

**Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación**

**Trabajo de Fin de Grado**



**TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN CANARIOS**

**Grado en Periodismo**

**Alumna: Brenda Díaz Almeida**

**Tutora: Dra. María Sonnia China Rodríguez**

**Curso académico 2018-2019**

## **RESUMEN**

Los medios de comunicación, en numerosas ocasiones, se ven obligados a informar sobre actos de violencia de género, casos que requieren un tratamiento informativo especializado y determinado. Este tipo de contenidos requieren de la existencia de manuales o guías que sostengan las bases o normas que regulen la elaboración de informaciones con perspectiva de género.

Buena parte de los medios de comunicación, como es el caso de las televisiones de ámbito estatal o regional, cuentan con manuales de estilo para realizar un tratamiento informativo adecuado de crímenes relacionados con la violencia de género, mientras que la prensa digital e impresa y en ese mismo ámbito, suelen carecer de estos mecanismos de regulación. Esta situación da lugar a que, a la hora de tratar este tipo de informaciones, se continúen perpetuando los estereotipos sexistas puesto que se obvia la existencia de manuales de estilo para unas informaciones que, tradicionalmente, han sido tratadas como sucesos.

En este estudio analizaremos diferentes casos de violencia de género tras realizar una pequeña selección de los casos más relevantes y mediáticos que han tenido lugar en España desde la perspectiva del tratamiento informativo que se ha aplicado en los diferentes medios de comunicación sometidos a estudio y que son: Antena 3, RTVE y Radio Televisión Canaria junto con los periódicos Diario de Avisos y La Provincia. También se procederá a analizar las bases y normas que regulan la Ley de Igualdad y los Medios de Comunicación de 2007. Todo ello con la finalidad de detectar si se aplica la perspectiva de género en la elaboración y el tratamiento de la información sobre violencia machista.

### **Palabras claves**

Violencia de género, mujer, información, medios de comunicación, manual de estilo.

## **ABSTRACT**

The media, on numerous occasions, are forced to report acts of gender violence, events that require specialized and determined information treatment. This type of content requires the existence of manuals or guides that support the bases or norms that regulate the elaboration of information with a gender perspective.

A good part of the media, as is the case of state or regional televisions, have style manuals to carry out an adequate information treatment of events related to gender violence, while the digital and printed press and In the same area, they usually lack these regulatory mechanisms. This situation gives rise to the fact that, when dealing with this type of information, sexist stereotypes continue to be perpetuated, since the existence of style manuals is ignored for information that has traditionally been treated as events.

In this study we will analyze different cases of gender violence after making a small selection of the most relevant and mediatic cases that have taken place in Spain from the perspective of the information treatment that has been applied in the different media under study and that are : Antena 3, RTVE and Radio Televisión Canaria together with the newspapers Diario de Avisos and La Provincia. It will also proceed to analyze the bases and norms that regulate the Law of Equality and the Media of 2007. All this with the purpose of detecting if the gender perspective is applied in the elaboration and the treatment of the information on sexist violence.

## **Keywords**

Gender violence, women, information, media, style manual.

## INDICE

<b><u>1.</u></b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b><u>2.</u></b>	<b>JUSTIFICACIÓN CIENTÍFICA .....</b>	<b>6</b>
<b><u>3.</u></b>	<b>ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA.....</b>	<b>7</b>
3.1	Ley de igualdad y los medios de comunicación 2007 .....	7
3.2	Diferentes tipos de violencia que atentan contra la mujer. el respeto a la intimidad, el dolor y la identidad de la víctima.....	9
3.2.1	El respeto a la intimidad, el dolor y la identidad víctima .....	10
3.3	Primeros pasos para informar desde la igualdad .....	12
3.4	Compromiso activo de los medios de comunicación en contra de la discriminación de la mujer y la violencia doméstica .....	14
<b><u>4.</u></b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
4.1	Estereotipos y tópicos .....	15
4.2	Aprender a identificar el interés social del morbo como periodistas.....	16
4.3	Acuerdo entre los medios de comunicación, las organizaciones profesionales de la comunicación y el gobierno de canarias para la mejora del tratamiento de la igualdad y la violencia de género.....	17
4.4	Publicidad no sexista.....	18
<b><u>5.</u></b>	<b>OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....</b>	<b>19</b>
<b><u>6.</u></b>	<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>20</b>
<b><u>7.</u></b>	<b>RESULTADOS Y ANÁLISIS.....</b>	<b>22</b>
7.1	Análisis de los casos de violencia de género y violencia machista en los medios de comunicación.....	22
7.1.1	Caso 1. La manada .....	22
7.1.2	Caso 2. Violación grupal a una joven de Maspalomas, Gran Canaria .....	26
7.1.3	Caso 3. Violación grupal en Sabadell.....	28
7.1.4	Caso 4. Asesinato de Romina Celeste por su marido en Lanzarote .....	30
7.1.5	Caso 5. Militar de La Orotova que asesina a su mujer y asfixia a sus dos hijas.....	32
7.1.6	Caso 6. Hombre mata a golpes a su pareja, que también era su tía, en Tenerife .....	34
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>36</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>38</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>39</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento de los casos de violencia machista, que ha encontrado en la evolución del movimiento feminista la colaboración imprescindible para visibilizar los casos que han surgido en nuestro país en los últimos años, ha provocado que los medios de comunicación se conviertan en una herramienta fundamental para la concienciación social frente a este tipo de violencia. Es por ello que el tratamiento que llevan estas informaciones debe ser especializado con el fin de que estos contenidos lleguen a la sociedad de manera correcta, atendiendo a criterios de igualdad y perspectiva de género.

Debido al determinante papel que juegan los medios de comunicación en este ámbito de la sociedad, se han creado diferentes reglamentos que regulan la elaboración de contenidos y el uso de la terminología utilizada. Dentro de las acciones que se contemplan, indispensables para los medios de comunicación, se encuentran la elaboración de diferentes guías y manuales de estilo para comunicar sobre violencia machista.

Estas herramientas tratan de fijar unas normas básicas dentro de un medio de comunicación para tratar contenidos relacionados con la violencia de género, detallando los aspectos que se deben cumplir y no infringir a la hora de comunicar sobre este tipo de casos.

La temática de este Trabajo de Fin de Grado se basa en el estudio sobre la puesta en práctica de estos manuales y guías de los medios de comunicación seleccionados previamente. Este trabajo podrá detectar si la aplicación de estos reglamentos se hace de manera correcta y que repercusión tiene en la sociedad el tratamiento informativo inadecuado en temas de alta importancia y repercusión social.

## 2. JUSTIFICACIÓN CIENTÍFICA

La existencia de los diferentes manuales, guías de estilo o reglamentos que regulan el tratamiento informativo que se debe aplicar a toda aquella información que atañe a la violencia de género, es el eje fundamental de este trabajo de investigación. Estos reglamentos, que pueden llegar a desempeñar un papel fundamental en la construcción de una sociedad a través de la elaboración de la información sobre violencia de género esté libre de desigualdades, estereotipos y tópicos.

Los medios de comunicación, reconocidos como cuarto poder, son una herramienta fundamental en la sociedad, en el funcionamiento del Estado de Derecho y también en la Democracia. *Impacto social. ¿Generan estereotipos de género los medios de comunicación?*, un proyecto de estudio de la Universidad de Deusto elaborado por María Pilar Rodríguez, María J. Pando-Canteli y Miren Berasategi publicado en el año 2016, señala que “las representaciones cargadas de estereotipos afectan a la sociedad en su conjunto, tanto a mujeres como a hombres, al transmitir una imagen no equilibrada, injusta y también desproporcionada de la realidad” (p.15). Por ello, la aplicación de estas dinámicas deriva en un trato más justo e imparcial en el tratamiento informativo de los casos de violencia de género, un trato que procura una mayor concienciación de la sociedad ante este fenómeno. Como medios de comunicación, tienen la capacidad de promover imágenes transgresoras, de cuestionar estereotipos y contribuir en la formación de una sociedad más igualitaria.

Pilar López Díez, investigadora y formadora en políticas de género para los medios de comunicación, en un estudio realizado en el año 2010 sobre *La Violencia Contra las Mujeres en los Medios de Comunicación*, hace referencia a la forma de abordar este tipo de informaciones considerando que “estas representaciones calificadas a veces de sexistas, estereotipadas, otras veces como degradantes y muchas veces estrechas y aniquiladoras, han persistido con fuerza, o incluso se puede afirmar, se han reforzado en la última década, hasta extremos preocupantes” (p. 23). La investigadora demanda la necesidad de una evolución que desencadene el cambio hacia una información libre de sesgo.

La ciudadanía merece que se trabaje por la igualdad, también en el campo de la información, y que se coloque a la mujer en la misma posición que el hombre, con los mismos privilegios que se les adjudican por el simple hecho de ser varón. El objetivo de este trabajo de investigación es tratar de analizar las informaciones en materia de violencia de género, teniendo en cuenta la presencia de reglamentos que rigen las bases y normas para abordar estas informaciones.

### **3. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA.**

#### **3.1 Ley de igualdad y los medios de comunicación 2007**

El Boletín Oficial del Estado crea la Ley Orgánica 3/2007 el 22 de marzo del año 2007 con la finalidad de proteger y regular la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. La Ley está configurada por un Título preliminar, ocho Títulos, treinta y una disposiciones adicionales, once disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y ocho disposiciones finales. La última modificación de la Ley se produjo el pasado 7 de marzo del 2019.

Desde Título I al VIII, se recogen diferentes aspectos que se desarrollan en forma de varios artículos. Se comienza con el Título I donde se exponen las directivas de referencia, los conceptos existentes en materia de género e igualdad y las categorías jurídicas básicas. Además, se añade, de manera detallada, el tipo de consecuencias jurídicas que pueden derivar las conductas discriminatorias y las garantías que existen de carácter procesal para la protección del derecho de igualdad. En el Título II se recogen todas las pautas generales de actuación que tiene los poderes públicos en materia de igualdad entre géneros. En este Título se incluye también la “presencia equilibrada de mujeres y hombres en aspectos políticos, la incorporación de las mujeres a la sociedad de la información [...]” (p.9). En el tercer Título se muestran, fundamentalmente, las diferentes medidas de fomento de la igualdad en los medios de comunicación, así como los instrumentos de control existente junto a su regulación. Además, también se incluye la existencia de los diferentes códigos y manuales de estilo y su aplicación, todos ellos, objeto de estudio de este trabajo.

El Título IV trata el derecho al trabajo en igualdad de oportunidades donde se incorporan numerosas medidas para garantizar la igualdad entre mujeres y hombres a la hora de ocupar un puesto de trabajo, en recibir algún tipo de formación y en recibir el mismo trato y condiciones en un trabajo. En cuanto al Título V, regula el principio de igualdad en el empleo, esta vez aplicado al ámbito público con criterios de actuación a favor de la igualdad entre la mujer y el hombre. La finalidad del Título V es lograr obtener una presencia equilibrada tanto de hombres como de mujeres en la totalidad de Órganos y en las Administraciones Públicas. El Título VI de esta Ley Orgánica se destina a aspectos relacionados con la igualdad en referencia al acceso a bienes y servicios (privados y públicos).

Asimismo, en el Título VII se aborda la realización de acciones (voluntarias) de responsabilidad social por parte de las empresas en materia de igualdad, donde “pueden ser también objeto de concierto con la representación de los trabajadores y

trabajadoras, las organizaciones de consumidores, las asociaciones de defensa de la igualdad o los organismos de igualdad” (p.10). Por último, en el octavo Título se señalan disposiciones de carácter organizativo como es la creación de una Comisión Interministerial de Igualdad entre mujeres y hombres y las Unidades de Igualdad en cada Ministerio. Además, trata la creación de un Consejo de Participación de La Mujer como órgano esencial cuya función sea la propia participación a través de las instituciones es aspectos relacionados con la igualdad.

En el Artículo 1 de la Ley se expone la finalidad y el objetivo principal de la existencia de dicha normativa, donde se recoge que:

Esta Ley tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida [...]. (p.11)

Este Artículo define la finalidad de la Ley Orgánica y por tanto su correcta aplicación deberá perseguir aquellas circunstancias que violen los derechos de la mujer. Queriendo significar que cualquier situación que atañe a la desigualdad, a la violencia o a la discriminación será tratada en base a lo establecido y recogido en dicha Ley. La finalidad de esta disposición es alcanzar la igualdad real y efectiva.

En lo referente a los Medios de Comunicación, como ya se mencionó anteriormente en el Título III, la Ley recoge que “aquellos medios de carácter público deben ofrecer una transmisión libre de desigualdades y discriminaciones entre géneros” (p.9). Por tanto, deben ofrecer en todo momento una *imagen igualitaria y general* de todas las mujeres y hombres que componen la sociedad. Además, la Ley Orgánica 3/2007 expone que “se deberá promover el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres” (p.7).

Dentro del Título III se encuentra también el Artículo 37, destinado explícitamente al conjunto de objetivos y las pautas que deben seguir los diferentes programas de La Corporación Radio Televisión Española. Exponiendo los siguientes requisitos:

- a) Reflejar adecuadamente la presencia de las mujeres en los diversos ámbitos de la vida social, b) Utilizar el lenguaje en forma no sexista, c) Adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad, d) Colaborar con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y a erradicar la violencia de género. (p.20)

Estos mismos objetivos son expuestos en el Artículo siguiente (Artículo 38) para su aplicación a la Agencia de Noticias, EFE. La Ley Orgánica también hace mención a los Medios de Comunicación de carácter privado donde se les invita a “respetar la igualdad entre mujeres y hombre omitiendo cualquier tipo de discriminación” (p.20). Además, se recoge que “serán las Administraciones Públicas las que soliciten de la existencia de mecanismos de autorregulación en materia de igualdad de géneros” (p.21).

### **3.2 Diferentes tipos de violencia que atentan contra la mujer. el respeto a la intimidad, el dolor y la identidad de la víctima**

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la violencia como “el uso intencional de fuerza, poder físico, o amenazas, en contra de una misma, otra persona, o en contra de un grupo o comunidad, cuyo resultado desemboca con alta probabilidad en lesiones, muerte, secuelas psicológicas, o mal comportamiento”. Este concepto tiene diferentes dimensiones y connotaciones según la circunstancia o tipo de violencia. A su vez, la Organización de Naciones Unidas (ONU) define la violencia contra la mujer como “acto de violencia de género que resulte, o pueda tener como resultado un daño físico, sexual o psicológico para la mujer, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad”.

Los medios de comunicación suelen cometer errores a la hora de referirse al tipo de violencia del suceso del cual se está informando, normalmente, por un déficit de formación en esta materia. La violencia doméstica hace referencia a la violencia que se produce en el propio seno familiar y que, por tanto, puede afectar a todos los miembros de la misma (padres, hermanas, abuelas o abuelos...). La violencia de género o machista es la que se produce, explícitamente, contra la mujer por el hecho de serlo, por su género. Ambas organizaciones, recogen también el concepto de la violencia de pareja que definen como “propio comportamiento de la pareja o ex pareja que causa daño físico, sexual o psicológico, incluidas la agresión física, la coacción sexual, el maltrato psicológico y las conductas de control”. Por otro lado, la violencia sexual es definida como “cualquier acto sexual, la tentativa de consumar un acto sexual u otro acto dirigido contra la sexualidad de una persona mediante coacción por otra persona, independientemente de su relación con la víctima, en cualquier ámbito”. Ambas organizaciones también hacen referencia y definen otro tipo de violencias que afectan a las mujeres dentro de una sociedad:

#### Tipos de violencia contra la mujer recogidas por la OMS y las Naciones Unidas:

- Violencia económica. Acción o conjunto de acciones que desencadena en una pérdida de recursos económicos y también patrimoniales.

- Violencia laboral. Conjunto de dificultades impuestas a la mujer a la hora de acceder a ocupar un puesto de trabajo, además, se le impide el desarrollo en el seno de la empresa o alcanzar la estabilidad por el simple hecho de ser mujer.
- Violencia psicológica. Tipo de acción que degrada como persona a la mujer o trata de controlar sus acciones o decisiones personales. Este tipo de violencia contra las mujeres no tiene que alcanzar la propia humillación para darse, sino simplemente puede manifestarse como acoso, restricción, también mediante la manipulación o el aislamiento de la persona con familiares o personas cercanas. Esta violencia produce daños emocionales y perjudica gravemente el desarrollo personal ocasionando problemas psicológicos e incluso emocionales.
- Violencia física. Tipo de violencia que conlleva acciones que provoquen algún daño físico, afectando a la integridad de la persona que es agredida.
- Violencia sexual. Acción que amenaza o viola el derecho de toda mujer a decidir sobre aspectos relacionados con su propia sexualidad, siendo cualquier forma de contacto sexual. La violencia sexual no se limita al hecho de forzar a una mujer en contra de su voluntad en aspectos sexuales, sino a cualquier tipo de acoso, intimidación, explotación o abuso.
- Violencia simbólica. Se incluye el uso de estereotipos, mensajes, valores o signos que transmiten y favorecen la desigualdad entre mujeres y hombres. El machismo, la discriminación o la adjudicación de roles de subordinación de las mujeres en nuestras sociedades son diferentes tipos de violencia simbólica.

La violencia contra las mujeres afecta a familias y comunidades de todas las generaciones y refuerza otros tipos de violencia prevalecientes en la sociedad” (Published by the UN Department of Public Information, 2009).

### **3.2.1 El respeto a la intimidad, el dolor y la identidad víctima**

Los actos de violencia de género violan importantes derechos humanos como es la dignidad humana, la libertad y la integridad personal, todos ellos protegidos y reconocidos dentro del marco del Orden Jurídico Internacional. Aspectos como el respeto a la dignidad, la identidad y el dolor de la víctima están recogidos en los principales códigos sobre el tratamiento informativo en materia de violencia de género. RTVE recoge en el segundo apartado de su Manual de Estilo sobre la violencia machista lo siguiente:

La víctima no puede ser mostrada sin su permiso ni en momentos de tensión emocional. Nunca se deben utilizar sonidos o imágenes “robados” de la

víctima. Sólo se divulgará la imagen si es consentida, pero no al calor de los hechos, sino una vez recuperados la autoestima y el equilibrio emocional. Es necesario reflexionar sobre la conveniencia de mostrar los efectos de los malos tratos y sobre en qué medida puede incurrirse en el morbo. Divulgar las secuelas puede ser una buena herramienta de pedagogía social, pero, en todo caso, debe prevalecer el respeto a la integridad moral de las víctimas.

En relación a la protección de los derechos de la víctima y los implicados en el suceso, la Ley 4/2015 de 27 de abril, del Estatuto de la Víctima del Delito aprobada por el Tribunal Constitucional, adoptó un acuerdo por el que se regula la exclusión de los datos identidad personal en la publicación de las resoluciones jurisdiccionales. La adopción del acuerdo advierte de que “se preservará el anonimato de las personas que requieran un especial deber de tutela, de las víctimas de delitos de cuya difusión se deriven especiales perjuicios y de las personas que no estén constituidas en parte en el proceso constitucional” (p.16). Además, se establece en el texto “también de oficio o a instancias de parte, podrán no publicarse los datos de identidad y situación personal de las partes intervinientes en el proceso” (p.16). Por otro lado, el Tribunal Supremo a través de la Ley de Enjuiciamiento Criminal recoge en el Artículo 906 lo siguiente:

Si las sentencias de que se trata en el artículo anterior (haciendo referencia a las sentencias que se publican en la Colección Legislativa), recayeran en causas seguidas por cualquiera de los delitos contra la libertad e indemnidad sexuales o contra el honor o concurriesen circunstancias especiales a juicio de la sala, se publicarán suprimiendo los nombres de las personas, los de los lugares y las circunstancias que puedan dar a conocer a los acusadores y a los acusados y los Tribunales que hayan fallado el proceso. Si estimare la sala que la publicación de la sentencia afecta al derecho al honor, a la intimidad personal o familiar o a la propia imagen de la víctima o bien a la seguridad pública, podrá ordenar en la propia sentencia que no se publique total o parcialmente. (p.201)

Los medios de comunicación se han hecho eco de esta normativa que atañe al tipo de contenidos referente a personas afectadas o víctimas de un delito de violencia de género, machista o doméstica. Por lo tanto, cualquier información antes de ser publicada debe ser supervisada cuando se esté atentado en contra de los derechos humanos e infringiendo aspectos del Ordenamiento Jurídico vigente.

### 3.3 Primeros pasos para informar desde la igualdad

Cuando se comenzaron a redactar los primeros Códigos Éticos de los diferentes medios de comunicación, no se imaginó la repercusión y el importante papel social que iban a adquirir de manera progresiva. Es por ello que Rodríguez (2008) afirma:

Los primeros códigos hacen relación a un protocolo generalizado aplicable a todo tipo de noticias (terrorismo, violencia en general...). Esta lucha a favor de la creación de este tipo de manuales de estilos para el tratamiento informativo de la violencia de género pasó a ser parte y también objetivo de colectivos profesionales, instituciones públicas y sectores de personas afectadas. (p.162)

Son los colectivos profesionales los que han dado los primeros pasos en reivindicar cambios y modificaciones en los códigos éticos y deontológicos de los medios de comunicación. Han logrado afianzar unos principios éticos como bases para la información sobre la violencia de género, además de concienciar a los propios medios impresos de la labor que desempeñan en la sociedad y las responsabilidades que les atribuye.

En 1993, La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) crea y aprueba su primer propio Código Deontológico. En este reglamento se recoge, por primera vez, que posición que debe tomar el periodista a la hora informar sobre violaciones de derechos humanos y violencia de género. Al mismo tiempo que se realiza una llamada al profesional a “extremar su celo profesional en el respeto de los derechos de los más débiles y los discriminados” (Rodríguez, 2008, p. 162). Con este primer código deontológico haciendo mención expresa el tratamiento informativo de la violencia de género, los medios de comunicación iniciaron un largo camino para establecer propios manuales de estilo para esta clase de contenidos e informaciones.

En el año 2002 tuvo lugar el I Foro Nacional Mujer, Violencia y Medios de Comunicación en la ciudad de Madrid. Este primer foro sirvió para construir una política propia sobre violencia de género. Pilar López Díez, experta en materia de violencia de género y medios de comunicación, desarrolló una ponencia donde esta temática donde es especialista. De este Foro resultó más tarde el *Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres* donde se incorporó el *Manual de Urgencia y tratamiento informativo sobre la violencia contra las mujeres, sobre como informar en materia de violencia de género*. “Este manual de estilo, elaborado en el año 2002, fue adoptado por medios de comunicación como Telecinco, Antena 3, ABC, Canal + y la mayoría de las televisiones autonómicas” (Díez, 2006, p.1):

1. Evitar modelos donde se lesione la dignidad de la mujer
2. Los malos tratos contra las mujeres atentan contra los propios derechos humanos
3. La violencia de género no es un suceso
4. Evitar la confusión entre el morbo y el interés social
5. Todas las fuentes informativas no son fiables
6. Proporcionar información y contenido útil y asesorarse
7. Identificar la figura del agresor y respetar la dignidad de la víctima
8. La imagen no lo es todo, evitar el amarillismo
9. Las cifras pueden corresponder a distintas realidades
10. Los tópicos junto con los estereotipos frivolizan y banalizan la información y el contenido. (Rodríguez, 2018, p.163).

Pilar López Díez, como experta en la materia y asistente al Congreso elabora el *Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres*, que define como “recomendaciones generales que pueden ayudar a la profesión periodística a mejorar la representación de las mujeres en los medios de comunicación con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y libre de violencia para las mujeres” (Díez, 2006, p.1). Algunas de las recomendaciones recogidas indican que “las noticias referidas a la violencia contra las mujeres deben ubicarse en las secciones de sociedad, y nunca como sucesos” (Díez, 2006, p.4), A esta advertencia se completaba con argumentos como “los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, y no se pueden presentar como un pasional” (Díez, 2006, p.4). En este Congreso Nacional se hizo referencia a otros aspectos relacionados con los contenidos informativos, prestando extrema atención a las declaraciones de testigos. También se aconseja evitar cualquier hipótesis que provengan de familiares u otras personas y utilizar imágenes o sonidos que ilustren la esencia de la noticia.

Otro apartado indispensable que tuvieron que tratar estuvo relacionado con el propio lenguaje informativo. Para su abordaje en el Congreso Nacional se tomó en consideración la posibilidad de excluir tópicos, frases hechas, comentarios frívolos o clichés, además el uso de un lenguaje que desvirtúa las razones de la agresión.

Varios años después, en 2006, tuvo lugar el V Convenio de Colaboración entre el Instituto de la Mujer y el de RTVE. Fue aquí donde se elaboró y se publicó,

posteriormente, el “primer informe hecho nuestro país específicamente sobre el tratamiento informativo de las noticias de violencia de género” (Díez, 2006, p.1).

De manera gradual ha producido una evolución en los tratamientos de las noticias relacionadas con la violencia de género. Con la llegada de los códigos éticos y deontológicos, se reguló la forma de abordar este tipo de contenidos en los medios de comunicación: Ahora queda investigar si se respetan en su totalidad y si se aplican de manera efectiva.

### **3.4 Compromiso activo de los medios de comunicación en contra de la discriminación de la mujer y la violencia doméstica**

Los medios de comunicación están muy presentes en la vida de todo ciudadano. Son los encargados de informar, transmitir conocimientos y hacer una representación completa de la realidad a los receptores. A través de ellos, como intermediarios de la realidad, podemos saber qué, cuándo y cómo ocurre. El papel que tienen en la sociedad es fundamental, llegando a ser, en muchas ocasiones, la única conexión que tiene la ciudadanía con lo que ocurre a su alrededor. Es por esto que, el contenido y la forma en la que se expresa son cuestiones cada vez más relevantes en las empresas de comunicación.

Como profesionales de la comunicación dentro de la sociedad, los medios de comunicación también tienen gran importancia en los procesos y problemas sociales como es la violencia de género, las desigualdades y relaciones desproporcionadas entre hombres y mujeres, así como los crímenes que atentan a los derechos de la mujer. El papel de concienciación, de sensibilización de la sociedad ante estas situaciones, es una responsabilidad que tienen los medios de comunicación como comunicadores de masas.

En la actualidad existen múltiples herramientas que coordinan los medios de comunicación para informar sobre este tipo de actos, como es la violencia de género. Se han creado manuales de estilo, guías para informar sobre violencia de género e incluso los propios medios de comunicación ya cuentan con códigos éticos con las claves para informar sobre violencia de género. Estas acciones han dado un paso más en la concienciación social para abolir este tipo de problemas y circunstancias que afectan a miles de personas cada año.

Los profesionales de los medios de comunicación deben seguir formándose en materia de igualdad, saber aplicar y conocer las pautas que se deben llevar para informar con perspectiva de género. La creación de los manuales y guías de estilos con recomendaciones para el tratamiento de la información sobre violencia de género es

fruto del trabajo activo de las comunicadoras y los comunicadores. Por ello, la aplicación de estos cogidos deontológicos debe estar presente desde el primer eslabón de la cadena de comunicación hasta el último. De ahí la importancia de conocerlos en su totalidad y abordarlos desde el principio para ofrecer una imagen limpia del grave problema social y estructural que se está viviendo.

#### 4. MARCO TEÓRICO

##### 4.1 Estereotipos y tópicos

En numerosos casos, los medios de comunicación hacen uso de diversos tópicos y estereotipos a la hora de reproducir las noticias. La formadora e investigadora de políticas de género para los medios de comunicación, Pilar López Díez, hace referencia a todos ellos en el *Dossier de Prensa de RTVE; Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*, 2002. Estas acciones tratan fundamentalmente de redirigir la atención del lector a otros aspectos de la noticia. Entre los estereotipos y tópicos que comúnmente se usan analizados por Pilar López, destacan:

- Excusar o “maquillar” la situación ocurrida y hacer uso del sensacionalismo. Cuando se produce un caso de violencia de género, en ocasiones, se recurre al uso de adjetivos que exculpan al agresor. Un ejemplo de ello es el uso de términos como *celoso*, *bebedor...* utilizados para describir al agresor. De esta forma estamos maquillando la realidad ya que no existe excusa, situación o circunstancia que pueda justificar la violencia de género. Sucede lo mismo cuando se recurre a expresiones como “salía con amigas”, “era su amante” o “la joven atractiva”. Desviando la atención del suceso a otros aspectos que no son relevantes, intentado disculpar e incluso poner al receptor en la mente del maltratador.
- “En la mayoría de las informaciones donde se tratan casos de violencia de género se hacen alusiones a los problemas laborales, haber sufrido violencia en la infancia, haber sufrido locuras o alucinaciones, los celos, crimen pasional o una discusión de la pareja” (p.30), afirma López Díez. El uso de este tipo de expresiones, a las que se recurre con regularidad en los medios de comunicación, pueden resultar ser totalmente inofensivas, pero, sin duda, pueden tergiversar la información.
- La victimización de los maltratadores, agresores o asesinos es un hecho común que sucede también en los en los medios de comunicación. En este sentido, se alude o se hace referencia continuamente a la víctima, pero en muy pocas ocasiones al agresor. Utilizando continuamente el término *hombre* sin mencionar lo que verdaderamente es, como es *maltratador*, *violador* o *asesino*. No darle la

importancia que requiere la figura del maltratador, genera que el receptor carezca de todos los datos para detectarlos.

- No hacer uso de los términos adecuados al tipo de violencia de la que se está informando es otro error común que siguen cometiendo los medios de comunicación. La autora destaca que, hacer uso del término *violencia doméstica*, desvía la atención de lo ocurrido, evitando que se mencione al agresor, maltratador o asesino.
- Las mujeres que han sufrido violencia de género y han sido asesinadas, no han muerto solas. Se hace uso continuo de expresiones como *muere una mujer víctima de la violencia doméstica*, en este caso la víctima no ha muerto sino ha sido asesinada por su asesino o agresor.
- Ubicar un caso de violencia de género en la sección de sucesos es una manera errónea de localizarlo en un medio. En este caso, un suceso se presenta como si fuera de manera que ocurre de forma puntual. La especialista afirma que la violencia de género es un problema, una situación detectada en la sociedad de la cual se conoce. Además, “el suceso, de manera general, no tiene responsables mientras que la violencia de género sí tiene causas identificadas” (p.11), concluye la comunicadora.

#### **4.2 Aprender a identificar el interés social del morbo como periodistas**

El Diccionario Oficial de la Real Academia Española recoge el significado de la palabra morbo como “interés malsano por personas o cosas”. En el ámbito del periodismo, el morbo es aplicado al interés en incidir sobre aquellos aspectos que no generan nuevos conocimientos o datos relevantes a cerca de una información. Además, el morbo desencadena conductas dañinas y transgresoras de normas.

Los medios de comunicación, a la hora de informar sobre casos relacionados con la violencia de género, deben saber diferenciar entre el morbo e interés social. No toda la información, datos e imágenes contribuyen a entender mejor el acontecimiento o son imprescindibles para su plena comprensión. Como profesionales del mundo de la comunicación se debe apartar aquello que perjudique y dañe a cualquiera de las partes involucradas en el suceso y que, además, carezca de aportaciones relevantes. La cobertura mediática en estos aspectos tiene límites y no se puede olvidar que los protagonistas de los casos no dejan de ser personas con derechos y que hay que respetar.

La ciudadanía tiene derecho a consumir un contenido libre de aditivos que generen datos irrelevantes y que caigan en el morbo. El receptor debe conocer aquellos aspectos que sean de interés social y que, por tanto, sean necesarios para la comprensión plena

del suceso, esto es, sin que se incluyan descripciones que carecen de contenido informativo y que incorporan contenidos que pueden resultar dañinos para las partes implicadas en el caso. Ofreciendo una información de calidad, que favorezca la igualdad entre el hombre y la mujer.

#### **4.3 Acuerdo entre los medios de comunicación, las organizaciones profesionales de la comunicación y el gobierno de canarias para la mejora del tratamiento de la igualdad y la violencia de género**

Un grupo de diferentes medios de comunicación de Canarias han dado un paso más para alcanzar el tratamiento igualatorio en los contenidos informativos y mejorar, específicamente, aquellos que traten sobre la violencia de género. La primera toma de contacto entre empresas de comunicación y el Gobierno de Canarias, tiene lugar en junio del año 2017, donde *El Grupo de Trabajo de Medios de Comunicación de Canarias por la Igualdad* comienzan a trabajar para la elaboración del documento oficial que es firmado, finalmente, en abril del 2019.

Entre los medios de comunicación que han formado parte del estudio de este trabajo se encuentra La Provincia, Radio Televisión Canaria, Canarias Radio la Autónoma y Televisión Canaria, Antena 3 y Televisión Española Canarias. Además, otros medios y organizaciones se sumaron a la elaboración, firma y cumplimiento de dicho acuerdo como es La Asociación de la Prensa de Las Palmas, Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación (Vivas), Cadena Ser-Canarias, Canarias Ahora, Canarias7, el periódico El Día, Universidad de La Laguna (ULL), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) y Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias (UPCC). Por otro lado, uno de los medios que forma parte del presente trabajo de investigación, Diario de Avisos, no participa en este proyecto que pretende visibilizar el papel de la mujer y reconocerla dentro de la sociedad.

Este documento recopila todas las normativas estatales junto con las autonómicas en materia de género e igualdad, al igual que hace uso de los compromisos internacionales y de numerosos instrumentos de carácter legal. Todos ellos enfocados hacia el tratamiento en materia de género, de igualdad y medios de comunicación. Su primer apartado, destinado a los fundamentos de dicho documento oficial, señala que “no se entiende una verdadera libertad de expresión si no se visibilizan y participan de forma igualitaria tanto las mujeres como los hombres, en toda su diversidad y en todos los ámbitos de forma no estereotipada” (p.2).

El segundo de los apartados de este acuerdo de medios de comunicación, hace referencia a los propios contenidos del documento y a las acciones que se llevarán a

cabo para lograr los objetivos señalados. Los medios de comunicación se comprometen a intentar lograr un ejercicio profesional en igualdad, dar una perspectiva de género en los contenidos, fomentar la acción positiva en el deporte (equilibrio en los contenidos, dándole visibilidad a la mujer en el mundo deportivo), emisión de imágenes igualitaria y no discriminatorias hacia ninguno de los géneros y el uso de un lenguaje no sexista e inclusivo.

Este documento de autorregulación da un paso más en la lucha para alcanzar la igualdad, tratando de visibilizar a la mujer en los medios de comunicación y darles voz en una sociedad machista. El Grupo de Trabajo persigue “conseguir que esta aportación mediática contribuya a la comprensión precisa y holística de la violencia de género, en todas sus formas, protegiendo a las víctimas y a sus hijas e hijos menores, y, en definitiva, al fin de esta fractura social que tiene su origen en la inequidad de hombres y mujeres” (p.7).

#### **4.4 Publicidad no sexista**

Otro de los apartados que tratan en el Acuerdo entre los Medios de Comunicación, las Organizaciones Profesionales de la Comunicación y el Gobierno de Canarias para la mejora del tratamiento de la igualdad y la violencia de género, es el referente a la publicidad. El Grupo incide en la importancia de una correcta elaboración y emisión de la publicidad por parte de los medios de comunicación, considerando que “el fuerte arraigo social de los estereotipos de género convierte a la publicidad en uno de los ámbitos de la comunicación más estereotipados y, por ende, más necesitados de acciones positivas” (p.9). En relación al contenido susceptible de ser sometido a revisión hacen referencia a lo siguiente:

Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a la mujer de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien por su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre. (p.10)

Algunos medios de comunicación que forman parte del Grupo de Trabajo ya han comenzado a tomar las primeras medidas para cumplir su compromiso a favor de la igualdad y de la eliminación de la violencia de género. El periódico La Provincia y El Día han dado un paso más y han eliminado los anuncios de prostitución y de contacto de sus medios desde el día 1 de mayo de 2019.

## 5. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Los objetivos principales que se plantean para este trabajo de investigación es dar respuesta a una serie de cuestiones: ¿aplican los medios de comunicación sus códigos deontológicos para informar sobre violencia de género?, ¿lo hacen de manera adecuada y respetando lo fijado en ellos?, ¿los medios de comunicación muestran a la mujer utilizando los criterios de igualdad?

Así, los objetivos planteados serían los siguientes:

Objetivo 1. Observar cómo abordan los medios de comunicación seleccionados (Antena 3, RTVE en Canarias y Radio Televisión Canaria junto con los periódicos Diario de Avisos y La Provincia) las informaciones sobre la violencia género.

Objetivo 2. Analizar si se aplican de forma correcta los códigos deontológicos o manuales de estilo sobre violencia de género de los propios medios.

Objetivo 3. Examinar de qué modo los medios de comunicación visibilizan la imagen de la mujer y si favorecen la lucha para lograr la igualdad entre ambos géneros.

Los objetivos mencionados anteriormente derivan de una serie de hipótesis previas que tratarán de ser contrastadas en los análisis de los resultados. De esta forma se observará la realidad de esta investigación, las hipótesis son las siguientes:

1. Los medios de comunicación en Canarias no hacen un uso correcto de los códigos deontológicos.
2. Existente desconocimiento de las leyes de violencia de género por parte de los periodistas.
3. Los periodistas de los medios canarios no aportan informaciones de calidad en materia de género, fomentando una imagen poco real de la sociedad y de lo que ocurre en ella.
4. No se aplica la perspectiva de género en los contenidos publicados por los medios de comunicación.

## 6. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el trabajo de investigación se han seleccionado varios medios de comunicación de prensa escrita, como son Diario de Avisos y La Provincia, además de otros medios televisivos como es Antena 3, Radio Televisión Canaria y RTVE.

Se ha escogido un periódico representativo de cada provincia: Diario de Avisos, correspondiente a la provincia de Santa Cruz de Tenerife y el diario La Provincia por la provincia de Las Palmas.

En un primer planteamiento se eligió el periódico El Día frente al Diario de Avisos, pero durante el transcurso de elaboración de este trabajo de investigación, se produjo un cambio en la propiedad, y el grupo Editorial Prensa Ibérica, propietario de La Provincia Diario de Las Palmas, tomó el control del periódico El Día. Este suceso, sumado al cierre de Radio El Día y El Día Televisión, ha originado numerosas dificultades para poder localizar las informaciones en la hemeroteca de este rotativo, por lo que se decidió replantear el estudio y suplir El Día por Diario de Avisos. Igualmente se ha tenido en cuenta que este periódico, junto a La Provincia, pertenecen ahora a la misma empresa propietaria.

Asimismo, se han seleccionado tres medios televisivos. Por un lado, Radio Televisión Canaria, como medio de comunicación local de ámbito regional, y por otro, Antena 3 y RTVE como medios locales que están integrados en grandes cadenas nacionales.

La metodología empleada para desarrollar este trabajo de investigación se centra en el análisis cualitativo acompañado del uso de técnicas como es el análisis de contenido para obtener los datos.

Una vez identificados los medios que se someterán a estudio, se realizan varias propuestas:

- Seleccionar los últimos y más mediáticos casos de violencia de género ocurridos en España publicados en los distintos medios seleccionados para, posteriormente, someterlos a estudio. Son los que se enumeran a continuación:

1. La Manada
2. Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria Violación grupal en Sabadell
4. Asesinato de Romina por su marido en Lanzarote
5. Militar de La Orotova que asesina a su mujer y asfixia a sus hijas
6. Hombre mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

- Analizar el tipo de cobertura informativa, los contenidos y el lenguaje utilizado además de las imágenes incluidas en cada una de las informaciones elaboradas sobre los casos de violencia de género en los diferentes medios de comunicación.

A través del análisis de las publicaciones en prensa y de las emisiones televisivas de los medios de comunicación seleccionados, se pretende conocer si se vulneran los principios recogidos en los protocolos o planes de igualdad en las redacciones y en la elaboración de contenidos, además de los recogidos en las principales leyes que tratan la violencia de género.

Con el procedimiento que se llevará a cabo también se tratará de demostrar, una vez más, la importancia de los medios de comunicación en la sociedad, es decir, que son plataformas fundamentales para la concienciación y la visibilización de problemas sociales de esta envergadura.

Para la investigación y el análisis de las informaciones sobre violencia de género en los medios de comunicación, se procederá a recopilar las informaciones que aborden los casos sometidos a estudio a partir de la fecha en que se hacen públicos y durante los días posteriores. Una vez recopilados, se analizarán los contenidos conforme a los manuales de estilo, protocolos o planes de igualdad que tienen dichos medios y otros documentos en materia violencia de género.

Ante la inexistencia de planes o protocolos propios, las informaciones provenientes de La Provincia y Diario de Avisos, se analizarán conforme al *Dossier de Prensa; Mujer, Violencia y Medios de Comunicación* de la autora Pilar López Díez.

Los contenidos de RTVE se analizarán atendiendo al apartado 5 del *Manual de Estilo de RTVE: Tratamiento de la violencia contra las mujeres*. Los contenidos de RTVC se analizarán aplicando su propio *Manual de Estilo para una Comunicación Incluyente. Comunicación con perspectiva de género*. Por otro lado, las informaciones de Antena 3 se analizarán conforme a lo propuesto en su propio Código Deontológico Servicios Informativos Antena 3 Televisión. Este código no incorpora un tratamiento específico para la violencia de género, por lo que también se tendrá en cuenta los instrumentos empleados para analizar los contenidos en prensa ya mencionados.

Para poder analizar los contenidos se procederá a la recopilación de datos a través de una ficha diseñada para medir y analizar diferentes aspectos de las informaciones que traten sobre violencia de género.

De esta forma sabremos si, partiendo de la *igualdad*, los medios de comunicación cumplen con los principios contenidos en los mencionados manuales o códigos deontológicos para ofrecer contenidos de calidad. Por otro lado, también se pretende

conocer de qué forma muestran a la mujer en el tratamiento informativo de los casos de violencia de género y qué imagen ofrecen a la audiencia ante este problema social.

## **7. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

Este estudio se centra en analizar el modo en que los medios de comunicación abordan contenidos relacionados con la violencia de género y el papel que estos desempeñan como transmisores de esta compleja realidad con la sociedad. Para su abordaje, se han seleccionado seis casos de violencia género ocurridos en el período comprendido entre 2016 y 2019 que se han analizado a través de los contenidos y desde el punto de vista de la cobertura mediática realizada por los diferentes medios de comunicación (Diario de Avisos, La Provincia, Radio Televisión Española, Radio Televisión Canaria y Antena 3).

### **7.1 Análisis de los casos de violencia de género y violencia machista en los medios de comunicación**

A continuación, se procederá a presentar los resultados obtenidos y su posterior análisis de las informaciones seleccionadas dentro de los medios de comunicación mencionados anteriormente. Los datos resultantes derivarán de las diferentes fichas donde se han analizado los contenidos de cada noticia de los medios de comunicación.

#### **7.1.1 Caso 1. La manada**

El caso de *La Manada* es un crimen por abuso sexual cometido por un grupo de cinco varones a una mujer dentro de un portal de una vivienda en Navarra. Esto sucede durante las fiestas de San Fermín en la madrugada del 7 de julio de 2016. La víctima presentó una denuncia por violación y el Tribunal Superior de Justicia de Navarra confirmó la sentencia que condena a La Manada a nueve años de cárcel por abuso sexual. Por el momento, la Fiscalía ha recurrido la sentencia al no estar de acuerdo por el delito culpado.

Del caso de violencia de género conocido como el de *La Manada*, se han seleccionado un total de 17 noticias de los medios de comunicación ya mencionados. Se han analizado de forma conjunta los medios de comunicación de prensa escrita, La Provincia y Diario de Avisos y, seguidamente, los medios de comunicación televisivos RTVE, RTVC y Antena 3.

#### **La Provincia y Diario de Avisos**

En los diarios de La Provincia y Diario de Avisos se han seleccionado un total de 8 noticias relacionadas con la violación ocurrida en las fiestas de San Fermín el día 7 de Julio de 2016 a una mujer por un grupo denominado *La Manada* (así se denominaban

ellos mismo a través de in grupo de WhatsApp). Tras analizar los contenidos, se han detectado algunos elementos que no responden a los criterios de elaboración de este tipo de informaciones incluidas en los protocolos o manuales tomados como referencia para este estudio:

- Todas las noticias de La Provincia analizadas incorporan el caso en la sección de *Sucesos*, una forma errónea de publicar una noticia de violencia de género en un medio. La violencia de género no es un suceso aislado, como sí lo puede ser un robo o un atraco. El Diario de Avisos, sin embargo, introduce las noticias en una sección denominada *Caso la Manada, Abusos Sexuales*.

