

10. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA VIOLENCIA MACHISTA: ¿MENSAJEROS DEL MIEDO O ALTAVOCES DE LA ESPERANZA?

Mercedes de Pablos

Periodista

No es la primera vez que Ana y Rosario me invitan, casi siempre, con la sombra tutelar de Pilar a participar en sus agudas, atrevidas, serias reflexiones sobre la igualdad. Y desde la igualdad la invitación a entender nuestra sociedad cómo es y saber si coincide con lo que aspiramos a que sea. Hoy es impensable una declaración pública o privada en contra de la igualdad o a favor de la discriminación pero la realidad parece obstinarse en lo que los sociólogos llaman disonancia cognitiva. Lo decir y lo de hacer.

Podemos disentir ante provocaciones del uso del lenguaje pero nos horrorizamos ante las respuestas tan desproporcionadas. Vivimos una presunta preocupación por el resultado más sangriento de la discriminación, del colonialismo patriarcal en las familias, pero nos rasgamos las vestiduras ante acciones que, desde la intención de corregir actitudes e inercias intervienen en las acciones judiciales, políticas, sociales o directamente en

los discursos. La libertad de expresión, que permite que en su nombre se difundan ideas contra las libertades ajenas.

Esta mesa redonda como en otras ocasiones afronta el tratamiento de los medios ante la cara más dura de la desigualdad, la muerte, la violencia, las humillaciones y las sumisiones.

Venimos insistiendo en el ámbito de estas jornadas en el cambio sustancial que han experimentando los medios, especialmente sus profesionales, ante la violencia machista. Desde una primera mesa redonda en la que algunos se resistían a expresiones como violencia machista hasta ahora, se ha recorrido un fructuoso camino de mayor conciencia y mayor responsabilidad. Lo que ocurre es que, como en todos los problemas complejos que no tienen soluciones verticales ni exclusivamente coercitivas, la tentación de la desesperanza es grande y la de culpar al mensajero también.

Leyes que afectan a los medios.

- Poco en sentido coercitivo y vago en dirección pro-activa.
- Prohibición en la publicidad sin un reglamento sancionador que haga posible más que la apertura de expedientes. Ausencia de indicadores en algunos contenidos considerados ilícitos (estereotipos de género que supongan cualquier tipo de apología de sumisión o permisividad con el maltrato)
- Falta de herramientas que estimulen las acciones positivas (caso de la llamada al impulso de códigos en la Ley Autonómica contra la violencia de género) Anécdota del CAA y el último informe. Si se premiara la autorregulación las empresas lo asumirían mejor.

- Impunidad de ciertos comportamientos (licencias concedidas, escaso efecto de campañas como la de los anuncios de prostitución...)

Códigos de autorregulación. La profesión.

- Pasos de gigante que NO han experimentado otros problemas sociales.
- Aparición de códigos y decálogos con diferentes efectos:
 1. Desde arriba: reacciones en contra ante medidas que afectan al ejercicio propio de la profesión. (Recientes recomendaciones sobre el tratamiento del Ministerio, recomendaciones de tipo de corrección lingüística...)
 2. Horizontal. Con los profesionales. (Caso de los trasplantes) Empresas y profesionales. (Caso Reino Unido y la Oficina de Defensa del lector).
- Formas de tratar la noticia, efectos adversos de la sobreabundancia.
 1. Frente abierto a la reflexión sobre el efecto mimetizador de los actos violentos. Terrorismo político. Comparación con el suicidio.
 2. Las noticias como espectáculo. Los formatos perversos. Tendencia a la espectacularización de las noticias que contradicen los Libros de estilo de los medios.
 3. Crisis de la profesión y sus valores. Escaso papel de los profesionales y las virtudes del oficio ante Medios concebidos como compañías de servicios varios, entre ellos, y únicamente como vía de negocio, la información.

Oportunidades. ¿A quién le interesa el pesimismo?

Los medios trasladan noticias y construyen opinión. Eso, tradicionalmente. Pero los *mass media*, que son nuestra realidad, difunden especialmente *estados de ánimo*, visiones del mundo que afianzan los paradigmas, que mantienen los estereotipos o, en algunos casos, funcionan como elemento de cambio de la visión de la sociedad.

Los estados de ánimo, que son resultado de la respuesta a *cómo está el mundo* son la clave de las reacciones sociales, vitales para el diagnóstico del presente y del futuro de una sociedad. Son los estados de ánimo los que nos hacen creer superable una crisis económica, o todo lo contrario, nos sumen en la perplejidad y en la desesperanza. La información sigue siendo poder, en eso no hemos cambiado, aunque el poder cada vez parece estar más en manos de Drácula (el mercado, ese enemigo invisible que no se presenta a las elecciones y que las gana siempre). Ese estado de ánimo es el que percibimos cuando los medios nos cuentan que:

- Ninguna medida desacelera el número de mujeres muertas. De ser invisibles las víctimas han pasado a cumplir el papel de indicadores de un aparente fracaso.
- Las medidas que se toman han provocado otras víctimas ocultas: los hombres maltratados, separados de sus hijos u objeto de falsas denuncias. No importa que sean minoría, su carácter peculiar tiene, curiosamente, mayor valor informativo y espectacular.
- No hay solución posible que no sea individual. Parece que nos hemos resignado a que no es un asunto social sino que compete

exclusivamente a la maldad de algunas personas, menos avanzadas o más violentas.

- Cualquiera puede denunciar un maltrato. Cualquiera puede mentir. Incluso si lo denuncias puede que no te libres de la muerte.

Este estado de ánimo interesa a quien pretenda que algo cambie para que todo siga igual. Por un lado se habla de educación, de prevención, de divulgación y por otro, se rechazan medidas de control para educar, para prevenir, para evitar la proliferación de ciertos mensajes.

¿Hay razones para el optimismo?

Claro que hay motivos para pensar que los malos tratos NO SON INEVITABLES NI PERTENECEN AL ÁMBITO PRIVADO. Que las cosas han cambiado es algo que están dispuestos a admitir incluso los columnistas más feroces y ultras. Pero no es porque sí, ni pertenece a una evolución espontánea:

- Hay vacío al maltratador porque se ha actuado para aislarlo. Sin repulsa social y visibilidad de las víctimas los partidarios de la familia, por encima de las personas, seguirían pidiendo resignación a las mujeres.
- Si hay mujeres asesinadas es porque se rebelan. En los cementerios y en las prisiones no hay ruido. A los números de asesinadas es difícil encofrarle las cifras positivas: cuantas mujeres se independizan, cuantas maltratadas rehacen su vida, cuantas denuncias SI disuaden a los agresores.
- Las medidas SI sirven para algo. Todas, aunque criticarlas no sea poner en cuestión la política general. La ley contra la violencia ha

- venido a actuar en una realidad que a veces cambia más deprisa que las instituciones (casos de matrimonios del mismo sexo)
- Los medios de comunicación han tomado medidas, tanto desde el punto de vista de la empresa como el de las asociaciones profesionales. El problema sobreviene cuando se elaboran códigos o recomendaciones SIN ELLOS.