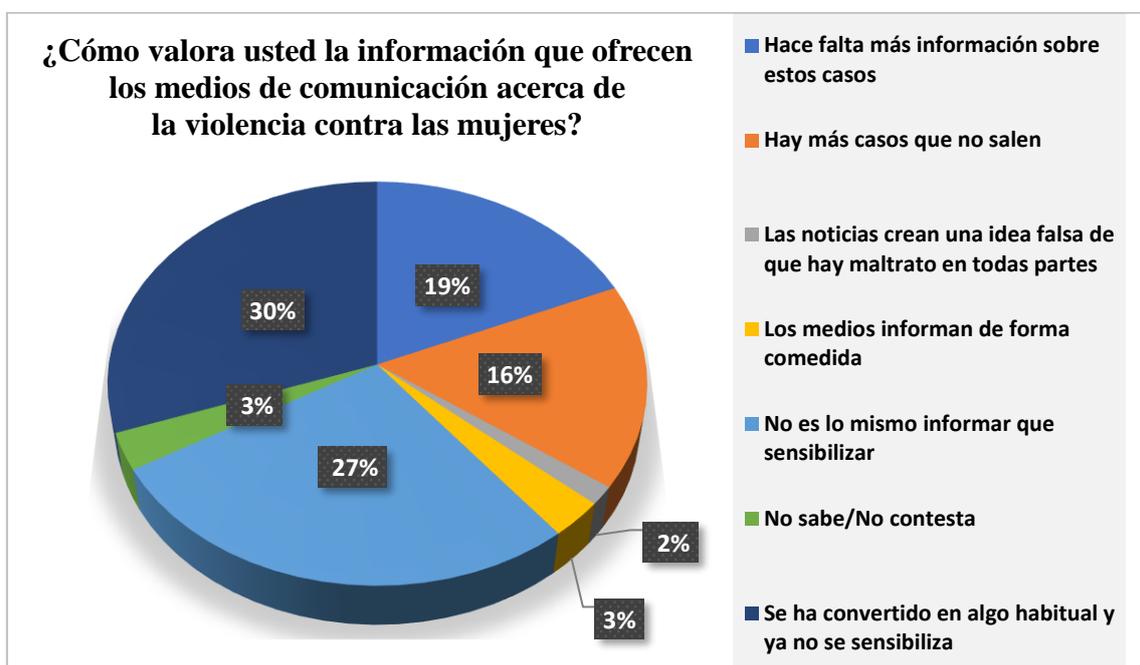
4.2.6. Gráfica 11: Opinión de la población sobre si relatar los hechos de manera específica, por parte de los medios de comunicación, puede servir de ejemplo a los hombres maltratadores para imitar acciones.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Como se puede observar en esta gráfica, un 57% de las personas encuestadas, revela que relatar los sucesos de manera concreta puede servir de ejemplo a los hombres maltratadores para hacerles lo mismo a sus parejas o ex parejas. Mientras que un 29%, indica que consideran que no les serviría de ejemplo. Por otro lado, cabe destacar que un 14% de los/as encuestados/as, muestran que no saben qué responder en esta pregunta.

4.2.7. Gráfica 12: Opinión de la población sobre cómo valoran la información que ofrecen los medios de comunicación acerca de la violencia de género.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Según la apreciación de las personas encuestadas, la violencia de género “se ha convertido en algo habitual y, por lo tanto, ya no se sensibiliza” (un 30% opina lo anteriormente expuesto). Por otro lado, y casi en similitud de porcentaje, un 27% declara que “no es lo mismo informar que sensibilizar”. Seguidamente, nos encontramos con que un 19% opina que “hace falta más información sobre estos casos”. Además, hay un 16% de la población estudiada que piensa que “hay más casos de violencia de género que no salen”. En último lugar, y con porcentajes prácticamente ínfimos, observamos que un 3% de las personas aseguran que “los medios informan de forma comedida” y que no sabrían qué contestar en esta pregunta (3%). Sólo un 2% manifestó que “las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato en todas partes”.

4.2.8. Gráfica 13: Opinión de la población sobre si consideran que se informa lo suficiente de las experiencias de superación de las mujeres que han sido víctimas de la violencia de género.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En esta gráfica, observamos cómo la mayoría de las personas encuestadas, con un 89% frente al total general, están de acuerdo en que los medios de comunicación no informan lo suficiente sobre las experiencias de superación de las mujeres que han logrado salir de lo que conlleva encontrarse en situación de violencia de género. Mientras que, sólo un 7%, opina que sí informan acerca de ello. El 4% restante no supo qué contestar en esta pregunta.