Ilustración 1. Captura de pantalla de una noticia del periódico La Provincia sobre el caso de *La Manada* el día 2 de diciembre del 2016 publicada en la sección de *Sucesos*



Ilustración 2. Captura de pantalla de una noticia publicada por el periódico La Provincia sobre el caso *La Manada* el día 5 de diciembre del 2016 incorporada en la sección de *Sucesos*



- En ninguna de las informaciones publicadas por ambos diarios se hace mención a que se trate un caso de “violencia de género”, simplemente se hace alusiones al abuso y a la agresión sexual.
- De las ocho informaciones analizadas en dichos medios, 5 de ellas presentan tópicos comunes ya mencionados por la profesional Pilar López a la hora de referirse a la víctima como *la joven chica, la chica*, etc. Recurren a estas menciones obviando señalar el hecho de se trata de una mujer víctima de violencia de género.
- Existe una escasa visibilización de la mujer víctima de violencia en la mayoría de las informaciones analizadas en los diarios. En 6 de los 8 contenidos, la figura del hombre, en este caso *La Manada*, se menciona antes que la mujer que, además es víctima. En las informaciones se alude en escasas ocasiones a lo que verdaderamente son, violadores y agresores sexuales por los actos cometidos. Al no señalarlos con estos términos, se desdibuja en la información. Además, el

número de menciones al protagonista masculino en todas las informaciones está por encima que el número de menciones de la mujer y víctima.

- Una de las ocho noticias analizadas presenta contenido de ayuda para víctimas de violencia machista. En este caso, la noticia incluye la carta escrita por la víctima que fue publicada por el Diario de Avisos.
- En algunas de las piezas, el Diario de Avisos incorpora datos de lo ocurrido que pueden resultar denigrantes para la víctima y sus familiares. Algunos de ellos provienen de las declaraciones de los acusados como “ella estaba disfrutando, estaba gimiendo y hacía comentarios como: ‘métemela’, ‘me encantas tú’”.

Ilustración 3. Captura de pantalla de un fragmento de una noticia publicada por el Diario de Avisos sobre el caso de *La Manada* el día 5 de diciembre del 2016

En su testimonio, Jesús Escudero manifestó entre lágrimas que “ella estaba disfrutando, estaba gimiendo y hacía comentarios como: ‘métemela’, ‘me encantas tú’. En ningún momento, en ningún momento ella se sintió a disgusto o nosotros la tratamos mal”, sostuvo ante el juez. Sin embargo, en los vídeos grabados por *La Manada* no se escucha nada parecido.

*Fuente: Diario de Avisos*

Estas declaraciones podían haber sido omitidas o señaladas de otra forma menos dañinas hacia la víctima. Son malsonantes y denigrantes hacia una mujer víctima de violencia de género. Además, las reconstrucciones y declaraciones son aceptadas cuando son necesarias para entender los hechos.

Se podría considerar que la gran mayoría de las noticias analizadas en estos dos medios de comunicación no cumplen con los principios básicos de los códigos deontológicos y manuales de estilo sobre violencia de género.

### RTVE, RTVC y Antena 3

De los medios de comunicación televisivos se han encontrado 9 noticias que traten sobre el caso *La Manada*. Entre los contenidos analizados se han destacado los siguientes elementos:

- En la mayoría de las noticias no se hace alusión a que se trata de un acto de violencia de género o machista. Tan solo en una de las informaciones emitidas por RTVC se menciona que podría ser un caso de violencia machista.

- Las noticias emitidas por Antena 3 se incorporan en la sección de sociedad y sitúan a *La Manada* como protagonista fundamental del contenido, desocupándose en gran medida de la mujer víctima de la agresión. Las referencias son mínimas, en comparación con las múltiples ocasiones donde se nombra a *La Manada*, con más de 8 referencias en una sola noticia. Esto sucede también con las informaciones de RTVE, donde se opaca a la víctima, a la verdadera protagonista de lo ocurrido.
- En las noticias de RTVE sobre el caso de *La Manada* se muestran secuencias que pueden resultar denigrantes para la mujer que aparece en ella, ya que aparecen numerosas imágenes donde varias mujeres sufren tocamientos de múltiples hombres en una fiesta de San Fermín. Unas imágenes que no favorecen la igualdad que se intentan perseguir entre ambos géneros. Según el Manual de Estilo de RTVE, “las reconstrucciones son útiles cuando se utilizan con afán informativo y cuando son necesarias para la comprensión de los hechos”.

Ilustración 4. Captura de pantalla de las imágenes emitidas en el Telediario de RTVE sobre el caso de violencia de género de *La Manada*, el día 7 de julio del 2016.



Fuente: RTVE

Ilustración 5. Captura de pantalla de las imágenes emitidas en el telediario de RTVE sobre el caso de violencia de género de *La Manada*, el día 7 de julio del 2016.



Fuente: RTVE

- De las nueve noticias analizadas de Antena 3, RTVE y RTVC, solo tres de ellas contienen información donde se visibiliza a la figura femenina tras el crimen ocurrido. Además, en tan solo una de ellas se incluye ayuda y soporte informativo a las mujeres víctimas de violencia de género. Por lo tanto, no se aporta la suficiente información útil ante el problema.
- Los tres medios de comunicación hacen alusiones continuas a los agresores y violadores como “chicos jóvenes”, utilizando tópicos que desvían la atención. No se señala a los hombres como lo que son tras sus actos. Sucede lo mismo con una de las noticias emitida por RTVE donde se describe el hecho como “prácticas sexuales no consentidas”. No se informa con claridad a la audiencia y no se usan los términos

adecuados para describir las personas y los actos de forma clara. Se maquilla la realidad en numerosas ocasiones.

- RTVC emplea en las tres noticias analizadas un tipo de titular en el que no informan al espectador. Este es el caso de algunos de ellos como “Los Sanfermines dan comienzo con una agresión a una mujer”. No se señala quienes han agredido a la mujer, porque se podría confundir con cualquier otro caso por falta de información y claridad en el titular. La mención al hombre como agresor o violador, facilita un mayor conocimiento de la figura del agresor o agresores.
- En tan solo 3 de las 9 informaciones visibilizan a la mujer víctima de la agresión, dirigen el foco de la información hacia ella convirtiéndola en protagonista, víctima de violencia machista.

### **7.1.2 Caso 2. Violación grupal a una joven de Maspalomas, Gran Canaria**

Este caso hace referencia a la agresión sexual protagonizada por un grupo de cinco varones que, durante la noche de San Juan del 23 de junio del 2018, violaron grupalmente a una joven menor de edad en la zona turística del sur de Gran Canaria.

#### La Provincia y Diario de Avisos

De este segundo caso de violencia de género, en los diarios seleccionados se han localizado un total de 6 noticias que, tras ser analizadas, se han extraído las siguientes conclusiones:

Ilustración 6. Captura de pantalla de una noticia publicada por el periódico La Provincia sobre el caso de violencia de género ocurrido en Maspalomas (Caso 2) publicada el 27 de junio del 2018 en la sección de *Sucesos*

Ilustración 7. Captura de pantalla de una noticia recuperada del diario La Provincia sobre el caso de violencia género sucedido en Maspalomas (Caso 2) publicada el 27 de junio del 2018 en la sección de *Sucesos*

laprovincia.es » Sucesos » Noticias de Las Palmas de Gran Canaria



Noticias de Las Palmas de Gran Canaria

## Cuatro detenidos por una supuesta violación en grupo en el sur de la Isla

La víctima es una menor a la que drogaron y la agresión fue grabada con un móvil, como hizo La Manada

La Provincia | 27.06.2018 | 02:30

El Cuerpo Nacional de Policía detuvo a cuatro varones a los que se les acusa de haber participado presuntamente en una violación en grupo esta fin de semana en el Sur de Gran Canaria.

Fuente: La Provincia

laprovincia.es » Sucesos

## La agresión sexual en Gran Canaria involucra a cinco varones

La víctima es una menor a la que drogaron y la agresión fue grabada con un móvil, como hizo La Manada

Laprovincia.es | Efe | 27.06.2018 | 12:50

El caso de la presunta **agresión sexual** en grupo cometido durante la noche de San Juan en la zona turística del sur de Gran Canaria involucra ya a cinco varones, uno de ellos menor, y tuvo como víctima a una joven también menor de edad, según ha confirmado la Fiscalía.



Fuente: La Provincia

- De las seis noticias, tan solo dos de ellas incluyen información de ayuda a la víctima y sitúan a la mujer como protagonista el contenido. En el resto de informaciones analizadas, la figura del hombre ocupa el primer lugar y las menciones a este son superiores que a la mujer. Varias noticias analizadas sobre dicho caso de violencia de género se encuentran incorporadas en la sección de *Sucesos* dentro del diario de La Provincia (dos de las cuatro noticias).
- En la mayoría de los contenidos del periódico La Provincia (cuatro sobre este caso pertenecen a este diario), se hacen continuas alusiones a la víctima como *joven adolescente*, *joven de 16 años*, etc., descifrando la edad y desvelando datos personales. Por otro lado, no se hace referencia a la figura femenina como víctima de violencia de género, únicamente con términos como *joven* o *chica*.
- En las informaciones destaca que, en ninguna de ellas, se hace mención al acto de violencia de género, no se informa con total nitidez ni se menciona el problema social.

### RTVE, RTVC y Antena 3

Tras analizar las noticias recogidas sobre el segundo caso de violencia de género emitidas por los tres medios de comunicación televisivos, se puede señalar lo siguiente:

- De las cinco noticias emitidas por los diferentes canales de televisión, se ha detectado que tan solo en una de ellas se hace alusión a la violencia sexual y

violencia de género. En el resto de informaciones no se menciona ni se describe el acto con dichos términos.

- La única noticia localizada y analizada de Antena 3 hace referencia a lo sucedido como “otro caso más donde la niña se queda sola con 5 hombres”. De esta forma se genera un efecto narcotizante, mencionándolo como un caso más de violencia de género con unas determinadas características.
- En todos los contenidos emitidos por estos medios de comunicación se hace referencia a la víctima como *joven, chica, niña, la menor, chica joven*. En muy pocas ocasiones se utiliza la palabra mujer, no se visibiliza que es víctima de un acto de violencia de género.
- De las 5 noticias analizadas, en solo una de ellas, la víctima es la protagonista del contenido. En el resto de noticias las menciones a los *jóvenes, detenidos, acusados*, que representan la figura masculina, supera el número de referencias con respecto a la figura femenina. En una de las noticias analizadas del medio RTVC, la víctima tan solo recibe una mención.
- Se ha localizado la expresión “la joven había reconocido beber muchísimo” en una de las tres noticias analizadas de RTVC. Esta referencia a la víctima no aporta ningún tipo de información relevante e indispensable para el entendimiento de lo ocurrido. Se da a entender al receptor que la culpabilidad recae en la víctima por la descripción realizada de su estado.

### **7.1.3 Caso 3. Violación grupal en Sabadell**

El tercer caso de violencia de género seleccionado ocurre en Sabadell, donde un grupo de hombres abusan sexualmente y violan a una joven de 18 años en una nave ocupada ilegalmente por los violadores. Esto sucede el 3 de febrero del año 2018.

Sobre este caso de violencia de género se han analizado un total de nueve noticias en los diferentes medios de comunicación.

#### La Provincia y Diario de Avisos

De ambos diarios se han localizado cuatro noticias, tres de ellas pertenecientes al periódico La Provincia y una última del Diario de Avisos. Tras analizarlas, se han detectado los siguientes elementos:

- En ninguna de las informaciones se hace alusión a la violencia machista, un caso que tiene todas las características propias de este tipo de violencia.

- Ambos medios de comunicación incluyen las informaciones relacionadas con este caso en la sección de *Sucesos* en lugar de la sección de *Sociedad*. La violencia de género no se trata de un suceso aislado y puntual, ya que son numerosas las mujeres que cada año mueren siendo víctimas de la violencia de género.
- De las cuatro informaciones analizadas, en ninguna de ellas se incorporan contenidos informativos y de ayuda para las mujeres víctimas de violencia de género.

Ilustración 8. Captura de pantalla de una información emitida por el Diario de Avisos sobre la violación grupal en Sabadell, publicada el 28 de marzo del 2019



Fuente *Diario de Avisos*

Ilustración 9. Captura de pantalla de una noticia publicada por el diario La Provincia sobre la violación grupal en Sabadell el 7 de febrero del 2019



Fuente: *La Provincia*

- El número de menciones al protagonista masculino está, en todas las informaciones, por encima que el número de menciones a la figura femenina (a la que se alude, en la mayoría de las ocasiones como *joven chica*, *joven de 18 años*. En escasas ocasiones se hace referencia a ella como víctima, y en ninguna ocasión como mujer víctima de violencia de género.

En las noticias analizadas de estos medios se podría considerar que no cumplen con lo recogido en los diferentes manuales y guías de estilo para informar sobre violencia de género. No se visibiliza a la mujer y aún menos se visibiliza un problema social como es la violencia de género.

### RTVE y Antena 3

Las noticias analizadas de los diferentes informativos y telediarios de ambos medios de comunicación televisivos suman un total de cinco noticias. Tras su análisis se han detectado los siguientes puntos:

- En ninguna de las informaciones emitidas se hace referencia a que se trate de un caso de violencia de género y no se menciona en ningún momento este término ante lo ocurrido.

- Una de las dos noticias analizadas del medio Antena 3, se centra únicamente en contar al espectador las circunstancias en las que vivían los protagonistas masculinos. Se hace mención a la situación de “okupas” y se añaden entrevistas a vecinos que no aportan datos necesarios para la comprensión del caso. No se tratan los puntos principales de lo ocurrido y se tergiversa la información.
- Las referencias a los violadores o agresores se realizan en muy pocas ocasiones, utilizan términos como “detenidos, personas investigadas, presuntos acusados”. No se señala al hombre como protagonista indiscutible de una relación de poder establecida por un grupo de hombres hacia una mujer mediante el abuso sexual y la violación.
- Solo una de las cinco noticias de RTVE y Antena 3 focaliza la información en la figura femenina, sin embargo, el resto de las informaciones el contenido gira entorno a la figura del hombre. Esto genera una escasa visibilidad de la mujer víctima de la violencia de género, sin apenas menciones en un contenido informativo donde ellos la protagonista.

#### **7.1.4 Caso 4. Asesinato de Romina Celeste por su marido en Lanzarote**

En este caso de violencia género, la víctima es Romina Celeste Núñez, una joven que desapareció en Lanzarote durante la noche de Año Nuevo de 2018. Tras varios días desaparecida, su marido confiesa, y se descubre que la mató esa misma noche y se deshizo del cuerpo arrojándolo al mar. El hombre es condenado por delitos de homicidio o asesinato y de maltrato habitual, ya que ella le había denunciado por agresión en distintas ocasiones.

Del cuarto de los casos seleccionados para el estudio de los medios de comunicación, se han encontrado un total de 14 noticias. En los diarios canarios aparecen ocho de ellas y las restantes pertenecen a los medios televisivos.

##### La Provincia y Diario de Avisos

Tras analizar las noticias en los diarios que han tratado el caso de violencia de género seleccionado, se han detectado los siguientes elementos:

- El diario La Provincia incluye, de manera errónea según los diferentes manuales de estilos y códigos deontológicos utilizados, una de las cuatro noticias analizadas en la sección de *Sucesos* al igual que hace el Diario de Avisos. El resto de contenidos de ambos medios se incorporan en la sección de *Tribunales*.

- De las ocho noticias localizadas, en tan solo una de ellas se hace mención a la violencia contra la mujer, en el resto no se menciona a la violencia de género (antes de demostrarse que lo fue).
- La mayoría de las noticias publicadas por los diarios presentan más menciones y mayor visibilidad de la figura femenina frente a la masculina. Se detecta también que la mitad de las noticias tratan la desaparición de la víctima, es por ello que se muestra más su imagen hasta que se descubre lo que pasó realmente tras la confesión de su pareja.
- En una de las noticias publicadas en Diario de Avisos, se revela el nombre y las iniciales de su apellido del investigado por asesinato, un hecho que desvela información de una persona que estaba siendo acusado de un crimen y que estaba en medio de un proceso penal.

Ilustración 10. Captura de pantalla de un fragmento de la información publicada por el Diario de Avisos sobre el caso de violencia de género de Romina en la isla de Lanzarote, el día 16 de enero del 2019.

La titular del Juzgado de Instrucción Número 1 de Arrecife de Lanzarote, en su doble condición como juez de guardia durante el día de ayer y como responsable del único juzgado de Violencia sobre la Mujer de Lanzarote, acordó el ingreso en prisión comunicada y sin fianza de Raúl D. C., de 44 años de edad e ingeniero de profesión, por la presunta comisión de los delitos de maltrato habitual y homicidio o asesinato de su esposa, Romina C. N., de 28 años, desaparecida desde el pasado 1 de enero, según la información facilitada desde el gabinete de prensa del Tribunal Superior de Justicia de Canarias (TSJC).

*Fuente: Diario de Avisos*

Ambos medios de comunicación desvelan nombre y apellidos de la víctima, ya que el caso comenzó con su desaparición y la publicación de ese contenido era necesaria para su iniciar su búsqueda. Una vez demostrado que el hombre fue el causante del crimen, se siguieron utilizando nombre y apellidos de la víctima de violencia de género.

### RTVE, RTVC y Antena 3

De los medios televisivos se han analizado un total de seis noticias emitidas en los diferentes telediarios de las cadenas. Tras proceder a su análisis se han detectado los siguientes puntos:

- En tres de las piezas audiovisuales emitidas por RTVC no se menciona en ninguno de ellas que se trate de un caso de violencia de género. Esto sucede también en

RTVE y en Antena 3. Por lo tanto, en ninguna de las noticias de dichos medios se menciona a la violencia de género o machista.

- La información emitida por RTVE incluye referencias constantes al asesino con términos como “marido de...”, “ingeniero”, pero no se refiere a él como presunto autor del crimen, investigado por asesinato, etc.
- Antena 3 utiliza expresiones ya en desuso como es “acabó con su vida” en uno de sus contenidos.

De forma general, la mayoría de las noticias de los medios de comunicación televisivos introducen en los contenidos analizados sobre este caso más menciones a la figura femenina frente a la masculina. El medio de comunicación RTVC, en dos de las tres noticias analizadas, sí hace más menciones a la figura del hombre.

### **7.1.5 Caso 5. Militar de La Orotava que asesina a su mujer y asfixia a sus dos hijas**

Este quinto caso sucede en Tenerife, concretamente, en La Orotava, el 16 de Julio de 2018. Entonces, un padre de familia mata a su mujer estrangulándola y seguidamente asfixia a sus dos hijas. El hombre, miembro de la brigada del Ejército de Tierra, finalmente se ahorca tras cometer el triple crimen.

Sobre el quinto de los casos de violencia de género seleccionados, se han localizado un total de doce noticias emitidas los días posteriores al crimen de violencia machista.

#### La Provincia y Diario de Avisos

De los diarios se han analizado 5 noticias y se han detectado los siguientes elementos:

- Todas las informaciones se ubican dentro de la sección de *Sucesos* y destaca que, solo en dos de ellas, se menciona a la violencia machista y al parricidio.

Ilustración 10. Captura de pantalla del titular de la noticia publicada por La Provincia sobre el caso de violencia doméstica ocurrido en La Orotava el día 16 de julio del 2018



- En los dos medios de comunicación se hacen alusiones constantes a los problemas económicos y familiares, presentándose como las causas que han ocasionado el crimen machista. Aunque la comisión de un acto de violencia de género no tiene justificación, y se hace referencia a que este tipo de situaciones excusa el problema social.
- En varias noticias publicadas por el periódico La Provincia se publica el nombre y apellido de la mujer víctima del asesinato.
- La Provincia publica en dos de las cuatro noticias, términos como “murieron por asfixia” y “fallecieron”. Este tipo de terminología no se ajusta a la descripción de un crimen de violencia doméstica. Nadie muere ni fallece por su propia voluntad, es otra persona la que comete el crimen.
- En el contenido analizado del periódico Diario de Avisos se encuentra el siguiente titular: “El desenlace estremecedor de toda una familia en La Orotava sacude al país”. Donde se hace uso del sensacionalismo sin atender a que se trate de un crimen de violencia doméstica.

Ilustración 11. Captura de pantalla del titular emitido por el Diario de Avisos sobre el crimen de violencia doméstica ocurrido en La Orotava, publicado el día 17 de julio del 2018



*Fuente: Diario de Avisos*

### RTVE, RTVC y Antena 3

Tras analizar siete noticias emitidas por los medios de comunicación televisivos, se han detectado los siguientes elementos:

- Dos de las tres noticias analizadas del medio Antena 3 justifican lo sucedido con frases como “el hombre tenía problemas psicológicos”, “posible enfermedad de la una de las niñas”. Este tipo de referencias intentan desviar la atención de la realidad del suceso, además, en cierto modo, parece que se intenta excusar el crimen. Algunos términos también son empleados por RTVC, que incluye en sus contenidos

informativos expresiones como “se justifica lo ocurrido en una carta” y se menciona la presencia de “problemas económicos”.

- Solo dos de las siete noticias presentan menciones a la violencia de género (las pertenecientes a RTVC y Antena 3).
- Una de las emisiones de Antena 3 publica el nombre y apellido de la protagonista femenina, desvelando datos de la identidad de una de las víctimas.
- Las menciones a la figura del hombre (padre de la familia), en la mayoría de las noticias es superior al número que alcanza la figura de la mujer y las niñas.

Este caso de violencia se incluiría dentro de los casos de violencia doméstica o intrafamiliar, también denominado parricidio, por las características de este caso en particular (padre que mata a los miembros de la unidad familiar). Los medios de comunicación se hicieron eco de un caso de violencia de género en la mayoría de las informaciones (en tan solo dos de ellas se califica como parricidio). En este caso, el crimen tiene varias víctimas, la mujer y madre junto con las niñas e hijas, respetivamente, a las cuales asfixió, ocurriendo los hechos en su propio hogar.

Cabe destacar que en ninguno de los contenidos analizados sobre este caso se incorpora información de ayuda a la víctima de violencia de género o violencia doméstica.

#### **7.1.6 Caso 6. Hombre mata a golpes a su pareja, que también era su tía, en Tenerife**

El último caso analizado tuvo lugar el 3 de febrero de 2019, en Tenerife, cuando una mujer fue asesinada por su sobrino con el cual mantenía una relación sentimental. Esta mujer víctima de violencia de género ya había denunciado al acusado con anterioridad por malos tratos y agresión.

Sobre este caso de violencia de género se han localizado un total de nueve noticias en prensa y televisión. Cinco de estos contenidos pertenecen al diario La Provincia y Diario de Avisos.

##### La Provincia y Diario de Avisos

Tras analizarlos se han detectado los siguientes elementos:

- Todas las noticias fueron publicadas en la sección de *Sucesos*, una ubicación que, hay que recordar, la profesional Pilar López considera inadecuada para un caso de violencia de género.

- La Provincia, en una de sus noticias, incluye información sobre la víctima aportando su nombre y abreviaturas de sus apellidos.
- En numerosas ocasiones los dos medios de comunicación tildan el caso de la violencia doméstica por cometerse dentro del hogar y por la relación familiar que tenían ambos. Tras demostrarse que mantenían una relación sentimental, este término pasa ser inapropiado para denominar el tipo de violencia, y pasa a ser de género.
- Una de las noticias analizadas del periódico Diario de Avisos utiliza el término *fallecida* para describir el motivo de la muerte de la víctima. La mujer es víctima de un crimen en la cual la matan y acaban con su vida.

### RTVE, RTVC y Antena 3

De los medios de comunicación RTVE, RTVC y Antena 3, se han localizado cuatro noticias diferentes sobre este sexto caso de violencia de género. Una vez analizadas aplicando los criterios recogidos en los correspondientes códigos deontológicos, se han detectado los siguientes elementos:

- El anonimato de la víctima y otros datos e información personal (edad, residencia etc.), se comparten con los espectadores en una de las noticias emitidas por RTVC. La confidencialidad de los datos personales de la víctima queda infringida.
- RTVC utiliza una expresión, ya en desuso y poco ajustada a la realidad, para informar sobre este tipo de actos como la de “murió, presuntamente, a manos de su pareja sentimental”. Se trata de un tipo de expresión ambigua y que genera dudas por la descripción de los hechos relatados.
- En todas las noticias analizadas de estos medios se menciona la violencia de género y, en la gran mayoría de los contenidos emitidos, la protagonista de la noticia es la mujer víctima de esa violencia. Las menciones al protagonista masculino son inferiores que las referencias a la protagonista femenina.

## CONCLUSIONES

Tras el estudio de los diferentes casos seleccionados sobre el tratamiento realizado por los medios de comunicación canarios sobre aquellos contenidos relacionados con la violencia de género, se han extraído las siguientes conclusiones generales teniendo en cuenta las hipótesis ya planteadas:

1. Los medios de comunicación estudiados no tienen en cuenta lo establecido en los diferentes códigos deontológicos en materia de violencia de género. Muchas de las recomendaciones establecidas en dichos manuales no se llevan a cabo en los diferentes diarios y televisiones estudiadas.
2. Los medios de comunicación no tratan los contenidos con una metodología basada en la perspectiva de género. La comunicación y emisión de contenidos no fomentan la igualdad entre hombres y mujer ni colaboran en la visibilización de la mujer en la sociedad.
3. Tras estudiar los casos en los diferentes medios de comunicación, se puede considerar que aún pueden trabajar más en materia de violencia de género. Se trata de que aporten una visión que se ajuste más a la realidad y con mayor calidad sobre el problema social y estructural de gran importancia como es la violencia machista.

Además, se pueden deducir otras conclusiones más concretas que derivan del análisis de los casos seleccionados:

4. La mayoría de los medios de comunicación incluyen los contenidos de violencia de género en la sección de *Sucesos* de forma inapropiada. Al incorporarlos en este apartado, se les está dando el tratamiento de un caso que ocurre de forma puntual y específico. Hay que recordar que cuando se habla de violencia de género se está trata un problema social de grandes dimensiones que cada vez cobra más vidas de mujeres al año.
5. Las menciones a la figura de la mujer en comparación con la figura del hombre son inferiores en la mayoría de las informaciones sobre violencia de género. Se podría considerar que no se visibiliza la víctima lo suficiente y de forma correcta. En gran parte de los contenidos la imagen del hombre cobra mayor atención.
6. Los medios de comunicación recurren en la mayoría de los contenidos a referirse a la mujer con términos como “joven”, “chica” sin apenas mencionar el término “mujer” y “víctima”. Sucede lo mismo con el protagonista masculino, al cual se le señala como “investigado, acusado, implicado” e incluso como “marido,

ingeniero” como sucedió en el caso de Romina en Lanzarote. No se señala al violador ni al asesino como tal, sino que se recurre a otros usos que desdibuja y oculta la realidad.

7. Gran parte de las informaciones analizadas no hacen mención a la violencia de género y a la violencia machista. Cuando se trata de un caso que cumple todas las características para serlo, hay que hacer mención del problema social. Exponer que la violencia de género sigue estando presente en la sociedad y que cada vez salen a la luz más casos.
8. La última de las conclusiones sacadas de este estudio trata sobre la presencia de tópicos y estereotipos para informar sobre violencia de género. En pleno siglo XXI está fuera de lugar utilizar: “murió a manos de su pareja sentimental”, “se justifica lo ocurrido en una carta”, “problemas económicos como causa de lo ocurrido”, “la chica había bebido mucho”, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

Antena 3 Televisión (2012). Código Deontológico Servicios Informativo. Recuperado de <https://www.atresmediacorporacion.com/a3document/2012/01/10/DOCUMENTS/00002/00002.pdf>

Belda R. C. & Berbegal A. G. (2018). Manual de estilo para el tratamiento de la violencia machista y el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación. Unión de periodistas de Valencia. Recuperado de <http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/manualupv-digital-cast-paq.pdf>

Díez, P. L. (2002). Mujer, Violencia y Medios de Comunicación. Dossier de Prensa. Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE. Recuperado de [http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/Dossier\\_MUJER\\_Y\\_VIOLENCIA.pdf](http://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/Dossier_MUJER_Y_VIOLENCIA.pdf)

Díez, P.L. (2006). Representación de la violencia de género en los informativos de TVE. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTVE) e Instituto de la Mujer (MTAS). Recuperado de <https://www.pilarlopezdiez.eu/pdf/RepreViolenciaTD.pdf>

Díez P. L. (2007). Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres. Congreso Nacional de Televisión y Políticas de Igualdad por el Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE y el Instituto de la Mujer. Recuperado de <https://www.pilarlopezdiez.eu/publica.htm>

Díez, P.L. (2007). ¿Cómo tratan la violencia los medios de comunicación? Plaza, Juan F. y Delgado, Carmen (eds.). 2007. Género y comunicación. (Pp. 73-101). Madrid: Editorial Fundamentos.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Boletín Oficial del Estado, de 23 de marzo de 2007, 2007 a 6115. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf>

Ley Orgánica 13/2009, de 3 de noviembre, de reforma de la legislación procesal para la implantación de la nueva Oficina judicial. Boletín Oficial del Estado, de 4 mayo 2010, 92103 a 92313. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2009/11/04/pdfs/BOE-A-2009-17493.pdf>

Ley Orgánica 4/2015, de 27 de abril, del Estatuto de la víctima del delito. Boletín Oficial del Estado, 28 de abril del 2015, 2015 a 4606. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-4606-consolidado.pdf>

Radio Televisión Canaria (2012). Comunicación con Perspectiva de Género: Manual de Estilo para una Comunicación Incluyente. Recuperado de

<http://manualdeestilo.rtve.es/cuestiones-sensibles/5-5-tratamiento-de-la-violencia-contra-las-mujeres/>

Organización Mundial de La Salud (2017). Centro de prensa: Violencia contra la Mujer. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>

Organización Mundial de La Salud (2019). Temas de salud: Violencia contra la Mujer. Recuperado de [https://www.who.int/topics/gender\\_based\\_violence/es/](https://www.who.int/topics/gender_based_violence/es/)

Organización de las Naciones Unidas (2019). ONU Mujeres. Recuperado de <http://www.unwomen.org/es/about-us>

Rodríguez, G. S. (2008). Violencia machista y medios de comunicación: El tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a mujeres. *Comunicación y Hombre*, (4), 155-167. Recuperado de [https://comunicacionyhombre.com/wp-content/uploads/2017/07/04\\_i\\_gabrielsanchez.pdf](https://comunicacionyhombre.com/wp-content/uploads/2017/07/04_i_gabrielsanchez.pdf)

Rodríguez, M. P, J. Pando-Canteli M. & Berasategi M. (2016). ¿Generan estereotipos de género los medios de comunicación?. DEUSTO: Social Impact Briefings, (1), 9-37.

RTVE (2010). Manual de Estilo de RTVE, Directrices para los profesionales. Cuestiones sensibles: Tratamiento de la Violencia contra las Mujeres. Recuperado de <http://manualdeestilo.rtve.es/cuestiones-sensibles/5-5-tratamiento-de-la-violencia-contra-las-mujeres/>

Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias (2019). Acuerdo entre los medios de comunicación, las organizaciones profesionales de la comunicación y el gobierno de canarias para la mejora del tratamiento de la igualdad y la violencia de género. Santa Cruz de Tenerife.

## ANEXOS

### FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 26.04.2018

**Titular:** Condenan a nueve años de cárcel por abuso sexual a los miembros de “La Manada”

**Autor/a:** Antena 3

**Sección:** Noticias, sociedad

**Llamamiento en portada:**

NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia en la web si dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** SI

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, junto con la sentencia.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, fuentes judiciales, Audiencia de Navarra.**

**Otras fuentes: SI, abogada Beatriz de Vicente.**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

*La Manada.*

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se le hace mención dos veces, mientras que a los condenados por abuso sexual un total de 3.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 02.05.2018

**Titular:** Nuevos audios de 'La Manada': sus conversaciones antes y después de abusar de la víctima de Sanfermines

**Autor/a:** Antena 3 Noticias

**Sección:** Noticias, sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia en la web sí dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** No

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, *La Manada*.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

*La Manada.*

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer "víctima" solo se hace mención 2 veces en relación a la infinidad de menciones a los agresores con más de 8 referencias.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 25.04.2018

**Titular:** Un video de 96 segundos, clave en el juicio de *La Manada*

**Autor/a:** Antena 3 Noticias

**Sección:** Noticias, especiales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia del fragmento en la web dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (el clip multimedia de la web dispone de pie de vídeo en este caso)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, abogado de la víctima.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

*La Manada.*

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer un total de 3 veces como "víctima" y a los hombres el mismo número de veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 28.10.2016

**Titular:** Las cinco claves del presunto abuso sexual a las que responderá Prenda y su 'manada' ante la juez

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Abusos Sexuales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI (del momento del suceso)

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** La imagen en este caso muestra los rostros de los presunto violadores y agresores.

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, fuentes jurídicas.**

**Otras fuentes:** El periódico EL ESPAÑOL.

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI, se alude a la víctima como “joven” y en ningún momento como mujer víctima de la violencia de género.**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se hace mención a la mujer “joven, chica, denunciante” un total de 3 veces mientras que a los agresores 5 veces (mencionando sus nombres al completo e imágenes con su rostro).

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** La víctima habla tras la puesta en libertad provisional de *La Manada*

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Caso *La Manada*

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** Se aprecia los rostros de los integrantes de *La Manada*, no aporta mayores contenidos.

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI, identifica las personas que está viendo el lector en la imagen.

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**, ya que el testimonio de la víctima incita a tomar medidas con determinados actos de violencia machista.

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes:** programa Ana Rosa

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima, la mujer.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Ambas partes son mencionadas dos veces y en primer lugar se hace mención a la víctima.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 26/04/2018

**Titular:** Los miembros de 'La Manada', condenados a 9 años por abuso sexual continuado y no por violación

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Abusos sexuales, Caso "La Manada"

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** Se aprecian los rostros de los agresores, no aporta más información que esa.

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI, informa de quiénes son las personas que aparecen en la imagen.

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, la Audiencia Provincial de Navarra junto con el Ministerio Fiscal.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**, se alude únicamente a la agresión y al abuso sexual, pero en ningún momento a la violencia de género.

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los agresores, los 5 hombres.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La víctima no se menciona en ningún momento, mientras que a los agresores se hace un total de 5 menciones, algunas de ellas referidos como "acusados".

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 05.12.2016

**Titular:** Análisis del vídeo de la presunta violación de 'La Manada' en San Fermín

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Abusos Sexuales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI (escena de los hechos y agresores)

**Incluye infografía** SI (escena de los hechos, croquis del rellano del portal)

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, *La Manada*

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, la Policía y se incluyen declaraciones de los agresores.

**Otras fuentes:** El periódico EL ESPAÑOL.

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se menciona a la víctima como "joven madrileña de 18 años".

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

*La Manada*, y el vídeo.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La víctima se le menciona un total de 2 veces mientras que a *La Manada* recibe 5 referencias.

- Se añaden expresiones y declaraciones denigrantes para una víctima de violencia de género como "ella estaba disfrutando, estaba gimiendo y hacía comentarios como: 'métemela', 'me encantas tú'."

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 07.07.2016

**Titular:** Cinco detenidos en Pamplona por una agresión sexual

**Autor/a:** Efe/Ep. Pamplona

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** SI

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

Al no presentar los apartados anteriores no se pueden evaluar los siguientes apartados relacionados.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo**

**Es una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima**

**Se muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor SI**

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, se menciona a fuentes oficiales como la Policía Municipal de Pamplona, el Complejo Hospitalario de Navarra, el alcalde de Pamplona Joseba Asiron y la Policía Foral.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** Se utilizan términos como *abuso o agresión sexual, agresiones machistas* (en una ocasión) pero no se hace mención a “violencia de género”.

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace uso de término como “joven, la chica” para referirse a la mujer, a la víctima.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, los cinco detenidos.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer como tal no se hace mención en ningún momento, “la joven, la chica” se menciona 3 veces, mientras que a los cinco presuntos violadores un total de 4 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 02.12.2016

**Titular:** Una cámara captó a los violadores de San Fermín con la víctima

**Autor/a:** Redacción

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

La noticia no contiene ninguno de los apartados señalados, el contenido se presenta en formato texto sin imágenes ni videos.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo** Es

**una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima** Se

**muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos**

**Incluye fuentes oficiales SI, se incluye a la Audiencia Provincial de Navarra.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace alusiones a la víctima continuamente con términos como “chica, joven...”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Se menciona a ambas partes, tanto a violadores como a la víctima. Apareciendo en primer lugar “violadores de San Fermín”.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

No se realiza una mención directa como mujer, sino como “joven, víctima, chica”, en 7 ocasiones. A los hombres, en este caso, se hace referencia a ellos como *La Manada* o *presuntos violadores*, mencionándolos un total de 8 veces.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 05.12.2016

**Titular:** *La Manada* grabó siete vídeos de la presunta violación en San Fermín.

**Autor/a:** Redacción

**Sección:** Sucesos (Abusos Sexuales)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales: Incluye**

**fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO. Se incorpora un vídeo, pero no está disponible al entrar al contenido. Al no presentar ninguno de los elementos anteriores no se pueden analizar los siguientes apartados que están relacionados.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo**

**Es una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima**

**Se muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** SI, en este caso la Policía Foral de Navarra sobre el análisis de los vídeos grabados.

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** SI, se hace alusiones a la víctima como “la joven”, la chica”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, *La Manada*.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se hace mención a “la chica, la joven” un total de 3 veces, mientras que a los hombres un total de 5 veces con términos como “presuntos violadores, jóvenes, acusados”.

- Se explican detalles de lo sucedido que entran en el morbo y el sensacionalismo. Algunos de ellos como “en el portal donde se cometió la supuesta violación se encontraron vasos de plástico...y manchas que podrían ser de semen”.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 02.12.2016

**Titular:** Una cámara captó a los presuntos violadores de San Fermín con la víctima

**Autor/a:** Redacción

**Sección:** Sucesos (Agresión Sexual)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

Al no presentar los apartados anteriores no se pueden analizar los siguientes que mantienen relación con los mismos.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo** Es

una imagen informativa

**Se muestra la imagen de la víctima** Se

muestra la imagen del agresor El pie de

foto es informativo

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI. *La Manada* es protagonista del contenido.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima SI**

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor SI**

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, en este caso se incluyen fuentes como la Audiencia Provincial de Navarra.

**Otras fuentes:** "Espejo Público"

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se alude a la víctima como "joven, Chica" en ninguna ocasión como mujer.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

*La Manada* apareciendo con anterioridad a la víctima.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se le menciona de diferentes maneras "joven, chica" un total de 5 veces, mientras que a los hombres un total de 6.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVC – Buenos Días Canarias

**Fecha de publicación/emisión:** 07.07.2016

**Titular:** Los San Fermínos dan comienzo con una agresión a una mujer

**Autor/a:** RTVC

**Sección:** Buenos Días Canarias (Sucesos)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI, vídeo sobre el acto de repulsa de la ciudad de Pamplona ante los actos de violencia machista.

**Es una imagen actual** SI (vídeo)

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO, el contenido del informativo se enfoca a la repulsa y la convocatoria de la población.

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos SI**, pero de manera superficial, no se indaga.

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**, violencia machista.

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se menciona a los hombres como “cinco jóvenes” en ningún momento se les menciona como agresores o violadores (presuntos).

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Podría considerarse que la mujer, pero sin embargo aparece en primer lugar la fiesta antes que mencionar la agresión sexual a la mujer.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la “joven” se le alude 1 vez, al igual que a los agresores.

- No, se menciona a los agresores o violadores como jóvenes sin atribuirles el rol que han tomado en este acto y como deben reconocerlos la sociedad. Ocurre lo mismo con la víctima, no es “joven”, sino mujer y víctima.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 26.04.2018

**Titular:** Miles de personas salen a la calle para protestar contra una sentencia que consideran injusta

**Autor/a:** RTVC- Telenoticias

**Sección:** (Abertura del Telediario)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI junto con la sentencia.

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**, no de forma directa, pero si se incita a denunciar y acabar con la violencia machista.

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI** (manifestantes)

**Incluye fuentes oficiales SI**, Ministerio Público y Audiencia Provincial.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**, "violencia machista".

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

 **SI** **NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La sentencia y la víctima.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer y víctima se le menciona un total de 5 veces mientras que a los hombres 4 veces.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVC- Telediario

**Fecha de publicación/emisión:** 27. 04.2018

**Titular:** Siguen las protestas

**Autor/a:** RTVC Telediario 1

**Sección:** Actualidad (se abre el informativo con la noticia)

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

La sentencia en la protagonista del texto, junto con la indignación de la sociedad al considerarse abuso y no violación.

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, portavoz del Gobierno y Policía Nacional, junto con la Organización de Naciones Unidas.

**Otras fuentes:** SI, Carmen Yanes abogada, Carmen Pérez miembro del Foro contra la Violencia de Género de TNF, Nayra Marrero portavoz de Red Feminista de Gran Canaria.

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La sentencia y la repulsa de la población.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se menciona a la mujer un total de 3 veces mientras que a *La Manada* 2 referencias.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVE, Telediario 1

**Fecha de publicación/emisión:** 07.07.2016

**Titular:** Cinco hombres han sido detenidos como presuntos autores de una agresión sexual en el arranque de los sanfermines

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Telediario 1 (Sucesos)

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo** NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** NO, en este caso se mezclan videos e imágenes de años anteriores de los San Fermine con las entrevistas a las fuentes.

**Es una imagen de archivo** SI, vídeos de archivo.

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO, pero sí se muestran a otras mujeres enseñando partes íntimas donde varios hombres las intimidan y tocan sin su consentimiento en el transcurso de la fiesta.

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI, de manera muy breve y en un tiempo estimado de 10 segundos del total de la noticia. El resto se destina a informar sobre el puesto de atención a la mujer y las entrevistas.

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** SI

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** SI, la técnica del puesto de atención a la mujer y la Concejala de Igualdad del Ayuntamiento de Pamplona.

**Otras fuentes:**

NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** SI. Se menciona a la víctima como “joven de apenas 18 años”, mientras que a los agresores como “cinco personas”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

“Cinco personas”

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima de la agresión únicamente se le menciona 1 vez, mientras que a los hombres se le menciona 2 veces, pero como “cinco personas”.

- No se menciona de manera directa a la violación, al abuso sexual, la violencia de género o violencia machista, se le alude como “prácticas sexuales no consentidas”.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVE- Telediario 1

**Fecha de publicación/emisión:** 22.11.2017

**Titular:** Tres de los cinco integrantes de *La manada*, acusados de violación en los sanfermines, tienen antecedentes

**Autor/a:** Telediario 1, RTVE

**Sección:** Actualidad, Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip del cual se dispone en la web sí presenta título y subtítulos informativos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** NO (imágenes del momento en el que ocurrió)

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** Las imágenes y vídeos que se muestran son de los agresores, difundidas ya por los medios. Podríamos considerar que no aportan nuevos contenidos.

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO (se pixelan las caras de los agresores)

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, La Manada.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor SI**

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, de la Policía Judicial.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**, en ningún momento se hace alusión a la violencia de género o machista. Únicamente se hace referencia a un crimen por agresión sexual.

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El titular lo protagonizan ``los cinco hombres´´. En ningún momento se le menciona como agresores, o violadores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

En su totalidad se menciona a la víctima como tal 3 veces, y a los "hombres" se les menciona como tal 5 veces. En ocasiones de manera individual para decir algo sobre alguno determinado.

- No se alude a la violencia de género, machista. Tampoco se menciona a los hombres como agresores o violadores.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** *La Manada*

**Medio de comunicación:** RTVE- Telediario 1

**Fecha de publicación/emisión:** 28.05.2018

**Titular:** La víctima de *La Manada* recurrirá la sentencia que condena a los acusados por abuso sexual y no por violación

**Autor/a:** Telediario 1 – RTVE

**Sección:** Actualidad, Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip colgado en la web dispone de título y subtítulo)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO (rostros pixelados)

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

En este caso los protagonistas son 4: La víctima, *La Manada*, la sentencia y la respuesta del pueblo de Pamplona ante ella.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** NO, únicamente se habla del resultado de la sentencia, pero no exponen los hechos de lo ocurrido.

**La información está contextualizada** NO

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** SI

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** SI, la Audiencia de Navarra y el Abogado de la víctima.

**Otras fuentes:** Uxue Álvarez, Movimiento Feminista Iruña.

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** NO

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima de *La Manada*.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Un total de 2 veces se menciona a la víctima y se menciona a “cinco procesados y componentes de la manada” un total de 3 en todo el contenido.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 27/06/2018

**Titular:** Cinco detenidos por violar a una menor en Canarias

**Autor/a:** Antena 3

**Sección:** Noticias, actualidad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO **Se muestra la imagen del agresor** NO **El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** SI, se hace referencia a lo ocurrido como “otro caso donde la niña se queda sola con 5 hombres”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** Alcalde de San Bartolomé de Tirajana Marco Aurelio Pérez.

