



## VIOLENCIA DE GÉNERO Y NECESIDAD DE CÓDIGOS DE AUTORREGULACIÓN. EL CASO DE RTVA.

Navarro Moreno, José Antonio  
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Universidad de Sevilla  
[janava@us.es](mailto:janava@us.es)

Olmo López, Agustín  
Departamento de Periodismo I  
Universidad de Sevilla  
[aolmo@us.es](mailto:aolmo@us.es)

### RESUMEN:

Ante una lacra social, como ocurre con la violencia de género, los medios de comunicación juegan un papel destacado a la hora, no sólo de informar o sensibilizar sobre su existencia, sino también en la promoción del rechazo social ante estas actuaciones. Se requiere, para ello, una implicación y un compromiso especial en la que adopten una postura militante a favor de la lucha por su erradicación. Por eso el tratamiento de las noticias de una determinada manera, en la que destaque la eliminación del sensacionalismo y el rechazo de la acción, no viéndola como un episodio aislado, sino como un problema global que atenta contra los derechos humanos es importante. Dentro de ello, la televisión juega un papel importante, por ser el medio por el que mayoritariamente se informan los ciudadanos. Un caso concreto es el de RTVA que ha ido profundizando en el desarrollo de pautas concretas para abordar la información sobre los malos tratos de una manera eficaz para conseguir su erradicación.

### PALABRAS CLAVE:

Violencia de género, código autorregulación, televisión, RTVA



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

### VIOLENCIA DE GÉNERO Y CODIGOS DE AUTORREGULACIÓN. EL CASO DE RTVA.

Cada vez que ocurre un caso de feminicidio en España encuentra repercusión en los medios de comunicación, cosa que no sucede en todos los países, puesto que no siempre es noticia. Para calibrar la importancia de los medios de comunicación en un tema tan delicado como la violencia de género, se puede fijar un primer dato para el análisis, y es el de que un 73% de la población española tiene conocimiento de la violencia contra las mujeres a través de la televisión, el 12% por la prensa escrita, y el 3,5% se entera a través de la radio. Estas cifras son las que manejaba la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género en junio de 2010. En ese estudio se revelaba, asimismo, que un 36 % de los ciudadanos entendía que la educación era el mecanismo más eficaz para luchar contra la violencia de género. Para otro 24 % la solución pasaría por el endurecimiento de las penas, mientras que para el 22% lo que se necesita es una mayor concienciación social. Es decir, que si se combina la educación y la concienciación, nos da un 58% de los encuestados que las ven como herramientas para erradicar esta lacra social, convirtiéndose la televisión, por tanto, en una herramienta que puede ser muy eficaz en esa lucha.

A su vez, otro estudio del mismo año publicado por el Centro Reina Sofía de Valencia<sup>817</sup>, indicaba que el 89,1 % de los encuestados, había visto, leído o escuchado muchas o bastantes noticias sobre violencia de género. Aparece, eso sí, una ligera disparidad en cuanto a los porcentajes de la fuente de conocimiento, pues en él se reduce al 69,7 % la información a través de la televisión, y sube al 37,3 % el de la prensa escrita. Ahora bien, aquí se señala que coincide el 55 % en creer que el tratamiento que se está dando en los medios a la violencia de género es poco objetivo y cae demasiado en lo sensacionalista, mientras que una cifra similar a la del anterior estudio –sólo 4 décimas menos- entiende que el tiempo otorgado en los medios de comunicación a estas noticias es el adecuado.

En ese mismo estudio, preguntados los profesionales de los medios, un 70,14 % considera que los medios deben contar con periodistas especializados, porque entienden que es necesario informar si se quiere evitar ese sensacionalismo.

Independientemente de la disparidad de las cifras, lo que resulta en todo caso evidente es la importancia que juega el sector audiovisual en la configuración de la percepción social sobre este asunto. Y no se circunscribe sólo a la televisión, pues también el cine, internet, los móviles o los videojuegos participan de ello.

Como apunta Clemente Penalva, la influencia del universo mediático sobre las relaciones sociales, incide tanto en la manera de percibir el mundo, como en su funcionamiento económico,

---

<sup>817</sup> Este dato aparece en *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja*. Javier Fernández Arribas y Myriam Noblezas. Valencia. Centro Reina Sofía 2010



cultural y político <sup>818</sup>. Y no cabe duda, de que arrastramos ese déficit de igualdad entre los géneros, que está determinando la violencia que se produce sobre la parte más débil, y ahí entran otros factores de violencia cultural. <sup>819</sup>

Las instituciones implicadas en la lucha contra los malos tratos se conoce el papel destacado que pueden jugar los medios de comunicación, y saben que son una herramienta importante, pues además de informar, tienen el deber y la responsabilidad de clarificar y formar a ciudadanas y ciudadanos a través de sus programas y secciones <sup>820</sup>.