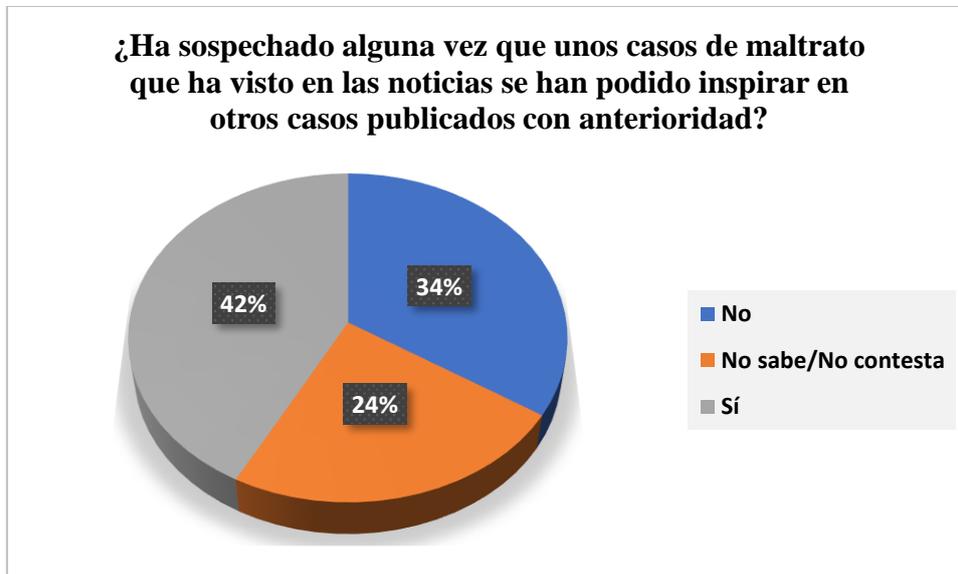
4.2.9. Gráfica 14: Opinión de la población sobre si considera que los casos que salen a la luz de violencia de género asustan al maltratador o más bien se consigue que se solidarice con el maltratador de la noticia.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: A través de este gráfico, observamos cómo un 62% de las personas manifiestan que están de acuerdo en que los casos sobre violencia de género no asustan al maltratador para que deje de maltratar ni consiguen que se solidarice con el maltratador de la noticia. Con menores porcentajes, están las personas que indican que no saben qué contestar ante esta pregunta (15%), seguido de las que piensan que “consiguen que se solidarice” (10%) y de las que opinan que tanto una cosa como la otra es cierta (9%). Sólo un 4% de los/as encuestados/as, muestran que “lo asustan” para que no vuelva a maltratar a la mujer.

4.2.10. Gráfica 15: Opinión de la población sobre si han sospechado, en alguna ocasión, que unos casos que han visto en las noticias se han podido inspirar en otros ya publicados.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El 42% de la población estudiada, afirma que han sospechado que, alguna vez, han visto publicados casos de maltrato que presentan semejanzas respecto a otros casos que ya habían sido publicados. Por otro lado, un 34% expresa que nunca han pensado eso. Por último, el 24%, manifiesta que no sabría qué responder en esta pregunta.