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** SI, se menciona a la mujer como “niña”, “chica”, “la menor”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los detenidos por agresión.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer (no como tal) se le menciona un total de 6 veces mientras que a los agresores 8.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 10.04.2019

**Titular:** Absuelven a un menor de participar en una violación grupal en la noche de San Juan de 2018 en Gran Canaria

**Autor/a:** Europa PRESS

**Sección:** Gran Canaria

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

No se pueden analizar los siguientes apartados

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo**

**Es una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima**

**Se muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, el Tribunal Superior de Justicia de Canarias y la magistrada Reyes del Carmen Martel.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se alude a la víctima con el término "joven".

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El acusado de agresión

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer mencionada como "joven," se le hace tan solo 1 mención en el texto mientras que a los "agresores" y "adultos" como los denominan, un total de 3 veces.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 29.06.2018

**Titular:** Cientos de personas claman en Canarias contra la impunidad judicial de los agresores sexuales

**Autor/a:** EFE

**Sección:** Sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Begoña Barras representante de la Plataforma Feminista 8M Tenerife.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La repulsa a la sentencia por parte de la población y el crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer es mencionada varias veces, un total de 4 veces mientras que el hombre 2.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** Cuatro detenidos por una supuesta violación en grupo en el sur de la Isla

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** SI

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, fuentes judiciales.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace referencia a la víctima como "joven" en la mayoría de las menciones.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los cuatro detenidos, los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se menciona a la mujer como "joven" varias veces, un total de 5 veces y una de ella como "víctima". Hay que destacar que se mencionan otros delitos similares al sucedido, entre todos se realizan las 5 menciones a la mujer. A los hombres, sin embargo, se le menciona 4 veces, citándolos también a *La Manada*.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** La agresión sexual en Gran Canaria involucra a cinco varones

**Autor/a:** EFE

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima**

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO, pero si se hace alusión al hecho de denunciar e intervenir.

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** SI, el alcalde de la localidad de San Bartolomé de Tirajana Marco Aurelio Pérez y el Cuerpo Nacional de Policía.

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** No

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** NO

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Tan solo se menciona 1 vez a la mujer, mientras que a los agresores un total de 3 veces y en ocasiones relacionándolos con *La Manada*.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 11.04.2019

**Titular:** Absuelto el menor acusado de participar en una violación en grupo en el Sur

**Autor/a:** Lp/Dlp

**Sección:** Canarias, Gran Canaria

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

### **Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

### **Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, la magistrada Reyes del Carmen Martel.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El agresor (uno de ellos).

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se mencionó únicamente 1 vez a la mujer, sin embargo, el hombre recibe un total de 3 menciones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** La policía arresta a un quinto presunto autor de la violación grupal de la menor

**Autor/a:** Pedro Hernández

**Sección:** Canarias, Gran Canaria

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

### **Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO **Se muestra la imagen del agresor** NO **El pie de foto es informativo** NO

### **Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**, pero se hace un llamamiento a contar y denunciar este tipo de actos relacionados con la violencia de género. Se refleja en la carta de la víctima de *La Manada*.

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, fuentes judiciales.

**Otras fuentes:** Programa Ana Rosa.

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se alude a la víctima como "joven, adolescente", además, se menciona la edad (16 años).

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Uno de los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La figura femenina recibe total de 3 menciones, mientras que a los agresores 4.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** RTVC – Buenos Días Canaria

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** Cinco detenidos por una supuesta violación al sur de Gran Canaria

**Autor/a:** Buenos Días Canarias

**Sección:** Actualidad, (Apertura del telediario con la noticia)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, junto con los actos cometidos.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los detenidos y el crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer se le menciona un total de 5 veces mientras que al hombre 4.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** Continúan detenidos

**Autor/a:** Telenoticias 1

**Sección:** (Apertura del telediario) Actualidad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO **Se muestra la imagen del agresor** NO **El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, policiales y judiciales.**

**Otras fuentes: SI, medio de comunicación Canarias Ahora.**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los acusados.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se menciona tan solo 1 vez, sin embargo, al grupo denominado “la nueva manada” y también como “acusados” se les menciona un total de 4 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** RTVC – Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 28.06.2018

**Titular:** Continúan prestando declaración los cuatro acusados de agredir sexualmente a una menor en Playa del Inglés.

**Autor/a:** Telenoticias 1

**Sección:** Apertura del telediario, Actualidad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** SI, se menciona que la víctima la cual se menciona como “la joven había reconocido haber bebido muchísimo”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** NO

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** SI, violencia sexual y violencia de género.

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** SI, se alude a la mujer como “joven”

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se le menciona como “joven” en 3 ocasiones mientras que los hombres como “detenidos” o “acusados” 5 ocasiones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación grupal a una joven de Maspalomas, en Gran Canaria

**Medio de comunicación:** RTVE

**Fecha de publicación/emisión:** 27.06.2018

**Titular:** Detenidos cinco hombres por la supuesta violación a una menor de edad en Gran Canaria

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** España, Canarias, Gran Canaria

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip dispone de título, cuerpo de texto)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, fuentes policiales.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI, se menciona a la víctima como "chica joven, la menor".**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los cinco agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer como tal no se menciona, siempre con términos como "víctima, joven, la chica" recibe 4 referencias mismo número que de veces que se alude a los hombres, como "jóvenes y acusados".

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación múltiple Sabadell

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 03.02.2019

**Titular:** Varios detenidos por una nueva agresión sexual en grupo

**Autor/a:** Antena 3 Noticias

**Sección:** Noticias, sociedad

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (el pie de vídeo del clip multimedia en la web)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO Incluye**

**fuentes oficiales SI, los Mossos d'esquadra.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace uso de término como "joven de 18 años" para referirse a la mujer, a la víctima.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

 SI NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los detenidos y acusados del crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se menciona un total de 5 veces a la mujer de diferentes maneras como "víctima" o "joven", mientras que a los hombres solo se les alude una vez.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación múltiple en Sabadell

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 07.02.2019

**Titular:** *La Manada* de Sabadell

**Autor/a:** Antena 3 Noticias

**Sección:** Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia en la web dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (en este caso pie de vídeo)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI junto con el lugar donde vivían.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI** (2 vecinos y un alumno de un colegio próximo)

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, *La Manada* de Sabadell.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La víctima tiene tres menciones en todo el contenido mientras que el hombre es mencionado 5 veces de diferentes formas con términos como “acusados, presuntos agresores, okupas”.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación grupal en Sabadell

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 28.03.2019

**Titular:** Libertad provisional para el noveno detenido por la violación múltiple de Sabadell

**Autor/a:** EUROPA PRESS

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** SI

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

Al no presentar los apartados anteriores no se pueden evaluar los siguientes apartados.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo** Es

**una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima** Se

**muestra la imagen del agresor** El pie de

**foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, uno de los detenidos.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima SI**

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor SI**

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Tribunal Superior de Justicia de Cataluña.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, uno de los presuntos agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se hace una mención, mientras que los hombres reciben 3 menciones en todo el contenido.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación múltiple en Sabadell

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 07.02.2019

**Titular:** El juez envía a prisión a uno de los detenidos por la violación múltiple en Sabadell

**Autor/a:** Efe/Barcelona

**Sección:** Sucesos, Tribunales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Mossos d'Esquadra y fuentes judiciales.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace uso de término como "joven, la chica" para referirse a la mujer, a la víctima.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los investigados.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer como tal no se hace mención en ningún momento, "la joven" y también como "víctima" un total de 4 veces mientras que a los detenidos y presuntos violadores 5 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación múltiple en Sabadell

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 07.02.2019

**Titular:** Se fuga un investigado por la violación múltiple en Sabadell

**Autor/a:** Ep. Barcelona

**Sección:** Sucesos, Violación Sabadell

**Llamamiento en portada:** No

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

Al no presentar los apartados anteriores no se pueden evaluar los siguientes apartados relacionados.

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo** Es  
una imagen informativa

**Se muestra la imagen de la víctima**

**Se muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI, en este caso uno de los  
agresores.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor SI**

**Se exponen los hechos NO**

**La información está contextualizada NO**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Tribunal Superior de Justicia de Catalunya (TSJC) a Europa Press.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, uno de los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer no se le hace mención en ningún momento del texto y al hombre, sin embargo, en 3 ocasiones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación grupal en Sabadell

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02. 2016

**Titular:** Declaran los seis hombres relacionados con la violación grupal en Sabadell

**Autor/a:** Agencia Atlas

**Sección:** Multimedia, Vídeos, Nacional

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace uso de términos como “joven, la chica” para referirse a la mujer, a la víctima.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer se le menciona como” joven, chica y víctima “un total de tres veces mientras que a los hombres “magrebíes, jóvenes” un total de 3.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Violación múltiple en Sabadell

**Medio de comunicación:** RTVE

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** Detenidos varios hombres por una agresión sexual a una joven de 18 años en Sabadell

**Autor/a:** RTVE – Telediario

**Sección:** Actualidad

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI (el clip en la web dispone de estas características)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI, agresores.

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Ayuntamiento de Sabadell y fuentes policiales.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI.** Se hace uso de término como "joven, la chica de 18 años" para referirse a la mujer.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Los hombres detenidos.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer recibe 3 menciones con los términos mencionados anteriormente, mientras que el hombre recibe también el mismo número.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación múltiple en Sabadell

**Medio de comunicación:** RTVE – Telediario

**Fecha de publicación/emisión:** 19.03.2019

**Titular:** Solo dos de los ocho integrantes de la "Manada de Sabadell" están en prisión

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Actualidad, noticias

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip en la web ya dispone de estos apartados)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (el pie del vídeo)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, abogado de víctima.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, los presuntos violadores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la víctima se hace dos menciones en el transcurso de la noticia y al hombre un total de 4 menciones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Violación múltiple de Sabadell

**Medio de comunicación:** RTVE – Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 28.03.2019

**Titular:** La policía detiene a otro sospechoso por la violación múltiple de Sabadell

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Actualidad, noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip en la web dispone estas características)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO Incluye**

**fuentes oficiales SI, el abogado de la víctima.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI. Se hace uso del término “joven” para referirse a la víctima.**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

En este caso, los presuntos agresores.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se hace un total de 2 menciones como “víctima” y “joven”, para hacer referencia a la mujer. Mientras que, a los hombres, en este caso, se les mencionan un total de 5 veces, de varias formas como “detenidos, investigados, personas...”.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 13.02.2019

**Titular:** La familia de Romina Celeste Núñez cuestiona que el hospital al que fue no diera la alarma

**Autor/a:** EFE

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI**

**Incluye fuentes oficiales SI**, abogada de la familia Romina y el Cabildo de Lanzarote.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer es mencionada un total de 6 veces en la totalidad de la noticia, mientras que al hombre recibe 2 menciones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 10.04.2019

**Titular:** Trasladan a Raúl, la pareja de Romina, a los juzgados de Arrecife

**Autor/a:** Europa PRESS

**Sección:** Justicia y Tribunales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Guardia Civil.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI, se alude a la víctima con el término "joven paraguaya".**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El acusado

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer mencionada como "joven paraguaya" y "Romina", se le hace mención en el texto 3 veces mientras que al asesino como "pareja de", "detenido", recibe 3 menciones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 29.01.2019

**Titular:** El infierno en el que vivía Romina: “Ya la siguiente no creo que lo cuente, estoy golpeada por todas partes”

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**

**Otras fuentes:** Telecinco y lancelotdigital.com

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se alude a la víctima con los términos “joven paraguaya” y “chica”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La mujer, Romina.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se cita con términos como “joven paraguaya, chica, Romina “un total de 5 veces, por otro lado, al hombre se menciona 3 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Asesinato de Romina por su marido en Lanzarote

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 09.01.2019

**Titular:** Desaparece un joven en Lanzarote en Año Nuevo

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** SI

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Giors Canarias.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

 **SI** **NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima que hasta el momento era solo una desaparecida.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Solo se hace mención a la mujer, como desaparecida, en 3 ocasiones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 13.01.2019

**Titular:** La Guardia Civil detiene al marido de Romina como sospechoso de su desaparición

**Autor/a:** Aránzazu Fernández

**Sección:** Lanzarote, Noticias de Arrecife

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** SI

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, la Guardia Civil.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La detención del marido

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona un total de 4 veces, mientras que al marido” hombre” 3 veces dos veces en el título y subtítulo.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** La Provincia **Fecha de publicación/emisión:** 15.01.2019

**Titular:** Desaparición de Romina Celeste | La Guardia Civil busca en el mar restos de Romina

**Autor/a:** Domingo Rivero

**Sección:** Lanzarote, Noticias de Yaiza

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI, agencia Atlas.

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI**

**Incluye fuentes oficiales SI, Guardia Civil.**

**Otras fuentes: SI: CC, PSOE.**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer mencionada un total de 9 veces mientras que el hombre, se menciona 4 veces en el transcurso de la noticia.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 14.01.2019

**Titular:** La Guardia Civil prosigue la investigación sobre la desaparición de Romina

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Lanzarote, Noticias de Arrecife

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI, agencia Atlas.

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, La Guardia Civil.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima, Romina.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer, en este caso Romina, se menciona un total de 3 veces en y única vez se menciona a su cónyuge.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** RTVC – Telenoticias 1

**Fecha de publicación/emisión:** 14.01.2019

**Titular:** El marido confeso

**Autor/a:** RTVC

**Sección:** (Apertura del telediario)

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI Se

**muestra la imagen del agresor** NO El pie de

**foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, la Guardia Civil y otras fuentes policiales.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**, se alude a la víctima como “joven de 25 años”.

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El marido de la víctima, le hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer mencionada como “joven” y con su nombre “Romina” aparecen un total 5 veces. Mientras que al hombre se hace referencia con el término “marido” en tres ocasiones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias 1

**Fecha de publicación/emisión:**15.01.2019

**Titular:** Inspeccionan el domicilio

**Autor/a:** RTCV

**Sección:** (apertura del telediario)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** NO

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, la Guardia Civil, Policía Judicial de la Comandancia de Las Palmas.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El marido, el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer es mencionada en 2 ocasiones y el hombre 5 veces.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** RTVC- Buenos Días Canarias

**Fecha de publicación/emisión:** 14.01.2019

**Titular:** "Detenido en Lanzarote"

**Autor/a:** RTVC

**Sección:** (apertura del telediario)

**Llamamiento en portada:**

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, la Guardia Civil.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El hombre acusado por cometer el crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer es mencionada 2 veces, mientras que el hombre se menciona con diferentes términos 3 ocasiones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Asesinato de Romina en Lanzarote

**Medio de comunicación:** RTVE- Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 14.01.2019

**Titular:** La Guardia Civil detiene al marido de la joven desaparecida en Lanzarote la pasada Nochevieja

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia en la web sí dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** SI

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (en este caso pie de video)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, la Comandancia de Las Palmas.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El marido de Romina, el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer mencionada como "joven" y como "Romina" (su nombre), ocupa 2 menciones en todo el contenido, mientras que el "marido" e "ingeniero" se le menciona en 3.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Militar de La Orotava mata a su mujer y asfixia a sus dos hijas

**Medio de comunicación:** Antena 3 Noticias

**Fecha de publicación/emisión:** 18.07.2018

**Titular:** El crimen la Orotava es violencia de género

**Autor/a:** Antena 3 Noticias

**Sección:** Sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO (porque ya se ha demostrado que fue el autor del crimen)

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** Si, se justifica con la expresión “el hombre tenía problemas psicológicos”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** NO

**Incluye fuentes oficiales** NO

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** SI, violencia de género.

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** NO

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El acusado del asesinato, en este caso el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

El hombre se menciona 4 veces, en algunas de estas menciones se le hace referencia como “marido”. La mujer, sin embargo, se menciona en dos ocasiones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus dos hijas

**Medio de comunicación:** Antena 3 Noticias

**Fecha de publicación/emisión:** 19.07.2018

**Titular:** El militar de los crímenes de La Orotava planificó minuciosamente la muerte de su esposa y sus hijas y su suicidio

**Autor/a:** Antena 3

**Sección:** Sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO (ya se había demostrado que era culpable)

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales Si, fuentes policiales y de investigación.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El acusado del asesinato múltiple, en este caso el hombre

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona en dos ocasiones y el hombre en 3. En primer lugar, aparece él.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus dos hijas

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:** 17.08.2018

**Titular:** La investigación apunta a un suicido pactado

**Autor/a:** Antena 3

**Sección:** Sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** SI, se utiliza la expresión “posible enfermedad de una de las niñas”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** SI

**Incluye fuentes oficiales** NO

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** NO

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El hombre y el crimen (*parricidio pactado* en el subtítulo).

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona en 3 ocasiones (alguna de ellas con nombre y edad) y el hombre tienen 4 referencias.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 17.02.2018

**Titular:** El desenlace estremecedor de toda una familia en La Orotava sacude al país

**Autor/a:** Diario de Avisos

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

Si

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) SI**, se menciona la "situación económica".

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Guardia Civil.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**, parricidio y crimen machista

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El crimen "parricidio y crimen machista".

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona un total de 3 veces mientras que el hombre 4 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotova que mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 16.07.2018

**Titular:** Crimen en Tenerife: Hallan sin vida a un matrimonio y sus dos hijas de 3 y 6 años en La Orotava

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI (el padre)

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Guardia Civil, Concejal de seguridad de Orotava.**

**Otras fuentes:** Noticias Cuatro

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI, violencia machista y parricidio**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Ambas figuras se mencionan 2 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotova que mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 13.09.2018

**Titular:** El autor del triple crimen de La Orotava tampoco sedó a su mujer

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO (ya existen pruebas de la culpabilidad)

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Servicio de Toxicología del Instituto de Medicina Legal de Santa Cruz de Tenerife y fuentes judiciales.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El autor del asesinato, en este caso el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona 3 veces mientras que el autor del crimen (protagonista masculino) recibe 2 menciones en todo el contenido.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotava que mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 17.01.2019

**Titular:** Crimen en Tenerife: Problemas económicos y familiares causaron la tragedia de La Orotava

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO (ya hay pruebas del asesinato)

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) SI**, se aluden a “problemas económicos”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Policía Judicial y Guardia Civil.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona una vez por su nombre, y al hombre, sin embargo, recibe 3 menciones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar de la Orotova que mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 18.07.2018

**Titular:** Crimen en Tenerife | La autopsia confirma que la mujer y las niñas de La Orotava murieron por asfixia

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

### **Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

### **Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El acusado del asesinato, el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona por su nombre un total de 4 veces, al hombre 3 ocasiones.

- Se utiliza el término *falleció* y *murieron* para referirse al hecho. Emplean *murieron por asfixia* de forma incorrecta ya que las mató otra persona, no murieron solas.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus dos hijas

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias 1

**Fecha de publicación/emisión:** 16.07.2018

**Titular:** Cuatro personas muertas

**Autor/a:** RTVC

**Sección:** (Apertura del informativo)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, Guardia Civil.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI, violencia Machista.**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El encuentro de los cadáveres.

Sin embargo, quien protagoniza el informativo es el hombre y padre de la familia a la cual ha matado.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona en 2 ocasiones y al hombre en 3, seguidamente se hace referencia al matrimonio 2 veces.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias 1

**Fecha de publicación/emisión:** 17.07.2018

**Titular:** Minuto de silencio en la Orotava

**Autor/a:** RTVC- Telenoticias 1

**Sección:** (apertura del telediario con el caso)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

La noticia se centra en el encuentro de los cadáveres de una familia, no se señala víctima ni culpables.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) SI**, utilizando “se justifican lo ocurrido en una carta”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El encuentro de los cadáveres.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

Se menciona al matrimonio, hombre y mujer de manera conjunta, en 3 ocasiones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Militar de la Orotava mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** RTVE – Telediario

**Fecha de publicación/emisión:** 17. 07. 2018

**Titular:** La Guardia Civil mantiene abiertas todas las hipótesis sobre la muerte de un matrimonio y sus dos hijas en La Orotava

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI (el clip multimedia en la web si dispone de ellos)

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...)** SI, se alude a “problemas económicos”.

**Se incluye información de ayuda a las víctimas** NO

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos** SI

**Incluye fuentes oficiales** NO

**Otras fuentes:** NO

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo** NO

**Utiliza el término violencia doméstica** NO

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.)** NO

**Incluye tópicos o estereotipos** NO

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Lo ocurrido en la vivienda.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

A la mujer se le hace una mención en el contenido, las demás veces se emplea “matrimonio” para hacer alusión a los dos. El hombre se menciona 2 veces.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Militar en la Orotova mata a su mujer y asfixia a sus hijas

**Medio de comunicación:** RTVE

**Fecha de publicación/emisión:** 17.01.2019

**Titular:** Investigan la muerte de cuatro personas de una misma familia en su casa en Tenerife

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Tribunales

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

El informativo se centra en el descubrimiento de los cuerpos, no señalan víctimas.

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

Lo sucedido, el descubrimiento de los cadáveres.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona en dos ocasiones al igual que al hombre, luego se hace mención al matrimonio dos veces en el informativo.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** Antena 3

**Fecha de publicación/emisión:**

**Titular:** Nuevo caso de violencia de género en Tenerife: mata a su tía con la que mantenía una relación sentimental

**Autor/a:** Antena 3

**Sección:** Sociedad

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El autor del asesinato, en este caso el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona en 3 ocasiones y el hombre en 2 como "sobrino de la víctima".

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** La asesinada en Ofra supuestamente por su sobrino y pareja denunció dos veces maltratos

**Autor/a:** EFE

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

### **Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

### **Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, delegada del Gobierno de Canarias Elena Mañez.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La víctima, la mujer.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona 4 veces mientras que el autor del crimen recibe 2 menciones en el contenido de la información.

- No es un caso de violencia doméstica ya que mantenían relación sentimental ambos.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** Diario de Avisos

**Fecha de publicación/emisión:** 05.02.2019

**Titular:** Vecinos y amigos desconocían que la asesinada en Ofra y su sobrino eran pareja

**Autor/a:** Tinerfe Fumero

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

El texto lo protagoniza el agresor, la relación que mantenían y el crimen.

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI, delegada del Gobierno de Canarias.**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La relación que mantenían ambos y el crimen.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona 4 veces, mientras que el hombre 2 como "sobrino" de la víctima.

- Se emplea el término fallecida.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 13.09.2018

**Titular:** Arrestado por matar a su tía en Tenerife

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO (se aportan las iniciales de su nombre y apellido)

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El autor del asesinato, en este caso el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona una vez como tal, y dos veces como "tía" y como "víctima". Sin embargo, el hombre es mencionado en 4 ocasiones como "sobrino".

- No es un caso de violencia doméstica, sino de violencia de género.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** Violencia machista en Canarias | El presunto asesino es el sobrino y pareja de la víctima

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual**

**Es una imagen de archivo**

**Es una imagen informativa**

**Se muestra la imagen de la víctima**

**Se muestra la imagen del agresor**

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Delegada del Gobierno de Canarias Elena Mañez,  
Guardia Civil, Instituto Canario de Igualdad.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El autor del asesinato, en este caso el sobrino y hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona un total de 3 veces en todo el contenido, mientras que al hombre recibe un total de 4 menciones.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** La Provincia

**Fecha de publicación/emisión:** 03.02.2019

**Titular:** Detienen a un hombre acusado de asesinar a una mujer en Santa Cruz

**Autor/a:** La Provincia

**Sección:** Sucesos

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** NO

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** NO

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo NO**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

El autor del asesinato, en este caso el hombre.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?, ¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona 2 veces, mientras que al hombre un total de 3 veces.

- Es un caso de violencia de género, no doméstica.

## FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** La mujer asesinada en Tenerife había sido asistida dos veces por maltrato de su pareja

**Autor/a:** RTVC- Telenoticias

**Sección:** Violencia machista, Canarias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI (el clip multimedia en la web dispone de pie de vídeo)

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** SI

**Se respeta el anonimato de la víctima** NO

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** NO (ya existen pruebas que demuestran haber cometido el delito)

**Se exponen los hechos SI**

**La información está contextualizada SI**

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas SI**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales SI**, Delegación del Gobierno, Guardia Civil y Consejero de Presidencia, Justicia e Igualdad.

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI**, violencia machista.

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

**SI**

**NO**

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La mujer, víctima de violencia de género.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona un total de 5 veces mientras que el hombre recibe 3 menciones.

- No se respeta el anonimato de la víctima en la noticia ofreciendo nombre y apellido, edad y lugar de residencia de la misma.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** RTVC- Telenoticias 1

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** Presuntamente la mató su sobrino

**Autor/a:** RTVC- Telenoticias 1

**Sección:** (Se abre el informativo con la noticia)

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**

NO

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** NO

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** NO

**Es una imagen de archivo** SI

**Es una imagen informativa** NO

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo**

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** NO

**La persona agresora es la protagonista del texto** SI

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos SI**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI, violencia machista.**

**Utiliza el término violencia doméstica NO**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) SI, emplea la expresión “murió presuntamente a manos de su pareja sentimental”.**

**Incluye tópicos o estereotipos SI**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La mujer, víctima de violencia de género.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,**

**¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona un total de 6 veces mientras que el hombre recibe 4 menciones.

**FICHA DE ANÁLISIS SOBRE LOS CONTENIDOS DE LAS INFORMACIONES  
SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO**

**Caso:** Joven mata a golpes a su pareja, que también era su tía en Tenerife

**Medio de comunicación:** RTVE – Telenoticias

**Fecha de publicación/emisión:** 04.02.2019

**Titular:** Violencia de Género- Detenido un hombre por el asesinato en Tenerife de una mujer con la que mantenía una relación sentimental

**Autor/a:** RTVE

**Sección:** Noticias

**Llamamiento en portada:** NO

**Incluye titular informativo/Incluye antetítulo o subtítulo informativo**  
SI

**Fotografías, infografías o recursos audiovisuales:**

**Incluye fotografías** SI

**Incluye infografía** NO

**Incluye material audiovisual** SI

**Es una imagen actual** SI

**Es una imagen de archivo** NO

**Es una imagen informativa** SI

**Se muestra la imagen de la víctima** NO

**Se muestra la imagen del agresor** NO

**El pie de foto es informativo** SI

**Cuerpo del texto/texto de la locución:**

**La víctima es la protagonista del texto** SI

**La persona agresora es la protagonista del texto** NO

**Las fuentes protagonizan el texto** NO

**Se respeta el anonimato de la víctima** SI

**Se respeta la presunción de inocencia del agresor** SI

**Se exponen los hechos** SI

**La información está contextualizada** SI

**Se justifican los hechos (celos, revés laboral, enfermedad...) NO**

**Se incluye información de ayuda a las víctimas NO**

**Fuentes informativas y lenguaje:**

**Incluye testimonios de familiares o vecinos NO**

**Incluye fuentes oficiales NO**

**Otras fuentes: NO**

**Utiliza el término violencia de género u otro sinónimo SI, violencia de género.**

**Utiliza el término violencia doméstica SI**

**Utiliza conceptos o expresiones ya en desuso (crimen pasional, murió en brazos de su pareja... etc.) NO**

**Incluye tópicos o estereotipos NO**

**¿Se cumple con los principios éticos generales y recogidos para informar sobre violencia de género?**

SI

NO

**¿Quién protagoniza el titular de la noticia?**

La mujer, víctima.

**¿Cuántas veces se menciona a la mujer en la totalidad de la información?,  
¿cuántas veces se menciona al hombre en este caso?**

La mujer se menciona 4 veces, mientras que el hombre 2

# ACUERDO ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LAS ORGANIZACIONES PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO DE CANARIAS PARA LA MEJORA DEL TRATAMIENTO DE LA IGUALDAD Y LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Este acuerdo es la base de un trabajo de continuidad, que tiene por finalidad profundizar en el cumplimiento del principio de igualdad entre mujeres y hombres y en la mejora del tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación de Canarias.

Su origen se encuentra en una reunión mantenida en junio de 2017, en Las Palmas de Gran Canaria, por el Presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo Batlle, el Consejero de Presidencia, Justicia e Igualdad (PJI), José Miguel Barragán Cabrera, y la Directora del Instituto Canario de Igualdad (ICI), Claudina Morales Rodríguez, con responsables de los medios de comunicación de Canarias, en la que se acordó la creación de un grupo de trabajo que analizara y elabora propuestas a este respecto, formado por profesionales que designaría cada medio en su representación.

El denominado *Grupo de Trabajo de Medios de Comunicación de Canarias por la Igualdad* (Grupo, en adelante) que ha desarrollado este acuerdo y se encargará de su seguimiento, bajo la coordinación del gabinete de comunicación de la Consejería de PJI y el ICI, ha estado formado por los siguientes medios, organizaciones de profesionales de la comunicación y entidades: Asociación de la Prensa de Las Palmas, Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación (*Vivas*), Antena 3 Televisión-Canarias, Cadena Ser-Canarias, Canarias Ahora, Canarias7, Grupo El Día: Radio El Día y periódico El Día, La Provincia, Radio Televisión Canaria (RTVC): Canarias Radio la Autónoma y Televisión Canaria, Televisión Española Española-Canarias, Universidad de La Laguna (ULL), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) y Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias (UPCC).

## 1. FUNDAMENTOS

En nuestra sociedad perviven numerosas situaciones de discriminación histórica contra las mujeres, que se manifiestan en situaciones de desigualdad indirectas y directas, implícitas y explícitas, como la segregación (académica, profesional y social), la merma de derechos (laborales, económicos, sexuales y reproductivos...), la feminización de la pobreza, las cargas familiares no compartidas y la sobrecarga de responsabilidades familiares o la escasa representación en los niveles de responsabilidad social, económica y política, entre otras, y que tienen su manifestación más extrema en la violencia de género en sus diversas formas. Todas estas discriminaciones tienen graves consecuencias para las mujeres, sus hijas e hijos y el conjunto de la ciudadanía, que obstaculizan sus derechos y libertades.

“La libertad de los medios de comunicación (incluida la libertad editorial) y la igualdad de género están intrínsecamente vinculadas. La igualdad entre mujeres y hombres es parte integrante de los derechos humanos. La libertad de expresión, como derecho fundamental, es indisoluble de la igualdad de género. Además, el ejercicio de la libertad de expresión puede hacer progresar esta igualdad<sup>1</sup>”.

La información es un derecho fundamental consagrado y protegido en la Constitución Española, en su doble vertiente, de expresar y de recibir información veraz. No obstante, la propia carta magna establece su límite en el respeto a los derechos fundamentales, entre los que se encuentra la igualdad, sin que pueda prevalecer ninguna discriminación por razón de sexo; la vida y la integridad física y moral; la libertad y la seguridad; el honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen.

COPIA PERSONAL Y FACILITADA PROPIA  
fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C. de Tenerife.

<sup>1</sup> Recomendación CM/Rec(2013)1 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre igualdad de género y medios de comunicación.



30 ABR 2019  
Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

El respeto y la defensa de la igualdad entre mujeres y hombres en todos los ámbitos, incluidos los medios de comunicación, no es, pues, una cuestión opcional sino de obligado cumplimiento, dotado de compromisos internacionales y normas preceptivas. El contenido de las propuestas incluidas en el presente acuerdo implementa la ejecución de los numerosos instrumentos legales de desarrollo específico e integra las diversas medidas de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Unión Europea y de la normativa estatal y autonómica, así como las más relevantes recomendaciones y aportaciones expertas en relación con la presencia y el tratamiento de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y la publicidad, entre los que cabe citar, siguiendo el orden cronológico:

- *Resolución del Parlamento Europeo, de 14 de octubre de 1987, sobre la presentación y posición de la mujer en los medios de comunicación de masas.*
- *Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (modificada por la Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre).*
- *Carta sobre la igualdad de oportunidades para las mujeres en la radiotelevisión, 1995, adoptada por 31 países, España entre ellos.*
- *Plataforma de Pekín, 1995 (V Conferencia Mundial de las Mujeres), suscritas por 189 Estados miembros, España entre ellos.*
- *Resolución del Consejo Europeo, de 5 de octubre de 1995, sobre el tratamiento de la imagen de las mujeres y de los hombres en la publicidad y en los medios de comunicación.*
- *Instrumentos de la Conferencia Mundial sobre la Mujer y el Deporte (Montreal, 2002).*
- *Ley 16/2003, de 8 de abril, de prevención y protección integral de las mujeres contra la violencia de género.*
- *Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género.*
- *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.*
- *Ley 1/2010, de 26 de febrero, canaria de igualdad entre mujeres y hombres.*
- *Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres, Estambul, 11 de mayo de 2011 (Convenio de Estambul).*
- *Indicadores de igualdad de género en los medios de comunicación (Unesco, 2012).*
- *Resolución del Parlamento Europeo, de 12 de marzo de 2013, sobre la eliminación de los estereotipos de género en la UE.*
- *Recomendación CM/Rec(2013)1 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre la igualdad de género y los medios de comunicación.*
- *Recomendación CM/Rec(2015)2 del Comité del Consejo de Ministros a los Estados Miembros sobre la perspectiva de la igualdad entre mujeres y hombres en el deporte.*
- *Pacto de Estado contra la Violencia de Género (Gobierno de España, 2017).*

Más allá de normas y propuestas institucionales, la igualdad de género y la libertad de expresión son principios complementarios. No se entiende una verdadera libertad de expresión si no se visibilizan y participan de forma igualitaria tanto las mujeres como los hombres, en toda su diversidad y en todos los ámbitos de forma no estereotipada. En una democracia avanzada, los medios de comunicación de calidad garantizan la no discriminación de sus integrantes y reflejan su diversidad<sup>2</sup>.

Por todo ello y con la convicción del papel coadyuvador de los medios de comunicación y de su necesaria contribución para lograr una sociedad igualitaria entre mujeres y hombres y libre de violencia de género, nos comprometemos a implementar las medidas recogidas en este documento.

<sup>2</sup> Conclusiones de la Conferencia Internacional sobre medios de comunicación e imagen de las mujeres, Consejo de Europa (Amsterdam, 4 y 5 de julio de 2013).



## 2. CONTENIDO

### 2.1. Ejercicio profesional en igualdad

La presencia cualitativa de mujeres en los medios de comunicación de Canarias no es equitativa y disminuye a medida que se asciende en el nivel de decisión<sup>3</sup>. Ejercer la profesión en igualdad implica combatir estereotipos sociales que afectan a la segregación y discriminación en el trabajo y promover medidas activas que favorezcan la igualdad, en general, y, en el ámbito mediático, en particular, afectado por jornadas largas y de fin de semana, horarios cambiantes e intensivos y especialización de plantillas, entre otras dificultades. La paridad profesional contribuye a la reducción de la brecha laboral entre mujeres y hombres y, asimismo, favorece la libertad de expresión, la pluralidad informativa, el enriquecimiento de los contenidos y la perspectiva de género.

Por ello, los medios de comunicación y entidades profesionales firmantes se comprometen a lo siguiente:

> Procurar la igualdad en el ejercicio profesional. Esto supone que las mujeres puedan tener oportunidades, condiciones y resultados equivalentes a los hombres en el acceso y desempeño del trabajo y en la promoción a los puestos de responsabilidad y directivos. Para ello combatirán activamente los estereotipos de género, tendrán criterios de selección y remuneración transparentes e implementarán medidas de prevención del acoso y la violencia de género y de conciliación de la vida profesional, familiar y personal (planes de igualdad de empresa, medidas específicas en los convenios colectivos, dispensas y flexibilidad de horarios y jornadas, permisos, trabajo on line, servicios de apoyo, etc.), así como otras específicas de acción positiva para las mujeres.

### 2.2. Perspectiva de género en los contenidos

La representación de mujeres y hombres en los contenidos de los medios de comunicación es desigual y afecta negativamente a las mujeres. La representación de los hombres es más amplia y variada. Las mujeres son menos sujetos de noticias: 28% en prensa, radio y televisión y 33% en diarios digitales y Twitter (ligeramente superior a la media europea que es del 26% y 25%, respectivamente). Sobre las mujeres como fuentes de informaciones, destaca que son solo el 9% de las personas que aparecen como expertas. En relación con el área temática en el que aparecen, las mujeres son minoría en todas las informaciones excepto en las relacionadas con el crimen y la violencia, donde representan el 51% del total. La presencia femenina en los contenidos es estereotipada y vinculada mayoritariamente a roles y expectativas tradicionales sexistas: destacan las amas de casa, con un 75% del total de apariciones y le siguen las activistas sociales y profesionales sanitarias (cuidados), las ejecutivas y deportistas son minoritarias (3% en ambos casos) y, en general, las mujeres escasas veces son el foco principal de las informaciones sobre economía, ciencia y tecnología. Menos del diez por ciento de las informaciones abordan la igualdad de género y cuestionan la discriminación sexista<sup>4</sup>. Esta desigualdad contribuye a perpetuar estereotipos y frena la igualdad de género. La perspectiva igualitaria en los contenidos de los medios de comunicación contribuye al cumplimiento de los principios de igualdad y, asimismo, favorece la pluralidad informativa y el enriquecimiento de los contenidos.

Por ello, los medios de comunicación y entidades firmantes se comprometen a lo siguiente:

<sup>3</sup> Según datos de la Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación, Vivas, las mujeres representan el 40,7% de las redacciones pero solo el 27% de las jefaturas y direcciones de los medios en Canarias. La mayor masculinización se da en los espacios de opinión (artículos en diarios de papel y digitales), donde la presencia de mujeres es de 20,4 y 11,6%.

<sup>4</sup> Datos del estudio Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Informe Nacional/España 2015.

DILIGENCIA: para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.

S/C. de Tenerife

30 ABR 2019



Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

> Cumplir la legalidad en materia de igualdad de mujeres y hombres y de violencia contra las mujeres, particularmente lo contemplado en las leyes orgánicas y autonómicas de igualdad y prevención de la violencia de género, e implementar las propuestas internacionales y comunitarias europeas en materia de igualdad en los igualdad y medios de comunicación.

> Aplicar códigos deontológicos, de autorregulación, de responsabilidad social y de práctica profesional<sup>5</sup>, incluida la admisión de publicidad, adecuados al principio de igualdad entre hombres y mujeres y procurar los medios para su cumplimiento (asesoramiento, formación u otras medidas).

> Facilitar y fomentar la formación en perspectiva de género del conjunto de sus plantillas de forma regular, con especial atención de aquellas secciones masculinizadas (Deportes, Tribunales, Economía, Política...) y relacionadas con la igualdad y la violencia de género, y procurar que, al menos, haya una persona en cada medio o entidad con especialización que pueda orientar el adecuado tratamiento de esta temática.

> Procurar una presencia equilibrada de mujeres y hombres en los contenidos mediáticos, en todas las secciones y programaciones, que reflejen la composición real de la sociedad, así como la diversidad de experiencias humanas, acciones, puntos de vista y expectativas válidas del conjunto de la ciudadanía.

> Contribuir a la visibilidad y valorización de las mujeres, sus contribuciones sociales y sus saberes diversos, fomentando la elaboración de informaciones específicas y recurriendo a las mujeres como fuentes habituales en todos los ámbitos de la vida pública y privada, incidiendo en los que se encuentran infrarrepresentadas a fin de ofrecer a las niñas referentes cualificados ilimitados<sup>6</sup>.

> Evitar en todos los contenidos los estereotipos sexistas<sup>7</sup>, la subordinación de las mujeres y los usos del cuerpo femenino sexualizado como reclamo mediático<sup>8</sup>. En cuanto a los estereotipos, en general, eludir la definición de características de la personalidad, las habilidades, los roles o las emociones que se atribuyen socialmente en función del sexo. Revisar y corregir, con especial vigilancia, aquellos estereotipos tradicionales peyorativos asociados a las mujeres, que contribuyen a perpetuar su limitación de oportunidades y expectativas, infravaloración y degradación (ejemplos: *cotillas*, *maquinadoras*, rivales de otras mujeres, incapacitadas tecnológicamente...). Igualmente, evitar las descripciones físicas, las frases condescendientes o la asociación del *éxito* de las mujeres con aspectos externos o secundarios como la belleza, el matrimonio o la maternidad<sup>9</sup>.

> Procurar la representación de las mujeres de forma diversa en cuanto a sus acciones, capacidades y características, de forma que sean visibles las mujeres de distintas ~~condiciones~~ razas, profesiones y situaciones (desempleadas, estudiantes...), constituciones físicas, orientaciones sexuales, etc.

DILIGENCIA: para hacer constar de esta fotocopia es fiel reflejo de su original  
Sección de Prensa

30 ABR 2019



Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

<sup>5</sup> La autorregulación y los códigos de conducta están previstos en el artículo 66.1 de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.  
<sup>6</sup> Los directorios temáticos de mujeres son herramientas útiles para tener recursos disponibles en el momento necesario.  
<sup>7</sup> Igualmente, la transmisión de una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas se contempla en el artículo 66.1 de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.  
<sup>8</sup> El artículo 10.4 de la Ley 1/2010, de 26 de febrero, dicta que los medios de comunicación social, públicos y privados, evitarán a través de sus anuncios publicitarios y en sus programaciones utilizar a las personas como meros objetos sexuales y que se denigre su dignidad humana en función de su sexo u orientación sexual.  
<sup>9</sup> La pregunta de si esa posición o pregunta sería la misma si se tratara de un hombre y viceversa es útil para detectar un trato desigual. Ejemplo: ¿Preguntaría a un hombre cómo concilia el deporte con la paternidad? ¿Pregunto a un político y no a una política por el resultado de un partido de fútbol porque entiendo que es normal que le guste? ¿Me referiría a un actor como el marido de tal actriz? ¿Ilustraría la entrevista de un político con una foto total posando junto a un espejo?

- > Representar a los hombres de forma diversa, incidiendo en aquellas facetas igualitarias alejadas de pautas tradicionales estereotipadas y sexistas (cuidados, responsabilidades familiares, tareas domésticas, emotividad...) tratadas con normalidad.
- > Reflejar de forma positiva las relaciones igualitarias entre hombres y mujeres y eliminar el planteamiento de la igualdad y el feminismo como un enfrentamiento entre los sexos o una merma de los derechos de los hombres.
- > Dedicarse de forma estable y no puntual, a la indagación, difusión y cuestionamiento de todas las formas de discriminaciones de género (salarial, desigual reparto de responsabilidades privadas y públicas, feminización de la pobreza, violencia de género...), incluidas las múltiples discriminaciones (inmigrantes, con cargas familiares no compartidas, pobres, mayores, lesbianas, trans\*, víctimas de violencia de género...). Todo ello desde la perspectiva de la responsabilidad social, sin incidir en la revictimización de las mujeres.
- > Tratar de incorporar en todos los contenidos, como un plus de calidad, el análisis sobre cómo las diversas acciones sociales de cualquier índole -desde la iluminación de las ciudades a la imposición fiscal o el cambio climático- pueden afectar de forma diferenciada a hombres y mujeres. Solicitar y presentar, de forma normal y habitual, los datos estadísticos desagregados por sexos.
- > Transversalizar estas medidas adaptadas a los distintos medios de comunicación (prensa, radio, televisión, revistas y otros, en sus versiones convencionales y digitales) y de forma extensiva a todos los contenidos, géneros y formatos de comunicación (información, opinión, secciones, imágenes, programas, series, publicidad, etc.).

### 2.3. Acción positiva en el deporte

En los deportes, en particular, como ámbito especialmente masculinizado y estereotipado, los medios de comunicación firmantes se comprometen a lo siguiente:

- > Procurar la presencia equilibrada de mujeres y hombres en los espacios deportivos, tanto en cuanto profesionales de la comunicación, como fuentes, expertas, espectadoras, deportistas u otras.
- > Dar un trato equivalente a las y los deportistas, así como mayor visibilidad y valoración de las mujeres en el deporte, en todas sus vertientes (deportistas, árbitras, entrenadoras...).
- > Evitar las referencias al deporte femenino como una subcategoría del deporte masculino, que es tratado comúnmente como principal o universal, y la asociación de determinados deportes como privativos de mujeres o de hombres.
- > Informar sobre las desigualdades existentes en este ámbito y las reivindicaciones por un deporte más justo e igualitario.
- > Hacer explícito el rechazo de cualquier manifestación de discriminación sexista y violencia, incluida la violencia de género, en los eventos y ámbitos deportivos.

> Eliminar las representaciones de las deportistas que enfatizan las habilidades que se relacionan con el rendimiento deportivo, especialmente aquellas que usan sus cuerpos como reclamos sexuales, incluyendo a las mujeres accesorias a la acción deportiva, como las animadoras o espectadoras.

DILIGENCIA para hacer constar que esta  
 diligencia fue realizada por el/la  
 S/C de Tenerife

30 ABN 2019



Beatriz Collantes Melero  
 Secretaria de Dirección

## 2.4. Imágenes igualitarias y no discriminatorias

Las imágenes con las que se representa a las mujeres en los medios de comunicación pueden ser otra fuente de discriminación de género. Esta se produce cuando se infrarrepresenta a las mujeres o se resalta su físico o indumentaria y se utiliza el cuerpo femenino como reclamo fijando la atención sobre determinadas partes con un sentido erótico. Estos usos inciden en la imagen personal y social de las mujeres y en las expectativas de hombres y mujeres, y contribuyen a la sexualización y cosificación del cuerpo femenino y a la imitación de cánones que pueden tener efectos nocivos para la salud.