Por ello, no sólo deben reflejar esos derechos humanos (derechos fundamentales de la mujer), sin que tienen que plantearse cómo hacerlo; y respetar la dignidad, la intimidad, y el honor debe ser un objetivo de todas las producciones audiovisuales (informativos, no informativos, y publicidad). Forma parte del compromiso que deben tener los medios de comunicación de defensa de los principios democráticos de nuestras sociedades.

No se trata, en definitiva, como indica Miguel Lorente <sup>821</sup>, de crear opinión, sino de mantener una opinión ya formada, pues la actitud pasiva de los medios implicaría que es una actitud activa en el mantenimiento del problema. Por eso, es importante que los medios mantengan una disposición continua a abordar el tema de la violencia machista, y un ejemplo de ello lo podemos encontrar en cómo lo hace la Radio Televisión Pública de Andalucía (RTVA).

---

<sup>818</sup> En un mundo donde una gran parte de las relaciones sociales se desenvuelve en el universo mediático, bajo sus diversas formas tecnológicas y de contenidos (información, entretenimiento, conocimiento y formación) los medios adquieren una fenomenal influencia. Tanta que es imposible abarcar en unas pocas páginas todas sus dimensiones y aspectos: incide tanto en la manera de percibir el mundo, como en su funcionamiento económico, cultural y político. Clemente Penalva. El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación pág 396 395-412 en Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social. N. 10 (2002).

<sup>819</sup> Existen algunas formas de violencia que son menos visibles que la violencia directa: la violencia estructural y la violencia cultural. Cuando se habla de violencia cultural se está haciendo referencia a aquellos aspectos simbólicos de la cultura (sus formas «no materiales», como son el lenguaje y la comunicación) que inciden en la justificación de situaciones violentas, ya tengan éstas un carácter directo o estructural. Clemente Penalva 395 395-12 Alternativas 2002 Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social. N. 10 (2002).

<sup>820</sup> Así señala el Manual de Estilo para los Medios de Comunicación 'Cómo tratar bien a los malos tratos' publicado por el Instituto Andaluz de la Mujer, RTVA y La federación Andaluza de Asociaciones de la Prensa.

<sup>821</sup> Miguel Lorente: La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación: entre la noticia y la información en Medios de Comunicación y Violencia contra las Mujeres Instituto Andaluz de la Mujer, Fundación Audiovisual de Andalucía. Sevilla 2003. pág 35 (de la 33 a la 43)



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

### RTVA EMPRESA DE COMUNICACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

RTVA desde sus inicios ha mantenido una situación proactiva en contra la violencia ejercida contra la mujer por el mero hecho de serlo. Ha sido consciente de que, como señala Pilar López Díez <sup>822</sup>:

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

De hecho, RTVA aparece como punto de referencia para conseguir la visibilidad en nuestro país de este estigma social, con lo ocurrido tras uno de los programas de Canal Sur en 1997 (Canal Sur es el nombre de una de las cadenas de televisión de RTVA). En él se escuchó a una víctima de malos tratos contar su sufrimiento. Fue el caso de Ana Orantes una mujer de Cúllar-Vega, Granada, quien denunció públicamente a su maltratador (su exmarido) ante las cámaras de la televisión pública andaluza, y días después fue agredida mortalmente por el mismo. La noticia, al tener el soporte de su testimonio previo, alcanzó una gran repercusión en todo el país, puesto que Canal Sur difundió las imágenes de la denuncia para acompañar la noticia del asesinato. El impacto del testimonio de Ana Orantes consiguió dar visibilidad a la violencia contra las mujeres y darle un reconocimiento social de primer orden.

Se demostró con ello que dar a conocer un problema ayudaba a la gente a tomar conciencia de su magnitud, y podía ser parte de las medidas de prevención y de sensibilización. Eso sí, el tratamiento que ha de dársele debe partir de un planteamiento ético, respetuoso, riguroso, y clarificador.