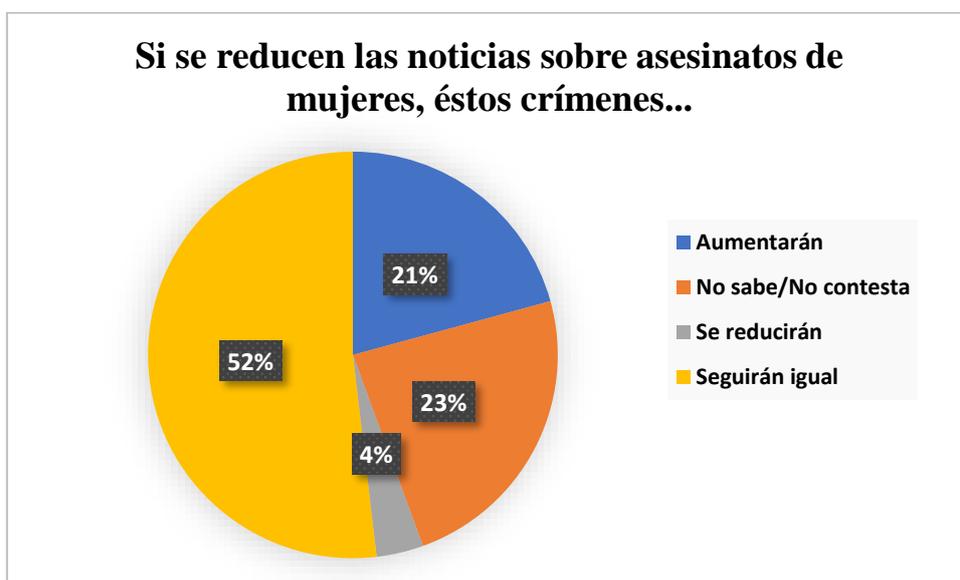
4.2.11. Gráfico 16: Opinión de la población sobre si la violencia de género se puede frenar o no a través de las noticias.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Observamos cómo el 34% de los/as encuestados/as, indican que la violencia de género es “indiferente de las noticias, por lo que ocurrirá de todos modos”. Seguidamente, con un 31%, se encuentran las personas que opinan que la violencia de género “no tiene que ver con los medios de comunicación”. Mientras que, un 22%, piensa que este problema social “se puede frenar gracias a las noticias”. En último lugar, el 13% considera que la violencia de género “se puede aprender a través de las noticias”.

4.2.12. Gráfico 17: Opinión de la población sobre qué pasara si se reducen las noticias acerca de los asesinatos de las mujeres.



Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Como se puede apreciar en esta gráfica, el 52% de los/as encuestados/as están de acuerdo en que, si se reducen las noticias sobre asesinatos de mujeres, estos crímenes “seguirán igual”. Con porcentajes más en descenso, encontramos las personas que manifiestan que no saben qué contestar en esta pregunta (23%), seguido de las personas que afirman que estos crímenes “aumentarán” (21%). Y, por último, están las personas que consideran que “se reducirán”, con el 4% frente al total general.

5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.

Una vez adquiridos los resultados obtenidos de los cuestionarios desarrollados, comenzaremos a analizarlos con la intención de resaltar los datos que consideremos más relevantes y, además, se comprobará si las hipótesis que nos planteamos desde un primer momento, sobre la percepción que podría tener la población acerca de la violencia de género y los medios de comunicación, eran ciertas o no y si encontramos semejanzas o discrepancias con la información teórica anteriormente recogida.

5.1. Discusión respecto a los datos sociodemográficos obtenidos.

Iniciaremos este análisis destacando la gran participación que hemos obtenido de la población juvenil, pues es interesante destacar que, la mayoría de los/as encuestados/as, tienen entre 18 y 27 años, cuyo porcentaje corresponde al 71'85% frente al total. Está claro que, con esta investigación, pretendemos conocer qué opina la población de distintas edades, pero al ser más jóvenes, quizás es importante tener en cuenta qué percepción pueden tener acerca del tema expuesto, ya que son el futuro de la sociedad, y lo que ellos y ellas piensen o transmitan, puede influir, tanto de manera positiva como negativa. Aunque, por otro lado, es preciso mencionar que lo ideal también habría sido obtener un mayor número de participación de la población de edad más avanzada. Aun así, la muestra adquirida ha sido muy satisfactoria, pues se esperaba menos colaboración.

En lo referente al sexo, destacamos la gran participación que hemos alcanzado por parte de las mujeres, cuyo porcentaje es del 71%; frente a la de los hombres, con un porcentaje de colaboración del 29%. Cabe destacar que, en cierta manera, para este estudio nos interesa que un gran número de mujeres colabore, dado que es importante

conocer su opinión/valoración acerca de este problema social, ya que afecta a su propio género.

En cuanto a la situación laboral, llama la atención el hecho de que un 64% de la población se encuentre en situación de desempleo. Ésta ha sido la opción más seleccionada a diferencia de las otras.

5.2. Discusión respecto a los resultados obtenidos sobre la percepción de la población acerca de la influencia que generan los propios medios de comunicación ante la violencia de género.

Con respecto a cómo considera la población su nivel de conocimientos sobre las noticias de violencia de género, rechazamos una de las hipótesis que habíamos planteado, pues la mayoría de las personas encuestadas, con un porcentaje del 60'6%, ha revelado que están bien informados e informadas sobre ello. Aunque, desde un primer momento, se pensó que la población no iba a estar lo suficientemente al tanto. Por otra parte, uno de los datos que más han sorprendido es que un 9'1% de las personas que han sido encuestadas, afirman que están sobre informados/as, por lo que otra de las hipótesis que habíamos fijado, no era cierta.