Por ello, los medios de comunicación y entidades firmantes se comprometen a lo siguiente:

- > Evitar los detalles relacionados con el físico y la indumentaria de las mujeres cuando estos no sean el objeto de la información.
- > Eliminar los usos del cuerpo humano cosificado y sexualizado como reclamo erótico para presentar una información, programa o producto.
- > Evitar los estándares de belleza femenina y masculina que señalan las cualidades adecuadas e inadecuadas del cuerpo y la personalidad de las personas. Reflejar a mujeres y hombres con toda su diversidad física, desvinculada de la consecución de éxito social, económico, sexual y de cualquier tipo.

Otras pautas específicas sobre el tratamiento de las imágenes se abordan en el apartado sexto, dedicado globalmente al tratamiento de la violencia de género.

## 2.5. Uso no sexista e inclusivo del lenguaje

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) entiende por “lenguaje inclusivo en cuanto al género” la manera de expresarse oralmente y por escrito sin discriminar a un sexo, género social o identidad de género en particular y sin perpetuar estereotipos de género. Este uso es uno de los factores clave que determinan las actitudes culturales y sociales y una forma muy importante de promover la igualdad de género y combatir los prejuicios de género, según esta organización<sup>10</sup>.

Por ello, los medios de comunicación y entidades firmantes se comprometen a lo siguiente:

- > Hacer un uso de la lengua inclusivo y no sexista<sup>11</sup>, evitando el masculino genérico sistemático y la invisibilización del sexo femenino, las asimetrías semánticas al nombrar a ambos sexos, los desfases en los usos lingüísticos basados en roles tradicionales de género, los términos peyorativos tradicionales con las mujeres, la prelación u orden androcéntrico, la subidentificación del sexo femenino en el masculino y otros usos desiguales<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Esta definición y orientaciones para el uso inclusivo del lenguaje se encuentran en este enlace: <http://www.un.org/es/gender-inclusive-language/index.shtml>.

<sup>11</sup> La aplicación de un uso no sexista del lenguaje por parte de los medios de comunicación social cuya actividad se encuentre sujeta al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Canarias está prevista en el artículo 66.1 de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>12</sup> El documento del ICI ‘Recomendaciones Prácticas para Evitar el Sexismo en el Lenguaje’ recomienda un análisis y pautas aplicables al contexto de la comunicación pública. Puede descargarse en su web, en el siguiente enlace: [http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/icigualdad/\\_galerias/ici\\_documentos/documentacion/Fol\\_Lenguaje\\_ICI\\_2014.pdf](http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/icigualdad/_galerias/ici_documentos/documentacion/Fol_Lenguaje_ICI_2014.pdf).

## 2.6. Tratamiento adecuado y responsable de la violencia de género:

Los medios de comunicación han contribuido, de forma notable, a que la violencia de género saliera del ámbito privado y pasara a la primera línea de acción social y política. El reto en la actualidad es conseguir que esta aportación mediática contribuya a la comprensión precisa y holística de la violencia de género, en todas sus formas, protegiendo a las víctimas y a sus hijas e hijos menores, y, en definitiva, al fin de esta fractura social que tiene su origen en la inequidad de hombres y mujeres.

Para ello, los medios de comunicación y entidades firmantes se comprometen a lo siguiente:

> **(Por qué)** Situar siempre la violencia de género, en todas sus formas y manifestaciones, en el contexto de la violación de los derechos humanos y el atentado contra la libertad y la dignidad de las personas y explicar el **porqué** de la misma, que es la “manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres”<sup>13</sup> y “uno de los mecanismos sociales fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre”<sup>14</sup>.

> **(Qué)** Referirse, preferentemente, a “violencia de género”<sup>15</sup>, “violencia machista”, “violencia sexista” y “violencia contra las mujeres” o equivalentes y eliminar todas las denominaciones que nada tienen que ver con esta forma de desigualdad y dominación (ejemplos: “violencia de pareja”, “violencia familiar”, “crimen pasional”, “mata por celos” o por “amor”...). Denominarla así en todas sus formas y manifestaciones: violencia física, psicológica, sexual y económica y violencia en la pareja o expareja, en el ámbito laboral (acoso por razón de género y acoso sexual), trata de mujeres y niñas, explotación sexual, contra los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres, matrimonio a edad temprana o concertado o forzado, mutilación genital femenina y el feminicidio.<sup>16</sup>

> **(Dónde / Cuándo)** Tratar la violencia de género como el problema social y político de primer orden que es<sup>17</sup>. La violencia de género no es un suceso fortuito y no debe ser tratada como tal. Abordarla de forma continua, mediante el análisis y el seguimiento de medidas normativas y recursos, datos de evolución, estudios especializados, sentencias y otras alternativas con valor informativo. Promover espacios informativos propios (programas, artículos de opinión, etc.).

> **(Cómo)** Revisar y eliminar, preferentemente mediante normas de autorregulación, los estereotipos de género basados en la subordinación e infravaloración de las mujeres que pueden incidir en la perpetuación de la violencia de género, eliminando especialmente los contenidos degradantes de carácter sexual o violento<sup>18</sup>.

<sup>13</sup> Artículo primero sobre el objeto de la Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre.

<sup>14</sup> Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer” (Naciones Unidas, 1994).

<sup>15</sup> Las leyes específicas orgánica y autonómica usan esta denominación.

<sup>16</sup> Formas y manifestaciones de la violencia de género recogidas en la Ley 16/2003, de 8 de abril. En la “violencia contra las mujeres por razón de género”, el Convenio de Estambul incluye a las niñas menores de 18 años en el término mujer.

<sup>17</sup> Según datos de la ONU, el 35 % de las mujeres de todo el mundo ha sufrido violencia física y/o sexual por parte de un compañero sentimental o violencia sexual por parte de otra persona distinta a su compañero sentimental (sin incluir el acoso sexual) en algún momento de sus vidas; 650 millones de mujeres y niñas sufren violencia física y/o sexual; 200 millones de mujeres y niñas que viven actualmente han sufrido la mutilación genital femenina; 15 millones de muchachas adolescentes (entre 15 y 19 años) han sido obligadas a mantener relaciones sexuales forzadas. Estos y más datos son de la fuente: <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>.

<sup>18</sup> Las normas de autorregulación para limitar los contenidos degradantes es una propuesta del Convenio de Estambul. El papel de los estereotipos y los patrones socioculturales de conducta en la violencia de género se tiene en cuenta en todos los instrumentos internacionales.

DILIGENCIA para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C de Tenerife  
30 ABR 2018



Beatriz Collantes Meiero  
Secretaria de Dirección

> **(Cómo)** Ahondar en la complejidad y multidimensionalidad de la violencia de género (consecuencias personales físicas y psíquicas, familiares, laborales y sociales; puntos de vista médico, psicológico, jurídico, policial...). Reflejar las consecuencias humanas y sociales de la violencia de género, más allá de la víctimas, que se extiende a sus hijas e hijos y a su entorno. Visibilizar también las formas menos reconocidas, como la económica, psicológica y la que se da en los ámbitos laboral y social, así como sus efectos devastadores en las mujeres y su entorno.

> **(Cómo)** Primar el beneficio social en el tratamiento de la violencia de género, contribuyendo activamente a la sensibilización y el rechazo colectivo, así como a la ayuda al reconocimiento y protección, especialmente por las niñas y mujeres jóvenes, dando a conocer su ciclo, desde las primeras manifestaciones -en forma de control *disfrazado* de amor- hasta el final, que puede acabar en la muerte. Difundir las experiencias positivas que ayuden a identificarse y servir de guía a otras víctimas. En ningún caso incorporarán testimonios de víctimas que estén en situación de riesgo o sujetas a cualquier tipo de presión. Transmitir a las víctimas comprensión y apoyo social.

> **(Cómo)** Valorar e incluir la información necesaria y desechar la que carece de valor informativo. Exponer solo los datos pertinentes, contrastados, que permitan entender la violencia de género (denuncias previas, órdenes de alejamiento...). Recurrir a fuentes oficiales o expertas y desechar las ocasionales (testigos, familiares y amistades...). No difundir aspectos íntimos sin consentimiento y, en todo caso, los especialmente protegidos (salud, filiación...). Tener en cuenta el dolor de las víctimas y sus familias, especialmente menores<sup>19</sup>. Eliminar las descripciones e imágenes escabrosas que abundan en detalles morbosos que no añaden valor a la información.

> **(Cómo)** Evitar la minimización de la violencia de género y la equiparación con otras formas de violencia, así como la difusión de los mitos asociados a esta forma de agresiones contra las mujeres (resultado de una crisis de pareja, propia de determinadas nacionalidades, fruto de las drogodependencias o las enfermedades mentales o la pobreza, falsas denuncias, etc.). Desmontar estas falacias con información veraz (estudios, estadísticas...) y datos de contexto. Eliminar, especialmente, cualquier vinculación con el comportamiento de las mujeres (tener distintas parejas, salir solas de noche, consumir alcohol o drogas, vestirse de una forma determinada...).

> **(Quién)** Poner el foco en los agresores actores de la violencia (respetando la presunción de inocencia, se pueden identificar a los confesos y condenados) o en sus características, cuando puedan ayudar a comprender la violencia de género, y no en las víctimas. El Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)<sup>20</sup>, recoge entre sus principios generales, que “se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual”, así como la atención especial al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y el respeto de la intimidad de las y los menores<sup>21</sup>. Desechar las valoraciones positivas de los agresores (“es un buen padre”, “es un hombre muy tranquilo”...), que actúan como falsos atenuantes.

<sup>19</sup> La Ley 7/2010, de 31 de marzo, prohíbe la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita.

<sup>20</sup> Aprobado en Asamblea Ordinaria (AO) celebrada en Sevilla el día 27 de febrero de 2017, actualizado en la AO celebrada en Mérida el día 22 de abril de 2017.

<sup>21</sup> La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en su artículo 7, prohíbe la difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de los menores en el contexto de los hechos delictivos o emisiones que discutan su tutela o filiación.

DILIGENCIA: para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C. de Tenerife,

30 ABR 2019



Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

> En la medida de lo posible, en los espacios dedicados a la violencia de género, aportar datos adicionales sobre los recursos existentes a disposición de las víctimas para apoyar la salida de la violencia de género, al menos, el teléfono gratuito y sin huella en la factura telefónica de información jurídica -016- y el del Centro Coordinador de Emergencias y Seguridad (Cecoes) -112- donde existe un Servicio de Atención a Mujeres Víctimas de Violencia de Género, financiado y coordinado por el ICI y atendido por personal especializado, disponible las 24 horas, todos los días del año. Informar, asimismo, que la denuncia es una responsabilidad colectiva, que vincula a todas las personas que conozcan estos hechos y no solo a las víctimas.

## 2.4. Elaboración y admisión de publicidad

La publicidad es una acción comunicativa persuasiva por definición. Su fin, su brevedad y su ritmo destinado a lograr el mayor impacto en el menor tiempo influyen en el uso primordial de los arquetipos como recurso publicitario. Estas características y el fuerte arraigo social de los estereotipos de género convierten a la publicidad en uno de los ámbitos de la comunicación más estereotipados y, por ende, más necesitados de acciones positivas.

La publicidad es el soporte económico de los medios de comunicación y los medios de comunicación son el soporte físico de la publicidad. La publicidad normalmente se confecciona en agencias especializadas y solo necesita el espacio de los medios de comunicación para llegar a la ciudadanía. Ocasionalmente, la publicidad es elaborada en los propios medios de comunicación que la difunden. El compromiso de los medios de comunicación, pues, está en la elaboración y admisión de la publicidad.

Los medios de comunicación y entidades firmantes se comprometen a:

> No elaborar ni admitir publicidad ilícita, conforme a lo establecido en el artículo tercero de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre (modificada por la Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre), que extiende esta consideración a la “publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a la mujer de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien por su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley orgánica 1/2004, de 28 de diciembre”.

> Fomentar la publicidad equilibrada en cuanto a la representación de hombres y mujeres, y diversa e igualitaria en cuanto a los modelos físicos, roles, comportamientos, talentos y deseos de ambos sexos, procurando su visibilidad en aquéllos en los que han estado limitados por los estereotipos de género.

> Desarrollar un sistema de corregulación que ponga en marcha un Código de Publicidad no sexista<sup>22</sup>.

## 3. DESARROLLO, IMPLANTACIÓN Y SEGUIMIENTO

Este acuerdo se basa en la suscripción voluntaria y la autorregulación. Los medios de comunicación y las entidades firmantes se comprometen a esta forma de regulación ética, así como a la formación, el asesoramiento o supervisión experta y cuantas medidas se implementen por el grupo para procurar la perspectiva de género en las informaciones.

DILIGENCIA: para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C. de Tenerife.

30 ABR 2019



Beatriz Coliantes Melero  
Secretaria de Dirección

<sup>22</sup> Medida 49 del Pacto de Estado contra la Violencia de Género.

En desarrollo de este acuerdo, se elaborarán documentos específicos generales y particulares de apoyo sobre temáticas concretas, así como herramientas de seguimiento, a propuesta del Grupo. Con la finalidad de procurar los medios necesarios, de forma adecuada, organizada y priorizada, el Grupo diseñará un plan de formación adaptado a las diversas necesidades, que incluirá el conjunto de propuestas en contenido y forma. Los medios de comunicación firmantes se comprometen a participar o implementar estas medidas, según corresponda, procurar y favorecer la formación de sus profesionales, con medios propios y a participar en las acciones formativas que promuevan las organizaciones profesionales, el organismo de igualdad u otras entidades.

El Grupo hará un seguimiento regular del cumplimiento del presente acuerdo y podrá acordar, además de la adopción de las medidas referidas en los párrafos anteriores, el apercibimiento en los casos de incumplimiento flagrante.

#### 4. COLABORACIONES

En la elaboración de este acuerdo han participado las integrantes del Grupo siguientes:

- Sonia China Rodríguez (Grupo El Día).
- Ana Julia Martínez ... (Cadena Ser).
- Noemí Galván Luis (RTVC - Canarias Radio La Autónoma).
- Juani Brito de León y Verónica Martín Jiménez (RTVC - Televisión Canaria).
- Toñi Galván ... (Grupo A3Media – Antena 3).
- Cristina Alcaine Hernández (RTVE – Canarias).
- Teresa Artilles Vizcaíno (Canarias7).
- Soraya Déniz Quesada (La Provincia).
- Jennifer Jiménez Sánchez (Canarias Ahora).
- Esther Mederos Pérez (Asociación de la Prensa de Las Palmas).
- Luisa del Rosario González y Cristina Quesada Llamas (Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación, *Vivas*).
- Montserrat Delgado Medina y Lidia Rodríguez Ortiz (Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias – UPCC).
- Lara Carrascosa Puertas (ULL).
- Sonia Mauricio Subirana y Patricia Martín Tovar (ULPGC).
- Sonia Moreno Cabello (CPJI).
- M.ª Inmaculada García Rodríguez (ICI).

Además de las fuentes normativas y propositivas citadas con anterioridad, se han consultado numerosas fuentes específicas<sup>23</sup>.

#### 5. GLOSARIO

<sup>23</sup> Acuerdo de Buenas Prácticas para el tratamiento informativo de los casos de violencia de género en los medios de comunicación (Viceconsejería de Justicia-Gobierno de Canarias); Código Deontológico y de Autorregulación para la Comunicación No Sexista en Euskadi (Emakunde-Gobierno Vasco); Protocolo para el Tratamiento de la Violencia Machista de los Medios de Comunicación de Aragón; Código de Buenas Prácticas para el Tratamiento Informativo en los Medios de Comunicación Asturianos de la Violencia Machista y la Trata de Seres Humanos; Código para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género; Protocolo de Actuación Periodística y Publicitaria sobre Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres y Tratamiento Informativo de la Violencia de Género (Gobierno de Cantabria, 2007); Recomendaciones: El tratamiento informativo de la violencia machista en los medios de comunicación (Generalitat de Catalunya, 2010); Decálogo para el Fomento de la Igualdad entre Hombres y Mujeres en los Medios de Comunicación Deportivos; Documento base elaborado por Pilar López Pérez para el acuerdo de los medios de comunicación de Canarias sobre el tratamiento informativo desde la perspectiva de género y decálogo.



30 ABR 2018  
Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

**Acciones positivas<sup>24</sup>:** Son estrategias temporales (hasta la consecución del objetivo) destinadas a remover situaciones, prejuicios, comportamientos y prácticas culturales y sociales que impiden a un grupo social discriminado o minusvalorado alcanzar una situación real de igualdad de oportunidades.

**Acoso sexista o por razón sexo<sup>25</sup>:** Cualquier comportamiento no deseado, fundamentado en la desigualdad de género, realizado con el propósito el efecto de atentar contra la dignidad de una persona y de crear un entorno intimidatorio, hostil, degradante u ofensivo. Asimismo, constituye discriminación por razón de sexo el condicionamiento de un derecho o de una expectativa de derecho, a la aceptación de una situación constitutiva de acoso sexual o de acoso por razón de sexo. En todo caso, se considerarán discriminatorios el acoso sexual y el acoso por razón de sexo.

**Acoso sexual<sup>26</sup>:** Sin perjuicio de lo que establece el Código Penal, constituye acoso sexual cualquier comportamiento verbal, no verbal o físico no deseado, de naturaleza sexual, realizado con el propósito o el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, hostil, degradante, humillante u ofensivo.

**Brecha laboral:** Diferencia entre la situación de hombres y mujeres en el mercado de trabajo, con resultado negativo para las mujeres, que se manifiesta en menor actividad, empleo, promoción, remuneración y otras situaciones discriminatorias. La más reconocida es la brecha salarial<sup>27</sup>.

**Conciliación de la vida laboral, personal y familiar<sup>28</sup>:** Situación y condiciones de organización de la vida y de distribución de espacios y tiempos laborales, personales y familiares de mujeres y hombres de forma que se asuman equilibradamente el trabajo doméstico y la atención de menores y personas dependientes y se posibilite el desarrollo de las capacidades, proyectos de vida y opciones profesionales o personales y la participación igualitaria de ambos sexos en los ámbitos público y privado. Son medidas de conciliación las actuaciones intencionales adoptadas por administraciones, instituciones, entidades o empresas en la estructura, organización y funcionamiento orgánicos; en la gestión de sus recursos humanos; en las condiciones laborales o en sus equipamientos y servicios, que permiten a mujeres y a hombres desarrollar la vida profesional, la vida personal y la vida familiar en igualdad de oportunidades, y compatibilizar las responsabilidades familiares con la realización personal y profesional.

**Cosificación (sexual) de las mujeres:** Acto de representar o tratar a las mujeres como un objeto sexual, ignorando sus cualidades, habilidades y expectativas intelectuales y personales y reduciéndolas a meros instrumentos para el deleite sexual de otra persona, hombre generalmente. Esta forma de *violencia simbólica* es habitual en la publicidad, las revistas, las series de televisión, las películas, los videojuegos, los vídeos musicales, etc. Las representaciones pueden incluir una o varias partes del cuerpo, con significado erótico, imágenes de mujeres sugiriendo disponibilidad sexual e incluso sometidas o tratadas como objetos o alimentos, entre otros usos.

**Desigualdad o discriminación directa<sup>29</sup>:** Constituye discriminación directa por razón de sexo la situación en la que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a

<sup>24</sup> Anexo de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>25</sup> Ibídem.

<sup>26</sup> Ibídem.

<sup>27</sup> Marianne Thyssen, comisaria de Empleo, Asuntos Sociales, Capacidades y Movilidad Laboral de la UE, ha cifrado en 370.000 millones de euros anuales las pérdidas que provoca la brecha laboral de género a los Estados miembros.

<sup>28</sup> Anexo de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>29</sup> Ibídem.

DILIGENCIA. para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original

S/C de Empleo

30 ABR 2019



Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable. Asimismo, constituye discriminación directa por razón de sexo todo trato desfavorable hacia las mujeres relacionado con el embarazo o la maternidad.

**Desigualdad o discriminación indirecta<sup>30</sup>:** Constituye discriminación indirecta por razón de sexo la situación en la que una disposición, criterio o práctica, aparentemente neutras, sitúan a personas de un sexo determinado en desventaja particular con respecto a personas de otro sexo, salvo que dicha disposición, criterio o práctica puedan justificarse objetivamente con una finalidad legítima y que los medios para alcanzarla sean adecuados y necesarios.

**Estadísticas desagregadas por sexo<sup>31</sup>:** Conjunto de datos cifrados y de información estadística segregada por sexo a fin de hacer posible la aplicación del análisis comparativo de las diferencias y desigualdades entre mujeres y hombres en cada variable analizada y es imprescindible para la adopción de medidas de prevención e intervención, así como para la evaluación del impacto de género. La desagregación de todas las variables relacionadas con la población por sexo se refiere a las diferencias biológicas y el campo de la variable sexo debe cruzar el resto de variables.

**Estereotipos de género<sup>32</sup>:** construcción social sobre hombres y mujeres, en general, pero no necesariamente, sexistas y negativas, que ignoran la complejidad y sirven para descartar excepciones y elecciones.

**Feminicidio<sup>33</sup>:** Asesinato de una mujer a manos de un hombre por machismo o misoginia.

**Feminización de la pobreza:** Uno de los factores que tradicionalmente se han asociado a la pobreza es el hecho de ser mujer, por eso se habla de feminización de la pobreza. Las mujeres se empobrecen por problemas diferentes a los de los hombres, entre ellos los relacionados con la natalidad (madre con cargas familiares no compartidas), las discriminaciones laborales y, en general, todos los problemas derivados de su situación de discriminación social.

**Género<sup>34</sup>:** Se entiende por género la construcción social y cultural de un conjunto de roles y valores transmitida y aprehendida por mujeres y hombres de modo diferencial a través de los procesos de socialización y educación, generalmente por oposición entre ambos y con desigual valor social el masculino y el femenino. El género hace referencia a las diferencias sociales entre ambos sexos, por oposición a las diferencias biológicas que determinan la pertenencia de la persona a uno u otro sexo genético, y presenta variaciones de concepción en diferentes culturas y en diferentes momentos históricos dentro de una misma cultura. Es una definición social de las relaciones de poder desigual entre ambos sexos y la clave del contrato social implícito de género con el que vivimos y actuamos.

**Machismo<sup>35</sup>:** Actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres. Forma de sexismo caracterizada por la prevalencia del varón.

**Masculinizado:** En este documento se usa en el sentido de la primera acepción del DRAE. Mayor presencia o carácter masculino de algo o a alguien.

<sup>30</sup> Ibídem.

<sup>31</sup> Ibídem.

<sup>32</sup> Glosario de *Indicadores de igualdad de género en los medios de comunicación* (Unesco, 2012).

<sup>33</sup> Diccionario de la Real Academia Española (DRAE).

<sup>34</sup> Anexo de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>35</sup> DRAE.

DILIGENCIA para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C de Tenerife

30 ABR 2019

Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección



**Paridad de género:** Presencia o composición equilibrada de mujeres y hombres con la que se trata de asegurar una representación suficientemente significativa de ambos sexos en órganos y cargos de responsabilidad. La Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, consagra el principio de presencia equilibrada en las listas electorales y en los nombramientos efectuados por los poderes públicos. A los efectos de dicha Ley, se entiende por composición equilibrada la presencia de mujeres y hombres de forma que, en el conjunto a que se refiera, las personas de cada sexo no superen el sesenta por ciento ni sean menos del cuarenta por ciento.

**Perspectiva o análisis de género**<sup>36</sup>: Es la consideración sistemática, en el conjunto de la actividad política, social, institucional, de las diferentes situaciones y condiciones de vida, obstáculos o limitaciones, participación, recursos, derechos, prioridades o necesidades, valores y comportamientos de mujeres y hombres, determinados por los roles tradicionales de género, que provocan desigualdades sociales o discriminaciones reales y efectivas entre ambos sexos.

**Planes de igualdad de empresa**<sup>37</sup>: Conjunto organizado de medidas adoptadas por las empresas, públicas o privadas, dirigidas a promover condiciones y relaciones laborales de igualdad entre mujeres y hombres. Los planes de igualdad en la empresa deben contemplar actuaciones integrales en relación con el conjunto de desigualdades de género puestas de manifiesto por un diagnóstico sistemático en el seno de la empresa, que pueden extenderse a la siguiente casuística: condiciones de acceso al empleo; contratación; estabilidad laboral; promoción; formación ocupacional y profesional; formación en igualdad de género; igualdad de retribución por trabajo de igual valor; eliminación de la segregación vertical y horizontal; adecuada clasificación ocupacional y profesional de puestos de trabajo de mujeres y hombres; conciliación de la vida familiar y laboral; relaciones laborales no discriminatorias; protección frente al acoso sexual y al acoso por razón de sexo; representación equilibrada de mujeres y hombres; participación equilibrada de ambos sexos en la negociación colectiva y en la elaboración de los convenios colectivos; aplicación de criterios de lenguaje, comunicación y publicidad no sexistas; seguridad y salud laboral, con especial protección de los derechos de las mujeres embarazadas, púerperas y lactantes, reconociendo el derecho a la acumulación de los períodos de lactancia en el horario laboral.

**Revictimización o victimización secundaria o doble victimización:** Proceso mediante el cual se produce un dolor añadido a las víctimas a la hora de abordar el hecho sufrido (investigación, tratamiento, juicio, difusión...) al reproducir el recuerdo o la vivencia de lo sucedido.

**Segregación (laboral)**<sup>38</sup>: Presencia desigual de mujeres y hombres en el mercado de trabajo, en determinadas ocupaciones y/o familias profesionales, caracterizadas por desiguales condiciones de empleo, formación y cualificación, pro-moción y retribución, que determina la feminización y masculinización de las ocupaciones, tanto en la escala horizontal de sectores productivos y tipos de actividad, como en la escala vertical de niveles o categorías retributivas, de poder, responsabilidad y prestigio social, que derivan en desigualdades de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el mercado laboral.

**Sexismo**<sup>39</sup>: Discriminación de las personas por razón de sexo.

<sup>36</sup> Ibídem.

<sup>37</sup> Anexo de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>38</sup> Ibídem.

<sup>39</sup> DRAE.

DILIGENCIA para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original S/C. de Tenerife.

30 ABR 2019



Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

**Sexualizar**<sup>40</sup>: Conferir carácter o significado sexual a algo.

**Subordinación (de las mujeres)**: Situar a las mujeres en relación con su dependencia de los hombres o considerarlas como inferiores respecto de los hombres.

**Transversalidad de género**<sup>41</sup>: Integración de la igualdad de mujeres y hombres en todas las políticas generales y sectoriales, como parte integral en el trabajo cotidiano de las y los agentes involucrados en su desarrollo, con el objetivo de alcanzar la igualdad efectiva de género. Aplicada a las políticas públicas, constituye la integración de la perspectiva de género en el diagnóstico, la planificación, la ejecución y la evaluación de las mismas e implica un cambio en las técnicas y herramientas institucionales y políticas y en la cultura organizativa de los poderes públicos, a efectos de promover la igualdad efectiva de ambos sexos y evitar el impacto desigual en función del género.

**Violencia de género**<sup>42</sup>: Toda acción de naturaleza física, psíquica, sexual o económica, directa o indirecta, sobre las mujeres, no deseada por éstas, que tiene como resultado real o posible un daño físico, sexual o psicológico de la víctima, tanto si se ejerce en el ámbito público como en el privado, independientemente de la relación que la víctima guarde con el agresor y del lugar en el que se produzca la violencia, que se ejerce prevaliéndose de una relación de dominación-sometimiento del agresor respecto a la víctima, o de poder-dependencia, basada en la desigualdad de roles de género. La violencia de género incluye acciones de agresión, abuso, acoso, amenaza, intimidación, humillación, vejación, coacción, chantaje, aislamiento o privación de libertad, dominación, tráfico lucrativo, privación de condiciones o sustentos básicos para la vida, matrimonio servil, explotación sexual y cualesquiera formas intencionadas de vulneración del derecho a la vida, a la dignidad, a la integridad e indemnidad física y psíquica y a la libertad sexual y reproductiva de una persona.

## 6. SUSCRIPCIÓN

Suscriben el presente acuerdo:

Asociación Canaria de Mujeres de la Radio Televisión Canaria (RTVC)  
Comunicación, Vivas  
Doña Sonia Chinaea .

Don José Carlos Naranjo

Presidente de la Asociación de la Prensa Cadena Ser Canarias  
en Tenerife  
D. Salvador García Llános

Doña Ana Julia Martínez

Periódico el Día  
Joaquín Catalán

Agencia EFE

Doña Rosario Prieto Falcón

Periódico La Provincia  
Don Antonio Carcereño

RTVE en Canarias

Doña Cristina Alcalá Hernández

DILIGENCIA para hacer constar que esta fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C. de Tenerife

<sup>40</sup> Ibidem.

<sup>41</sup> Anexo de la Ley 1/2010, de 26 de febrero.

<sup>42</sup> Ibidem.



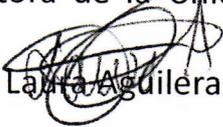
30 ABR 2019

Beatriz Collantes Melero  
Secretaria de Dirección

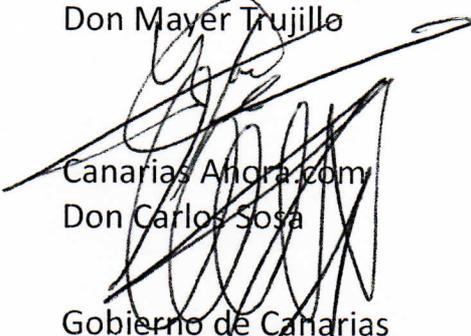
Directora de la Unidad de Igualdad de la Cope Canarias

ULL

Doña Lajtha Aguilera

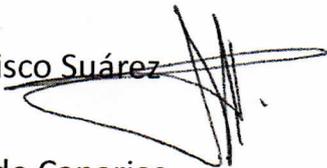


Don Mayer Trujillo



Canarias 7

Don Francisco Suárez



Canarias Ahora.com

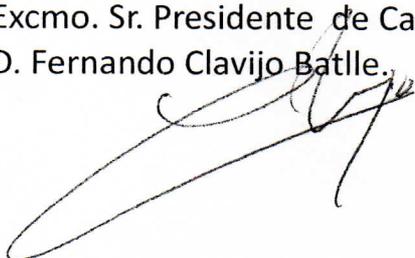
Don Carlos Sosa

Gobierno de Canarias

Gobierno de Canarias

Excmo. Sr. Presidente de Canarias

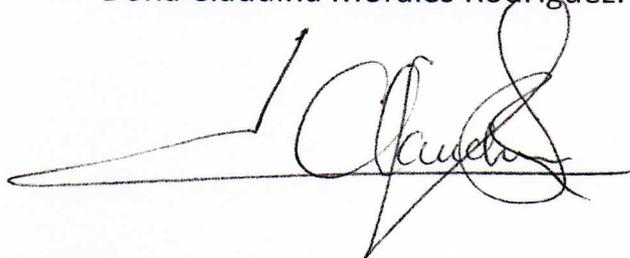
D. Fernando Clavijo Batlle.



Ilma. Directora del Instituto Canario de

Igualdad

Doña Claudina Morales Rodríguez.



**DILIGENCIA**, para hacer constar que esta  
fotocopia es fiel reflejo de su original.  
S/C. de Tenerife.

**30 ABR 2019**



Beatriz Conantes Melero  
Secretaria de Dirección

En Santa Cruz de Tenerife a 9 de Abril de 2019.

**Firma de adhesión al documento “Acuerdo entre los medios de comunicación, las organizaciones profesionales de la comunicación y el Gobierno de Canarias para la mejora del tratamiento de la igualdad y la violencia de género”.**

Doña Montserrat Delgado Medina, en representación de la “Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias” (UPCC), se adhiere a este documento.



En Santa Cruz de Tenerife, a 3o de Abril de 2019



## Código Deontológico Servicios Informativos Antena 3 Televisión

Los Servicios Informativos de Antena 3 Televisión funcionan bajo la premisa básica de ofrecer a su audiencia información fiable, de calidad y comprometida con los principios de responsabilidad social que se derivan del ejercicio del periodismo en un medio de comunicación.

La organización y la estructura de toma de decisiones en Antena 3 Noticias está diseñada y funciona para garantizar que se cumple el mandato genérico de proporcionar esa información fiable, de calidad y socialmente responsable. Los sucesivos filtros y controles establecidos en la organización aseguran que se cumplen los siguientes principios:

- El **marco de referencia** para la actividad de los profesionales y de los contenidos que se derivan de su trabajo es la Constitución Española y el marco legal que de ella emana. Ningún comportamiento o información puede ir contra los principios consagrados en la Carta Magna o contravenir cualquier disposición legal o normativa.
- El **respeto a la dignidad de las personas** debe asegurarse en todas las informaciones. Para ello se preservará el derecho a la intimidad. Solo la defensa del interés público justifica las indagaciones sobre la vida privada de las personas sin su consentimiento. Se preservarán, especialmente, los derechos de las personas cuya circunstancia o naturaleza les sitúe en posición de debilidad o de posible discriminación. En este sentido, se deben evitar las alusiones a esas personas con términos peyorativos, despectivos o que revelen prejuicios. Así mismo, la raza, el color, la religión, las convicciones morales, el origen social, la condición sexual o cualquier otra cuestión relativa a las creencias no debe ser objeto de calificaciones innecesarias o evaluaciones y deben manejarse con una especial sensibilidad para asegurar que las personas reciben un justo tratamiento. Solo deben ser explícitamente tratadas en las informaciones si resultan relevantes para el relato informativo. En este sentido, se evitará incluir testimonios que resulten vejatorios, discriminatorios o degradantes para otras personas, siempre que su presencia no esté en el propio origen o fundamento de la noticia. No están justificados, en todo caso, testimonios que inciten a la violencia o vayan contra las leyes vigentes.
- Para asegurar que se cumplen estos principios y los relativos a la fiabilidad de las informaciones, **el lenguaje y los recursos visuales** que se utilizarán en las informaciones de Antena 3 Noticias serán cuidadosamente tratados y supervisados.

Deben ser acordes con la información que se quiere transmitir sin que quepan expresiones o imágenes que –sin añadir información- puedan herir la sensibilidad de la audiencia.

- Todos los periodistas de la redacción de noticias de Antena 3 deben cumplir de una manera clara y definida con los principios de **separación de actividades** con el objetivo de evitar posibles conflictos de intereses. Cualquier actividad al margen de la puramente relacionada con el trabajo periodístico no debe dejar margen para la duda ante cualquier posible conflicto de intereses.
- Como en el resto de los programas de Antena 3, los informativos **separarán con claridad y de modo explícito la información de la publicidad**, los contenidos puramente periodísticos de los comerciales.
- También **se diferenciarán de forma inequívoca los contenidos informativos de aquellos que suponen una interpretación o comentario crítico** en cualquier ámbito de la actualidad.
- Los redactores de Antena 3 Noticias **no pueden aceptar regalos o privilegios que puedan interpretarse como una merma en su capacidad de información objetiva e independiente** en relación a cualquier empresa o institución objeto de sus informaciones. Así mismo no es aceptable que cualquier periodista que, por su área de trabajo, pueda tener acceso a **información privilegiada**, pueda utilizarla en beneficio propio.
- El principio jurídico de la **presunción de inocencia** será cumplido de manera escrupulosa en todas las informaciones que afecten a investigaciones en curso o procedimientos judiciales.
- Se extremará el rigor cuando en las informaciones se vean involucrados **menores de edad**, respetando todos los principios y criterios aplicables al derecho a la privacidad y protección de los menores tal y como los establece la legislación vigente.
- Finalmente, dentro del ejercicio de la responsabilidad social, Antena 3 Noticias ha introducido en sus programas el principio de **participación de los espectadores a través de las redes sociales**, más allá de la interactividad que permite la propia página web de Antena 3 Noticias. Las nuevas formas y herramientas de comunicación permiten un mayor grado de presencia y relación de los espectadores con los programas de noticias que Antena 3 cree necesario potenciar.

## Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres

Desde hace una década, en España, se está produciendo una revolución silenciosa en los medios de comunicación que está siendo referente para el resto de países, tanto de nuestro entorno cultural como en los menos desarrollados. Nos referimos a la cobertura habitual de los actos criminales perpetrados por asesinos que acaban con la vida de las mujeres con las que se relacionan o estuvieron relacionados sentimentalmente. Desde 1997 se puso en marcha esta revolución que, con mayores y menores aciertos ha contribuido de una manera rotunda a que la sociedad española se sensibilice y se posicione claramente en contra de la violencia masculina contra las mujeres. El Instituto Oficial de Radio y Televisión Española (IORTVE), desde hace siete años, en colaboración con el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, viene desarrollando un trabajo pionero con el objetivo de conseguir sensibilizar a la profesión periodística para que implemente las políticas de igualdad en su trabajo diario. Comenzó su actuación investigando la manera en que los informativos de televisión y radio representaban a las mujeres y a los hombres; de hecho RTVE ha sido el primer grupo mediático en dar formación sobre cómo cubrir la violencia de género<sup>1</sup> y en 2002 se dotó del Manual de Urgencia para el tratamiento de la violencia de género que fue adoptado por Telecinco, Antena 3, Canal +, ABC y la mayoría de las televisiones autonómicas<sup>2</sup>.

Pero en 2004 el Instituto de RTVE enfocó otro de los pilares sobre los que descansa la formación de quienes en el futuro se dedicarán a hacer periodismo: las facultades universitarias; para ello elaboró el *Manual de información en género* que consta de siete capítulos o lecciones fundamentales en las que se ofrece un recorrido por los temas principales, a tener en cuenta, para realizar una información de calidad desde el punto de vista de la igualdad. En 2005 se volvió a tomar el pulso a las noticias audiovisuales en el segundo informe *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, cuyos resultados, sobre las imágenes de mujeres y hombres, se compararon con los obtenidos cuatro años antes. Al año siguiente, 2006, y en el quinto convenio de colaboración establecido entre el Instituto de la Mujer y el de RTVE, se publicó el primer informe hecho en nuestro país específicamente sobre el tratamiento informativo de las noticias de violencia de género<sup>3</sup>. El informe destacó los aspectos positivos de la práctica periodística y a su vez señaló las deficiencias que se observaron en las noticias sobre violencia de género. Por último, en 2007, se estudió el único programa de ámbito nacional especializado en el tratamiento de los hechos relacionados con la violencia doméstica y la violencia de género: Tolerancia Cero de RNE. El informe *La violencia contra las mujeres desde la perspectiva de género en el programa Tolerancia Cero de Radio 5* analiza el programa desde sus objetivos, planteamiento, estructura, contenidos, géneros periodísticos y otros parámetros, y además, plantea una propuesta de programa no sólo sobre violencia de género y

---

<sup>1</sup> Entre noviembre y diciembre de 2001 se dieron dos cursos de 28 horas que contemplaron trabajos prácticos audiovisuales.

<sup>2</sup> Televisión de Galicia, Canal Sur televisión, televisión de Murcia, de Castilla-La Mancha, de Valencia, de Canarias y de Madrid

<sup>3</sup> En los tres telediarios de TVE: los dos de La Primera y La 2 Noticias de La 2: *Representación de la violencia de género en los informativos de TVE*.

violencia doméstica, sino sobre el concepto más amplio de igualdad, sabedores de que no es posible actuar sólo sobre un tipo de noticias, las que cubren la violencia de género, para modificar las concepciones tradicionales que la sociedad todavía mantiene sobre las mujeres. Este paso significativo es consecuencia de considerar que la forma de erradicar la violencia masculina contra las mujeres es un asunto de mayor calado que no debe limitarse al tratamiento de los hechos puntuales de agresiones físicas o asesinatos de mujeres. En este sentido, se apostó por que los medios de comunicación tengan en cuenta a las mujeres en todos los contenidos habituales y ampliar los contenidos sobre acontecimientos que hoy no se cubren habitualmente y en donde están involucradas las mujeres con asuntos que ponen de manifiesto la desigualdad que todavía existe en las sociedades contemporáneas.

Con el documento que presentamos incluimos recomendaciones generales que pueden ayudar a la profesión periodística a mejorar la representación de las mujeres en los medios de comunicación con el objetivo de conseguir una sociedad más justa y libre de violencia para las mujeres, tal como recomiendan los organismos internacionales (ONU, Parlamento europeo, Consejo de Europa y otros) y obligan las leyes españolas como la de Medidas de protección integral contra la violencia de género y la Ley de igualdad efectiva de mujeres y hombres.

## RECOMENDACIONES

### PRÁCTICAS GENERALES EN INFORMATIVOS, PROGRAMAS Y FICCIÓN

1. Aumentar la representación de las mujeres en los contenidos de la programación televisiva, reflejando su realidad, resaltando su presencia y responsabilidad en todos los ámbitos de la sociedad. Las aportaciones de las mujeres, tanto a lo largo de la historia, como en la actualidad, han de ser recuperadas, conocidas y valoradas socialmente; para ello es necesario que tengan un tratamiento respetuoso y de serio reconocimiento en la programación televisiva. Esta práctica evita la estereotipación (reducción de la representación de las mujeres como cuidadoras y amas de casa, como esposas de..., como artistas y como objetos sexuales).
2. Es preciso evitar los estereotipos sexistas sobre los rasgos de la personalidad que tradicionalmente se han asignado a mujeres y a hombres. Los grupos humanos son complejos y existen hombres valientes y mujeres valientes de la misma forma que hay hombres sentimentales y mujeres que también lo son.
3. Las televisiones en su programación y publicidad han de representar también a los hombres realizando labores domésticas y de cuidado familiar, con toda naturalidad, como se hace con las mujeres. Igualdad también es sinónimo de conciliación de la vida personal, familiar y laboral, y para conseguirla es necesario que se muestre la corresponsabilidad en las obligaciones domésticas y familiares de los hombres.
4. Las mujeres objeto de la información deberán ser tratadas de la misma forma que se trata a los hombres; es decir, sin utilizar descripciones físicas, referencias sexistas, estereotipos degradantes ni frases condescendientes.
5. En la ficción y la publicidad deberá tenerse especial cuidado en la sexualización de la infancia a través del vestido o del comportamiento. La sociedad española está posicionada claramente contra la pedofilia que, sin quererlo, puede ser fomentada a través de dichas representaciones.
6. Hay que prestar especial atención al lenguaje y desterrar el sexista, que excluye y vitupera a las mujeres; y utilizar expresiones y términos que las hagan visibles a ellas y sus aportaciones a la sociedad, porque pensamos con palabras. El lenguaje genera realidades y es el instrumento principal para crear la identidad de los seres humanos.
7. La igualdad exige valorar con igual criterio las noticias protagonizadas por hombres y mujeres; deben utilizarse idénticos recursos técnicos y humanos en su desarrollo y presentación.
8. Según la investigación el 80% de las noticias dan la voz a los hombres; hay que recoger de forma equilibrada opiniones y testimonios de mujeres y hombres;

habrá que poner especial cuidado cuando se informa o habla de temas que afecten directamente a las mujeres para no olvidar recoger sus opiniones.

9. No se pondrá en entredicho el comportamiento femenino si, al mismo tiempo, no se penaliza la misma acción protagonizada por los hombres. Padres y madres tienen las mismas obligaciones respecto a su prole.
10. Es necesario incrementar el archivo de imágenes sobre mujeres en todos los ámbitos: político, social, cultural y económico. A veces no salen mujeres porque en los departamentos de documentación no se dispone de imágenes de mujeres o no están catalogadas como tales o resulta imposible localizarlas.
11. Hay que elaborar bases de datos de expertas en todas las profesiones para disponer de su experticia y recoger sus opiniones.
12. El logro de la igualdad requiere incorporar nuevas fuentes de información que ofrezcan otra óptica enriquecedora de la realidad, como las agencias de noticias con perspectiva de género (AMECO Press, Women's eNews, CIMAC, etc.)
13. Las informaciones fruto de la estadística deben desagregar sus datos en función del sexo para reflejar la realidad empírica en la que se encuentran las mujeres y los hombres.

## **LA VIOLENCIA DE GÉNERO**

14. El tratamiento informativo de la violencia de género ha de tener en cuenta que la violencia contra las mujeres no es un suceso, ni un fatal accidente, ni una noticia convencional, ni un asunto privado, ni doméstico; es un delito que atenta contra los derechos humanos de las mujeres, producto de las relaciones de poder que ejercen los hombres maltratadores sobre las mujeres con las que se relacionan.
15. En el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres se ha de poner un cuidado muy especial a la hora de narrar los hechos: detallar la virulencia de la agresión no ayuda en nada a que la sociedad tome conciencia del grave problema y, en cambio, decanta la información hacia terrenos como el morbo y el sensacionalismo, que hay que eludir; consultar siempre a fuentes expertas y evitar las opiniones del vecindario y aquellos otros testimonios que puedan culpabilizar a la víctima o embellecer al agresor; es preciso proporcionar información útil sobre los recursos disponibles para las mujeres y así superar las situaciones de maltrato.
16. Evitar formatos televisivos inadecuados para el tratamiento de la violencia de género (programas del corazón, *reality shows*...) porque desvirtúan, trivializan y llevan hasta la frivolidad una de las mayores causas de muerte para las mujeres en nuestra sociedad.

17. Evitar en las emisiones publicitarias los anuncios de contactos que presentan a las mujeres de forma degradante y ofensiva, como objetos sexuales, que atentan contra su dignidad personal y colaboran en el mantenimiento de situaciones de desigualdad que provocan la violencia de género. Evitar este tipo de tratamiento en cualquier relato informativo o de ficción.

## **PRÁCTICAS INTERNAS EN LA ORGANIZACIÓN**

18. Sensibilizar sobre el importante papel que pueden jugar las imágenes televisivas en el logro de la igualdad y en la erradicación de la violencia contra las mujeres mediante la formación de quienes trabajan en los medios y de quienes ocupan cargos directivos en las televisiones y en las productoras de contenidos. La formación es fundamental para difundir una imagen igualitaria de las mujeres, que abandone las prácticas sexistas y discriminatorias, conscientes o inconscientes, fruto de siglos de educación machista.
19. Impulsar la incorporación de las mujeres a puestos de responsabilidad tanto directiva como profesional, buscando una composición equilibrada en las estructuras y el funcionamiento de las cadenas de televisión. Hay que tener en cuenta que esta medida no garantiza de inmediato una información con criterios de género, pero sí puede ayudar a ofrecer una interpretación de la realidad diferente y enriquecedora, además de aumentar la relevancia de cualquier protocolo de actuación.
20. Realizar un diagnóstico de la situación de las mujeres en las televisiones, tanto públicas como privadas, y fijar objetivos; promoviendo estrategias de análisis continuados sobre lo que se está haciendo en cada momento.
21. Fomentar programas de debate, argumentación y profundización sobre las desigualdades de género en los que participen personas expertas en diferentes disciplinas, con formatos atractivos de indudable servicio público y rentabilidad social.
22. Organizar jornadas de intercambio y reflexión con los/las guionistas de las series de ficción de producción nacional para incorporar el principio de igualdad de género a las tramas narrativas. La mayoría de estos formatos están dirigidos a un público familiar (con gran audiencia de niñas y niños) y difunden estilos de vida muy adecuados para reflejar una imagen igualitaria, no estereotipada y plural de mujeres y hombres.
23. Impulsar programas infantiles, específicamente diseñados para las necesidades de la infancia y su identificación con los valores en igualdad, que pretende trasmitir el sistema educativo, que permitan superar el sexismo y la violencia que aquel engendra.
24. Incorporar la igualdad de género y el tratamiento informativo de la violencia masculina contra las mujeres en los libros de estilo, estatutos de redacción y

guías de buenas prácticas, con normas claras y precisas para conseguir transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las mujeres y de los hombres que lleguen de verdad a las mesas de redacción, a los objetivos de las cámaras y a los departamentos de documentación.

25. Comités de Redacción y Consejos de Informativos han de sensibilizarse con estas prácticas para poder sugerir cualquier cambio en la orientación informativa, que garantice una imagen de las mujeres acorde con los valores constitucionales. Sería deseable caminar en el logro de una Oficina de Género en las televisiones de ámbito estatal o autonómico, con labores consultivas en una primera etapa.
26. Exigir el cumplimiento de estas recomendaciones no sólo al personal propio sino también al personal externo y a las productoras de contenidos audiovisuales con las que se trabaja.

## **PRÁCTICAS SUPRAORGANIZACIONALES**

27. Trasladar este protocolo de actuación a los Consejos Audiovisuales para que, con los medios de recomendación y sanción a su alcance, velen por su cumplimiento.
28. Crear una mesa de diálogo estable en la que estén representados operadores de televisión, productoras de contenidos, guionistas, investigadoras/es, asociaciones de mujeres y Administración para que las necesidades e intereses de las mujeres se reflejen adecuadamente en la programación televisiva.
29. Incorporar estas líneas de conducta de forma institucional en las televisiones públicas y privadas.
30. Promover los premios de calidad entre aquellas emisiones televisivas que reflejen una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres.

**Anexo I:** A continuación se recogen exclusivamente los artículos y disposiciones que hace mención a los medios de comunicación y a la publicidad en la *Ley de medidas de protección integral contra la violencia de género*.

## **LEY ORGÁNICA 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género**

-----

### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

#### III

(...)

En el campo de la publicidad, esta habrá de respetar 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. De otro lado, se modifica la acción de cesación o rectificación de la publicidad legitimando a las instituciones y asociaciones que trabajan a favor de la igualdad entre hombres y mujeres para su ejercicio.

### CAPITULO II

#### **En el ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación**

##### **Artículo 10. Publicidad ilícita.**

De acuerdo con lo establecido en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, se considerará ilícita la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

##### **Artículo 11.**

El Ente Público al que corresponda velar para que los medios audiovisuales cumplan sus obligaciones adoptará las medidas que procedan para asegurar un tratamiento de la mujer conforme con los principios y valores constitucionales, sin perjuicio de las posibles actuaciones por parte de otras entidades.

##### **Artículo 12. Titulares de la acción de cesación y rectificación.**

La Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer, el Instituto de la Mujer u órgano equivalente en cada Comunidad Autónoma, el Ministerio Fiscal y las Asociaciones que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer estarán legitimados para ejercitar ante los Tribunales la acción de cesación de publicidad ilícita por utilizar en forma vejatoria la imagen de la mujer, en los términos de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

### **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 y de sus hijos. En particular, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones.

### **Disposición adicional sexta. Modificación de la Ley General de Publicidad.**

Uno. Se modifica el artículo 3, letra a), de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que quedará redactado de la siguiente forma:

“Es ilícita:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretender promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género”.

Dos. Se adiciona un nuevo apartado 1 bis en el artículo 25 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con el contenido siguiente:

“1 bis. Cuando una publicidad sea considerada ilícita por afectar a la utilización vejatoria o discriminatoria de la imagen de la mujer, podrán solicitar del anunciante su cesación y rectificación:

- a) La Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer.
- b) El Instituto de la Mujer o su equivalente en el ámbito autonómico.
- c) Las asociaciones legalmente constituidas que tengan como objetivo único la defensa de los intereses de la mujer y no incluyan como asociados a personas jurídicas con ánimo de lucro.
- d) Los titulares de un derecho o interés legítimo”.

Tres. Se adiciona una disposición adicional a la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, con el contenido siguiente:

“La acción de cesación cuando una publicidad sea considerada ilícita por afectar a la utilización vejatoria o discriminatoria de la imagen de la mujer, se ejercerá en la forma y en los términos previstos en los artículos 26 y 29, excepto en materia de legitimación que la tendrán, además del Ministerio Fiscal, las personas y las Instituciones a que se refiere el artículo 25.I.bis de la presente Ley”.

**Anexo II:** A continuación se recogen exclusivamente los artículos y disposiciones que hace mención a los medios de comunicación y a la publicidad en la *Ley para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*.

## **LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.**

---

### **Artículo 28. Sociedad de la Información.**

1. Todos los programas públicos de desarrollo de la Sociedad de la Información incorporarán la efectiva consideración del principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su diseño y ejecución.

2. El Gobierno promoverá la plena incorporación de las mujeres en la Sociedad de la Información mediante el desarrollo de programas específicos, en general, en materia de acceso y formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones, contemplando las de colectivos de riesgo de exclusión y del ámbito rural.

3. El Gobierno promoverá los contenidos creados por mujeres en el ámbito de la Sociedad de la Información.

4. En los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas.

## **TÍTULO III**

### **IGUALDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

#### **Artículo 36. La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad pública.**

Los medios de comunicación social de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres.

#### **Artículo 37. Corporación RTVE.**

1. La Corporación RTVE, en el ejercicio de su función de servicio público, perseguirá en su programación los siguientes objetivos:

- a) Reflejar adecuadamente la presencia de las mujeres en los diversos ámbitos de la vida social.
- b) Utilizar el lenguaje en forma no sexista.

c) Adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

d) Colaborar con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y a erradicar la violencia de género.

2. La Corporación RTVE promoverá la incorporación de las mujeres a puestos de responsabilidad directiva y profesional. Asimismo, fomentará la relación con asociaciones y grupos de mujeres para identificar sus necesidades e intereses en el ámbito de la comunicación.

### **Artículo 38. Agencia EFE.**

1. En el ejercicio de sus actividades, la Agencia EFE velará por el respeto del principio de igualdad entre mujeres y hombres y, en especial, por la utilización no sexista del lenguaje, y perseguirá en su actuación los siguientes objetivos:

a) Reflejar adecuadamente la presencia de la mujer en los diversos ámbitos de la vida social.

b) Utilizar el lenguaje en forma no sexista.

c) Adoptar, mediante la autorregulación, códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

d) Colaborar con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y a erradicar la violencia de género.

2. La Agencia EFE promoverá la incorporación de las mujeres a puestos de responsabilidad directiva y profesional. Asimismo, fomentará la relación con asociaciones y grupos de mujeres para identificar sus necesidades e intereses en el ámbito de la comunicación.

### **Artículo 39. La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad privada.**

1. Todos los medios de comunicación respetarán la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación.

2. Las Administraciones públicas promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de autorregulación que contribuyan al cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres, incluyendo las actividades de venta y publicidad que en aquellos se desarrollen.

### **Artículo 40. Autoridad audiovisual.**

Las Autoridades a las que corresponda velar por que los medios audiovisuales cumplan sus obligaciones adoptarán las medidas que procedan, de acuerdo con su regulación, para asegurar un tratamiento de las mujeres conforme con los principios y valores constitucionales.

### **Artículo 41. Igualdad y publicidad.**

La publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con esta Ley se considerará publicidad ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y de publicidad y comunicación institucional.

**Disposición adicional séptima. *Modificaciones de la Ley por la que se incorpora al ordenamiento jurídico española la Directiva 89/552/CEE.***

Se añade una nueva letra e) en el apartado I del artículo 16 de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico española la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de la radiodifusión televisiva, en los siguientes términos:

e) “La publicidad o la tele venta dirigidas a menores deberá transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres”.

## **Anexo III. DIRECTIVAS Y RECOMENDACIONES INTERNACIONALES Y NACIONALES PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA QUE COLABOREN EN EL LOGRO DE LA IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES.**

### **III.1. Principales actuaciones de la ONU sobre los medios de comunicación**

Como consecuencia de las reivindicaciones del movimiento feminista y de las organizaciones de mujeres de los años sesenta y setenta, que también apuntaban a la responsabilidad de los medios de comunicación, por su influencia en la opinión pública, en la situación de desigualdad de las mujeres respecto de los hombres, la UNESCO encargó la primera investigación y se realizó el primer informe que recogía las imágenes producidas por los medios. Posteriormente, la ONU, a través de las sucesivas Conferencias Mundiales sobre las Mujeres promovió la reflexión sobre la importancia de las representaciones que los medios de comunicación elaboraban acerca de las mujeres y de los hombres. Hay que destacar, en la historia de la ONU respecto a este tema, la valoración que hizo en 1980 en donde señalaba que el avance de las mujeres encontraba serias dificultades al diseminar los medios de forma global, con el desarrollo de las nuevas tecnologías, determinadas actitudes basadas en patrones culturales obsoletos. Se recomendaban medidas tales como las regulaciones de los gobiernos y la práctica de analizar y estudiar (monitorear) los medios para avanzar en la participación de las mujeres y reforzar el papel de los medios como agentes integradores.

En **Las estrategias de Nairobi para el avance de las mujeres**, en 1985, se señala el papel central de los medios de comunicación para el avance en el estatus de las mujeres, y llama a *la eliminación de las representaciones estereotipadas y explotadoras de las mujeres en los distintos medios, incluyendo los anuncios publicitarios*. En 1990 la ONU da un paso importante cuando en el **Primer informe y evaluación de las Estrategias de Nairobi** se estableció una relación entre la representación de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación y la violencia real contra las mujeres en la familia y en la sociedad. En dicho informe se reconoció que *la perpetuación en los medios de comunicación de las imágenes estereotipadas, en particular, la glorificación de los roles tradicionales masculinos y femeninos, retrasaba el avance de las mujeres al proporcionar justificación para un statu quo desigual*.

En 1995, la ONU publicó el **Segundo informe y evaluación de las Estrategias de Nairobi**<sup>4</sup> en donde manifestaba, entre otras valoraciones, *el uso insuficiente de los medios de comunicación para promover las contribuciones positivas de las mujeres a la sociedad*. Este es uno de los principales caballos de batalla de las políticas promovidas por la ONU, si las imágenes de las mujeres construidas por los medios no salen de los estrechos y limitados papeles que el patriarcado les ha asignado a través de la historia: como madres, esposas, folclóricas y objetos sexuales, (ahora, también, como víctimas) no es posible que la sociedad pueda modificar sus significados culturales y las mujeres conseguir otro estatus que no sea el de subordinadas. Este documento<sup>5</sup> ya señalaba los puntos que iban a ser desarrollados y considerados (sobre los medios de comunicación) como una de las doce áreas críticas en la IV Conferencia de Beijing, a través de su Plan para la Acción.

Los dos objetivos estratégicos que en 1995 planteó el **Plan para la Acción de Beijing** atendían a la necesidad, por una parte, de conseguir un mayor acceso y participación de las mujeres en los puestos de expresión y decisión de los medios y a través de las nuevas tecnologías de la comunicación, y en segundo lugar, de promover una representación

---

<sup>4</sup> E/CN.6/1995/3/Add.8.

<sup>5</sup> Basado en uno preparado por la UNESCO en 1994 para la Encuesta Mundial sobre el papel de las mujeres en el desarrollo.

equilibrada y no estereotipada de las mujeres. La Plataforma se dirige a todos los actores sociales involucrados: Gobiernos, sistemas mediáticos tanto internacionales como nacionales, organismos nacionales para el avance de las mujeres, ONG's y asociaciones profesionales de los medios y del sector privado y señala una gran variedad de medidas para combatir la estereotipación, entre otras, *desarrollar programas de formación y sensibilización sobre asuntos de género para las y los profesionales de los medios de comunicación incluyendo, añade: "también a propietarios y gestores de ambos sexos"*. Plantea fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de comunicación son discriminatorios, degradantes y ofensivos para las mujeres. También promueve medidas efectivas, incluyendo una legislación apropiada contra la pornografía y la proyección de la violencia contra las mujeres, las niñas y los niños, además de directrices o pautas de comportamiento profesionales y códigos de conducta, considerando que siempre deberían ser compatibles con la libertad de expresión.

La llamada de atención sobre los medios de comunicación no sólo se recogió en el punto J de la Plataforma para la Acción de Beijing, en otro de los doce puntos considerados de interés especial para lograr la igualdad entre mujeres y hombres, el que se refiere a la violencia contra las mujeres, la ONU señala que *"la violencia contra las mujeres es una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, que han conducido a la dominación masculina, a la discriminación contra las mujeres por parte de los hombres y a impedir su desarrollo"*, y aunque hace mención al origen de la violencia en las pautas culturales, señala la responsabilidad de los medios de comunicación: *"Las imágenes de violencia contra las mujeres que aparecen en los medios de comunicación, en particular, las representaciones de violaciones o de esclavitud sexual de mujeres y niñas, así como su utilización como objetos sexuales, incluyendo la pornografía, son factores que contribuyen a que se perpetúe esa violencia, que perjudica a la comunidad en general y, en particular, a la juventud y a la infancia"*.

Posteriormente<sup>6</sup>, las recomendaciones de la Reunión del Grupo de Expertas recogían la necesidad de que las organizaciones y profesionales de los medios desarrollasen políticas con sensibilidad de género, códigos y recomendaciones como medidas para abordar el problema de los prejuicios de género, incluidos los estereotipos basados en el género y la inadecuada atención a las experiencias, preocupaciones y puntos de vista de las mujeres; y se les animaba a introducir la perspectiva de género en las recomendaciones y códigos éticos y profesionales.

### III.2. Normativa de la Unión Europea

De la misma forma que la ONU, la Unión Europea ha venido estableciendo una relación de causa-efecto entre el acceso y la promoción de las mujeres en los medios de comunicación y una imagen más diversa y menos estereotipada de las mujeres en los productos mediáticos, al sostener la hipótesis de que se conseguiría modificar las imágenes de las mujeres en los medios cuando constituyesen una mayoría significativa de la fuerza laboral, y fueran accediendo a puestos directivos y con poder de decisión real. Por eso el Consejo de Europa, en su recomendación de 1984<sup>7</sup>, sobre igualdad entre hombres y mujeres en los medios, dirige un llamamiento a los Estados para que, mediante la participación de las mujeres en los órganos de decisión, *garanticen la protección de la dignidad de la mujer, y promuevan una imagen positiva que excluya cualquier tipo de estereotipo sexual*. También en 1987, en otra **Resolución del Parlamento Europeo**<sup>8</sup> sobre presentación y posición de la mujer en los medios de comunicación de masas, se recomienda a éstos que desarrollen planes y medidas positivas para la promoción de la mujer que garanticen la no discriminación en materia de

<sup>6</sup> 3-14 de marzo de 2003. 47 Sesión: Commission on the Status of Women: "Participation and access of women to the media, and information and communication technologies and their impact on and use as an instrument for the advancement and empowerment of women".

<sup>7</sup> Recomendación (84)17 del Comité de Ministros del Consejo de Europa, de 25 de septiembre de 1984.

<sup>8</sup> (DO n° C 305 de 16.11.1987).

contratación, formación y promoción, “*partiendo del convencimiento de que una mayor presencia de mujeres en puestos de responsabilidad de los medios de comunicación contribuiría a que se prestase mayor atención a los temas que afectan a las mujeres, a presentarlas con una imagen más acorde con la realidad y a alentarlas en la reivindicación de sus propios derechos de un modo más intenso*”.

Durante la vigencia del **II Programa comunitario a medio plazo (1986-1990)** la Comisión Europea identificó a la industria de los medios de comunicación como uno de los sectores clave a través de los cuales se puede influir en la opinión pública y se creó el Comité para la Igualdad de Oportunidades en el sector de la Radiodifusión y de la Televisión, cuyo objetivo específico era convencer a los organismos de radiodifusión y televisión de que fomentaran la igualdad de oportunidades. Este Comité, además de diversas recomendaciones en materia de empleo, publicó un folleto que incluía un código de buenas prácticas.

Posteriormente se elabora por la Comisión Europea el **III Plan de Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1991-1995)** en donde se establecieron acciones para promover una imagen positiva de la mujer y el fomento de una mejor representación de las mujeres en los medios de comunicación y en su entorno institucional y profesional; también se proponía la promoción de acciones para desarrollar programas innovadores destinados a combatir los tópicos tradicionales y a promover una imagen positiva de las mujeres y de los hombres.

En 1994, la **Conferencia Europea de Ministras de los Estados miembros del Consejo de Europa**, que tuvo lugar en Bruselas el 7 de marzo de aquel año, proclamó su voluntad de lograr “la realización de una igualdad efectiva entre los hombres y las mujeres en la Europa del mañana”, declarándose a favor de fomentar una imagen positiva de las mujeres y de los hombres, exenta de prejuicios y estereotipos, e insistiendo en la necesidad de adoptar todas las medidas posibles indicando como ejemplo un código ético para prevenir las discriminaciones contra las mujeres.

A raíz de la Plataforma para la Acción de Beijing se publicó una **Resolución, el 10 de noviembre de 1995<sup>9</sup>, del Consejo y de los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros de la UE** sobre el tratamiento de la imagen de las mujeres y de los hombres en la publicidad y los medios de comunicación en donde se señalaba que los estereotipos ligados al sexo en la publicidad y en los medios de comunicación eran uno de los factores de las desigualdades que influyen en las actitudes con respecto a la igualdad entre mujeres y hombres, y que podían aportar una contribución importante al cambio de actitudes en la sociedad si reflejaban la diversidad de funciones y potencialidades de las mujeres y de los hombres, y que no debían atentar contra el respeto a la dignidad humana ni incluir elementos discriminatorios por razón de sexo. Además, hacían una serie de recomendaciones a los Estados miembros y también a los medios de comunicación para que colaboraran en el logro de la igualdad mediante la adopción de códigos de autorregulación voluntaria, de técnicas creativas que reflejasen la diversidad de funciones de las mujeres y de los hombres, y a ser conscientes del efecto de la estereotipación sobre la salud física y psíquica de la juventud.

El **IV Programa de Acción Comunitario para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres (1996-2000)**, aprobado por el Consejo de Ministros de Trabajo y Asuntos Sociales el 22 de diciembre de 1995, contemplaba cinco objetivos entre los cuales se recogía el fomento del cambio de actitudes en la educación, la cultura y los medios de comunicación, además de las nuevas comunicaciones y los sistemas multimedia que, valoraba, intensifica las imágenes estereotipadas de los papeles de hombres y mujeres como trabajadores o cuidadoras, activos o a cargo, productivos o no productivos, y señalaba que las

---

<sup>9</sup> (DO n° C 296).

imágenes estereotipadas sobre el sexo estaban desfasadas. Instaba a fomentar la investigación, la información y la sensibilización a nivel transnacional para conseguir no solamente transmitir una imagen positiva de las mujeres, como se señalaba en el III Programa de Acción, sino fomentar un cambio en las experiencias de hombres y mujeres y sus aspiraciones en los ámbitos público y privado.

En octubre de 1997 se publicó una **Resolución del Parlamento Europeo sobre la discriminación de la mujer en la publicidad**<sup>10</sup> en la que se pide a los Estados miembros que los pactos y convenios internacionales relativos a la no discriminación se traduzcan en normas jurídicas y en hechos; y exige que se adopten medidas legislativas para prohibir cualquier forma de pornografía en los medios de comunicación y en la publicidad, y que se prohíba la publicidad de los productos pornográficos y del turismo sexual. A las industrias publicitarias y de los medios de comunicación les pide que contribuyan al cambio de mentalidades para conseguir la igualdad, que rechacen la difusión de imágenes que degraden la dignidad de la mujer; y a que se combatan los estereotipos sexistas en los contenidos, el lenguaje y las imágenes; que eviten degradar a la mujer como objeto sexual del hombre y que no la reduzcan al papel de portadora de la belleza externa y de disponibilidad sexual; les llama también a que sean más creativos y a que el sector de la publicidad se dote de mecanismos voluntarios de autorregulación.

El V Programa de Acción, **“Hacia una estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre hombres y mujeres (2001-2005)**, señalaba: *“Al perpetuar una imagen negativa o estereotipada de la mujer, especialmente en los medios de comunicación y en los canales de información y entretenimiento informatizados, en la publicidad y en el material educativo, no se está ofreciendo una imagen exacta ni realista de los múltiples roles de las mujeres y los hombres, ni de sus contribuciones a un mundo cambiante”* y por eso añade que: *“sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”*.

**El Plan de trabajo para la igualdad entre las mujeres y los hombres (2006-2010)**, actualmente vigente, destaca seis áreas prioritarias de la actuación de la UE en favor de la igualdad de género para el periodo señalado: la misma independencia económica para las mujeres y los hombres; la conciliación de la vida privada y la actividad profesional; la misma representación en la toma de decisiones; la erradicación todas las formas de violencia de género; **la eliminación de los estereotipos sexistas**, y la promoción de la igualdad de género en la política exterior y de desarrollo.

En concreto se plantea eliminar los estereotipos sexistas en la educación, la formación y la cultura y en el mercado laboral, y también, en los medios de comunicación cuando señala: *“Los medios de difusión tienen una función clave en la lucha contra los estereotipos sexistas. Pueden contribuir a presentar una imagen realista de la competencia y el potencial de las mujeres y los hombres en la sociedad actual y evitar retratarlas de manera degradante y ofensiva. Tanto el diálogo con los interesados como las campañas de sensibilización deben promoverse a todos los niveles”*.

Por último, la resolución 1557 de la **Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa** *La imagen de las mujeres en la publicidad*, de 26 de junio de 2007, establece doce recomendaciones a los gobiernos que comienza poniendo de manifiesto que las imágenes de las mujeres en la publicidad de hoy están totalmente reñidas con los papeles reales que las mujeres llevan a cabo en las sociedades contemporáneas y denuncia que demasiado a menudo la publicidad muestra a las mujeres en situaciones que son humillantes y degradantes o, incluso, violentas y ofensivas para la dignidad humana. La Asamblea incluso muestra su enfado por el

---

<sup>10</sup> (DO n° C 304 de 6 de octubre de 1997).

hecho de que son las mujeres casi siempre a las que se las presenta como meras consumidoras u objetos sexuales. Aclara que el respeto por la dignidad humana debería ser uno de los objetivos constantes de los publicitarios. También da un tirón de orejas a los Estados por la falta de leyes adecuadas y de códigos publicitarios, y se refiere explícitamente al daño (la anorexia, por ejemplo) que la publicidad puede causar en la salud de las jóvenes. Por último, amparándose en la Convención de las Naciones Unidas del 18 de diciembre de 1979 sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres, la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa enfatiza la necesidad de actuar en tres frentes: regulación, autorregulación y formación para ayudar a la gente a reaccionar críticamente ante la publicidad. Respecto a este último punto, el Consejo de Europa es muy exhaustivo y explícito, de manera que recomienda seguir cursos de capacitación sobre igualdad entre mujeres y hombres para evitar la discriminación a quienes trabajan en publicidad; promover programas en las escuelas para que las niñas y los niños distinguan la publicidad de la realidad; y al público en general, a través de campañas masivas, para que se de cuenta de que pueden intervenir para evitar la publicidad sexista y violenta.

### **III.3. Normativa en el Estado Español**

El **IV Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (2003-2006)** del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales se plantea en el área dedicada genéricamente a la transmisión de valores y actitudes igualitarias dos objetivos prioritarios: el primero “promover y difundir los valores y prácticas en los que se fundamenta la igualdad entre mujeres y hombres” y el segundo: “evitar una imagen estereotipada y sexista de las mujeres en los medios de comunicación y la publicidad”. Para lograr el segundo objetivo el IV Plan promueve seis actuaciones: Fomentar que los medios de comunicación difundan los logros y avances de las mujeres; sensibilizar a la sociedad, animándola a denunciar las campañas publicitarias sexistas, potenciando el Observatorio de la publicidad; promover la formación de las y los profesionales de la comunicación y la publicidad, para el correcto tratamiento de la imagen de la mujer; elaborar una Guía de Buenas Prácticas, dirigida a los medios de comunicación, que incluya recomendaciones para evitar el tratamiento sexista de la información; impulsar medidas para modificar los patrones de belleza que repercuten negativamente en la salud de las mujeres y por último, convocar un premio anual para los mensajes publicitarios que se hayan distinguido en el tratamiento igualitario de la imagen de la mujer y/o en la eliminación de los estereotipos sexistas.



# MUJER, VIOLENCIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DOSSIER DE PRENSA



© Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2002

Carretera Dehesa de la Villa, s/n.

MADRID

Depósito legal: M. 51220-2002

Imprime: EGRAF, S. A.

# ÍNDICE

## DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO.

<b>TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES</b> ....	7
Así se hizo. METODOLOGÍA.....	7
MARCO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES .....	8
VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES. TRATAMIENTO INFORMATIVO.....	11
• Valoración .....	11
• Contenido .....	12
• Forma.....	13
• Lenguaje .....	14

<b>MANUAL DE URGENCIA: Mujer, Violencia y Medios de Comunicación</b> .....	17
----------------------------------------------------------------------------	----

## ESTUDIO:

<b>La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación</b> .....	21
Pilar López Díez	

## ANEXOS

– Relación de documentos nacionales e internacionales sobre medios de comunicación y perspectiva de género .....	36
– Evolución de la legislación internacional para la erradicación de la violencia contra las mujeres .....	38
– Resumen de actividades desarrolladas en la campaña europea contra la violencia doméstica.....	40
– Fechas institucionales a tener en cuenta sobre la violencia contra las mujeres en España .....	40



# DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO

---

## TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA violencia doméstica





## DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO

### TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES

En 1997 el caso Ana Orantes, muerta a manos de su marido tras denunciar malos tratos en un programa de televisión, saca a la luz pública una realidad, la de la violencia doméstica, que hasta ese momento estaba enquistada en el ámbito de lo estrictamente privado.

Las revelaciones de Ana Orantes, de una excepcional crudeza y su posterior asesinato, consiguieron que una amplia capa de la sociedad cobrara conciencia de la amplitud y gravedad de un problema que había permanecido en muchos casos oculto, mantenido en secreto por las propias víctimas.

Desde ese momento, se multiplica la difusión de noticias sobre malos tratos en el ámbito doméstico y, cuando en marzo de 2001 el CIS –Centro de Investigaciones Sociológicas– publicó un informe sobre el calado de estas informaciones, el 92 % de los encuestados afirmó haber visto, oído o leído noticias referidas a malos tratos a mujeres en los seis meses precedentes.

En una primera etapa, los formatos y programas populares ayudaron no sólo a destapar el problema, sino a crear una conciencia crítica colectiva frente a los malos tratos, sobre todo en las capas sociales más bajas, y a pesar de un tratamiento informativo cuestionable, a veces sensacionalista.

Hoy las personas expertas coinciden en que la situación es otra y que los medios de comunicación deben contribuir de forma decisiva a una didáctica social dirigida a eliminar este tipo de violencia.

Sin embargo, el tratamiento de esta clase de informaciones sigue presentando multitud de elementos de distorsión que pueden apartar la atención respecto al problema en sí: la violencia de dominación que se ejerce contra las mujeres.

El objetivo de este foro es proponer un espacio de reflexión sobre el tratamiento de la violencia doméstica contra las mujeres en los medios de comunicación, así como la elaboración de un protocolo, con las aportaciones de profesionales, juristas, organizaciones de afectadas y agentes sociales, que permita tratar el tema con la necesaria sensibilidad.

### Así se hizo. Metodología

Este documento es el resultado de un laborioso trabajo de investigación, análisis y debate en el que han participado decenas de personas, conocedoras o expertas, por su trabajo o experiencia profesional, de la violencia contra la mujer en el ámbito doméstico. Personas del entorno de las víctimas, del círculo institucional y de las asociaciones de mujeres y profesionales de los medios de comunicación

1. En primer lugar, el equipo reunió y sistematizó noticias relacionadas con la violencia doméstica en prensa, radio y televisión, noticias que fueron analizadas para detectar hábitos, modos y tendencias. De ahí se extrajeron unas constantes sobre la manera de abordar este problema en los medios.
2. Esas conclusiones provisionales sirvieron de referencia para elaborar un cuestionario estructurado en los siguientes apartados:
  - Diagnóstico de la situación: cómo se está ofreciendo esta información en la actualidad.
  - Valoración: cómo valorar y dónde ubicar las noticias sobre violencia de género.
  - Contenido: qué aspectos o qué datos de la noticia son relevantes, cuáles superfluos y cuáles arriesgados.
  - Forma: ilustración, narrativa, recursos estilísticos en el diseño, elaboración o montaje.
  - Lenguaje: palabras, expresiones, frases hechas que pueden inducir a errores de lectura o interpretación.
3. Con ese cuestionario como base, se convocaron tres reuniones sectoriales para escuchar las opiniones de los profesionales: prensa, radio y televisión. Responsables de informativos, redactores-jefes del área correspondiente o periodistas especializados en este tipo de noticias de los más importantes diarios nacionales y algunos de ámbito regional o provincial aportaron sus reflexiones y sus propuestas de actuación. Las sesiones fueron grabadas y transcritas, y posteriormente, analizadas y estructuradas por el equipo técnico.

4. De la misma manera un amplio abanico de editores y responsables de informativos de los principales medios nacionales respondieron a través del correo electrónico a ese cuestionario. Respuestas que fueron igualmente tabuladas y estructuradas por el equipo técnico.
5. Con el resumen de las reflexiones y las propuestas de los profesionales, se elaboró un borrador de documento con el diagnóstico de situación y las propuestas o recomendaciones de actuación.
6. Con ese borrador como documento base se convocaron nuevas reuniones, en este caso multidisciplinarias para someter a su consideración las propuestas y escuchar sus iniciativas: Un primer encuentro con el mundo universitario, más en concreto con aquellos departamentos y universidades que han investigado sobre alguno de los múltiples aspectos del problema; un segundo con especialistas de la policía, la judicatura, la abogacía, la psicología o las instituciones de ayuda a la mujer; y, finalmente, una tercera reunión con las asociaciones de víctimas y responsables de centros de acogida. Encuentros todos ellos de gran utilidad porque permitieron incorporar al documento otras sensibilidades diferentes en algunos casos a las puramente informativas.
7. Finalmente, el equipo técnico estructuró el documento final en tres formatos diferentes:
  - el documento llamado *De lo privado a la público*, que recoge ampliamente en su primera parte el diagnóstico sobre el tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación y, en su segunda, las propuestas de actuación.
  - Todas esas propuestas, comprimidas para facilitar su consulta rápida, se le ha dado forma en un *Manual de Urgencia*.
  - En tercer lugar, de ese manual hemos extractado un *decálogo* para garantizar una mejor divulgación al que se ha dado forma de marcador.

## EL MEDIO Y EL MENSAJE

### MARCO GENERAL DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

#### Consideraciones generales

##### 1. *El peso de la imágenes de género femenino y masculino*

La violencia doméstica contra las mujeres constituye un grave problema social consecuencia de la dominación ancestral que el hombre ejerce sobre la mujer, y que presenta profundas raíces sociales y culturales. Es un problema, por tanto, que se debe enmarcar dentro de la definición de violencia contra las mujeres, y que tiene que ver con el papel de sumisión al que la mujer ha sido durante siglos relegada.

Cabe plantear una reflexión respecto a cómo en la prensa, la radio, el cine, la publicidad o la televisión, y en general en toda la industria de la cultura, se detecta un constante goteo de imágenes y expresiones que alimentan precisamente ese patrón que muestra una visión deformada de la mujer como víctima, objeto, sexo débil y figura dominada y vicaria.

##### *Una tarea global, más allá de la noticia*

A pesar de los avances registrados en los últimos años, en los que se observa, por parte de las y los profesionales, una mayor toma de conciencia sobre la imagen discriminatoria de las mujeres en los medios de comunicación, eliminar los mensajes que contribuyan a crear este estereotipo femenino, debería ser, sin duda, el punto de partida prioritario para poder afrontar con posibilidades de éxito el problema de la violencia que se ejerce contra las mujeres.

Se trata, por tanto, de una tarea global, que va más allá de un enfoque correcto en una noticia sobre malos tratos.

### *Ampliar el campo de representación de la mujer*

Es importante ampliar la representación de las mujeres con imágenes positivas que reflejen la auténtica realidad. Conviene recordar que hay mujeres juezas, ingenieras, transportistas, astronautas, agricultoras o ministras, y que eso debe reflejarse también en la imagen que de la mujer transmiten los medios de comunicación. Es una manera de acercarnos a la realidad y de ampliar el campo de representación de la mujer para evitar que se sobredimensione la violencia.

## **2. La urgencia informativa: Escasa o nula reflexión**

La inmediatez que requiere la elaboración de informaciones para la radio, las ediciones digitales de la prensa, la competencia de los programas de sucesos y magazines, hace que la reflexión sobre las noticias de malos tratos sea en ocasiones escasa o nula, con todos los riesgos que ello conlleva a la hora de valorar, sopesar versiones y testimonios, e investigar las causas y las circunstancias de la noticia.

### *Especialización y observatorios de reflexión*

Sería importante que en las redacciones de los periódicos, de las televisiones y las emisoras de radio, y en las agencias de noticias y de publicidad se alentara la valoración y el debate del trabajo realizado y que sirvieran para generar un cambio de actitud respecto al problema de la violencia doméstica contra las mujeres, buscando la dignificación del mensaje informativo.

De la misma manera se apunta como necesaria la especialización y por consiguiente la formación, no sólo de las personas que trabajan con este tipo de noticias, sino de todas las personas que informan sobre ellas.

## **3. La necesidad de síntesis: Pérdida de matices**

La concisión del lenguaje informativo, la dictadura del tiempo en los noticiarios de radio y televisión o en los medios digitales obliga a una síntesis que se enfrenta a las exigencias de claridad y sensibilidad que un asunto tan complejo necesita.

De otro lado se observa una peligrosa *rutinización* informativa, una cierta burocratización en el tratamiento de las noticias referidas a la violencia contra las mujeres. Y no es aconsejable generalizar. No todos los casos son iguales y su ubicación en lo que se conoce como “violencia de género” ó “violencia contra las mujeres” es la consecuencia final y no el punto de partida.

## **4. La búsqueda de referencias para titular: El riesgo de los lugares comunes**

Las normas tipográficas o de estilo de los diferentes medios obligan a veces a titular de manera tan esquemática que resulta difícil transmitir los distintos matices del hecho en tan pocas palabras.

El recurso fácil a los lugares comunes como punto de encuentro con el lector arrastra no pocos riesgos que deben sopesarse. Determinadas frases de impacto introducen una dosis de frivolidad y de justificación encubierta altamente peligrosa.

Por otro lado, la obsesión de buscar que la comunicación sea asequible, de lograr un lenguaje coloquial, puede igualmente pervertir la información al buscar contextos costumbristas o supuestas referencias culturales.

## **5. La espectacularidad en la televisión: El dramatismo**

La escasa educación audiovisual del público con el espectáculo como referencia, y la búsqueda de audiencia por encima de consideraciones éticas, nos sitúa en ocasiones ante perversiones informativas que en nada contribuyen a una mejor comprensión del problema. Llamar la atención sobre los aspectos más dramáticos para buscar espectacularidad puede aumentar la conmiseración por las víctimas pero hacer, al tiempo, que se pierda la perspectiva global.

En el caso de la televisión existe un mensaje verbal, y un mensaje no verbal. Determinado tipo de escenografías, vestuario o puestas en escena no ayudan a dar al tema de la violencia doméstica contra las mujeres la importancia y gravedad que se merece.

Tampoco contribuye a ello determinadas denuncias en programas *late night* a cargo de conocidos personajes del mundo del corazón, en un marco de frivolidad y espectáculo.

## 6. *Informativos y programas*

Se observan significativas diferencias en el tratamiento de este tipo de noticias en los espacios informativos y en el área de programas. Los informativos, en general, han comenzado a tomar todas las prevenciones ante noticias de malos tratos para evitar los riesgos a los que se está aludiendo. Pero en los programas, con la lucha por la audiencia como bandera, se cae con frecuencia en el *infoespectáculo* sin más aspiraciones.

A veces, se atenta contra el derecho de las víctimas, se frivoliza sobre el móvil aportando conjeturas, testimonios banales, en definitiva, aportando informaciones superfluas y engañosas.

## 7. *Prensa: La tentación del sensacionalismo*

Aunque en España han fracasado los sucesivos intentos de lanzar productos de prensa popular o *amarilla*, los periódicos se ven obligados a captar lectores día a día en los quioscos, convertidos casi en escaparates. En algunos casos todavía se recurre al trazo grueso —“Le asestó 25 puñaladas”, “A sartenazos”—, para llamar la atención del comprador/ compradora.

Con propuestas de este tipo, se entra de lleno en el esquema de la noticia de sucesos con el riesgo de trivialización que ello supone.

## 8. *La necesidad de encontrar fuentes adecuadas*

La utilización interesada, a veces irresponsable, del testimonio de las víctimas ha llevado a asociaciones de ayuda a las mujeres a negarse a que las personas bajo su tutela aparezcan en los medios de comunicación, aún cuando pudiera haber garantías de un tratamiento equilibrado.

Ese rechazo no se ha visto acompañada de otras alternativas. Sería conveniente, en este sentido, contar con personas que, desde organizaciones e instituciones pudieran dar voz a las víctimas con un mensaje que vaya más allá del meramente legal o administrativo y que sepan captar la atención del público.

### *Fuentes institucionales y opiniones particulares*

En lo que respecta a las instituciones, debería evitarse declaraciones a título particular. La colaboración de policías, jueces y juezas o de la fiscalía, a título individual, con los medios de comunicación, ofreciendo opiniones propias, muchas veces efectuadas de forma irreflexiva al calor de los hechos, supone un alto riesgo, dada la credibilidad que se presta a estas fuentes.

En todo caso, es labor del periodista o la periodista saber cuándo dichas fuentes hablan a título personal, y cuándo lo hacen en nombre de la institución que representan.

## 9. *Dar también buenas noticias*

Tan útil o más que dar la noticia de un caso de malos tratos, es ofrecer otras aportaciones eficaces para afrontar el problema: seguimiento detallado de casos, iniciativas novedosas, sentencias ejemplares, seguimiento judicial de un agresor para evitar el regreso al domicilio conyugal...

Las asociaciones de víctimas, instituciones públicas y, por supuesto, los y las profesionales de los medios, deberían implicarse en una política activa de información, más allá de los datos o las campañas concretas.

## 10. *La noticia de agencia y la noticia de medio: La selección errónea*

La noticia de agencia ofrece diversos ángulos, testimonios o hipótesis para que cada periodista de los medios siga, investigue y seleccione. Hay que entender estas dos diferentes funciones del trabajo periodístico porque, si no es así y asumimos como válido y sólidamente así cuanto recoge la noticia de agencia, estaremos asumiendo no pocos riesgos.

Conviene evitar aquellos datos que pueden dirigir la atención hacia aspectos colaterales de la información. Las condiciones étnicas, culturales o laborales de quienes protagonizan los hechos ayudan a configurar y en ocasiones a deformar el hecho noticiable.

De hecho los malos tratos a mujeres suelen asociarse con ambientes marginales, tendencia que hay que superar. Dar a conocer el hecho de que la violencia doméstica existe en todas las clases sociales puede contribuir a reforzar la autoestima de las víctimas.

## 11. Una realidad difícil de cuantificar

La cuantificación de la violencia contra las mujeres es un aspecto que tiene distintos tratamientos estadísticos según la realidad que cada entidad u organismo contempla.

Los datos pueden referirse a distintos tipos de violencia o a distintos ámbitos territoriales. Por eso, en la tarea informativa, es necesario conocer y contrastar con las fuentes qué situaciones contemplan las estadísticas concretas que se facilitan (en el ámbito de la pareja, en el de la familia, violencia contra las mujeres fuera del ámbito doméstico, violencia sexual, etc.).

## VIOLENCIA DOMÉSTICA CONTRA LAS MUJERES TRATAMIENTO INFORMATIVO

### Valoración

#### 1. *No es una noticia convencional y, por tanto, debe valorarse con las debidas cautelas*

Si su inclusión en el informativo o sección no responde a una valoración informativa adecuada, el resultado puede ser pernicioso. Hay que dejar claro que los malos tratos son un problema social, y que la violencia contra las mujeres constituye un atentado contra el derecho a la vida, la dignidad y la integridad física y psíquica de las víctimas; en definitiva, un atentado contra ellas y contra sus derechos humanos.

Quienes la padecen presentan un perfil que no se corresponde con el de las víctimas de un suceso aislado. Los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, y no se puede presentar como un crimen pasional. Por tanto, las noticias referidas a la violencia contra las mujeres deben ubicarse en las secciones de sociedad, y nunca como sucesos.

También es importante cuidar la confección del bloque de noticias que rodean a la que se presenta. Un caso de violencia de género a continuación de una noticia sobre un ajuste de cuentas entre bandas, por ejemplo, un incendio o un accidente, induce a una lectura muy diferente a la pedagogía social que se pretende. Se trataría, entonces, de un suceso aislado o fortuito y no de un problema de profundas raíces sociales.

Hay que resaltar, igualmente, la influencia negativa que plantea la convivencia en los medios de comunicación de noticias de violencia doméstica con otras informaciones que frivolizan o degradan la imagen de las mujeres.

#### 2. *Evitar el efecto narcotizante*

La opinión general es que deben darse todas las noticias de violencia doméstica con resultado de muerte, así como sentencias judiciales, incumplimiento de las mismas y, en general, todas las noticias que contribuyan a evidenciar la raíz del problema, tanto las que critiquen deficientes actuaciones como las que aporten posibles soluciones.

Dar a conocer a la sociedad que un asesinato, una agresión, ha tenido su castigo, sitúa en el camino hacia la tolerancia cero con los malos tratos.

Ahora bien, este tipo de informaciones, dadas de forma continuada, puede generar en la audiencia un efecto narcotizante. Para evitarlo, las y los profesionales deben plantearse tratamientos informativos diferentes y novedosos, evitando fórmulas del estilo de “un caso más”, “otro caso de...”, y sí remarcando, por ejemplo, los aspectos que podrían haberlo evitado.

Otra sugerencia es aportar material de apoyo, contextualizando la información, así como buscar ramificaciones del problema: salidas, nuevos proyectos, campañas.

#### 3. *No justificar el morbo con el interés social*

Dado el interés social que este tipo de noticias despiertan, a veces se catalogan en el paquete de las llamadas “con tirón”. Unas informaciones que se colocan en el minutado en momentos de máxima competencia.