Por otro lado, y refiriéndonos a qué impresiones le generan a la población las noticias de violencia de género, confirmamos, en cierta manera, una de las hipótesis que había sido previamente expuesta: "Por lo general, un porcentaje significativo de personas piensa que es desagradable pero también necesario que se informe". Anteriormente se dijo "en cierta manera", porque esta opinión representaba al 28% de la población encuestada, pero seguía siendo la opción más elegida, concretamente la segunda.

En contraste, rechazamos otra hipótesis, pues pensábamos que “un número elevado de personas, ven estas noticias como algo normal”, pero sólo un 3% ha opinado lo expuesto.

Por consiguiente, y centrándonos en qué medios de comunicación cree la sociedad que desempeña un papel más importante a la hora de prevenir, llama la atención que, con un 49'2% del total general, hayan opinado que tanto la radio como la prensa, así como las redes sociales y la televisión, en su conjunto, son importantes para sensibilizar, pues se pensaba que, mayoritariamente, la población opinaría que sólo la televisión. Por otra parte, relacionándolo con la teoría, en uno de los estudios que aparece en el marco teórico de esta investigación, podemos observar cómo el 97% de las personas afirman que conocen la violencia de género a través de la televisión. A partir de este estudio, podemos corroborar la poderosa influencia que tiene este medio a la hora de transmitir la información.

En cuanto a si consideran que es necesario evitar imágenes escabrosas o descripciones detalladas en exceso que no aportan datos relevantes a la información, nos encontramos con que un 59'8 de la población encuestada ha manifestado que se deberían prescindir de estos datos. Por otro lado, es preocupante, que un 34'1% piense que no es necesario, por lo que nos reafirmamos en lo argumentado en el marco teórico de esta investigación: los medios de comunicación, muchas veces, fomentan el morbo en la sociedad, pues tal y como apunta la autora Burgos (2012), “se debería evitar el morbo que, con relatos escabrosos de los hechos, consigue una mayor audiencia en la exposición de la noticia”.

En lo referente a si relatar la crónica de sucesos de forma detallada puede servir de ejemplo o no a los hombres maltratadores para hacerles lo mismo a sus parejas o ex

parejas, un 56'8% ha declarado que sí, que puede servir de ejemplo. Si relacionamos esta opinión con la teoría que se ha expuesto anteriormente en el marco teórico, observamos cómo el autor Clemente (2009), manifiesta que “los sujetos que visionan los medios encuentran personajes con los que se identifican, y les agrada encontrar dichas formas de identificación”. Por otro lado, este mismo autor, asegura que “la imitación se refiere a la igualdad de la conducta del sujeto con la del modelo, siendo esto mediatizado o no por el proceso de identificación con el modelo”.

Por otro lado, y rechazando otra de las hipótesis anteriormente planteadas en los objetivos específicos, comprobamos cómo un 2% de la población encuestada opina que “las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato”. En dicha hipótesis, se argumentó que “ninguna de las personas encuestadas, piensa que las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato”, por lo que resulta devastador que, hoy en día, haya personas que tengan ese pensamiento y no puedan lograr ver que el maltrato hacia las mujeres, por parte de los hombres, ha estado presente y sigue estándolo en nuestra sociedad. Con respecto a otra de las hipótesis, en la cual se discutió que “un porcentaje elevado de personas, consideran que las noticias sobre violencia de género se han convertido en algo habitual y, por lo tanto, ya no se sensibiliza”, se ha corroborado que un porcentaje del 31'1%, siendo la opción más elegida de entre las demás, ha opinado lo mismo, por lo que revalidamos nuestra hipótesis.

Otra hipótesis que nos habíamos planteado, es que “una cantidad representativa de personas, opinan que la violencia de género se puede aprender a través de las noticias”, pero, tal y como observamos en los resultados, sólo un 13% de la población encuestada, piensa lo dicho, por lo que esta hipótesis, no era cierta. Por otro lado, rechazamos también otra de las hipótesis: “Un ínfimo porcentaje de personas creen que la violencia de género no tiene que ver con los medios de comunicación”. Como podemos apreciar en los

resultados obtenidos de esta investigación, un 31% de personas, piensan que la violencia de género no está relacionada con los medios de comunicación, siendo la opción más elegida de entre las restantes.