En este sentido, sería deseable mantener los criterios ya expuestos a la hora de valorar y ubicar estas noticias, sin recurrir al cierre emotivo ni a la apertura sensacionalista.

Habría que hacer lo posible por conseguir de las y los profesionales, pero también de las empresas, el compromiso de no buscar rentabilidad económica o en términos de audiencia con este tipo de informaciones.

## Contenido

### ***4. Es necesaria una rigurosa investigación***

Las noticias referidas a los malos tratos contra mujeres, por sus especiales características, exigen una rigurosa investigación y contraste. Y sólo después de las oportunas averiguaciones, y si así se dedujere, se deberá contextualizar la noticia dentro de lo que se conoce como violencia contra las mujeres.

Sería deseable no aplicar clichés de urgencia, irreflexivos y no comprobados. Puede ser políticamente correcto, dado el peso cultural del androcentrismo, pero alejado de la ética profesional.

### ***5. No vale como referencia la plantilla habitual de una noticia de sucesos***

Los malos tratos domésticos no son un suceso, un hecho aislado, o algo que ocurre de forma accidental, sino que se enmarcan en un problema más amplio, el de la violencia contra las mujeres, en el que se debe situar evitando la tentación de buscar móviles convencionales.

#### *Datos sí, pero con criterio*

Determinadas informaciones sobre desavenencias conyugales pueden ser erróneamente interpretadas, e inducir a pensar que los malos tratos pueden ser consecuencia lógica de una situación de deterioro. Por el contrario, subrayar las buenas relaciones de la pareja, es un argumento que podría avalar la hipótesis del arrebato pasional.

### ***6. Atención a los testimonios cercanos al agresor o la víctima***

En muchos casos son testimonios inducidos por las preguntas de quién informa y entre personas sin preparación para hablar ante los medios. Obnubiladas por su momento de gloria ante las cámaras, no son conscientes en la mayoría de los casos de la trascendencia de sus declaraciones. En otras ocasiones, pueden ser parte interesada.

En general, el vecindario, la familia y quiénes se prestan a dar testimonio suelen sugerir hipótesis más que dar información fiable sobre lo sucedido. Valoran según sus referencias culturales y con frecuencia irreflexivamente ante las preguntas insistentes del o la periodista que intenta encontrar sonidos e imágenes para ilustrar la noticia.

Deben extremarse, además, las cautelas con aquellas personas que únicamente buscan notoriedad, presencia gratuita ante las cámaras, defensa interesada del agresor, o las que aportan detalles morbosos carentes de interés.

### ***7. Consultar opiniones de personas expertas, sentencias judiciales, campañas de información y prevención, ayudan a ubicar adecuadamente el problema***

En contra de lo que pudiera parecer, hay un gran desconocimiento entre las víctimas de la violencia sobre el camino a seguir para poner fin a su situación. En muchas ocasiones, las propias víctimas no son siquiera conscientes de que lo son. Pero las informaciones de servicio público no se improvisan: hay que asesorarse. Es aconsejable instar a la audiencia a informarse antes de denunciar. A veces, las buenas intenciones juegan malas pasadas y hay riesgos que no debemos correr.

Las asociaciones de mujeres maltratadas apenas aparecen en el relato de estas noticias. Se les consulta para contrastar datos pero casi nunca se incluyen declaraciones de estos colectivos.

### ***8. Es importante destacar las denuncias previas, procesos judiciales pendientes, órdenes de alejamiento...***

Es importante completar la información sobre las circunstancias que rodean cada caso, los antecedentes policiales o judiciales, los incumplimientos de las medidas adoptadas o la asistencia recibida por la víctima. Todo ello con el objetivo de alertar sobre los posibles riesgos futuros a que están expuestas las mujeres maltratadas.

No obstante, hay que tener en cuenta la influencia que sobre otras víctimas pueden ejercer un tratamiento alarmista de dichos riesgos, ya que disminuiría su confianza en el apoyo que pueda recibir su denuncia.

## Forma

### 9. *Identificar claramente la figura del agresor*

Una conciencia profesional escrupulosa nos llevaría a no mostrar al agresor mientras no haya sentencia. Aunque determinadas personas son partidarias de dar nombres y apellidos de los agresores siempre que haya evidencias suficientes sobre su culpabilidad, conviene extremar la cautela en esta cuestión, ya que un error de identidad –se han dado casos– puede tener consecuencias imprevisibles que conviene evitar.

En cualquier caso sí es importante dejar claro quién es el agresor, y quién la víctima. Y más importante aún es definir claramente de cómo es el maltratador, su manera de actuar y su comportamiento público o privado, porque ello ayudaría sobremanera a que muchas mujeres puedan tomar conciencia de su situación de riesgo.

### 10. *Cautela en la identificación de la víctima*

Nunca se deben utilizar sonidos o imágenes “robados” de la víctima. Sólo se divulgará la imagen si es consentida, pero no al calor de los hechos, sino una vez recuperados la autoestima y el equilibrio emocional y con el consiguiente asesoramiento.

Cabe preguntarse sobre la conveniencia de mostrar los efectos de los malos tratos, y en qué medida no se caería en un morbo fácil. Divulgar las secuelas podría ser una buena herramienta para hacer pedagogía social, pero en todo caso debe prevalecer el respeto a la integridad moral de las víctimas.

### 11. *Evitar la criminalización de las víctimas*

Deben evitarse aquellos recursos de ocultación de las víctimas que den apariencia de criminalización: efecto mosaico, tiras en ojos, disfraces, distorsiones de voz... Se aconseja utilizar otros medios de estética menos agresiva: contraluces, juegos de sombras, voces en *OFF*..

En todo caso, el apoyo gráfico de la información debe respetar la dignidad de la persona. Debe realizarse una reflexión a fondo sobre la oportunidad de mostrar ,o no, la imagen de víctimas mortales de malos tratos.

### 12. *La reconstrucción de los hechos es un recurso no exento de riesgos*

Sobre todo en programas o en grandes reportajes, a veces se atraviesa la frontera entre el legítimo acercamiento a la realidad y los aditamentos morbosos tratados de manera acrítica.

Las reconstrucciones son útiles cuando se utilizan con afán informativo y cuando son necesarias para la comprensión de los hechos. Los detalles e imágenes escabrosas no inducen al rechazo del maltrato en sí, lo que hacen es dar forma al espectáculo.

En ocasiones se ha recurrido a escenas de películas u obras de teatro. Pueden ser una alternativa válida si el fragmento elegido no tiene contenido morboso y se hace con las debidas cautelas. La fabulación de los hechos, una recargada puesta en escena o la utilización de imágenes ficticias puede dar un enfoque irreal del problema.

### 13. *Los recursos estéticos y la narrativa habitual en los reportajes de los programas de sucesos no debe utilizarse en la realización de noticias sobre violencia contra las mujeres*

El espectador podría asociar inconscientemente una noticia a otra al tener una similar factura. La cámara subjetiva, el *travelling* en mano y una música intencionada evocan inexorablemente una secuencia de misterio o de terror. Y no hablamos de eso.

Además, hay que prestar atención a la ambientación musical de los reportajes. Las canciones con texto más o menos alusivos al asunto tienen que ver con historias pasionales, de celos..., tópicos de otros tiempos más rancios, que inducen a lecturas equivocadas.

Cabe decir que, aunque todas estas consideraciones puedan hacer menos atractiva visualmente la información, la violencia contra las mujeres debe acometerse con seriedad y rigor, sin fuegos de artificio que puedan distraer del contenido real de la noticia a quien la recibe.

## Lenguaje

### *14. Un lenguaje puramente informativo y una buena dosis de sensibilidad*

Resulta imprescindible escapar de los tópicos, frases hechas, comentarios frívolos o clichés. La utilización de un lenguaje violento desvirtúa las razones de la agresión. Frases del estilo "certera puñalada", "cadáver ensangrentado", "cosida a cuchilladas", "había una gran mancha de sangre", dirigen la atención a aspectos colaterales, incompatibles con los motivos reales de la agresión.

### *15. Calificación*

Aunque no hay un consenso en esta cuestión, se ha difundido de manera bastante generalizada la calificación "violencia de género", utilizada también por distintas instituciones y foros internacionales. No obstante, y dado que se trata de comunicar, el término "violencia de género" no resulta claro para el público. Será aconsejable, cuando se utilice, acompañarlo de expresiones como "violencia contra las mujeres en el ámbito doméstico", "violencia masculina en la familia" o "violencia contra las mujeres en general" que facilitan la comprensión de la noticia. Así se consigue a un tiempo la precisión en el lenguaje y la comunicación con el o la receptora.

### *16. Cuidado con los adjetivos*

Las noticias de violencia doméstica son un hecho complejo que necesita una explicación detallada, mesurada y alejada de frivolidades. El tema, en términos de interés objetivo de la audiencia, es lo suficientemente atractivo como para no necesitar elementos de seducción añadidos.

Utilizar adjetivos como "celoso" o "bebedor" para definir al agresor nos acercan a la exculpación. Decir de la víctima, por ejemplo, que "era joven y guapa", "salía con amigas" o "tenía un amante" desvían el foco de lo verdaderamente importante y nos acerca también a la disculpa o la comprensión del maltratador.

Conviene no olvidar los aspectos humanos de la víctima y obviar los comentarios que la pueden desprestigiar o que desvíen la atención.

Las palabras difícilmente resultan inocentes, y datos o comentarios en apariencia inofensivos pueden tergiversar gravemente la información. Este tipo de noticias requiere cuidar al máximo la redacción, aun a pesar de una supuesta pérdida de originalidad o brillantez.

# MANUAL DE URGENCIA

---

## MUJER, VIOLENCIA Y medios de comunicación





## MANUAL DE URGENCIA

### CUESTIÓN DE PRINCIPIOS

#### **1. Evitar los modelos de mujer que lesionen su dignidad**

La industria de la cultura difunde un modelo de mujer que atenta contra su dignidad (figura vicaria, objeto, subyugada). Haz lo posible por evitar esos estereotipos. Hay que ampliar la representación de las mujeres en los medios para evitar su victimización. También hay mujeres ingenieras, transportistas, pintoras, mineras, médicas...

#### **2. Los malos tratos contra las mujeres atentan contra los derechos humanos**

Los malos tratos son un delito, un problema social y nos concierne a todos y a todas. Los malos tratos no son un asunto privado, ni doméstico, ni un suceso fortuito o desgraciado.

#### **3. No confundir el morbo con el interés social**

Una víctima de malos tratos puede ser un buen testimonio, pero nunca un gancho publicitario. El *info-espectáculo* no es el formato adecuado para este tipo de violencia.

#### **4. La violencia contra las mujeres no es un suceso, ni una noticia convencional...**

... ni urgente: lo urgente es resolver el problema. Investiga, date un tiempo para la reflexión y contextualiza la información en lo que se conoce como "violencia contra las mujeres". No la incluyas en la sección de Sucesos o en la crónica negra.

#### **5. No todas las fuentes informativas son fiables**

Habla con todas, pero selecciona con criterio. No todo el mundo puede hablar de todo. Hay testimonios que aportan y otros que confunden. Los antecedentes sobre disensiones o buenas relaciones en el seno de la pareja, por ejemplo, inducen a explicar la violencia como la consecuencia lógica de una situación de deterioro o, por el contrario, como un "arrebato puntual".

#### **6. Dar información útil, asesorarse previamente**

Noticia es un caso de malos tratos con resultado de muerte, pero también las deficientes actuaciones judiciales o policiales, los castigos ejemplares, las víctimas que han logrado rehacer su vida y muestran una salida. Además, las opiniones de expertos ayudan a ubicar adecuadamente el problema. Es conveniente no instar directamente a la denuncia desde los medios, sino a obtener información previa. Hay riesgos que son evitables.

#### **7. Identificar la figura del agresor, respetar la dignidad de la víctima**

El agresor debe ser identificado claramente, si no con su identidad, dadas las cautelas judiciales, sí en cuanto a su comportamiento. Se trata de ayudar a otras mujeres a identificar la figura del maltratador. En cuanto a la víctima, no se puede mostrar sin su permiso, ni en momentos de tensión emocional. Respetar su dolor y espera a que recupere la autoestima y el equilibrio. Será más útil, y menos morboso.

#### **8. La imagen no lo es todo, no caer en el amarillismo**

La imagen debe respetar la dignidad de la persona. Los recursos estéticos y la narrativa habitual de los reportajes de sucesos no deben utilizarse en la realización de noticias sobre violencia contra las mujeres. Hay que evitar la criminalización de las víctimas cuando se utilizan recursos de ocultación. La reconstrucción de

los hechos que abunda en detalles escabrosos o los primeros planos de caras amoratadas o llorosas, no ayudan a identificar el problema y sólo provocan morbo o la conmiseración de la víctima.

### ***9. Las cifras pueden referirse a distintas realidades: informarse y explicar***

Los datos hacen referencia a distintos tipos de violencia y a distintos ámbitos territoriales: víctimas fuera de una relación de pareja, víctimas que pierden la vida tras un periodo de convalecencia y suicidios provocados por los malos tratos que sólo cuenta como suicidios.

### ***10. Los estereotipos y los tópicos frivolizan y banalizan***

Atención a los adjetivos, las frases hechas o los tópicos: introducen dosis incontrolables de frivolidad. Calificativos como "celoso", "bebedor" o "persona normal", o frases como "salía con amigas" o "tenía un amante" desvían la atención de las verdaderas causas de la tragedia y provocan un error de lectura

# ESTUDIO

---

## LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES en los medios de comunicación





# LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Pilar López Díez

Formadora e investigadora de políticas de género para los medios de comunicación.

Doctora en Ciencias de la Información (UCM)

*“Cuentan que el Sr. Eisaku Sato recibió el premio Nobel de la Paz en 1974. Había sido Primer Ministro de Japón. Su esposa había expresado públicamente que él le pegaba. La tradición patriarcal japonesa hizo que la popularidad de Sato aumentara después de esas declaraciones y supuestamente los que le dieron el premio debieron creer que la paz doméstica era menos importante que la paz internacional, y que su destrucción no afectaba los méritos del homenajeado”*

Graciela B. Ferreira<sup>1</sup>

## 1. Introducción

Esta situación que se pudo dar en 1974, si los mismos hechos se conocieran hoy, muy probablemente el Sr. Sato no recibiría el Premio Nobel de la Paz; o así deseamos creerlo. Hoy, en muchos países –no solamente del mundo occidental– se están llevando a cabo campañas públicas para tratar de erradicar la violencia contra las mujeres que según la Comisaria de Trabajo y Asuntos Sociales de la U.E., Anna Diamantopoulou, afecta a una de cada cinco mujeres europeas en algún momento de su vida<sup>2</sup>. La situación es angustiosa para muchas mujeres en cualquier parte del mundo; en EE.UU. cada año, aproximadamente millón y medio de mujeres son maltratadas física o sexualmente por un familiar<sup>3</sup>. En Suecia, según la también diputada europea Marianne Erikson<sup>4</sup>, “una mujer muere cada diez días por los abusos sufridos”. En 1995, casi la mitad de las víctimas de asesinato en Rusia eran mujeres asesinadas por sus maridos. Dos años antes, en 1993, 14.000 mujeres fueron asesinadas por sus parejas y 54.000 seriamente lesionadas<sup>5</sup>. La situación es aún, se cree, mucho peor en otros países: en los cinco años que van de 1988 a 1993, más de 20.000 mujeres en la India fueron asesinadas o se suicidaron porque no podía hacer frente a las dotes exigidas; en Vietnam, de los 22.000 divorcios tramitados en 1991, el 70% fue debido a la violencia<sup>6</sup>. Este problema, considerado como una construcción social, afecta a cualquier mujer en cualquier país, sin consideración de clase<sup>7</sup>, raza, religión, o cualquier otra circunstancia personal. La vicepresidenta de Uganda<sup>8</sup>, Specioza Kazibwe, echó a su marido de casa porque la golpeaba. “Ella volvió tarde a casa, a eso de las tres de la mañana, y no pudo dar ninguna explicación satisfactoria” dijo el hombre, quien agregó: “Ha salido con algunas mujeres del ámbito político que yo no apruebo, y lo ha hecho muy seguido”. Es la situación de poder y control sobre la mujer, sobre la que la sociedad ha construido la masculinidad, la razón principal del problema.

En España, y según cifras oficiales a 8 de octubre de 2002, 38 mujeres<sup>9</sup> han sido asesinadas por un familiar, mayoritariamente maridos, novios y exmaridos; 50 según datos de las asociaciones de mujeres<sup>10</sup>. Las cifras de denuncias de violencia contra las mujeres se han ido acercando a las 25.000 al año, aunque se cree

1. *La mujer maltratada. Un estudio sobre las mujeres víctimas de violencia doméstica*. Editorial Sudamericana. (Pág. 86).

2. *El País*. 19 de febrero de 2002. (Pág. 27).

3. NOW LEGAL DEFENSE AND EDUCATION FUND: Surviving Violence and Poverty: A Focus on the Link between Domestic and Sexual Violence, Women's Poverty and Welfare. 18 Septiembre, 2002. <http://www.nowldef.org>

4. *El País*. 6 de noviembre de 1999. (Pág. 36).

5. *Atlas del estado de la mujer en el mundo*. 2001. Joni Seager. Madrid: Akal. (Pág. 26).

6. *Ibidem*. (Pág. 27).

7. “Según el informe del Consejo de Europa el problema de la violencia doméstica es un problema que incluso “parece aumentar” en las clases altas. Cita un informe holandés según el cual casi la mitad de los agresores son universitarios”. *El País*, 28/09/2002. (Pág. 30).

8. [www.news.bbc.co.uk](http://www.news.bbc.co.uk). Jueves, 21 de marzo de 2002

9. *El País*. 8 de octubre de 2002. (Pág. 30).

10. Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas (<http://www.separadasydivorciadas.org>).

que sólo se denuncian un 10% de los actos de violencia de los que las mujeres son víctimas. Según datos del Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia, entre 1997 y 2000 la cifra de mujeres maltratadas por su pareja, respecto al total de mujeres que han padecido violencia en el ámbito familiar, se incrementó un 5,3%. Además, el maltrato del agresor conviviente de la víctima es el que más se incrementó, en un 27,41%, en el mismo periodo de tiempo.

¿Cómo acercarnos al porqué de la violencia contra las mujeres? Desde los años setenta la investigación<sup>11</sup> de género sobre este problema no se centra, como es práctica productiva habitual en los medios, en explicarse porqué un determinado hombre maltrata a una determinada mujer, sino que busca entender porqué los hombres en general utilizan la fuerza física y estrategias de poder y de control con sus parejas y qué función tienen estas conductas en una determinada sociedad y en un contexto histórico específico. Desde esta perspectiva, pues, se señala<sup>12</sup> que todas las investigaciones llevadas a cabo están de acuerdo en que es necesario enfocar el análisis desde cuatro puntos fundamentales: en primer lugar, la utilidad explicativa de la construcción de género y poder; en segundo lugar la necesidad de analizar la familia como una institución que estructura las relaciones entre hombres y mujeres de acuerdo al género y al poder. En tercer lugar, la necesidad de comprender y validar las experiencias de las mujeres, y en cuarto lugar, la necesidad de desarrollar teorías y modelos que reflejen de manera fidedigna las experiencias de las mujeres.

Este enfoque del análisis es, cuando menos, el derecho que corresponde a todas las mujeres maltratadas y a las organizaciones feministas que fueron las primeras en luchar por conseguir poner en la agenda del debate público este problema ancestral.

## 2. La violencia masculina: un grave problema social y político

Maridos, ex cónyuges, novios y antiguos compañeros son los responsables de la mitad de las muertes violentas de mujeres en el mundo, según el Informe mundial sobre Violencia y Salud que hizo público la OMS en Bruselas el 3 de octubre de 2002. Sólo el 5% de las muertes de hombres se debe a ataques de sus parejas<sup>13</sup>.

En Documentos TV de TVE<sup>14</sup>, se informaba de que en las cárceles españolas había 1.100 hombres condenados por homicidio, cifra que constituía el 95,81% de la población reclusa por este motivo; el 4,18% restante eran mujeres: 48 en total. Aunque las cifras anteriores no se refieran exclusivamente a los casos de homicidio femenino o masculino dentro del hogar familiar, según se recoge de la investigación<sup>15</sup>, la inmensa mayoría de las personas víctimas de violencia en el ámbito familiar, son mujeres. En otros estudios<sup>16</sup> se encuentra que del índice total de violencia doméstica, sólo un 5% aproximadamente, son hombres maltratados.

En el mes de julio de 2000 se publicaron los resultados de la Encuesta Nacional de la Violencia contra las Mujeres en EE.UU. (en la que, por primera vez, se recogen datos desagregados de la violencia masculina y femenina) en donde se entrevistó a 8.000 mujeres y a otros tantos hombres sobre sus experiencias como víctimas de varias formas de violencia, incluida la violencia doméstica. El primer resultado es que la violencia permea las relaciones familiares en USA y que este tipo de violencia es una preocupación grave de justicia y salud públicas. En lo que respecta a la violencia ejercida contra mujeres y hombres, por hombres y mujeres, se señala que las mujeres experimentan más violencia en las relaciones de pareja que los hombres: así, el 30,4% de las mujeres que habían estado casadas o vivido con un hombre, habían sido maltratadas alguna vez en su vida; mientras que el porcentaje de mujeres que habían sido maltratadas, en relación de pareja, por otra mujer, era del 11%. Los hombres que habían vivido en situación de pareja homosexual informaron de más agresiones que los hombres que vivían con mujeres: aproximadamente el 15% de los hombres que habían vivido en pareja con otro hombre, habían sufrido algún tipo de maltrato, mientras que los hom-

11. Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. *Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999. (Pág. 65).

12. *Ibidem*.

13. *El País*. 4 de octubre de 2002. (Pág. 32).

14. Alfonso Domingo y Mar Olmedilla. La2. 6 de febrero, 2002.

15. Martín Serrano, Esperanza y Martín Serrano, Manuel. *Las violencias cotidianas cuando las víctimas son las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999.

16. Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. *Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer, 1999.

bres que habían convivido con una mujer, y habían sufrido maltrato alguna vez en su vida por parte de su compañera era el 7,7%. La Encuesta Nacional de Violencia contra las Mujeres concluía que la violencia doméstica es perpetrada principalmente por los hombres contra su pareja, sea ésta una mujer u otro hombre. Y concluye: “Por consiguiente, las estrategias para prevenir la violencia doméstica deberían enfocarse en el riesgo que plantean los hombres”<sup>17</sup>. Hay, no obstante, datos complementarios a los anteriores, según el Departamento de Justicia de EE.UU.<sup>18</sup> entre 1976 y 1996 el número de víctimas mortales masculinas [no necesariamente provocadas por una mujer] cayó una media del 5%, y el número de víctimas mortales femeninas se redujo sólo una media de un 1%.

El recientemente galardonado Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales, el sociólogo Anthony Giddens<sup>19</sup>, dice: “Aunque las mujeres también cometen actos de violencia doméstica contra los hombres, en la inmensa mayoría de los casos son estos los agresores y ellas las víctimas”. Sin dejar de valorar los casos minoritarios en que los hombres son víctimas de violencia por parte de mujeres, es preciso poner la atención y dirigir la mirada pública hacia los problemas que afectan de manera mayoritaria a un significativo colectivo de la población de mujeres para analizar sus causas y encontrar soluciones.

### 3. Planteamiento del problema ante los medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas entendiendo estos de forma general, no sólo la prensa, la radio, la televisión o la publicidad sino también el cine, los cómics, los videojuegos, la música o Internet han insistido tercamente y siguen persistiendo en representar de forma tradicional a las mujeres y las relaciones entre estas y los hombres; es decir, las relaciones entre las personas, en relación al género, se basan en relaciones de dominación y subordinación. Y estas representaciones calificadas a veces de sexistas, estereotipadas, otras veces como degradantes y muchas veces estrechas y aniquiladoras, han persistido con fuerza, o incluso se puede afirmar, se han reforzado en la última década, hasta extremos preocupantes<sup>20</sup>. Como recoge el documento de Resultados de la Sesión Especial de Naciones Unidas, de junio 2000, conocida como Declaración final de Beijing +5<sup>21</sup>: “Las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluida la pornografía, y sus descripciones estereotipadas han aumentado en diferentes formas, recurriendo a nuevas tecnologías de la información en algunos casos, y los prejuicios contra la mujer siguen existiendo en los medios de difusión”.

Las actuaciones a través de las políticas públicas promovidas desde las instituciones han alcanzado desde hace años a sectores y disciplinas implicados en el problema de la violencia contra la mujer tales como la legislación y la práctica jurídica, la sanidad, la educación, los recursos sociales o la investigación, en donde se han implementado acciones de sensibilización y prevención, de formación, de atención a las mujeres, de investigación, y otras muchas<sup>22</sup>. Sin embargo, la capacidad de influencia sobre los medios de comunicación ha sido muy débil y eso a pesar de que instituciones tanto nacionales como internacionales como la ONU, la UNESCO, el Consejo de la Unión Europea o el Gobierno, a través del Instituto de la Mujer o los gobiernos autonómicos y locales han perseverado en la necesidad de involucrar cada vez más a los medios de comunicación en la sensibilidad hacia los problemas de género, y en especial sobre aquellos aspectos que se considera fundamentales a la hora de lograr los objetivos de igualdad entre mujeres y hombres. Lo anteriormente señalado se hace explícito en el Informe de Ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica (1998-2000)<sup>23</sup>: “Sin embargo, es todavía frecuente que tanto en los programas como en la publicidad se sigan reproduciendo estereotipos y roles sexistas que, bien de una manera abierta o bien de un modo más encubierto, contribuyen a perpetuar situaciones de desigualdad, de prevalencia de un sexo sobre otro, que pueden favorecer la aparición de manifestaciones de violencia”.

17. *Extent, Nature, and Consequences of Intimate Partner Violence*. 2000. Tjaden, Patricia y Thoennes, Nancy. National Institute of Justice & Centres for Disease Control & Prevention. [Http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs](http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs).

18. *Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends*. 1998. (Pág. 5).

19. *Sociología*. 1997. Madrid: Alianza Editorial (Pág. 260)

20. El desnudo femenino se incrementó desde el 2% en los anuncios de las revistas en 1983, hasta el 6% en las de 1993. Reichert, Tom et al. “Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. Vol. 76. No. 1. 1999. P. 12.

21. *Informe del Comité Especial Plenario del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General*. 2000. Naciones Unidas. (Pág. 19). En: <http://www.onu.org/temas/mujer/Beijing5/decbeijing5.Pdf>

22. *Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica*. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer

23. *Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica*. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer (Pág. 33).

## 4. Los medios de comunicación en la historia de las mujeres

Fue en 1963 cuando Betty Friedan<sup>24</sup> saca por primera vez a la luz lo que ella consideraba responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción de la feminidad. Como madre de tres hijos varones y esposa, además de periodista *freelance* que vendía artículos a distintas revistas y periódicos, Friedan teorizó sobre “*el problema que no tiene nombre*”, que nadie había definido hasta la fecha, y que hacía infelices a todas aquellas madres de familia que, aisladas en las urbanizaciones de las ciudades, creían que habían conseguido los sueños de cualquier mujer estadounidense: una prole a la que cuidar y querer, y un marido al que hacer feliz; su felicidad consistía en disponer de los electrodomésticos necesarios para facilitar el trabajo, y vivir al servicio de los demás miembros de la familia.

Sin embargo, la situación no siempre había sido así, estas mujeres habían dejado atrás a otra generación de mujeres, sus madres, quienes, tras la estela de las luchas sufragistas, pensaron que su vida no tenía sentido si no iban a la universidad, no eran mujeres independientes y no aprendían, porque no, a conducir automóviles. Fueron sus madres las mujeres que desde los años treinta y cuarenta pisaron las universidades norteamericanas casi en igualdad de condiciones que sus compañeros<sup>25</sup> y las que habían recibido, sobre su situación, un discurso alentador respecto a situaciones pretéritas. Los medios masivos de comunicación, especialmente la radio<sup>26</sup> y las revistas femeninas de grandes tiradas, fueron quienes, recogiendo el mensaje de libertad que el movimiento sufragista había iniciado, promovieron como modelo a la mujer moderna, profesional, deportista, decidida, sexualmente atractiva, que había interiorizado otras formas de identidad de la feminidad que parecían que ya no podían volver atrás.

Pero el cambio del modelo de feminidad que parecía irreversible se pudo dar después de la II Guerra Mundial cuando los medios ayudaron a los gobiernos de forma decidida y muy competente para lograr que las mujeres dejaran sus trabajos en el exterior, sus carreras, se olvidaran de conducir coches y volvieran al reducto ‘seguro’ del hogar: a cuidar y satisfacer las necesidades de la prole, y a esperar al marido proveedor de la familia y de la autoridad, para hacerle la vida agradable. A partir de los años sesenta, el movimiento de liberación de la mujer, el movimiento feminista, se alimentó de todas aquellas madres de familia, y también de las hijas, que desconocían cuáles eran sus males, pero que llenaban las consultas de los y las profesionales de la medicina, la psiquiatría y la psicología. El problema que no tenía nombre dio título al libro: *La mística de la feminidad*. Y una periodista, sin saberlo, fue la espoleta que sirvió para el nacimiento de la Segunda Ola del movimiento de mujeres. Después de los años sesenta, y cuando todavía no han pasado cincuenta años, algunos sectores sociales, que no sólo están constituidos por las mujeres más avisadas e informadas sino también por algunos hombres, esperan pacientemente, aunque de forma pertinaz, que los medios de comunicación sean avisados para que superen las representaciones tradicionales de una feminidad caduca aunque deseada por la mayoría de la población masculina.

En aquella sociedad de los años cincuenta y sesenta las mujeres creían que la familia era el reducto seguro en donde nada malo les podía ocurrir. Todo parecía indicar que era verdad. La sociedad, y esta entendida como los poderes públicos, nada sabía de la existencia de los malos tratos hacia las mujeres. Nada parecía indicar que, para muchas mujeres precisamente el hogar familiar era el lugar menos seguro para ellas. Porque las relaciones desiguales que se establecen entre los hombres y las mujeres en que se basan todas las sociedades que conocemos, alcanzan el mayor grado de violencia contra las mujeres, precisamente debido a la privacidad en donde se manifiestan, en el hogar familiar.

## 5. Cuándo y por qué los medios visibilizan la violencia contra las mujeres

En la prensa de nuestro país la tematización violencia masculina contra las mujeres<sup>27</sup> pasó de puntillas y disfrazada por las páginas de los periódicos hasta comienzos de los años ochenta; hasta esa época, los periódicos recogían, en muchos casos en los *breves* de las páginas de Sucesos, la violencia contra las mujeres sólo

24. Betty Friedan. 1974. *La mística de la feminidad*. Madrid: Ediciones Júcar. (Pp. 36).

25. En 1920 en las universidades estadounidenses el 47% del alumnado eran mujeres.

26. En 1931 más del 50% de los hogares norteamericanos tenían aparato de radio. (Head, Sydney W., Sterling, Christopher W., y Schofield, Lemuel B 1994. *Broadcast in America*. Boston: Houghton Mifflin Company. 7<sup>th</sup>. Edition *Broadcast in America*. 1994).

27. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

en el caso en que se produjera la muerte o las lesiones fuesen graves, y se referían al problema como “riña o disputa matrimonial”; hasta fechas posteriores no se encuentra la expresión “malos tratos”<sup>28</sup>. Las únicas fuentes de las que se surtía la clase periodística era la policía, la judicatura, la clase médica y el vecindario<sup>29</sup> de manera que los medios reproducían literalmente los estereotipos y las ideas que libremente circulaban por la sociedad española, y que hacían sin cuestionamiento alguno. Sin ánimo subjetivo de ocultar la realidad, sin embargo, los medios mantenían en la más completa invisibilidad un problema reconocido como general en la institución familiar, pero que consideraban como asunto privado y cuya resolución sólo afectaba a los propios cónyuges.

Como manifiesta esta autora, a finales de los noventa se informa el doble respecto a 88-89, y el triple respecto al periodo 82-83. Así pues, en la actualidad constituye un tema habitual en la agenda de los medios que dedican recursos y personal a cubrir este tipo de información. Diciembre de 1997 debe ser considerada una fecha que marca un antes y un después en la representación en los medios de la violencia contra las mujeres en España. Hasta esa fecha este problema nunca había conseguido figurar de forma habitual en la primera página de los periódicos o abrir la edición de los informativos y telediarios, y eso era así a pesar de las movilizaciones de otros agentes sociales, como las organizaciones de mujeres para las que desde los años setenta el tema de la violencia masculina había sido objeto de atención y movilización. En diciembre de 1997 se produce el caso Ana Orantes, la mujer que había contado su vida de maltratada en un canal andaluz de televisión y que a los pocos días era quemada viva por su marido, del que estaba separada. Este hecho, que revistió tanta gravedad como muchos que se habían producido contra otras mujeres con anterioridad, sin embargo constituye un revulsivo que los medios reproducen y citan en primera página; situación que algunos<sup>30</sup> mantienen en los dos meses posteriores al caso Orantes con los nuevos casos de asesinatos de mujeres que se van produciendo. Las causas de este giro se deben<sup>31</sup>, al “carácter endogámico de los medios: la televisión ofrece la confesión de la mujer, en vivo y en directo; la televisión, de esta forma, se convierte en fuente de información de tal manera que puede mostrar un documento “real”, cuya difusión multiplicará el efecto de “realidad”. No es una mujer anónima la que han matado, es la que ha salido en la tele. En la medida en que ha sido representada socialmente por los medios, existe mucho más que cualquier otra”.

¿Qué dice la investigación<sup>32</sup> acerca de las fuentes consultadas por la profesión periodística en este tema? La policía es el actor comunicativo dominante en el caso de información de acción violenta, con el 61,5% del total de personas, instituciones u organismos informantes. Las mujeres sólo constituyen el 7,5%; los organismos de justicia, el 9% y periodistas y personas expertas, el 6%. Sin embargo, añade la autora, en el período 82-83 y 88-89 las mujeres feministas organizadas constituían la principal fuente informativa de los acontecimientos producidos sobre violencia conyugal. Eran estas organizaciones las que definían el conflicto.

La identificación de la víctima y del agresor es un tema polémico desde el momento en que entran en conflicto las normas éticas generalizadas en el periodismo con la considerada como eficaz medida en la lucha contra la violencia por parte de organizaciones de mujeres expertas en este tema. Los argumentos de la profesión periodística se basan en las aportaciones que provienen de la judicatura y que defienden mayoritariamente el anonimato para el agresor. Las razones de las mujeres estriban en que sería motivo de reprobación social, y por tanto, eficaz para el cambio de conducta, el que la sociedad conociese no sólo el delito cometido por el agresor, sino su identidad, en la medida en que estos individuos, según la investigación, es en la familia en donde despliegan su violencia y peores maneras, comportándose como vecinos ejemplares<sup>33</sup> y correctos compañeros con las personas con quienes trabajan. Lo que señalamos se está empezando a visibilizar en los medios a través, también ahora, de manifestaciones en simposios, congresos y declaraciones que defien-

28. Todavía hoy, en muchas lenguas de Asia no existe una palabra para designar la ‘violencia doméstica’. *WomensENews*. 21 de julio de 2002. <http://www.womensenews.org>

29. Como informaba Ramón Arangüena, periodista que cubría las noticias de *El Caso* de la última época de este periódico, “Ibas al lugar de los hechos, la Guardia Civil te estaba esperando con las fotos, y los vecinos te contaban lo que había pasado. Así trabajábamos”.

30. Como *El País*.

31. Altés, Elvira. “Violència privada, espectacle públic”. En *Capçalera*. 1998, núm. 87, (Págs. 5-11).

32. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

33. “Es un hombre estupendo, hasta que llega a casa”. Fue el eslogan de una campaña contra los malos tratos del Ayuntamiento de Gijón.

den no sólo identificar al maltratador, sino que sea él<sup>34</sup> el que tenga que irse del hogar familiar en vez de la víctima<sup>35</sup>; y que sea también él quien deba estar controlado por la policía<sup>36</sup> para evitar una nueva agresión.

Existe por parte de la profesión periodística, se añade en el mismo informe<sup>37</sup>, muy poco interés por conocer el modo de vida o cualquier otro dato acerca del agresor: no se conoce la profesión de la mayoría de ellos (74%); añade, además, que en numerosas ocasiones los motivos que aduce el periódico como motivo, son disculpas que llegan incluso a los titulares: “Un ertzaina de baja por problemas psiquiátricos mata a su novia en Bilbao<sup>38</sup>”. Y cuando se trata de explicar el por qué de la acción violenta, se recurre al estereotipo como el argumento más simple (alcoholismo, celos, crimen pasional, estrés, problemas psicológicos, delincuencia y otros) cuando la más básica regla del razonamiento podría invertir el papel de agresor y víctima, y dar al traste con el estereotipo: ¿por qué las mujeres a pesar de los celos, del estrés, de los problemas psicológicos, la depresión o de cualquier otra razón que explica para la profesión periodística las razones de los agresores, tienen índices de agresión mucho más bajos que ellos? Cuando se preguntó a la población europea en la encuesta del Eurobarómetro 1999<sup>39</sup> sobre las causas de la violencia contra las mujeres, la inmensa mayoría achacó el problema al alcohol, la toxicomanía, el desempleo, la pobreza y exclusión social, y el hecho de que el agresor hubiese sido a su vez víctima de la violencia. El motivo de que nadie aduzca la razón principal del por qué los hombres agreden, (la desigual distribución del poder entre mujeres y hombres que existe en la sociedad) se debe<sup>40</sup> “probablemente, a la escasa frecuencia con que aluden a este motivo los medios de comunicación”. No debe olvidarse que es precisamente a través de los medios de comunicación como 16.000 personas de la UE han conocido este problema (el 89% a través de la televisión; el 65% de la prensa, y el 44% por la radio). Apenas se habla de este problema en las relaciones interpersonales, de manera que se sugiere<sup>41</sup> que la violencia contra las mujeres continúa siendo, en gran medida, un tema tabú. Pero es un tema tabú, especialmente para los hombres; como se recoge en el documento *Men Viewing Violence* de la Broadcasting Standards Commission: “El análisis de este estudio nos conduce a concluir que habitualmente los hombres no piensan en problemas como la violación o la violencia doméstica. Ni, en general, parece que comprendan lo que motiva las reacciones de las mujeres cuando responden a la violencia en la pantalla. Tales puntos de contraste comienzan a darnos un significado de cómo la violencia de los hombres puede ser percibida diferentemente en las culturas masculina y femenina”.

## 6. Los medios de comunicación, involucrados en la construcción de las identidades de género

Cuando todas las políticas públicas generadas en torno al problema de la violencia contra las mujeres están de acuerdo en el diagnóstico de este problema como ‘estructural’ se está afirmando que su solución requiere modificaciones sustanciales en los comportamientos, actitudes y valores de hombres y mujeres. Además de a la familia y a la escuela, están señalando directamente, también, a los medios de comunicación como instrumento eficaz a través del cual las personas se informan<sup>42</sup>, conforman sus creencias y forman su opinión; por eso la necesidad de lograr que los medios transmitan una imagen real de las mujeres y un mensaje positivo de su presencia en nuestra sociedad. Desde distintas aportaciones interdisciplinares como la sociología, la educación, la psicología, la pedagogía o la comunicación, se señala la importancia de las expresiones de los medios de comunicación en la conformación de la personalidad de hombres y mujeres, especialmente en la niñez y la juventud.

34. “Los expertos piden que no sea la mujer maltratada quien deje el hogar, sino el agresor”. En *La Vanguardia*. 21 de septiembre de 2002. VII Conferencia de la Sociedad Europea para la Investigación sobre Género, Conflicto y Violencia. Valencia.

35. “El pleno del Parlamento Europeo aprobó pedir a todos los países miembros de la UE que introduzcan en sus leyes el derecho, en casos de violencia doméstica, a desalojar al agresor del domicilio común”. *El País*. 5 de septiembre de 2002. (Pág. 28).

36. “La pulserita que se la ponga él”.

37. Fagoaga, Concha. 1999. *La violencia en medios de comunicación*. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.

38. *El País*. 7 de diciembre de 1998.

39. [http://Europa.eu.int/comm/employment\\_social/eq\\_opp/violence/breaksilence/\\_es.pdf](http://Europa.eu.int/comm/employment_social/eq_opp/violence/breaksilence/_es.pdf)

40. “Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación”. ESPAÑA 2002. Presidencia de la Unión Europea. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (Pág. 21).

41. *Ibidem*. (Pág. 20).

42. González Encinas, José J. y Salvador Martínez, María. “La mujer y los derechos de la comunicación”. 2000. En *Mujer y Constitución en España*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

La sociedad española en el año 2000 consumió una media de 210 minutos de televisión al día<sup>43</sup>; en países como EE.UU., Japón o Portugal, llegan a las cuatro horas; parece pertinente sugerir que los medios juegan un papel importante en la formación de nuestra individualidad, de las ideas que tenemos sobre las demás personas, y del lugar que podemos ocupar en el mundo. Sin embargo —como se documentará posteriormente— los medios ofrecen determinadas representaciones de la realidad de las mujeres y los hombres; explican los motivos de dichas construcciones basándose en estereotipos tan obsoletos y repetidos, que reproducen noticias y narraciones clónicas que impiden distinguir unos medios de otros, y presentan una iconografía elaborada para dicha realidad, basada en presupuestos tradicionales de dominación y subordinación entre hombres y mujeres. Este es el principio fundamental sobre el que se articulan las actuales relaciones entre los dos géneros y sobre el que, entonces, habría que actuar para erradicar la violencia de género.

Martín Serrano fue más explícito cuando afirmó en las jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres<sup>44</sup>: “La violencia de género no se constriñe a las relaciones en la pareja, también cumple sus funciones de control, de abuso y de explotación de las mujeres en las interacciones paternofiliales, en las dinámicas de integración, en los grupos de pares de amigos, en las relaciones laborales, en el uso comercial de la comunicación pública”. Y respondía al plantearse la pregunta de cómo solucionar el problema de la violencia de género en la sociedad, que para erradicarla habría que cambiar la organización y el funcionamiento de aquellas instituciones sociales que, para reproducirse, generen y alimenten en alguna medida esa violencia de género, basada en la asignación de roles asimétricos entre sus miembros. Y añadía: “[esa asignación de roles asimétricos entre los géneros] es consustancial a ese modelo de familia, que sólo funciona cuando esa asimetría se mantiene. Y con ella la consecuente dependencia, el sometimiento de las madres, de las esposas, de las hijas. Si se rompen ese sometimiento y esa dinámica de funcionamiento, digámoslo de una vez, la familia no funciona”. La familia no funciona, y las empresas, tampoco. Y, de esta forma, la sociedad tampoco funcionaría. Añadía Martín Serrano que la erradicación de la violencia pertenecía al reino de las utopías realizables, pero que al igual que la esclavitud y el trabajo forzado había tardado 600 años en ser abolidos, de la misma forma había que tener claro que la construcción de las relaciones entre los géneros basadas en la tolerancia, solidaridad y no explotación de las mujeres, exigirían un largo camino; pero que los ritmos los marcarían la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Pero todo parece indicar que los ritmos que se han impuesto los medios de comunicación necesitan un empujón, y esta es la tarea en que llevan más de dos décadas las instituciones a través de las políticas de igualdad de oportunidades<sup>45</sup>: tratar de convencer a las industrias mediáticas para que modifiquen el tratamiento que les conceden a las mujeres y dejen de representarlas en papeles subordinados y estereotipados. Directivas, recomendaciones, normas, sugerencias, consejos, encaminados todos ellos a elaborar representaciones de género más diversas y justas, se publican periódicamente en los propios medios de comunicación que, por ahora, no parecen den señales de aplicación.

Hay que entender la resistencia numantina de los medios a modificar sus contenidos y el tratamiento que hacen de los relatos —tanto de ficción como de no ficción— sobre hombres y mujeres en torno a tres ejes principales. Por una parte, los intereses económicos de los grandes grupos mediáticos que aseguran resultados elaborando relatos que apoyan y fortalecen los valores sociales dominantes sobre los cuales se asienta su negocio; en segundo lugar, la falta de sensibilidad y de conciencia social de la profesión periodística, asentada en la también falta de conocimiento y de formación<sup>46</sup> sobre el tema, y por último, el tercer eje se situaría en los procesos y rutinas de producción que obliga a la profesión a reproducir a menudo las noticias de agencia, sin el tiempo necesario para contextualizar, documentarse, contrastar fuentes; en una palabra, para elaborar información de calidad. Desde los presupuestos económicos que ponen como eje de valoración la cuenta de resultados del negocio mediático, se presenta la “libertad de expresión” como el bien supremo al que se deben someter las normas éticas y profesionales del periodismo. Sin embargo, es el momento, señalaba Margaret Gallagher de iniciar un debate internacional para reflexionar sobre el sacrosanto derecho a la

43. Díaz Nosty, Bernardo. 2001. *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001*. Madrid: Grupo Z.

44. Martín Serrano, Manuel. 2000. “La violencia contra las mujeres: un problema social”. En *Jornadas sobre Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 9).

45. Ver Anexo I

46. “Sólo uno de unos treinta reporteros/as que rutinariamente cubrían delitos sexuales habían leído alguna vez un libro sobre violación, y pocos habían hecho algún esfuerzo en consultar a personas expertas”. Benedith, Helen. 1995: “Covering Rape without Feminism”. En *Women and Law in the Media*. Fineman, Martha (Ed.). Nueva York: Routledge.

“libertad de expresión”<sup>47</sup> de la que disfrutan e implementan libremente los medios de comunicación siempre y cuando no existan causas de fuerza mayor que recomienden prácticas profesionales de autocensura. Este ejemplo de moralidad y sentido ético del que todos los medios de comunicación mundiales hicieron gala, de no mostrar ni un solo trozo de las víctimas del 11 de septiembre es prueba de “cómo debe prevalecer el respeto humano frente al derecho a la información”<sup>48</sup>. Parece admisible el argumento siempre y cuando ese respeto por las personas, fuese universal. Si de tragedias humanas hubiese que hablar, habría que preguntarse cómo definir aquellas que tienen lugar en el “sagrado” recinto del hogar familiar y que producen millones de víctimas mortales cada año.

## 7. Representación de las mujeres en los medios de comunicación: cuántas y quiénes son

Las normas y recomendaciones de las que se pueden proveer las industrias mediáticas y la profesión periodística acerca de cómo tratar el tema de la violencia contra la mujer no afectan exclusivamente a los relatos sobre este tema. Las buenas prácticas, para que sean efectivas, tienen que afectar a las representaciones de los seres humanos, de las mujeres y de los hombres; desde qué imagen se elige para ilustrar un certamen de moda hasta qué adjetivación se utiliza para definir a las mujeres que quieren entrar en empleos o presiones tradicionalmente masculinos. Por eso es importante conocer la imagen de las mujeres en los medios de comunicación. La investigación europea ofrece datos cuantitativos que, según el tipo de programa y el país, generalmente no superan una de cada tres personas representadas<sup>49</sup>. Si nos referimos a las noticias de radio y televisión en España<sup>50</sup>, las mujeres representan el 14% del total de las personas entrevistadas en radio; los hombres, el 86%. Respecto a la televisión, esta cifra sube en los telediarios al 18%; los hombres, el 82%. En Francia respecto a los periódicos, radio y televisión en su conjunto, las mujeres representan el 17% de las personas entrevistadas o citadas en las noticias<sup>51</sup>. Considerando datos mundiales<sup>52</sup>, en 2000, en las noticias de prensa, radio y televisión, la representación de las mujeres fue del 18%. Las cifras para los magazines<sup>53</sup> de la mañana de la radio en España son similares: la representación de las mujeres fue del 17% de las personas mencionadas.

¿Cómo se representan a las mujeres y a los hombres? De forma cualitativamente diferente; mientras que los hombres son representados en profesiones consideradas de más estatus social (políticos, deportistas, empresarios) las mujeres son representadas, en la televisión<sup>54</sup>, en primer lugar, como ‘vox populi’ (de cada dos mujeres que son entrevistadas en los telediarios, una pertenece a esta categoría) y en segundo lugar, como estudiantes. Las cifras son claras, mientras que se recogieron intervenciones de los políticos que sumaron una hora, tres minutos y 47 segundos del tiempo total de personas entrevistadas en los telediarios, el tiempo total de intervención de las políticas fueron dos minutos y 54 segundos. Concluimos: las mujeres apenas salen en los medios; y cuando salen, su imagen va asociada a la falta de estatus y poder. Los hombres, por el contrario, son ampliamente representados y sus imágenes son más diversas y abarcan posiciones de más poder.

Específicamente, respecto a la representación de la violencia, la investigación señala que existe una sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas en los medios de comunicación, y que, además, varía con

47. Gallagher, Margaret. “Women and Media at the close of the Twentieth Century”. 1995. United Nations. Division for the Advancement of Women.

48. El artículo de El Defensor del Lector de *El País* del 16 de septiembre de 2001 recogía la estupefacción de muchas personas que no se explicaban cómo no se había podido ver ni un solo cadáver en la televisión; no solo en EE.UU., sino en el resto del mundo. El director de dicho periódico, “reflexionaba sobre una hipótesis preocupante: que este formidable ejercicio de autocontrol pudiese responder a algún tipo de censura o sugerencia gubernamental más o menos velada”. Sin embargo, se compartía la autocensura o el autocontrol “mucho más ante tragedias humanas de esta envergadura”.

49. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 27).

50. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

51. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 28).

52. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC.

53. López Díez, Pilar. 1996. *Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

54. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer. (Pág. 39)

el medio. Mientras que en los telediarios un 6,8% de las mujeres mencionadas<sup>55</sup> lo fueron en su condición de víctimas de un accidente, sólo el 1,2% de los hombres se mencionaron por esta circunstancia. La hipótesis de partida es que tanto hombres como mujeres son susceptibles de ser víctimas de un accidente o desastre natural. El estereotipo de la víctima, igual que el estereotipo sexual, parece que, televisivamente, es más atractivo representarlo por una mujer que por un hombre; además, dada la escasa representación de mujeres, (el 18% señalado anteriormente) la tesis de sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas, es plausible. Por el contrario, cuando se trata de la radio, dado que el llanto no es tan radiofónico como la imagen, no se elige a la mujer como víctima, como señala la investigación<sup>56</sup>: las mujeres representaron el 0,4% de las víctimas de accidente o desastre natural, y los hombres, el 0,6%. Estos hallazgos no sólo los encontramos en España, en un estudio transnacional<sup>57</sup> que incluye Bélgica, Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido, también encontraron diferencias de género en la representación de las víctimas. “Por ejemplo, a las mujeres se las personifica más, se las filma más a menudo en primeros planos y es más probable que sean protagonistas de una cobertura sensacionalista”. Considerando la investigación<sup>58</sup> realizada para 71 países en 2000, los resultados siguen la tendencia señalada: las mujeres representadas como víctimas fueron el 18% del total de las mujeres, mientras que los hombres que fueron representados como víctimas constituyeron el 8% del total de los hombres representados. En los magazines de la mañana de la radio española, también se obtienen cifras de sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas<sup>59</sup>: el 5,5% de todas las mujeres mencionadas en este género lo fueron en calidad de víctimas de algún delito o accidente.

En otro estudio, este de 1993<sup>60</sup>, se recoge el papel de la mujer como víctima en el 18,46% del total de las representaciones de la mujer, papel relacionado con las agresiones, violaciones, malos tratos, etc.; el informe señala que en las noticias se destaca la situación de indefensión, impotencia y temor de las mujeres, y que se resalta la presencia de la agresión, el ataque, etc. Quizás sea el momento de señalar un aspecto que, desde la perspectiva de género, debería ser tenido en cuenta. Se refiere, como conclusión de este apartado, a la victimización que se hace de las mujeres como objeto del maltrato. Ha sido práctica habitual basar las campañas contra los malos tratos en la indefensión, en el miedo, en el terror de las mujeres, en una palabra, en su falta de “agencia femenina” entendido este concepto como la acción ejercida por una persona que tiene el poder y la capacidad de actuar. Sin embargo cada vez más voces<sup>61</sup> ponen en cuestión este tratamiento de victimización de las mujeres, ya que estas actitudes que se representan, además de fortalecer la construcción desmovilizadora de la identidad femenina tradicional, no son exactas. En España aún no se dispone de datos concretos sobre las circunstancias que concurren en la violencia contra las mujeres, pero los datos de EE.UU. más prolijos, son elocuentes: tres de cada cuatro mujeres maltratadas, víctimas no mortales, se defienden de la agresión<sup>62</sup>.

La investigación es concluyente, las representaciones de las mujeres que seleccionan los medios, mayoritariamente, se circunscriben al papel de ilustración como *vox populi*, de víctimas y de personajes del mundo de la farándula y de la realeza; en mucha menor proporción, sin apenas representación, políticas y mujeres que participan en el mercado de trabajo en cualquier profesión. Esta es la razón por que los organismos internacionales exigen de las industrias mediáticas, entre otros sectores, elaborar imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres<sup>63</sup>.

55. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer. (Pág. 51).

57. *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer. (Pág. 28).

58. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC.

59. López Díez, Pilar. 1996. *Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

60. *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. 1993. Bueno Abad, José R. Madrid: Instituto de la Mujer. Ejemplar mecanografiado.

61. Bengoechea, Mercedes. 2000. “En el umbral de un Nuevo discurso periodístico sobre violencia y agencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. N° 5. Madrid: Universidad Complutense.

62. El 43% trató de escapar del agresor, llamó a la policía o utilizó otra ayuda, o usó medios de autodefensa evitando el enfrentamiento con el agresor. El 34% se enfrentó al agresor luchando, gritando, persiguiéndolo o empleó otros medios sin un arma (30%) o con un arma (4%). El 23% no utilizó resistencia activa a la violencia. *Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends*. 1998. U.S. Department of Justice. (Pág. 19).

63. Plataforma para la Acción. Punto J. Medida 243, c).

## 8. Representación de la violencia masculina en los medios de comunicación

¿Qué informa la investigación acerca de la representación de la masculinidad en los medios? Los hombres, como se ha señalado, son mayoritariamente elegidos para hablar y aparecer en los informativos de radio y televisión<sup>64</sup>; además de ser representados en una más amplia variedad de profesiones respecto a las mujeres; y los que obtienen mayor índice de representación pertenecen a colectivos profesionales considerados de más estatus social<sup>65</sup>. Hay, sin embargo, poca investigación, y muchas veces no muy actual, sobre el ‘cómo’ los medios representan la masculinidad. Como recoge Fejes<sup>66</sup> en la reseña de la investigación empírica sobre la masculinidad, los hombres son representados como seres más dominantes que las mujeres, con mayores probabilidades de estar involucrados en actos violentos y también de dar o recibir respuestas y participar en el reforzamiento o castigo de comportamientos, de manera que disponen del poder y del estatus para premiar y castigar. Como añade Fejes, “basado en estos estudios empíricos, es evidente que los hombres tal como los representa la televisión, no se desvían mucho de la noción patriarcal de los hombres y la masculinidad. Los hombres son poderosos y tienen éxito; ocupan posiciones de alto estatus, inician la acción y actúan sobre la base de la racionalidad, como oposición a las emociones, se les encuentra más en el mundo de las cosas que en el mundo de las relaciones y de la familia, y organizan sus problemas alrededor de su solución”<sup>67</sup>. ¿Qué muestra la investigación sobre los programas televisivos para la infancia? Este autor recoge un estudio de 1989<sup>68</sup> sobre los protagonistas infantiles que concluye que a los chicos se les muestra más activos, agresivos, racionales y no felices; involucrados en actividades tradicionalmente masculinas tales como haciendo deporte, saliendo a la calle, cometiendo travesuras, mientras que las protagonistas femeninas hablaban por teléfono, leían y ayudaban en las tareas domésticas.

## 9. Reflexiones acerca de las recomendaciones para la elaboración de contenidos sobre la violencia contra las mujeres

### *La violencia contra las mujeres es un problema social y político*

Y su representación en los medios no puede considerarse un suceso aislado que, como un accidente de coche, haya que dar cuenta de él cada vez que se produzca la muerte de una mujer y buscar en cada caso “la” razón de tanta sinrazón: si fue el exceso de velocidad, el estado de la carretera, el estado de somnolencia de la persona que conducía el vehículo, o del vehículo. No ver más allá del acto aislado lleva a la simplificación en el intento de encontrar “una” razón para explicar el por qué de la violencia contra las mujeres. Las normas sobre cómo redactar información ya nos advirtieron de que la respuesta al por qué es una de las más difíciles de encontrar, y añaden los textos, que muchas veces la noticia no lo puede recoger debido a su complejidad. No hay una razón individual aunque se trate de un acto individual; buscar el por qué del asesinato de una mujer por parte de su compañero no es lo mismo que recoger respuestas para una encuesta a la salida de un colegio<sup>69</sup>.

Fundamentalmente desde la psicología social se señala que un maltratador es una persona estúpida hasta que llega a casa. ¿Por qué no añadir a las espontáneas alabanzas del vecindario una reflexión del tipo: “El comportamiento del presunto asesino, maltratador, etc. encaja con el perfil que se obtiene en muchos estudios: los hombres violentos contra su pareja son personas educadas, agradables, tanto en sus relaciones con el vecindario, como en el trabajo, o en la sociedad en general. El vecindario, también en este caso, corrobora que Fulanito de Tal es una persona educada y que nunca se habían imaginado que un hecho como éste, pudiera ocurrir”. En caso, supuestamente, de que fuese necesario conocer este extremo.

64. *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

65. *Who makes the News?*. 2000. Londres: WACC. (Pág. 32).

66. Fejes, Fred J. 1992. “Masculinity as Fact. A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity”. En *Men, Masculinity, and the Media*. Craig, Steve (Ed.). Londres: Sage Publications. (Pág. 11).

67. *Ibidem*.

68. *Ibidem*. (Pág. 13)

69. “Los vecinos no se explicaban lo sucedido el martes, y le describen como a alguien “más que educado”. (*El País*, domingo 1 de septiembre de 2002. (Pág. 28)

Este es uno de los ejes sobre los que debe girar la cobertura de relatos sobre la violencia contra las mujeres: es preciso ayudar a “leer” desde otro prisma lo que ocurre en la sociedad para contribuir al cambio de conciencia de la sociedad acerca de este problema. Si en los medios se empezó hablando de “riña conyugal”; si posteriormente se avanzó, con las cifras en la mano (cuando se consideró políticamente conveniente que había que contar y elaborar estadísticas en función del género), y resultó que la violencia era mayoritariamente masculina; ahora es preciso avanzar un paso más: es necesario olvidar el estereotipo de “hombres agradables y educados”; de “vecinos excepcionales” porque quien maltrata e incluso llega a matar a su compañera no es “un vecino excepcional” ni aunque lo diga todo el barrio; es un presunto asesino u homicida. No puede existir indulgencia con un individuo que ha matado a su compañera. Porque es difícil que la sociedad pueda rechazar estos comportamientos si los titulares siguen incluyendo el estereotipo “crimen pasional” en el texto, y el relato abunda en las simples declaraciones del vecindario, quien, además, comprensiblemente, tiende a ser muy benevolente cuando se pone delante de una cámara.

Como señala Meyers<sup>70</sup>, “Las noticias son parte del problema de la violencia contra las mujeres si representan a las víctimas como responsables de su propio abuso. Si se preguntan qué ha hecho la mujer para provocar o causar la violencia. Cuando excusan al agresor porque “estaba obsesionado”, “estaba enamorado” o de cualquier otra forma; y en cuarto lugar, cuando representan al agresor como un monstruo o un psicópata mientras ignoran la naturaleza sistemática de la violencia contra las mujeres.

### ***Toma de posición de los medios de comunicación y de la profesión periodística frente al problema de la violencia contra las mujeres. La estereotipación sexual de las mujeres. El morbo y el sensacionalismo***

Como recoge el documento “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”, elaborado y aprobado<sup>71</sup> por el Consejo de Administración del Ente RTVE, en su punto 2: “Un compromiso democrático de los medios con la sociedad en que ejercen su función conlleva una toma de posición de los medios de comunicación y de la profesión periodística frente al terrorismo”. Sustituyamos ‘terrorismo’ por ‘violencia contra las mujeres’, y el artículo no necesita ninguna corrección suplementaria.

Para que los medios de comunicación desarrollen buenas prácticas en el tema de la violencia contra la mujer, no pueden dejar de utilizar buenas prácticas en la representación, en general, de las mujeres, y muy en particular, del cuerpo sexuado de la mujer; de manera que deben evitar la utilización gratuita y deliberada del cuerpo de las mujeres como reclamo informativo<sup>72</sup> para aumentar los beneficios empresariales y complacer la mirada masculina. La Plataforma de Acción de Beijing señala como objetivo “Alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género, [...] y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad no violenta”. El voyeurismo de la mirada masculina no puede buscar coartadas en la libertad de expresión cuando la representación de las mujeres como objeto sexual conduce a su cosificación y, así, a su victimización<sup>73</sup>.

Para conseguir el respeto al tratamiento informativo especialmente riguroso y ajeno por completo a cualquier tipo de concesiones al sensacionalismo y a la especulación, en el documento antes señalado<sup>74</sup> se sugiere a los medios de comunicación, a sus responsables y a sus profesionales, establecer el adecuado autocontrol de la información, particularmente en caso de colisión entre las libertades y derechos de la ciudadanía a ser informada y el respeto a las actuaciones judiciales o policiales que el ordenamiento jurídico exige. Esta consideración debería tenerse igualmente con el tratamiento de la violencia contra las mujeres.

70. Meyers, Marian. 1997. *News Coverage of Violence Against Women*. Londres: Sage Publications. (Pág. 117).

71. [Http://www.rtve.es/informa/terror.htm](http://www.rtve.es/informa/terror.htm)

72. Bach Arús, Marta y otras. 2000. *El sexo de la noticia*. Barcelona: Icaria. (p. 119).

73. “Para que un cuerpo desnudo se convierta en un desnudo es preciso que se le vea como un objeto, y el verlo como un objeto, estimula el usarlo como un objeto”. John Berger. 2000. *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili. (Pág. 62)

74. “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”. (Punto 1).

## ***El trabajo de los medios de comunicación frente a la violencia contra las mujeres no debe limitarse a ser correa de transmisión de otras instituciones.***

### ***Pluralidad de fuentes. Cantidad de información***

“Informar con objetividad –añade el documento “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”– no supone en ningún caso que los medios de comunicación puedan ser utilizados como correa de transmisión. Toda la información relativa al terrorismo debe situarse en el contexto más exigente a fin de que la audiencia tenga, a la hora de formar su opinión, todos los elementos de juicio para no ser inducida a error”.

Los medios de comunicación no deben ser correas de transmisión de otras instituciones: la policía, la judicatura o la administración. Por eso, los relatos sobre violencia contra las mujeres no pueden descansar únicamente en fuentes policiales<sup>75</sup>, judiciales y en la vecindad. Las personas expertas sobre este problema no se encuentran, precisamente, entre los colectivos señalados. Como informan las normas éticas periodísticas, debemos contrastar la información con fuentes no solamente privilegiadas, sino con aquellas que puedan proporcionar otra dimensión al relato. Y esta es, precisamente, la información de calidad.

También, los relatos que ayudan a la sociedad a tomar conciencia del problema de la violencia contra las mujeres no pueden limitarse a la explosión final del problema: cuando la muerte, precisamente, acaba con sus vidas, sino que los medios deben construir otros relatos apoyándose en la variedad de géneros informativos existentes: reportajes, crónicas, documentales, artículos de opinión, interpretativos, y otros, que ayuden a la sociedad a posicionarse ante este problema; con contenidos y temas que son, también, infinitos. Como señalaba Fran Llorente<sup>76</sup>, editor de Noticias de La2: “Hay que informar de lo que se hace sobre la violencia y de lo que no se hace: denuncias sobre fallos en la legislación, en el sistema judicial, llamar la atención sobre los largos procesos de separación y divorcio de las mujeres maltratadas, y otros. Hay que hablar de los pisos tutelados y de los alquileres, de las casas de acogida y su funcionamiento...”.

Hay que reflexionar, también, sobre la imagen que construimos de victimización de las mujeres: debemos dejar de hablar de que ha habido sesenta mujeres víctimas de la violencia doméstica y referirnos a sesenta hombres violentos que han acabado con la vida de otras tantas mujeres<sup>77</sup>. Debe equilibrarse, también, la cantidad de información de declaraciones sobre el agresor (procedentes de la policía y del estamento judicial, fundamentalmente) y sobre la víctima (sobre la que, parece que generalmente no se encuentra información más allá de las declaraciones del vecindario sobre que “parecía que no era una mujer maltratada”).

Además, consideramos que no existe una inflación de noticias de violencia contra las mujeres; la falsa percepción por la audiencia –y por parte de la profesión periodística– de reiteración del tema e influir, de esta forma, en la posible insensibilización hacia el problema, se resuelve aumentando la representación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida en que están presentes: en las empresas, en las universidades y en la investigación, en las organizaciones sociales y de mujeres; y evitando el gastado y fácil recurso de visibilizarlas sólo cuando ejercen el papel de vox populi; de trabajadoras del espectáculo: moda, cine, televisión; de princesas y reinas; y de víctimas; como deja claro la investigación.

### ***La formación y la especialización de la profesión periodística sobre la violencia contra la mujer***

Estas normas o recomendaciones deberían completarse, tanto para la redacción, como para los directivos, con programas de formación<sup>78</sup> cuyo desarrollo se ha mostrado efectivo en la experiencia<sup>79</sup>, y que se

75. Felipe Pinazo. *El País*, 30 de enero de 1999: “Debió apuñalarla en un momento de acaloramiento y luego no supo cómo reaccionar”, explicaba un agente”

76. Jornadas sobre Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. 2000. Madrid: Instituto de la Mujer. (Págs. 113-117)

77. “El terrorismo nos mete muchos goles” decía el presidente de la Federación de Asociaciones de Prensa (FAPE), Alejandro Fernández Pombo, quien añadía que en los medios de comunicación se habla de: “El terrorismo se ha cobrado tantas víctimas” en vez de que los terroristas “han asesinado a tantas personas”. (*ABC*. Martes, 30 de julio de 2002. (Pág. 92).

78. “El Gobierno [regional, de Madrid] dará clase a periodistas para evitar titulares xenófobos” decía *El País*, el jueves 21 de febrero de 2002, en la página 5 de Madrid; y añadía: “Los medios de comunicación tienen una responsabilidad fundamental en cuanto a lo que puede emanar de un titular. La prensa es fundamental a la hora de trabajar en el proceso de regularización [de inmigrantes]” afirmó el director general de Inmigración, Tomás Vera.

79. El IORTV, junto con el Instituto de la Mujer, desarrolló el año pasado dos cursos de 28 horas (con prácticas incluidas) dirigidos a profesionales de radio y televisión, cuyos resultados positivos han conducido a la programación de un nuevo curso para noviembre de 2002 (en el cual se han inscrito 44 personas, la gran mayoría, profesionales de los medios: de TVE, CNN+, Telemadrid, Tele5 y personal de otras redacciones).

aconsejan explícitamente como medio adecuado con el objetivo de erradicar la violencia contra las mujeres<sup>80</sup>. Este apartado incluiría la necesidad de la especialización de las personas que trabajan en las redacciones sobre este problema; de la misma forma que el periodismo de calidad exige especialización en otras áreas, trabajar con el tema de la violencia contra las mujeres no puede descansar solamente en “el sentido común” y en las experiencias personales de quienes trabajan con este tipo de información.

Además, tratar con relatos sobre este tema debería ser objeto de debate en las redacciones, práctica<sup>81</sup> que se ha demostrado, también, mejora cualitativamente el producto mediático.

### El lenguaje

La profesión periodística debería, por una parte, rechazar expresiones y concepciones trasnochadas y obsoletas “la maté porque era mía” que se asientan en la concepción tradicional y sexista de una sociedad que ya no es la actual y que está compuesta por mujeres y hombres que merecen igual tratamiento informativo. Por otra parte, la profesión periodística tiene que reflexionar sobre las nuevas acepciones que describen situaciones que deben ser nombradas: el ejemplo de la palabra género<sup>82</sup> es el más representativo.

La construcción sintáctica debe evitar interpretaciones y juicios de valor que descansan en concepciones trasnochadas sobre las mujeres y los hombres: La frase “La mujer había decidido poner fin a su matrimonio” representa una lectura de la realidad muy distinta a: “La víctima salía a menudo con las amigas después de la separación”. De cualquier forma, el tratamiento del lenguaje en general, y en los temas de la mujer en particular, no debe simplificarse sustituyendo una “o” por una “a” cada vez que hablemos de ellos o de ellas.

## 10. Referencias bibliográficas

- Altés, Elvira . 1998. “Violència privada, espectacle public”. Capçalera., núm. 87.
- Bach Arús, Marta y otras. 2000. “El sexo de la noticia”. Barcelona: Icaria
- Benedit, Helen. 1995. “Covering Rape without Feminism”. En *Women and Law in the Media*. Fineman; Martha (Ed.). Nueva York: Routledge.
- Bengoechea, Mercedes. 2000. “En el umbral de un nuevo discurso periodístico sobre violencia femenina: de la crónica de sucesos a la reseña literaria”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*. N° 5. Madrid: Universidad Complutense.
- Berger, Jonh. 2000. “Modos de ver”. Barcelona: Gustavo Gili.
- Binstock, Hanna. 1998. “Violencia en la pareja. Tratamiento legal. Evolución y balance”. CEPAL. Unidad Mujer y Desarrollo 23.
- Bueno Abad, José R. 1993. “Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita”. Madrid: Instituto de la Mujer. (Ejemplar mecanografiado).
- Díaz Nosty, Bernardo. 2001. “Informe Anual de la Comunicación 2000-2001”. Madrid: Grupo Z.
- Domingo, Alfonso y Olmedilla, Mar. 2002. “Documentos TV”. La2 (TVE).
- EFE. “Diccionario de español Urgente”. 2000. Madrid: Agencia EFE.
- Fagoaga, Concha. 1999. “La violencia en medios de comunicación”. Madrid: Dirección General de la Mujer CAM.
- Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas. [www.separadasydivorciadas.org](http://www.separadasydivorciadas.org)
- Fejes, Fred J. 1992. “Masculinity as Fact. A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity”. En *Men, Masculinity, and the Media*. Craig, Steve (Ed.). Londres: Sage Publications.

80. Plataforma para la Acción. ONU. Objetivo J.2. medida 243, punto c) “Desarrollar programas de formación y sensibilización sobre asuntos de género para las y los profesionales de los medios de comunicación, que incluyan también a propietarios y gestores de ambos sexos, con el fin de que utilicen y se fomenten en los medios imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres”. (P. 228).

81. La2 de TVE, que practica esta técnica, es el canal que mejores resultados (34% de representación de mujeres, frente al 18% del resto de las cadenas comerciales y TVE1) ha obtenido en la investigación *Representación de mujeres y hombres en los informativos de radio y televisión*. 2002. López Díez, Pilar. Madrid: RTVE e Instituto de la Mujer.

82. El *Diccionario de español urgente*. 2000 de la Agencia EFE ya habla de género en sentido distinto al gramatical, y lo explica así: “género se emplearía para describir el distinto comportamiento de hombres y mujeres en la sociedad según las distintas condiciones en que se mueven: educación, familia, cultura, etc.”. Y añade: “Esta diferenciación, inexistente en los diccionarios convencionales, se considera un logro por parte de las feministas que consideran que hablar de sexo es limitarse a las diferencias biológicas y dejar de lado la cuestión social”. (Definición manifiestamente mejorable. Podríamos añadir que mientras el sexo es una categoría biológica basada en los atributos sexuales con los que nacen los seres humanos que los definen como hembras o machos, la categoría “género” es una construcción social y cultural que transforma a los machos en hombres y a las hembras en mujeres a través de la división sexual del trabajo y de la asignación de roles y comportamientos diferenciados, proceso que se conoce como construcción de la identidad de género).

- Ferreira, Graciela B. “La mujer maltratada”. Un estudio sobre las mujeres víctimas de violencia doméstica. Editorial Sudamericana. 1991
- Friedan, Betty. 1974. “La mística de la feminidad”. Madrid: Ediciones Júcar.
- Gallagher, Margaret. “Woman and Media at the close of the Twentieth Century”. 1995. United Nations. División for the Advancement of woman.
- González Encinas, José J. y Salvador Martínez, María. “La mujer y los derechos de la comunicación”. 2002. En Mujer y Comunicación en España. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación. España 2002. Presidencia de la Unión Europea. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Greenfeld, Lawrence A. Violence by Intimates. Analysis of Data on Crimes by Current or Former Spouses, Boyfriends, and Girlfriends. 1998. Washington: U.S. Department of Justice.
- Guidens, Anthony. 1997. Sociología. Madrid: Alianza Editorial.
- Head, Sydney W., Sterling, Christopher W., y Schofield, Lemuel B. 1994. Broadcast in America. Boston: Houghton Mifflin Company. 7th. Edition.
- Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Informe final. Junio 1997. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Informe de ejecución del Plan de Acción contra la Violencia Doméstica. 2001. Madrid: Instituto de la Mujer
- Informe del Comité Especial Plenario del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General. 2000. Naciones Unidas. <http://www.onu.org/temas/mujer/Beijing5/decbeijing5.Pdf>
- López Díez, Pilar. 2002. “Representación de Género en los informativos de radio y televisión”. Madrid: IORTV (RTVE) e Instituto de la Mujer.
- López Díez, Pilar. 1996. “Los magazines de la radio española: Modelos, tendencias y representación de género”. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.
- Llorente, Fran. 2000. “Jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Martín Serrano, Manuel. 2000. “La violencia contra las mujeres: un problema social”. En Jornadas sobre medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Martín Serrano, Esperanza y Martín Serrano, Manuel. 1999. “Las violencias cotidianas cuando las víctimas son las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Meyers, Marian. 1997. “News Coverage of Violence Against Women”. Londres: Sage Publications.
- NOW LEGAL DEFENSE AND EDUCATION FUND: Surviving Violence and Poverty: A Focus on the Link between Domestic and Sexual Violence, Women’s Poverty and Welfare. 18 Septiembre, 2002. [www.nowldef.org](http://www.nowldef.org)
- Plataforma para la Acción. IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres. Beijing (China), septiembre 1995. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Reichert, Tom et al. 1999 “Cheesecake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase”. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol. 76. No. 1.
- Rennison, Callie Marie y Welchans, Sara. 2000. “Intimate Partner Violence”. Buro of Justice Statistics. Special Report. Washington: U.S. Department of Justice.
- Rico, Nieves. 1996. “Violencia de género: Un problema de derechos humanos”. CEPAL. Mujer y Desarrollo 16.
- RTVE. “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo”. Consejo de Administración del Ente RTVE. <http://www.rtve.es/informa/terror.htm>
- Seager, Joni. 2001. “Atlas del estado de la mujer en el mundo”. Madrid: Akal.
- Tjaden, Patricia y Thoennes, Nancy. 2000. “Extent, Nature, and Consequences of Intimate Partner Violence”. National Institute of Justice & Centre for Disease Control & Prevention. [www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs](http://www.ojp.usdoj.gov/nij/pubs)
- Villavicencio Carrillo, Patricia y Sebastián Herranz, Julia. 1999. “Violencia doméstica: su impacto en la salud física y mental de las mujeres”. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Who makes the News? 2000 Londres: WACC.
- WomensENews. <http://www.womensenews.org/>
- El mundo.bbc: [www.news.bbc.co.uk](http://www.news.bbc.co.uk)
- Periódicos
  - ABC. 30 de julio de 2002.
  - La Vanguardia. 21 de septiembre de 2002.
  - El País. 7 de diciembre de 1998.
  - El País. 6 de noviembre de 1999.
  - El País 16 de septiembre de 2001.
  - El País. 19 de febrero de 2002.
  - El País. 21 de febrero de 2002.
  - El País. 1 de septiembre de 2002.
  - El País. 5 de septiembre de 2002.
  - El País 28 de septiembre de 2002.
  - El País. 4 de octubre de 2002.
  - El País. 8 de octubre de 2002.
  - El País. 7 de diciembre de 2002.

# ANEXOS

---



## RELACIÓN DE DOCUMENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PERSPECTIVA DE GÉNERO

*1995. Plataforma de acción de Toronto: Documento del simposio internacional sobre la mujer y los medios de comunicación. (Toronto, Marzo 1995).*

Auspiciado por la UNESCO y las Naciones Unidas. El documento recoge una lista de acciones a corto y largo plazo dirigidas a las industrias mediáticas, las asociaciones profesionales de medios de comunicación, las instituciones educativas y de capacitación de los medios, los gobiernos, y otros.

*1995. Declaración de Beijing y plataforma para la acción. IV Conferencia mundial sobre las mujeres. Beijing (China). Septiembre 1995. Naciones Unidas.*

Dos de las doce áreas de interés señaladas en la Plataforma para la Acción se refieren, en el punto D. a la violencia contra las mujeres y en el J. a los medios de comunicación.

Dentro del objetivo estratégico D.1 en donde se señalan las medidas para prevenir y eliminar la violencia contra las mujeres, se recoge la medida 125 que, además de a otros organismos, está dirigida a los medios de comunicación, y en el punto j) se dice: “Concienciar acerca de la responsabilidad de los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de mujeres y hombres y eliminar los modelos de conducta generadores de violencia que en ellos se presentan, así como de alentar a las personas responsables del contenido que se difunde a que establezcan directrices y códigos de conducta profesionales; y sensibilizar sobre la importante función de los medios de información en lo relativo a informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra las mujeres y a estimular el debate público sobre el tema”.

En el Objetivo estratégico D.2 que recoge las medidas para estudiar las causas y las consecuencias de la violencia contra las mujeres y la eficacia de las medidas de prevención, en la medida 129, punto d) se dice: “Alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género, así como también la manera en que se transmiten durante el ciclo vital, y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad no violenta”.

En el punto J, y en el Objetivo estratégico J.1. en la medida 241, punto d) dice: “Impulsar la participación de mujeres en la elaboración de directrices profesionales y códigos de conducta y otros mecanismos apropiados de autorregulación, para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación”. En la medida 242, punto a): “Estimular la creación de grupos de control que supervisen a los medios de comunicación y celebrar consultas con ellos, a fin de velar por que las necesidades y las preocupaciones de las mujeres se reflejen de manera apropiada”.

En el Objetivo estratégico J.2., medida 243, punto c) “Desarrollar programas de formación y sensibilización sobre asuntos de género para las y los profesionales de los medios de comunicación, que incluyan también a propietarios y gestores de ambos sexos, con el fin de que se utilicen y se fomenten en los medios imágenes equilibradas, plurales y no estereotipadas sobre las mujeres”.

### Unión Europea

*Hacia una estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre hombres y mujeres (2001-2005)*

1. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones:

- a. Dentro de los cinco objetivos, el 4 dice: Promover la igualdad entre hombres y mujeres en la vida civil y el punto 3.4.3: Luchar contra la violencia sexista y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. La acción 5: “Seguir actuando para luchar contra la violencia doméstica ejercida contra las mujeres en la UE (...)”.
- b. Y el objetivo 5 señala: Promover el cambio de los roles y estereotipos establecidos en función del sexo: “En este terreno se aborda la necesidad de modificar comportamientos, actitudes, normas y valores

sociales que determinan unos roles estereotipados e influyen en ellos en la sociedad, mediante la educación, la formación, los medios de comunicación, la cultura y la ciencia. Para alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres es fundamental eliminar los prejuicios culturales existentes y los estereotipos tradicionales.

Al perpetuar una imagen negativa o estereotipada de la mujer, especialmente en los medios de comunicación y en los canales de información y entretenimiento informatizados, en la publicidad y en el material educativo, no se está ofreciendo una imagen exacta ni realista de los múltiples roles de las mujeres y los hombres, ni de sus contribuciones a un mundo cambiante. Sin menoscabo de su libertad de expresión, y en su calidad de formadores de opinión e instrumentos para modelar valores, los medios de comunicación y la industria de la cultura deben contribuir a cambiar los estereotipos sexistas existentes en la percepción pública y a presentar una imagen objetiva de los hombres y las mujeres”.

- c. Y dentro del objetivo 3.5.2.: “Superar los estereotipos tradicionales en las políticas comunitarias pertinentes mediante 4 acciones: 1. Vigilar la integración de una perspectiva de género en las políticas de especial importancia para superar los estereotipos tradicionales, como la política de educación, formación, cultura, investigación, medios de comunicación y deporte, y potenciar la igualdad (...)”. 4. “Promover el intercambio de opiniones y buenas prácticas en los medios de comunicación y crear un grupo de representantes de estos medios que asistan a la Comisión a aplicar los debates en este objetivo de la estrategia marco”.

2. *Decisión del consejo de 20 de diciembre de 2000 por la que se establece un Programa de Acción comunitaria sobre la estrategia comunitaria en materia de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres (2001-2005) (V Programa de Acción):*

- a. Artículo 2: Principio 2. “El programa coordinará, apoyará y financiará la ejecución de las actividades horizontales en los ámbitos de intervención de la estrategia marco comunitaria sobre la igualdad entre mujeres y hombres. Dichos ámbitos de intervención son los siguientes: vida económica, igualdad de participación y representación, derechos sociales, vida civil así como roles y estereotipos establecidos en función del sexo. En todos los ámbitos de intervención de la estrategia marco comunitaria deberá tenerse presente el principio de igualdad entre mujeres y hombres en el proceso de ampliación de la Unión y la problemática de los sexos en las relaciones exteriores de la Comunidad y en la política de cooperación para el desarrollo”.
- b. Y en el ANEXO, en el apartado Ámbitos de intervención se señala con el punto 5 “Papeles sociales y estereotipos establecidos en función del sexo: Este ámbito trata de los estereotipos sobre las mujeres y los hombres y la necesidad de cambiar los comportamientos, actitudes, normas y valores en función de la evolución de los respectivos papeles de mujeres y hombres en la sociedad. Las acciones abarcarán la integración de la igualdad entre mujeres y hombres, particularmente en las políticas de educación, formación, cultura, ciencia, medios de comunicación, juventud y deporte”.

## España

### **ESPAÑA 2002. Guía de buenas prácticas para paliar los efectos de la violencia contra las mujeres y conseguir su erradicación.**

Documento presentado bajo la Presidencia de la Unión Europea señala: “[Entre las causas de la violencia hacia las mujeres mencionadas con más frecuencia —el alcohol, la toxicomanía, el desempleo, la pobreza y exclusión social, y el hecho de que el agresor haya sido a su vez víctima de la violencia—] no se reconoce una de las más importantes: la desigual distribución del poder entre mujeres y hombres que existe en la sociedad, probablemente debido a la escasa frecuencia con que aluden a ella los medios de comunicación. Esta limitación puede reducir la eficacia de la sensibilización, al distanciar a las personas que la reciben de un problema que creen afecta sólo a hombres con problemas especiales”.

### **II Plan integral contra la violencia doméstica (2001-2004).**

“Las actuaciones comprendidas en este Plan se articulan en cuatro grandes áreas, la primera de las cuales es: Medidas preventivas y de sensibilización: Incluye medidas tendentes a la sensibilización, a la formulación y a la coordinación. El primero de estos bloques va dirigido a la población en general y a los profesionales de la comunicación, de manera espe-

cial. El segundo bloque va enfocado hacia los centros educativos (profesorado y alumnado) y a profesiones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, de los órganos judiciales, de la sanidad, etc.” (Pág. 11).

Las acciones a realizar dentro del primer objetivo son: 1. “Guía de recomendaciones dirigida a profesionales de los medios de comunicación para el tratamiento informativo de la violencia doméstica. 2. Jornadas en el ámbito universitario dirigidas a sensibilizar a futuros profesionales de los medios de comunicación”.

## EVOLUCIÓN DE LA LEGISLACIÓN INTERNACIONAL<sup>1</sup> PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

### *1948. La Declaración Universal de los Derechos Humanos.*

Fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948. Como instrumento interpretativo de la Carta de las Naciones Unidas constituye el primer texto jurídico vinculante sobre el tema de los derechos humanos. Su articulado cubre la violencia contra la mujer al señalar que “*todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos...*” y que “*toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo...*”; y, al enumerar estos derechos, se incluye el derecho “*a la vida, a la libertad y a la seguridad...*”, a no ser sometida a “*tratos crueles, inhumanos o degradantes*” (arts. 1, 2, 3 y 5). La Declaración reconoce a “*toda persona... derecho a un recurso efectivo ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la constitución o por la ley*” (art. 8).

### *1979. Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.*

Esta Convención puede entenderse, especialmente en este tema, como un desarrollo de la Declaración Universal de Derechos Humanos en relación a la mujer y, fue necesaria por el histórico predominio del hombre sobre la mujer, reconocido por las leyes y las tradiciones culturales y religiosas. La Convención, aunque trata el tema de la violencia contra la mujer sólo tangencialmente, como texto jurídico vinculante es base suficiente para exigir a los Estados medidas legislativas y administrativas para prevenir, investigar, castigar la violencia y reparar el daño causado.

### *1980. Conferencia mundial del decenio de las Naciones Unidas para la mujer.*

Se entiende que una de las deficiencias de la Convención de 1979 es la falta de una definición clara de la violencia de género. Es en la **Conferencia Mundial del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer** celebrada en Copenhague cuando se adoptó la resolución titulada “La mujer maltratada y la violencia en la familia”.

### *1985. Estrategias de Nairobi*

Asimismo en el párrafo 288 de las **Estrategias de Nairobi** orientadas hacia el futuro para el adelanto de la mujer, documento emanado de la Tercer Conferencia Mundial, se contemplan consideraciones directas relacionadas con la violencia contra las mujeres.

### *1989. Comité para la eliminación de la discriminación contra la mujer*

En este año, el **Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer** recomendó que los Estados miembros informaran sobre la violencia contra las mujeres y las medidas adoptadas a nivel gubernamental para erradicarla.

### *1991. Comisión de la condición jurídica y social de la mujer*

En la reunión del grupo de personas expertas sobre la violencia contra la mujer realizada en aquel año determinó que en los instrumentos vigentes no se tomaba debidamente en consideración la violencia de

1. En: Binstock, Hanna. “Violencia en la pareja. Tratamiento legal. Evolución y balance”. CEPAL. Unidad Mujer y Desarrollo. (Pág. 11). Y Rico, Nieves. “Violencia de género: Un problema de derechos humanos”. CEPAL. Mujer y Desarrollo 16. (Pág. 11)

género y que no se definía específicamente este delito. A juicio del grupo, la falta de una conceptualización clara dificultaba la aplicación efectiva de las normas internacionales sobre derechos humanos para solucionar este problema (Naciones Unidas, 1991a, b y c). Por lo tanto redactó un proyecto de declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, que la **Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer** analizó en profundidad en su 36° período de sesiones, con miras a su adopción por parte de la Asamblea General.

### *1992. Comité para la eliminación de la discriminación contra la mujer*

El **Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer**, adoptó una recomendación general en la que se afirma que de acuerdo a la Convención, la violencia contra la mujer es ciertamente una forma de discriminación de género que los Gobiernos están obligados a eliminar.

### *1993. Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Asamblea General en Viena*

La **Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer** fue aprobada por la **Asamblea General en Viena**, en diciembre de 1993. Se reconoce que la violencia contra la mujer es un obstáculo para el logro de la igualdad, el desarrollo y la paz y que las oportunidades para que la mujer alcance la igualdad legal, social, económica y política se ven continuamente limitadas por la violencia. Se define la violencia contra la mujer como “*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 producen en la vida pública como privada*” (art. 1°); y contiene una enumeración enunciativa de los actos que se consideran violencia de género: “a) la violencia física, sexual y psicológica que se produzca en la familia, incluidos los malos tratos, el abuso sexual de las niñas en el hogar [...], la violación por el marido [...], los actos de violencia perpetrados por otros miembros de la familia y la violencia relacionada con la explotación; b) la violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada; c) la violencia física, sexual y psicológica perpetrada o tolerada por el Estado, dondequiera que ocurra” (art. 2).

### *1994. Comisión de Derechos Humanos*

Una nueva fase en el compromiso contra la violencia comienza en marzo de 1994 cuando la **Comisión de Derechos Humanos** acuerda aprobar un proyecto de resolución para integrar los derechos de la mujer dentro de los mecanismos de derechos humanos de las Naciones Unidas (esta acción había sido propuesta en la Conferencia Mundial de Derechos Humanos realizada en 1993, que consideró la violencia contra la mujer como tema de derechos humanos).

### *1995. Asamblea General*

La **Asamblea General** urgió a los Estados partes a reforzar en las legislaciones nacionales las sanciones penales civiles, laborales y administrativas, para castigar la violencia contra la mujer en el hogar, lugar de trabajo, en la comunidad y en toda la sociedad; y, declaró todas las formas de violencia sexual y de tráfico sexual como una violación de los derechos humanos de las mujeres y de las niñas. (Por primera vez se dicta una resolución sobre la niña. El art. 5 urge a los Estados a eliminar toda forma de violencia contra los niños y en especial contra las niñas.

### *1995. Plataforma de acción en la IV Conferencia mundial de las Naciones Unidas sobre la mujer*

La **Plataforma de Acción en la IV Conferencia Mundial de las Naciones Unidas sobre la Mujer** celebrada en Beijing plantea entre sus objetivos estratégicos, estudiar las causas de la violencia contra la mujer y buscar métodos para elaborar estrategias de prevención.