Con respecto a si los medios de comunicación informan lo suficiente sobre las experiencias de mujeres supervivientes, es decir, que hayan logrado salir de la violencia de género, es interesante subrayar que la mayoría de la población encuestada, con un porcentaje del 89'4%, ha opinado que no. Ha sido una de las preguntas realizadas con más rotundidad y con mayor número de conformidad respecto a las otras. Es importante mencionar que los medios de comunicación deberían retransmitir esas experiencias, pues ayudaría a las propias víctimas que se encuentren viendo las noticias en ese preciso momento, a darse cuenta de que hay una salida y de que no están solas. Los ejemplos de superación son una parte fundamental para prevenir en esta materia.

En último lugar, cabe destacar que es cierto que en algunas cuestiones que se han planteado, determinadas personas no han sabido bien qué responder, pero esto no ha impedido comprender la totalidad de las opiniones con respecto al tema. Aunque, concretamente en la última pregunta del cuestionario, y tal y como podemos observar en la gráfica de la misma, vemos que un 23% de las personas encuestadas no ha sabido qué responder. Este porcentaje se encuentra por encima del porcentaje evidenciado en otras opciones, por lo que consideramos que esta cuestión ha sido en la que más se ha dudado a la hora de contestar.

6. CONCLUSIONES.

Bien sabemos que los medios de comunicación tienen un papel esencial en la sensibilización de la sociedad sobre el problema de la violencia de género. De hecho, se constata que la mayor presencia de estos temas en los medios tiene como consecuencia un aumento del grado de sensibilización social. Siempre y cuando no estuvieran contribuyendo de manera negativa, es decir, aportando datos que nada tienen que ver con la realidad o aumentando el morbo en los/as espectadores/as, ya que se estaría banalizando. Por otra parte, se debería de eliminar la “espectacularización” que se produce en el tratamiento de algunos casos de violencia de género. Además, seguimos incidiendo en que hay que desterrar los relatos siniestros que buscan la audiencia fácil y evitar el protagonismo mediático de los agresores.

En lo que respecta al ámbito de los/as profesionales de los medios de comunicación, es preciso que los/as mismos/as hagan un esfuerzo de diligencia en el tratamiento informativo de los casos de violencia de género para evitar la distorsión de los hechos y la construcción de relatos informativos. Especialmente, es necesario que el tratamiento de estos casos se haga de una manera especializada y profesional, con un lenguaje preciso, con un enfoque de género y no sexista, y con voluntad de formar opiniones éticas y sensibles sobre el problema.

En cuanto al terreno de los géneros audiovisuales, es necesario hacer un esfuerzo por buscar fórmulas y relatos que ayuden al empoderamiento social de las mujeres y rompan con el tratamiento “asimétrico” y desigual que se hace de hombres y mujeres en la industria audiovisual a través de la construcción de estereotipos degradantes para las mujeres.

Por otro lado, y llegados a este punto, se considera oportuno realizar una visión general de los resultados obtenidos, pues con la elaboración de este proyecto de investigación, hemos podido tener en cuenta lo siguiente:

- Según la población encuestada, consideran que están bien informados/as sobre las noticias de violencia de género y que los medios de comunicación no retransmiten la información de una manera adecuada.
- La mayoría de las personas piensan que les parece muy bien que se informe acerca de los casos sobre la violencia de género, pero que se deberían evitar las imágenes escabrosas o las descripciones detalladas, ya que piensan que relatar la crónica de sucesos de forma explícita, puede servir de ejemplo a los maltratadores para hacerles lo mismo a sus mujeres o ex mujeres.
- También opinan que las noticias sobre la violencia de género se han convertido en algo habitual y ya no se sensibiliza.
- En contraste, la mayoría considera que las noticias de violencia de género no asustan al maltratador ni consiguen que se solidarice con el maltratador de la noticia, por lo que confirmamos que la sociedad ha adquirido, quizás de manera inconsciente, determinados aspectos que se encuentran relacionados con la teoría del etiquetaje, pues observamos cómo en esta cuestión, ven la parte positiva de la información que transmiten los medios, y no se dan cuenta de que, casi con total seguridad, si que pueden asustarlo y que puede que se solidaricen y hagan unión entre ellos.
- Además, creen que la violencia de género es indiferente de las noticias, por lo que, según los/as encuestados/as, ocurrirá de todos modos.
- Asimismo, un porcentaje elevado de personas piensa que la violencia de género no tiene que ver con los medios de comunicación.

Por último, y como conclusión final de los resultados generales obtenidos, podemos afirmar que la población es consciente de que la violencia de género se ha convertido en un espectáculo y que ya no se realizan las labores de sensibilización oportunas. Por otro lado, resulta desconcertante que la mayoría de las personas opine que la violencia de género y los medios de comunicación no van de la mano, pues es importante destacar que la violencia de género se puede frenar, en cierta medida, gracias a una labor efectiva por parte de los medios de comunicación. Bien es cierto que estos crímenes van a seguir ocurriendo, pero si se previene adecuadamente desde los medios se podría llegar a disminuir el porcentaje de muertes de mujeres a manos de sus parejas o ex parejas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Alvira, F. (1975). La teoría de la etiqueta y el concepto de conducta desviada. *Revista española de la opinión pública*, 79.
- Burgos, O. (2012). La violencia de género en los medios de comunicación. Análisis de cómo se transmiten las noticias sobre la violencia de género en los medios de comunicación. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, (págs. 390-393). Sevilla. Obtenido de:
[\[https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33348/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACI%C3%93N%20Y%20G%C3%89NERO-3.pdf?sequence=1\]](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33348/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACI%C3%93N%20Y%20G%C3%89NERO-3.pdf?sequence=1)
- Clemente, M. (2009). Violencia de género y medios de comunicación. En I. Iglesias, & M. Lameiras, *Violencia de género: perspectiva jurídica y psicosocial*. (págs. 195-214). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica (2006). (s.f). En *Igualdad de Oportunidades de la web del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad*. Recuperado de:
[\[http://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/internacional/consejo_eu/CAHVIO.pdf\]](http://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/internacional/consejo_eu/CAHVIO.pdf)
- Facio, A., & Fries, L. (1999). Feminismo, Género y Patriarcado. *Género y Derecho*. Obtenido de:
[\[http://portales.te.gob.mx/genero/sites/default/files/Genero,%20Derecho%20y%20Patriarcado.%20Alda%20Facio_0.pdf\]](http://portales.te.gob.mx/genero/sites/default/files/Genero,%20Derecho%20y%20Patriarcado.%20Alda%20Facio_0.pdf)

- González, A. M. (2002). La violencia de género. En J.B. García, & C.L. Guelbenzu, *Violencia, Género y Coeducación* (págs. 42-43). Córdoba: Grupo de Coeducación Hipatia.
- *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas* (1995). Beijing. Recuperado de:
[\[http://www.cepal.org/mujer/publicaciones/sinsigla/xml/3/6193/Plataforma.pdf\]](http://www.cepal.org/mujer/publicaciones/sinsigla/xml/3/6193/Plataforma.pdf)
- Lorente, M. (2009). ¿Qué papel pueden tener los medios de comunicación de masas en la erradicación de la violencia de género al amparo de la ley integral?. En J.M. Bernado, E. Martínez, & G. Montiel, *Retos de la Comunicación ante la Violencia de Género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social*. (pág. 57). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Martínez, E. (2009). La Ley de Violencia de Género como punto de partida para la comprensión de los retos de los medios de comunicación. En J.M. Bernardo, E. Martínez, & G. Montiel, *Retos de la Comunicación ante la Violencia de Género* (pág. 21). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- De Miguel, A. (noviembre de 2012). La violencia de género: la construcción de un marco feminista de interpretación. *Mujeres en Red. El periódico feminista*. Obtenido de:
[\[http://www.mujaeresenred.net/spip.php?article440\]](http://www.mujaeresenred.net/spip.php?article440)
- *Noticias Jurídicas* (2004). Obtenido de Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género:
[\[http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.tp.html#a2\]](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.tp.html#a2)

- *Organización de las Naciones Unidas (1993)*. Recuperado de:
[\[http://www.un.org/womenwatch/daw/vaw/handbook/Handbook%20for%20legislation%20on%20VAW%20\(Spanish\).pdf\]](http://www.un.org/womenwatch/daw/vaw/handbook/Handbook%20for%20legislation%20on%20VAW%20(Spanish).pdf)
- Osborne, R. (2009). *Apuntes sobre violencia de género*. Barcelona: Edicions Bellaterra. Obtenido de:
[\[http://www.edbellaterra.com/uploads/pdfs/Rese%F1a%20Libro%20Violencia%20RIS.pdf\]](http://www.edbellaterra.com/uploads/pdfs/Rese%F1a%20Libro%20Violencia%20RIS.pdf)
- Penalva, C. (2002). El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación. Alternativas. *Cuadernos de Trabajo Social*, 10, 2.
- Pérez, M., & Edesa, G. (2006). Retos para abordar un cambio social. En M. Pérez, A. V. Torres, & L. Velasco, *Sociedad, Violencia y Mujer II* (págs. 14-16). Salamanca: Amarú Ediciones.
- Plaza, J., & Delgado, C (2007). *Género y Comunicación*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Postigo, I., & Jorge, A. (2015). El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres. En J. M. Calleja, *Violencia de género y medios de comunicación* (págs. 131-154). Málaga: Cuadernos artesanos de Comunicación / 86.
- Soletto, M. (19 de noviembre de 2015). Ellas. Los medios de comunicación y la violencia de género. *El Mundo*. Recuperado de:
[\[http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/ellas/2015/11/19/los-medios-de-comunicacion-y-la.html\]](http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/ellas/2015/11/19/los-medios-de-comunicacion-y-la.html)