### *2000. Resolución sobre la eliminación de todas las formas de violencia contra las mujeres.*

## RESUMEN DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA CAMPAÑA EUROPEA CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA EN LA UE

- **1997.** La Comisión Europea pone en marcha la iniciativa Daphne con una dotación económica de 3 millones de euros para luchar contra la violencia masculina.
- **1997.** El Parlamento Europeo pide una Campaña de No Tolerancia frente a la violencia contra la mujer “Tolerancia 0”
- **1997.** El Lobby Europeo de Mujeres crea el Centro Europeo de Acción Política sobre la Violencia contra la Mujer y su Observatorio Europeo de la Violencia contra la Mujer.
- **Junio de 1998.** Bajo la Presidencia británica de la UE se celebra una reunión preparatoria de la Campaña.
- **Junio de 1998.** Un estudio del Consejo de Europa evalúa la situación jurídica en 29 países.
- **Diciembre de 1998.** La Unión Europea celebra una reunión de personas expertas en Viena, bajo la presidencia austriaca en la que se adoptan 52 normas y recomendaciones para erradicar la Violencia contra la mujer.
- **Enero de 1999.** La Comisión Europea inicia una campaña contra la Violencia doméstica (con un presupuesto de aproximadamente 4 millones de euros).
- **8 de marzo de 1999.** Día Internacional de la mujer. La comisaria europea Anita Gradin impulsa la campaña del lazo blanco en el Parlamento europeo.
- **28 de marzo de 1999.** Se celebra una Conferencia en Colonia, bajo la presidencia alemana de la U.E. durante la cual se adaptan otras 10 recomendaciones.
- **Marzo de 1999.** El Lobby Europeo de Mujeres presenta los primeros resultados de su estudio sobre estadísticas relativas a la violencia doméstica.
- **Junio de 1999.** Los ministros de Justicia e Interior de los estados miembros de la UE debaten el problema de la violencia doméstica.
- **Junio de 1999.** Encuesta Eurobarómetro sobre la actitud de la población europea frente a la violencia doméstica.
- **Noviembre de 1999.** La presidencia finlandesa de la UE organiza una conferencia sobre la violencia doméstica.
- **Enero de 2000.** Inicio del programa Daphne, de cuatro años de duración con un presupuesto de 20 millones de euros para apoyar actividades de ONG’s.
- **Marzo de 2000.** Conferencia de clausura de la campaña bajo la Presidencia de Portugal.

## FECHAS INSTITUCIONALES A TENER EN CUENTA SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN ESPAÑA

- **1983.** Comienzan a publicarse en España las cifras relativas a denuncias por malos tratos en las comisarías de policía del país.
- **1983.** Se crea el Instituto de la Mujer y los Centros de Información de la Mujer.
- **1986.** Se crea la primera casa de acogida para mujeres maltratadas.
- **1986.** El 5 de noviembre la Comisión de Derechos Humanos del Senado creó en su seno la Ponencia de Investigación de malos tratos a mujeres.
- **1987.** Una circular del Fiscal General del Estado instaba a la persecución de los malos tratos a mujeres y niños y niñas.
- **1989.** La Ponencia de investigación de malos tratos a mujeres publica un informe sobre las mujeres maltratadas.
- **1998.** I Plan de acción contra la violencia doméstica. 1998-2000.
- **2001.** II Plan integral contra la violencia doméstica 2001-2004.

2012

**Radiotelevisión  
Canaria**



# COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

*"Manual de Estilo para una Comunicación Incluyente"*

**Elaborado por:**

TÉCNICAS SOCIALES SL  
*Consultoría para la Igualdad*  
*www.tecnicasocialesconsultores.com*

**Coordinación y dirección:**

Francisca Galante Lorenzo  
Técnicas Sociales S.L.  
fgalante@tecnicassocialesconsultores.com

**Supervisión:**

Candelaria Delgado Alonso  
Dirección de Gabinete, Comunicación y Marketing Radiotelevisión Canaria

**Con la financiación de:**

Televisión Pública Canaria S.A  
Radio Pública Canaria S.A.  
Secretaría de Igualdad. Gobierno de España

# INDICE

## **1. INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DE UN LENGUAJE REPRESENTATIVO DE MUJERES Y HOMBRES.**

## **2. OBJETIVOS DEL MANUAL**

## **3. LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

3.1. La publicidad sexista

3.2. Mujer y medios de comunicación

3.3. Recomendaciones para una publicidad incluyente

## **4. LENGUAJE, GÉNERO Y SEXO. PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS.**

4.1. Usos del lenguaje

4.2. Propuestas

## **5. MARCO NORMATIVO**

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

## 1. INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DE UN LENGUAJE REPRESENTATIVO DE MUJERES Y HOMBRES.

Desde hace décadas se viene poniendo de manifiesto el desigual tratamiento que reciben los hombres y las mujeres en los medios de comunicación. Los resultados de diversas investigaciones siguen manifestando el doble rasero que mantienen quienes elaboran contenidos para los medios, no sólo la profesión periodística, sino en un sentido amplio, que abarcaría a quienes participan, de alguna forma, en la elaboración de los contenidos tanto informativos como de programas, es decir, las y los profesionales que realizan tareas de redacción, presentación, guión, locución, documentación, corrección, producción, realización, captación de imagen y sonido y postproducción de imagen y sonido.

Los diferentes estudios que hay sobre este tema siguen recogiendo la fijación de los medios por los roles tradicionales asociados a las mujeres, pongamos algunos ejemplos:

- En el caso de la elección de Nancy Pelosi a la presidencia de la Cámara de Representantes de EEUU el *Washington Post* la describió como una «abuela de cinco nietos» dejando en el tintero una presentación más adecuada, como podría ser «una veterana con veinte años en el Congreso de EE.UU» que, suponemos, tuvo mucho más que ver con su elección.

- En el proceso postelectoral que vivió España en marzo de 2008, con un Gobierno con mayoría de mujeres y en donde la titular de Defensa estaba embarazada, la atención mediática de algunos fue puesta sobre características nada políticas de las mujeres elegidas para distintos cargos.

No cabe duda de que se han producido grandes cambios experimentados por las sociedades occidentales en las funciones sociales, los gestos, las indumentarias, los roles, las conductas, las características y las actitudes, considerados propios de mujeres y hombres. Infinidad de costumbres han sido modificadas según el sexo.

La incorporación de la mujer al mundo laboral ha sido lenta, pero sostenida, a lo largo de la historia. Los derechos, desarrollo y responsabilidades laborales de las mujeres comienzan a ser visibles tras muchos años de reivindicaciones, pese al papel que han desempeñado, siendo la base estructural del tejido familiar, social y económico, a lo largo de la historia.

El lenguaje es un instrumento de comunicación y de cohesión social. La expresión lingüística se inserta en un proceso más complejo de comunicación social, en el que las palabras son un instrumento o vehículo de transmisión de ideas. Por tanto, no hay lenguaje neutro. Toda expresión lingüística es interpretada por quienes la reciben y ahí confluyen muy diversos elementos: sujeto, objeto, realidad social, tradición, valores culturales, concepciones de justicia, etc.

El lenguaje no tiene un uso meramente descriptivo, prescribe un determinado orden valorativo que puede jerarquizar posiciones sociales: infravalorar o sobrevalorar determinadas situaciones. Es una convención social que ayuda a conformar la realidad, nos enseña a ver el mundo.

Dentro de estas coordenadas no puede obviarse que existe una conexión entre el lenguaje y la posición que mujeres y hombres ocupamos en la sociedad. A estos efectos el lenguaje es un reflejo de nuestra situación social y también un elemento auxiliar que colabora en construir el lugar de mujeres y hombres, a mantenerlo o cambiarlo.

Es imprescindible que las organizaciones sociales y las instituciones alcen la voz a fin de lograr una mayor igualdad de oportunidades y condiciones entre hombres y mujeres, no sólo en los puestos laborales, en la toma de decisiones o incluso en la elaboración de políticas, sino también en la generación de opiniones y en las diversas maneras de comunicar a la sociedad una realidad existente.

Incluir la perspectiva de género en la comunicación implica introducir en el lenguaje y en las imágenes las actividades que realizan, han realizado o van a realizar las mujeres, sus intereses, sus aportaciones y sus necesidades. En definitiva, visibilizarlas, situarlas en el mundo y reflejar de qué manera participan en él.

El manual que se presenta intenta servir de guía para realizar un uso del lenguaje y de la imagen que sea incluyente y no sexista, y que aborde la incorporación de la perspectiva de género en el seno de las comunicaciones que se realicen desde los medios de difusión de Radiotelevisión canaria.

## **2. OBJETIVOS DEL MANUAL**

Este manual no pretende ser un texto original. Existe numerosa bibliografía al respecto, en la que figuran muchas de las recomendaciones que aquí se contienen. Los objetivos principales de este manual son los siguientes:

- 1.** Evitar la ambigüedad de ciertos mensajes y poner de manifiesto la presencia de la mujer tanto a nivel interno de la organización como fuera de ella, sin incurrir en incorrecciones gramaticales.
- 2.** Ser un instrumento de consulta ante las dudas que se puedan presentar en las actividades de trabajo cotidiano.
- 3.** Fomentar la eliminación del lenguaje sexista tanto en el discurso hablado como en el escrito, así como el fomento de imágenes no sexistas.

### 3. LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

#### 3.1. La publicidad sexista:

La sociedad de hoy en día viene marcada en gran medida por la publicidad.

Una forma de comunicación persuasiva que utiliza objetos, imágenes y personajes atractivos que se identifican con los productos que se intentan vender y que a través de los medios de comunicación, especialmente la televisión, se introducen en nuestra vida cotidiana.

La publicidad tiene entre sus principales objetivos:

- Captar la atención de las personas consumidoras.
- Convencer que su producto es diferente al de la competencia.
- Hacer visibles su utilidad y beneficios.
- Persuadir de su compra.

Y para ello recurre a diferentes herramientas dirigidas a:

- Provocar emociones.
- Identificar el producto con unos beneficios materiales o inmateriales como la felicidad, el triunfo o la diversión.

El objetivo de la publicidad es intentar persuadir a las personas consumidoras sobre la necesidad o conveniencia de adquirir un determinado producto. Debe justificar su compra y resaltarlo por encima de la competencia. Para ello, además de destacar sus cualidades, los/as anunciantes convierten el producto en un medio para conseguir unos objetivos como pueda ser el bienestar o la felicidad. Conscientes o no cuando compramos un producto lo hacemos tanto por motivos racionales como emocionales.

**De esta forma, los medios de comunicación y la publicidad, trascienden su objetivo inicial y generan comportamientos y actitudes.** En el caso concreto de la publicidad, los anunciantes reflejan el mundo actual, con el fin de crear empatía. Pero además *crean modas ya que los/las espectadores/as imitan los modelos que ve en la publicidad, copian los estilos de vida que venden los anuncios, los cánones de belleza, los modelos, las conductas y el comportamiento.*

Es ahí donde entra en juego el papel de la mujer que, desafortunadamente y en pleno siglo XXI, sigue siendo una asignatura pendiente en la publicidad.

Ausente en unos casos, estereotipada en otros o utilizada como simple objeto decorativo o como reclamo sexual, su imagen está sujeta a roles que perpetúan y potencia una situación que no se corresponde en la mayoría de los casos con su actual realidad social y laboral.

Desde que en la agenda de la vida política y de las diferentes administraciones públicas se ha incluido el sexismo como un tema preferente, el papel de la mujer en la publicidad ha cambiado, pero no lo suficiente, y es responsabilidad de todos y todas seguir avanzando.

El sexismo es un producto cultural y educativo. Los roles se aprenden desde la infancia. Al igual que se han creado, perpetuado y transmitido estereotipos sexistas, éstos pueden cambiar, creando una sociedad más igualitaria. El papel de la publicidad es en este campo fundamental.

Al igual que la publicidad crea una ficción para presentar su producto recreando la situación actual, reflejando los roles sociales (con el fin de buscar la identificación de la espectadora o el espectador), también puede servir de forma eficaz para cambiar o hacer visible otras realidades.

No hay que olvidar que el lenguaje publicitario no es neutro, sino intencionado y está estudiado para crear impacto. El mensaje publicitario está también en las imágenes con las que se capta el interés del público objetivo.

### **Evolución de la mujer en la publicidad.**

De una forma esquemática se puede ver que la utilización de la mujer en la publicidad ha cambiado a lo largo de las últimas décadas, en la misma medida que también ha cambiado su papel en la sociedad y se han afianzado su reivindicación de igualdad.

En los años setenta la imagen que ofrecía la publicidad de la mujer estaba ligada a la casa y la familia. La mujer no formaba parte del mundo laboral y estaba excluida de las decisiones. Una década después, en los años ochenta la mujer era utilizada como objeto sexual. El cuerpo de la mujer era el reclamo más utilizado para productos dirigidos a hombres.

En los noventa aumentan los anuncios dirigidos a la mujer que se cuida. En esta década, ya se reconoce que la mujer trabaja también fuera de casa y ocupa puestos de responsabilidad en las empresas, por tanto, el cuidado de la casa empieza a ser compartido por la pareja, lo que también es reflejado en los anuncios.

En el nuevo milenio la mujer ya vive sola, es independiente, y van aumentando los anuncios dirigidos a este tipo de mujeres. Además el hombre empieza a aparecer en anuncios de productos de limpieza y del hogar, aunque subsisten los estereotipos y el sexismo.

## **La mujer en los anuncios.**

La Guía de Intervención ante la Publicidad. Observatorio 12, del Instituto de la Mujer recoge que, a la hora de protagonizar un anuncio, la mayoría de empresas se decanta por parejas de hombre y mujer o por protagonistas femeninas y sólo en 2 de cada diez el protagonista es un hombre. A la hora de elegir una mujer para hacer publicidad de una marca los que más lo hacen son las marcas de belleza y perfumería, confección y artículos del hogar, entre ellos los productos de limpieza. Por su parte, el hombre anuncia productos farmacéuticos o de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, servicios financieros y vehículos.

La mayoría de los anuncios tienen como escenario el hogar seguido de lugares de tiempo libre y el nivel socioeconómico de los actores es medio alto. En cuanto a la edad, aproximadamente la mitad serían jóvenes y aumenta el de mayores debido a una gran oferta de productos dirigidos a ellos. El atractivo físico es un valor en aumento en los personajes publicitarios femeninos, mientras que en los hombres no parece ser tan importante.

El observatorio detecta también que, en los últimos años, han aumentado los desnudos femeninos el erotismo, aunque si bien en el hombre se atribuye a productos relacionados con su aspecto físico, los productos que utilizan a mujeres sexualmente atractivas son ajenos al producto que anuncian.

La mujer se insinúa físicamente en el 42% de los anuncios frente al 18% de los hombres y casi la mitad de los anuncios reflejan a la mujer como un personaje seductor, frente al 23% en el caso de los hombres.

Cabe destacar que desde el año 2000 se comienza a registrar un descenso del rol del Ama de Casa aumenta el rol seductor, la mujer independiente, segura y con acceso a campos de ocio tradicionalmente masculinos. A pesar de todo, solo en un 1,4% de los anuncios reflejan a una mujer como profesional de autoridad y prestigio, un campo que se reserva a los hombres.

Por su parte el hombre ha incrementado su rol de padre y de elemento de la familia, que comparte el espacio privado (atención y cuidado de la familia y realización de las tareas del hogar). Desciende, en hombres y mujeres, la vida laboral frente a la de ocio y tiempo libre y también cada vez es menor la imagen de la figura de la madre en anuncios.

## **Roles de género.**

El papel de la mujer en la publicidad sigue estando, a pesar de las campañas llevadas a cabo y de los cambios sociales registrados en las últimas décadas, marcado por los roles que hombre y mujer, han desempeñado durante siglos.

Desde sus inicios, la publicidad ha recurrido a la mujer para vender sus productos. Algo que no sería preocupante si no lo hubiera hecho al margen de su realidad social y laboral actual. La mujer en la publicidad está marginada, estereotipada, utilizada como reclamo o reducida a un simple escaparate.

En el estudio sobre “la Mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos” realizado por María Rosa Berganza y Mercedes del Hoyo se analizan los anuncios emitidos por cuatro cadenas de difusión estatal (TVE 1, La 2, Antena 3 y Tele 5) durante una semana de diciembre de 2004 en las franjas horarias más cotizadas desde el punto de vista publicitario, es decir, la sobremesa y el llamado “prime time”, desde las 21.00 a las 24.00 horas. Los resultados, al igual que los de otros estudios similares, son muy reveladores.

*Entre ellos se destaca que los personajes masculinos y femeninos desempeñan, dentro de la ficción publicitaria, un rol tradicional en más de un 60% de los casos. Esto viene reforzado por el hecho de que los varones ocupan hasta el 80% de los papeles de autoridad.*

El hombre, según el citado estudio, domina la escena publicitaria, y no sólo porque actúe como conductor del spot en el doble de ocasiones que la mujer, sino también porque tiene una presencia cuatro veces mayor que la femenina en voces prescriptoras y la adelanta en todas las áreas de producto, salvo cosmética y hogar, lo que no deja de ser significativo.

### **Mujer y Estereotipos.**

Todavía hoy la publicidad se basa en gran medida en los estereotipos y se sirve de los clichés para vender sus productos que van ligados a valores como la juventud, el éxito, la belleza, el poder o la felicidad.

Hay que diferenciar dos elementos a la hora de analizar el sexismo en publicidad. La imagen que se da de la mujer y los roles que se le asignan dentro de la ficción publicitaria, y la discriminación que se realiza a la hora de marginarla como consumidora objetiva de determinados productos reservados hasta ahora con el hombre.

El sexismo en publicidad tiene diferentes caras y la imagen que se da de ella refleja también lo que se espera de la mujer.

### **3.2. Mujer y medios de comunicación:**

La evolución en la comunicación, la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la globalización han hecho que actualmente los medios de comunicación contribuyan de forma histórica al posicionamiento que le corresponde a la mujer en el siglo XXI.

La prensa escrita, la radio, la televisión y los medios digitales electrónicos de muchos países todavía no son capaces de ofrecer una imagen equilibrada y real de la vida de la mujer y su contribución a la sociedad. El material pornográfico y violento que presentan determinados medios de comunicación degradan a la mujer y afectan negativamente a su imagen frente a la sociedad.

La potenciación del papel de la mujer y la mejora de su imagen en la sociedad, ha cambiado la percepción que de ella se ofrece. Una mayor intervención de las mujeres en las decisiones que afectan al desarrollo de los diversos modos de comunicación, a fin de participar en su expansión y en el control de su influencia en la sociedad, resulta imprescindible.

Todas las instituciones deben sensibilizar a los medios de comunicación en la promoción de imágenes no estereotipadas de la mujer y del hombre y crear un entorno propicio para ello.

Desde finales del siglo XX, la mujer ha ido paulatinamente ocupando puestos de responsabilidad y decisión de alto nivel, en algunos medios de comunicación y en distintos países. De hecho cada vez son más las mujeres que escogen las carreras de periodista, corresponsal o locutoras de radio y televisión.

La muestra más evidente ha sido la proliferación de columnas y programas dedicados a cuestiones que interesan, especialmente, a las mujeres, así como la creación de revistas, programas de radio y televisión con contenidos creados por y para las mujeres. Estos nuevos espacios en los medios de comunicación han contribuido a aumentar la participación y la representación positiva de la mujer en los medios de comunicación.

Sin duda alguna, el mayor cambio del siglo XX ha sido la aparición de la mujer en la vida social, política, y económica, y su participación activa en todos estos ámbitos, algo que antes le estaba negada, reflejándose a través de mujeres emprendedoras, que han dejado su huella en la historia mundial.

### **Televisión.**

Estudios realizados sobre la información recogida de los principales canales de televisión pública y privada de España durante la emisión de los informativos del medio día y la noche, resaltan como el deporte, junto con la política y la economía, son las informaciones de mayor relevancia para las cadenas, y curiosamente, son contenidos informativos generalmente masculinizados. Además, la información deportiva tiende a ser de carácter sexista y androcéntrica.

La promoción del deporte espectáculo por las cadenas televisivas, más que impulsar la práctica deportiva y el número de participantes, incrementa el número de espectadores. Asimismo, la presencia de la información deportiva femenina suele brillar por su ausencia, convirtiéndose la información sobre fútbol en el centro de la atención de todas las cadenas televisivas. Por tanto, los logros del deporte

femenino no interesan. En este sentido, las asociaciones de consumo han destacado que el deporte y la política acaparan cerca de la mitad de los informativos en todas las televisiones públicas y privadas españolas, mientras que otras noticias como las relacionadas con el medio ambiente, la salud, la ciencia y el consumo no despiertan gran interés para los televidentes.

Desde las primeras emisiones televisivas y durante mucho tiempo se ha potenciado el modelo masculino, que ha primado en el resto de facetas de la sociedad y de la vida pública durante muchas décadas.

### **Radio.**

*“El lenguaje es el instrumento que nos permite interpretar el mundo y la realidad que nos rodea. Es una herramienta eficaz de comunicación pero también de poder, pues al mismo tiempo que es vehículo de nuestras ideas y pensamientos, ayuda a su perpetuación. Por ello, dependiendo de cómo usemos el lenguaje, este puede afianzar el sexismo lingüístico. El sexismo lingüístico es el uso discriminatorio que se hace del lenguaje por razón de sexo. (Quiroga, 2000).”*

Desde los inicios de la radio como medio de comunicación se ha programado el contenido de forma directa e indirecta hacia la mujer. Se pueden recordar las famosas radionovelas que acompañaban al ama de casa en sus labores, al igual que el importante lugar que siempre ha tenido la música, romántica inicialmente y de todos los estilos más tarde, hasta la actualidad.

En este medio de comunicación masiva, se realizaban los primeros programas radiofónicos para un público que, principalmente, era la mujer. Sin embargo, por mucho tiempo la radio como medio de trabajo, estuvo vetada para la mayoría de la población femenina y las pocas que lo conseguían, solamente lo hacían como actrices en radionovelas o en programas infantiles. Muchos de los análisis realizados aseguran que este fenómeno se debió a que el público no creía en la voz femenina hasta principio de los noventa en que esta tendencia cambió. A finales de los 90, y hoy en día la mayoría de las mujeres que trabajan en radio, triunfan utilizando su ingenio y su voz natural.

El derecho a la comunicación es un derecho humano. En el tercer milenio la comunicación, y por ende la información, se ha convertido en el factor principal de avance y poder alcanzado por la humanidad. La radio -AM o FM- es un medio comunicacional que no parece agotar sus ideas creativas; además el camino actual de este medio es la segmentación de los targets a los cuales quieren llegar, y uno de esos targets a nivel de radio comunitaria es la mujer.

La radio posee una ventaja diferencial con respecto a otros medios: Tiene mayor penetración en el público receptor. El uso de una radio comunitaria es básico porque a través de la misma se puede incentivar diferentes aspectos culturales para el desarrollo de una comunidad y su entorno social, teniendo en cuenta los mensajes que debemos realizar desde la misma.

### 3.3. Recomendaciones para una publicidad incluyente

Para luchar contra el sexismo en la publicidad es necesario primero sensibilizar y concienciar del problema y luego ofrecer soluciones y estrategias de cambio. Para ello la formación y la educación son herramientas fundamentales a la hora de exigir responsabilidades a los diferentes sectores implicados en la publicidad. En primer lugar es fundamental ayudar a detectar el sexismo

*Los anuncios sexistas no siempre son explícitos por ello es importante saber detectarlo.* Estas son algunos de los elementos presentes en este tipo de publicidad, a la que se denominan publicidad sexista:

- Anuncios dirigidos solo a hombres cuando el producto puede ser adquirido o utilizado tanto por hombres como por mujeres.
- Uso de términos discriminatorios.
- Utilizar hombres para dar mayor autoridad o credibilidad al mensaje.
- Uso de estereotipos en el reparto de labores tanto dentro del hogar como en el ámbito laboral.
- Devaluación de las labores del hogar.
- Reducir el cuerpo de la mujer a la belleza y su uso para anuncios no relacionados con el producto que se anuncia.
- Imágenes de la mujer subordinada al hombre, tanto laboral como económicamente.
- Utilizar el sexo para vender productos (colonias que incitan a una recompensa sexual).
- Crea modelos que consolidan los roles de género tradicionales. Mujer en el hogar, hombre en el trabajo.

12

Para combatirlo es necesario contar con un **decálogo contra la publicidad sexista que podría resumirse en las siguientes indicaciones:**

- 
- Focalizar imágenes en partes del cuerpo de mujer sin contenido erótico.
  - Excluir escenas que representen sometimiento sexual.
  - Evitar mensajes que inciten al maltrato.
  - Transmitir mensajes de productos dirigidos a hombres y a mujeres.
  - Utilizar un lenguaje no sexista.
-

- 
- Promover el respeto y la igualdad en las relaciones entre hombres y mujeres.
  - Evitar estándares de belleza femenina que determinan una mujer bella y delgada como sinónimo de éxito.
  - Utilizar indistintamente la voz del hombre como la de la mujer para dar autoridad, credibilidad y fiabilidad.
  - Fomentar el reconocimiento de las aportaciones de la mujer a la sociedad en todos los ámbitos
- 

## 4. LENGUAJE, GÉNERO Y SEXO. PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS.

### 4.1. Usos del lenguaje:

#### Abuso del masculino genérico

El principal rasgo de nuestra lengua, y en general de las lenguas románicas, es el protagonismo del género masculino y la ocultación del femenino. Es el fenómeno más frecuente en el uso sexista de la lengua.

En español, mientras que el género femenino posee un valor único (específico) que sólo designa a mujeres, el masculino tiene un doble uso o valor:

- a) específico, hace referencia al masculino;
- b) genérico, engloba a ambos sexos.

Cuando utilizamos el masculino con valor genérico para hacer referencia a mujeres y a hombres estamos excluyendo e invisibilizando a las mujeres y mostramos al hombre como sujeto de los hechos que se narran. Debemos evitar su uso ya que, en muchas ocasiones, genera confusión y ambigüedad pues no queda claro cuándo se usa con valor masculino y cuándo con valor genérico.

Los políticos	=====	La clase política
Los canarios	=====	El pueblo canario
Todos los ciudadanos	=====	Toda la ciudadanía

### Preferencia en el orden de presentación

Consiste en anteponer por norma, y sin justificación gramatical, el término masculino al femenino

#### Se debe evitar

*hombres y mujeres  
trabajadores y trabajadoras  
señores y señoras*

#### Se recomienda

*mujeres y hombres  
trabajadoras y trabajadores  
señora y señor*

### Salto semántico

Se produce cuando se usa un vocablo masculino con apariencia de genérico; sin embargo más adelante se repite manifestando que su valor anterior era el de específico (sólo incluye a varones), creando así un enunciado ambiguo.

#### Se debe evitar

*Los empleados están invitados a un vino de honor. Pueden acudir con sus mujeres.*

#### Se recomienda

*El personal está invitado a un vino de honor. Pueden acudir con su pareja.*

### Denominación sexuada

Se da cuando los hombres son nombrados por su profesión, estatus social o nacionalidad mientras que de las mujeres se resalta su sexo o dependencia a un varón.

*La empresa indemnizará a los despedidos: tres mujeres y dos abogados.*

### Duales aparentes

Los duales aparentes son pares de palabras que según se apliquen a hombres o a mujeres cambian de significado.

*Secretario (designa alto cargo) / secretaria (desempeña funciones administrativas)*

### Aposiciones redundantes

Encontramos este uso discriminatorio cuando se destaca la condición sexuada de las mujeres por encima de otras cualidades que son pertinentes al asunto.

*La huelga fue secundada por 2.000 mujeres trabajadoras.  
La huelga fue secundada por 2.000 trabajadoras*

En otros pares el término femenino posee un significado inferior o negativo con respecto al masculino.

*Hombre público / mujer pública*

*Al final de la manifestación las mujeres periodistas leyeron un manifiesto.  
Al final de la manifestación las periodistas leyeron un manifiesto.*

### **Asimetría en el trato mujeres / hombres**

Se produce cuando las formas de tratamiento y cortesía presentan a la mujer en relación de dependencia respecto al hombre (Los solicitantes Ignacio Herrero y su esposa) o la infantilizan mediante diminutivos.

También se da el caso, sobretodo en documentos firmados por la Administración que deben cumplimentar tanto mujeres como hombres, que las fórmulas que aparecen de tratamiento están solamente en masculino.

Señor/Señorita.

⇒ Señor    Señora

*El denunciante: Silvia Rodríguez*

⇒ *Denunciante: Silvia Rodríguez*

*Firma del interesado/ El interesado*

⇒ *Firma de la persona*

15

## **4.2. Propuestas**

A continuación recogemos las propuestas de cambio que en principio, pueden consolidarse al no transgredir las normas de la lengua española.

- 1. Emplear términos genéricos, colectivos, abstractos y perífrasis**
- 2. Utilizar fórmulas de desdoblamiento**
- 3. Feminizar términos**
- 4. Emplear construcciones no sexistas:**
  - A. Omitir determinantes y pronombres marcados**
  - B. Eludir el sujeto**
  - C. Simetría en el tratamiento**
- 5. Eludir el masculino genérico**

## 1. Emplear términos genéricos, colectivos, abstractos y perífrasis

Uno de los procedimientos que podemos utilizar para no emplear enunciados sexista es el reformular la forma de escribir mediante el uso de:

### • Sustantivos genéricos

Términos que, independientemente de su género gramatical, se refieren a hombres y mujeres: *persona, víctima, criatura, cónyuge, personaje.*

⇒ Según lo previsto en la normativa vigente, los **dañados** en el accidente recibirán las indemnizaciones pertinentes.

⇒ Según lo previsto en la normativa vigente, las **víctimas** del accidente recibirán las indemnizaciones pertinentes.

**Todos** se verán afectados por esta medida. ⇒ Todas las **personas** se verán afectadas por esta medida.

Hay que tener cuidado con los «falsos genéricos» como «hombre» con el sentido de humanidad. Se trata de un error muy común, tanto en el lenguaje oral como en el escrito, que debemos evitar pues su uso sugiere claramente una referencia a personas masculinas e invisibiliza a las mujeres. Podemos emplear términos neutros como: *ser humano, persona o humanidad.*

La evolución del hombre ⇒ La evolución de la especie humana.

La historia del hombre ⇒ La historia de la humanidad

### • Sustantivos colectivos

Términos que designan en singular conjuntos de entidades: *ciudadanía, población, familia, funcionariado, alumnado, electorado, humanidad, vecindario...*

Se avisa a los **trabajadores** de la empresa que la revisión médica será el próximo martes.

⇒ Se avisa a la **plantilla** de la empresa que la revisión médica será el próximo martes.

La Comunidad Autónoma de Canarias pondrá a disposición de los **ciudadanos** canarios...

⇒ La Comunidad Autónoma de Canarias pondrá a disposición de la **ciudadanía** canaria...

### • Sustantivos abstractos

Términos que se utilizan para aludir al cargo, profesión, oficio, titulación, etc. y no a la persona que lo ostenta: *Tesorería, Dirección, Presidencia, Alcaldía, Inspección...*

La organización municipal. **El alcalde**, el Pleno...  
⇒ La Organización municipal. **La Alcaldía**, el Pleno...

En Canarias, a...de.....de 2008 El **funcionario** de Registro  
⇒ En Canarias, a...de.....de 2008 **Registro**

### • Perífrasis

Cuando no disponemos de genéricos, colectivos o abstractos podemos sustituir por perífrasis del tipo: *la población española, el personal administrativo, el pueblo canario o la parte demandada.*

Únicamente podrán participar los **licenciados** en derecho.  
⇒ Únicamente podrán participar las **personas** licenciadas en derecho.

**Los españoles** irán a las urnas el próximo domingo.  
⇒ **La población** española irá a las urnas el próximo domingo.

17

## 2. Utilizar fórmulas de desdoblamiento y barras

Estas fórmulas son un recurso útil para visibilizar a mujeres y hombres, no obstante debemos emplearlas sólo cuando no encontremos otro recurso pues recargan y dificultan la lectura.

### • Desdoblamientos

Para hacer referencia a un grupo integrado por hombres y mujeres podemos utilizar los dos géneros gramaticales. En cualquier caso es importante alternar el orden de la presentación para no dar sistemáticamente prioridad al masculino sobre el femenino. La concordancia se hará con el segundo término.

Radiotelevisión canaria contratará a **un editor**.

⇒ Radiotelevisión canaria contratará a **un editor o editora**.

Los **funcionarios** nombrados en el acto.

⇒ Las **funcionarias y funcionarios** nombrados en el acto.

### • Uso de barras

Recurso recomendado especialmente en documentos donde hay problemas de espacio como son los impresos o formularios y también para los encabezados, pero siempre alternando ambos sexos.

El redactor ⇒ El redactor/a /// Don..... ⇒ Don/Dña.....

### • Introducir aposiciones explicativas

Podemos recurrir también al empleo de aposiciones explicativas para nombrar ambos géneros que clarifiquen que el masculino está utilizado como genérico, impidiendo así otra interpretación.

Los **afectados** recibirán una indemnización.

⇒ Los afectados, **hombres y mujeres**, recibirán una indemnización.

## 3. Feminizar términos

Para un uso de nuestra lengua acorde con la realidad social existente debemos usar, siempre que sea posible, la forma masculina o femenina según sea hombre o mujer. Para ello, la lengua española cuenta con múltiples términos y recursos que nombran y visibilizan a ambos sexos adaptándose así a las nuevas necesidades.

A continuación resaltaremos los procedimientos más sencillos para feminizar los nombres masculinos de varón.

Los procedimientos son:

- Se emplea la terminación *-a*, que se agrega a un nombre masculino terminado en consonante.

*Autor/autora  
Editor/editora  
Director/Directora*

- Se emplea también la terminación *-a*, para sustituir las terminaciones

*Abogado / abogada  
Médico / médica  
Técnico/técnica*

- Menos común es cambiar el nombre masculino o alargar la terminación *-e/ -o* del masculino.

*Rey / reina  
Príncipe / princesa*

## 4. Emplear construcciones no sexistas

### A. Omitir determinantes y estructuras marcadas

En ocasiones la marca de género se agrega a través del determinante o el pronombre que empleamos. Esto podemos evitarlo mediante varios procedimientos:

- Omitir el determinante delante de sustantivo invariable:

19

*Los profesionales de Radiotelevisión canaria se reunirán en La Palma*  
 ⇒ *Profesionales de Radiotelevisión canaria se reunirán en La Palma*

*Los vocales de la Comisión de Igualdad mantienen su primera reunión*  
 ⇒ *Vocales de la Comisión de Igualdad mantienen su primera reunión.*

- Sustituir el determinante que acompaña a un sustantivo invariable por otros sin marcas de género (*cada*, *cualquier*):

*Todos los solicitantes deberán presentar el DNI.*  
 ⇒ *Cada solicitante deberá presentar el DNI.*

*Se hará saber a todos los estudiantes.*  
 ⇒ *Se hará saber a cada estudiante*

- Reemplazar estructuras marcadas por un pronombre sin marca de género (*quien*, *quienes*):

Los que se matriculen al curso deberán abonar las tasas.

⇒ Quienes se matriculen deberán abonar las tasas.

Los interesados en la acción formativa deben apuntarse antes del día 12.

⇒ Quienes tengan interés en el cursillo deben apuntarse antes

## B. Eludir el sujeto

Se puede omitir la referencia directa al sujeto sin que ello afecte al mensaje ni provocando ambigüedad recurriendo a varios procedimientos para reformular la frase:

*El solicitante deberá cumplimentar el formulario*

• Estructuras con **se**:

*Se cumplimentará el formulario*

• **Formas personales** del verbo:

*Cumplimente el formulario*

• Formas **no personales**:

*A cumplimentar*

## C. Simetría en el tratamiento

Debemos optar por la simetría en el tratamiento para contribuir a un uso igualitario del lenguaje.

Por ello es aconsejable:

• Alternar el orden de masculino y femenino

*Funcionarias y funcionarios fijos.  
Trabajadores y trabajadoras en excedencia*

• Uso adecuado de formas de tratamiento de cortesía

*El interesado*  
⇒ *El interesado/a; La persona*

*D. Juan Navarro y su esposa D<sup>a</sup> Laura Cortés*  
⇒ *D. Juan Navarro y D<sup>a</sup> Laura Cortés*

• Tratamiento homogéneo en todo el texto

*Datos del interesado... Firma del interesado*  
⇒ *Datos del interesado/a... Firma del interesado/a*

Importante: si nos inclinamos por el uso de barras y los desdoblamientos debemos emplearlos a lo largo de todo el documento.

## 5. Alternativas al masculino genérico

Intentaremos siempre que sea posible eludir el masculino genérico para no crear confusión pues existen múltiples posibilidades para ello.

### • Sustituir el artículo más que por la forma quien o el genérico persona

*Los que no presenten el DNI no serán admitidos.*

⇒ **Las personas** que no presenten el DNI no serán admitidas.

⇒ **Quienes** no presenten el DNI no serán admitidos.

### • Evitar el uso de indefinidos Uno/s, alguno/s, todo/s

*Si **alguno** tiene algo que alegar lo deberá realizar por escrito.*  
⇒ *Si **alguien** tiene algo que alegar lo deberá realizar por escrito.*

***Todos los que** no cumplan los requisitos.*  
⇒ ***Todas las personas** que no cumplan los requisitos*

## 5. MARCO NORMATIVO

En primer lugar, la **Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (LOIEMH)**, que regula la incorporación del principio de igualdad entre mujeres y hombres., entre otros, en los ámbitos de la Sociedad de la Información, en la actividad de las Administraciones Públicas, y muy especialmente, en el ámbito de los medios de comunicación:

Ya en su art.14.11 se establece, como uno de los criterios generales de actuación de los Poderes Públicos, la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo, y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas.

Asimismo, en el art. 28 de la citada Ley, se fomenta la plena incorporación de las mujeres a la Sociedad de la Información, mediante la adopción de programas específicos en materia de acceso y formación en tecnologías de la información y de las comunicaciones. Del mismo modo, se prevé que el Gobierno promueva los contenidos de la Sociedad de la Información desarrollados por mujeres, así como se garantiza que todos los proyectos sufragados total o parcialmente – como puede ocurrir con aquéllos cofinanciados con Fondos europeos - con fondos públicos, tendrán un lenguaje y contenidos no sexistas.

Al margen de los artículos ya citados, la LOIEMH dedica su título III a la igualdad y los medios de comunicación.

En este título (Art. 36), se establece la obligación de que los medios de comunicación social de titularidad pública velen por la transmisión de una imagen igualitaria y no estereotipada de mujeres y hombres, y promuevan el conocimiento y la difusión del principio de igualdad del principio de igualdad.

Ahora bien, el alcance de la Ley se extiende a los medios de comunicación social de titularidad privada<sup>11</sup>, que deberán respetar el principio de igualdad y evitar toda forma de discriminación, para lo cual la Administración promoverá la adopción, por parte de estos medios, de códigos de autorregulación que garanticen el cumplimiento de la legalidad vigente.

Este capítulo de la LOIEMH se completa con un artículo consagrado a la publicidad, en el que se establece que será considerada ilícita cuando comporte conducta discriminatoria por razón de sexo, de acuerdo con la definición de esta Ley.

La **Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional**, en su artículo 3 apartado 3 establece entre los requisitos de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, el fomento de la igualdad entre hombres y mujeres.

El artículo 4 dedicado a prohibiciones, indica que no se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación “que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales” (apartado 1.c).

La **Ley Orgánica 1/2004 de 28 de diciembre de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género**, dedica el Capítulo II al ámbito de la publicidad y los medios de comunicación. Establece en el artículo 13 que “las Administraciones Públicas prestarán 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”.

También considera la publicidad sexista como una de las causas que motivan la violencia y modifica la Ley General de Publicidad, estableciendo como publicidad ilícita aquella que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos recogidos en la Constitución.

En definitiva, la actuación de los Poderes Públicos en materia de comunicación con perspectiva de género está perfectamente delimitada por esta normativa, que viene a reforzar, con carácter interno, las disposiciones efectivas en el ámbito europeo, ya articuladas por la reglamentación comunitaria, que a continuación se contemplan.

La Unión Europea, mediante la estrategia del mainstreaming de género, obliga a tener en cuenta la perspectiva de género en todas las políticas públicas.

Por otra parte, ha destacado que los medios de difusión deben esforzarse para transmitir imágenes y contenidos no sexistas y luchar contra los estereotipos; así se refleja en varios documentos como son el **Plan de trabajo de la Unión Europea para la igualdad entre las mujeres y los hombres (2006-2010)** y el **Informe anual de igualdad entre mujeres y hombres (2009)**.

Además de la Ley estatal, en la Comunidad Autónoma de Canarias tenemos la **Ley 1/2010, de 26 de febrero, canaria de igualdad entre mujeres y hombres**, en la cual se reseñan los siguientes artículos específicos para los medios de comunicación;

**Artículo 10. Lenguaje no sexista e imagen pública en medios de comunicación social y publicidad.**

- 1. El Gobierno de Canarias garantizará un uso no sexista del lenguaje y un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilice en el desarrollo de sus políticas. Para ello promoverá la adopción de códigos de buenas prácticas, con la finalidad de transmitir los valores de igualdad entre mujeres y hombres.*
- 2. Reglamentariamente, por el Gobierno de Canarias se dictarán recomendaciones de uso no sexista del lenguaje administrativo a fin de eliminar sexismos y discriminaciones ocultas, y se dispondrá su ámbito de aplicación.*
- 3. Los poderes públicos de Canarias integrarán la perspectiva de género en la planificación y despliegue de las nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento. El uso no sexista del lenguaje, la comunicación y la publicidad ha de entenderse referido a todos los soportes documentales utilizados, así como a la comunicación en directo.*
- 4. Los medios de comunicación social, públicos y privados, evitarán a través de sus anuncios publicitarios y en sus programaciones utilizar a las personas como meros objetos sexuales, y que se denigre su dignidad humana en función de su sexo u orientación sexual.*

Respecto a la Negociación colectiva señala en su **artículo 31**, punto b y los puntos 4 y 5, lo siguiente:

- b) Hagan un uso no sexista del lenguaje.*
- 4. Las organizaciones sindicales procurarán la presencia equilibrada de mujeres y hombres en sus órganos de dirección.*
- 5. La Administración autonómica canaria promoverá que los convenios colectivos incluyan el correspondiente análisis de impacto de género.*

Y específicamente el **Capítulo VII** de la presente ley canaria hace referencia a la Imagen y Medios de Comunicación a través de los **artículos 65 y 66** que a continuación se describen:

**Artículo 65.-** Imagen de las mujeres y de los hombres.

1. Los poderes públicos de Canarias promoverán la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres en todos los medios de información y comunicación, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico y las normas específicas que les sean de aplicación. A tales efectos, se considerará ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación vigente en esta materia, la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en sus artículos 18 y 20.4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

2. El Consejo de Administración de la Radiotelevisión Canaria contribuirá a fomentar la igualdad de género y los comportamientos no sexistas en los contenidos de las programaciones ofrecidas por los medios de comunicación en Canarias, así como en la publicidad que emitan.

---

24

**Artículo 66.-** Medios de comunicación social.

1. Los medios de comunicación social cuya actividad se encuentre sujeta al ámbito competencial de la Comunidad Autónoma de Canarias, promoverán la aplicación de un uso no sexista del lenguaje, e impulsarán la transmisión de una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas. Los medios de comunicación social adoptarán, mediante autorregulación, códigos de conducta, con el fin de asumir y transmitir el principio de igualdad de género. Asimismo, colaborarán con las campañas institucionales dirigidas a fomentar la igualdad entre mujeres y hombres y la erradicación de la violencia de género.

2. El Gobierno de Canarias fomentará las acciones que contribuyan al desarrollo de valores y prácticas que fomenten la igualdad entre mujeres y hombres en los medios de comunicación social y en la publicidad

3. La Administración canaria promoverá una presencia equilibrada de mujeres y hombres en órganos de dirección y decisión de los medios de comunicación social.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- "Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad". Dirección general de la mujer. Consejería de trabajo. Comunidad de Madrid.
- García. T, Lema, G. "Guía de intervención ante la publicidad sexista". Instituto de la mujer (Ministerio de igualdad).
- "La mujer y la publicidad". Dirección general de la mujer. Consejería de trabajo, Comunidad de Madrid.
- La Guía de Intervención ante la Publicidad. Observatorio 12, del Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- "La Mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos" María Rosa Berganza y Mercedes del Hoyo. Zer: Revista de estudios de comunicación.
- "Genero y comunicación" Juan F. Plaza y Carmen Delgado. Editorial: Fundamentos.
- "Medios de Comunicación y género". Diputación Foral Bizkaia.
- "Orientaciones sobre uso no sexista del lenguaje administrativo". Instituto Canario de Igualdad Consejería de Empleo y Asuntos Sociales. Gobierno de Canarias. 2006.