ANEXO 1. ESQUEMA DEL CUESTIONARIO.

El tratamiento informativo de la violencia de género.

El presente cuestionario pertenece a una investigación para el Trabajo de Fin de Grado (TFG) del grado en Trabajo Social de la Universidad de La Laguna, y ha sido elaborado con la finalidad de conocer qué percepción tiene la población acerca de la influencia que pueden llegar a ejercer los medios de comunicación con respecto a la violencia de género.

Es preciso destacar que dicho cuestionario es anónimo, por lo que queda garantizada su privacidad a la hora de contestar.

Además, para realizar la encuesta, se debe ser mayor de edad.

Por favor, es necesario que responda a todas las preguntas que se plantearán a continuación.

¡Muchas gracias por su participación!

Sexo *

- Mujer
- Hombre

Edad *

Tu respuesta

Estado civil *

- Casado/a
- Soltero/a
- Separado/a
- Viudo/a

Estudios finalizados *

- EGB/ESO
- Formación profesional
- Bachillerato/BUP
- Estudios universitarios

Situación laboral *

- Empleado/a
- Desempleado/a
- Jubilado/a

Sobre las noticias de violencia de género, usted se considera... *

- Sobre informado/a
- Desinformado/a
- Bien informado/a
- Poco informado/a
- No las sigo

Cuando usted ve la noticia del asesinato de una mujer a manos de su cónyuge o ex pareja... *

- La veo como algo normal
- No me gusta
- Cambio de canal
- Es desagradable, pero también necesario
- Me parece muy bien que se informe

¿Considera adecuada la manera de informar por parte de los medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales...) sobre la violencia de género? *

- Sí
- No
- No sabe/No contesta

¿Cuál de los siguientes medios de comunicación considera que desempeña un papel más importante a la hora de prevenir en materia de violencia de género? *

- Prensa
- Televisión
- Radio
- Redes sociales
- Todos los anteriores

¿Piensa que es necesario evitar las descripciones detalladas en exceso, las imágenes escabrosas e impactantes o las figuras que no aportan datos relevantes a la información? *

- Sí
- No
- No sabe/No contesta

Relatar la crónica de sucesos de forma detallada, por parte de los medios de comunicación, ¿cree que puede servir de ejemplo a los maltratadores para imitar determinadas acciones y, consecuentemente, hacerles lo mismo a sus parejas o ex parejas? *

- Sí
- No

No sabe/No contesta

¿Cómo valora usted la información que ofrecen los medios de comunicación acerca de la violencia contra las mujeres? *

- Exageran mucho
- Hace falta información sobre estos casos
- Se ha convertido en algo habitual y ya no se sensibiliza
- No es lo mismo informar que sensibilizar
- Hay más casos que no salen
- Las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato
- Los medios informan de forma comedida
- No sabe/No contesta

¿Cree que los medios de comunicación informan lo suficientemente sobre las experiencias de superación de las mujeres que han sido víctimas de violencia de género? *

- Sí
- No
- No sabe/No contesta

¿Cree que las noticias sobre los casos de violencia de género asustan al maltratador para que deje de maltratar, o piensa que más bien consiguen que se solidarice con el maltratador de la noticia? *

- Lo asustan
- Consiguen que se solidarice
- Las dos cosas
- Ninguna de las dos
- No sabe/No contesta

¿Ha sospechado alguna vez que unos casos de maltrato que ha visto en las noticias se han podido inspirar en otros casos publicados con anterioridad? *

- Sí
- No
- No sabe/No contesta

La violencia contra las mujeres... *

- Se puede aprender a través de las noticias
- Se puede frenar gracias a las noticias
- Es indiferente, ocurrirá de todos modos
- No tiene que ver con los medios de comunicación

Si se reducen las noticias sobre asesinatos de mujeres, estos crímenes... *

- Aumentarán
- Seguirán igual
- Se reducirán
- No sabe/No contesta

ANEXO 2. TABLAS NUMÉRICAS.

Tabla 1. Variable “Sexo”.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	39	29%
Mujer	96	71%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Variable “Edad”.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-27	97	71,85%
28-37	14	10,37%
38-47	11	8,10%
48-57	10	7,40%
58-67	3	2,20%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Variable “Estado civil”.

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado/a	16	12%
Separado/a	4	3%
Soltero/a	113	84%
Viudo/a	2	1%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Variable “Estudios finalizados”.

Estudios finalizados	Frecuencia	Porcentaje
Bachillerato/BUP	52	39%
EGB/ESO	12	9%
Estudios universitarios	46	34%
Formación profesional	25	19%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Variable “Situación laboral”.

Situación laboral	Frecuencia	Porcentaje
Desempleado/a	87	64%
Empleado/a	47	35%
Jubilado/a	1	1%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Sobre las noticias de violencia de género, usted se considera...

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Bien informado/a	83	61%
Desinformado/a	7	5%
No las sigo	6	4%
Poco informado/a	27	20%
Sobre informado/a	12	9%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Cuando usted ve la noticia del asesinato de una mujer a manos de su cónyuge o ex pareja...

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Cambio de canal	2	1%
Es desagradable, pero también necesario	38	28%
La veo como algo normal	4	3%
Me parece muy bien que se informe	66	49%
No me gusta	25	19%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. ¿Considera adecuada la manera de informar por parte de los medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales...) sobre la violencia de género?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	83	61%
No sabe/No contesta	10	7%
Sí	42	31%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación considera que desempeña un papel más importante a la hora de prevenir en materia de violencia de género?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No sabe/No contesta	5	4%
Prensa	1	1%
Radio	1	1%
Redes sociales	14	10%
Televisión	46	34%
Todos los anteriores	68	50%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. ¿Piensa que es necesario evitar las descripciones detalladas en exceso, las imágenes escabrosas e impactantes o las figuras que no aportan datos relevantes a la información?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	46	34%
No sabe/No contesta	8	6%
Sí	81	60%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Relatar la crónica de sucesos de forma detallada, por parte de los medios de comunicación, ¿cree que puede servir de ejemplo a los maltratadores para imitar determinadas acciones y, consecuentemente, hacerles lo mismo a sus parejas o ex parejas?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	39	29%
No sabe/No contesta	19	14%
Sí	77	57%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. ¿Cómo valora usted la información que ofrecen los medios de comunicación acerca de la violencia contra las mujeres?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Hace falta más información sobre estos casos	25	19%
Hay más casos que no salen	22	16%
Las noticias crean una idea falsa de que hay maltrato en todas partes	2	1%
Los medios informan de forma comedida	4	3%
No es lo mismo informar que sensibilizar	37	27%
No sabe/No contesta	4	3%
Se ha convertido en algo habitual y ya no se sensibiliza	41	30%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. ¿Cree que los medios de comunicación informan lo suficientemente sobre las experiencias de superación de las mujeres que han sido víctimas de violencia de género?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	120	89%
No sabe/No contesta	6	4%
Sí	9	7%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14. ¿Cree que las noticias sobre los casos de violencia de género asustan al maltratador para que deje de maltratar, o piensa que más bien consiguen que se solidarice con el maltratador de la noticia?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Consiguen que se solidarice	13	10%
Las dos cosas	12	9%
Lo asustan	5	4%
Ninguna de las dos	84	62%
No sabe/No contesta	21	16%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. ¿Ha sospechado alguna vez que unos casos de maltrato que ha visto en las noticias se han podido inspirar en otros casos publicados con anterioridad?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No	46	34%
No sabe/No contesta	32	24%
Sí	57	42%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. La violencia contra las mujeres...

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Es indiferente de las noticias, ocurrirá de todos modos	46	34%
No tiene que ver con los medios de comunicación	42	31%
Se puede aprender a través de las noticias	17	13%
Se puede frenar gracias a las noticias	30	22%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. Si se reducen las noticias sobre asesinatos de mujeres, estos crímenes...

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aumentarán	28	21%
No sabe/No contesta	32	24%
Se reducirán	5	4%
Seguirán igual	70	52%
Total	135	100%

Fuente: Elaboración propia.