Como medio público audiovisual RTVA persigue el mandato legal de contribuir a la formación de una ciudadanía libre e igualitaria. Y para conseguirlo, la información se convierte en una herramienta fundamental. Porque cuando se aborda el tema, contempla que no puede hacerlo como una descripción de actos violentos, puesto que no es un suceso violento más. En estos casos, la información debe estar connotada dentro de una conducta violenta, delictiva y reprochable sobre la víctima del sexo femenino.

Por eso, desde el principio, en diversas de sus acciones acometidas, se ha tenido en cuenta que para la cobertura de este tipo de noticias se requería una actitud comprometida, no sólo del medio, sino también de los comunicadores <sup>823</sup>.

---

<sup>822</sup> En ¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación? Pag 78. 73-100 (Juan F. Plaza y Carmen Delgado (eds.) en Género y Comunicación. Editorial Fundamentos Madrid. 2007

<sup>823</sup> La ética dota al ejercicio profesional de un componente intencional y axiológico, obligándole a poner el valor de la actividad y los bienes que administra por encima de intereses particulares. La virtud profesional se desvela como



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5, 6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Hay que considerar que al abordar estas situaciones, se parte de la premisa de que no hay que ver a la mujer como parte de un colectivo afectado por hechos de violencia, sino como una parte importante de una sociedad con derechos, donde la mayoría de la población ha estado relegada y en una situación de desventaja a lo largo de la historia. Bajo un tratamiento informativo en el contenido y moderado en las formas, debe transmitirse un mensaje inequívoco de tolerancia cero con la violencia de género.

Como medio, como profesionales, y como personas, debe existir esa voluntad, y ese compromiso informativo que ha de estar basado en los principios éticos y deontológicos que rigen el ejercicio de la profesión periodística <sup>824</sup>.

En RTVA, como ejemplo, se dispone de un marco regulatorio específico en el tratamiento de la violencia contra las mujeres, para garantizar con ello una información eficaz contra el machismo y su arraigo cultural y social. En ese marco se encuentran recogidos de manera principal el Libro de Estilo y un Código de Autorregulación elaborado por el propio Consejo Profesional de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2, y además existe la asunción de todas las recomendaciones y protocolos de instituciones públicas, como el Instituto Andaluz de la Mujer; o corporativas, como de las Asociaciones de la Prensa; o a través de acuerdos específicos como el alcanzado entre los medios y la Vicepresidencia del Gobierno de la Nación.

De todos ellos se coligen varias consideraciones generales para que la información excluya un uso sexista del lenguaje o la instrumentalización del cuerpo de la mujer. También se debe conseguir la utilización de una terminología que ha de ser precisa y respetuosa con la situación y derechos de la víctima y de sus allegados. En cuanto a los testimonios, deben ser cuidadosamente seleccionados con interés informativo; y las opiniones de los expertos son recomendables para ayudar a comprender la gravedad de este problema. En lo que respecta a las imágenes, huirán de los aspectos sensacionalistas o llamativos, y la redacción no incorporará comentarios que suenen a excusa o justificación, o bien caigan en aspectos morbosos. Igualmente, han de respetarse los derechos procesales y la presunción de inocencia del agresor.

Por encima de todo está la premisa de informar con el máximo respeto a la dignidad de la mujer, evitando cualquier detalle que pueda conducir a una mala interpretación del hecho de la violencia padecida por la mujer y se trasladará la impresión del problema social que esto

---

una interiorización de estos valores, expresados como una manera de ser en la práctica diaria de la profesión. Pág 161 Cap. 9.- Ética y autocontrol profesional. Consideraciones sobre la creación de un consejo ético de los medios de comunicación: el código europeo de deontología del periodismo; Juan Carlos Suárez Villegas en Medios de Comunicación y Autocontrol. Entre la ética y el derecho (Ed. Juan Carlos Suárez Villegas) MAD Sevilla 1999. Pp 159-175

<sup>824</sup> "No podemos obviar la existencia de personas detrás de los medios, pero precisamente por el hecho de somos seres racionales y libres es posible demandar una responsabilidad por lo que se dice o escribe. Y que esta exigencia queda en relación estrecha con consideraciones éticas de gran alcance: las que tienen que ver directamente con la dignidad y la verdad (por ese orden)" pag 61 Ética y periodismo. Joaquín Jareño. Editorial Desclée de Brouwer. Bilbao 2009



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

representa. No se trata de contar la anécdota, sino elevar a categoría la agresión. No se puede colocar a la mujer maltratada en una actitud pasiva, ni presentar al agresor como víctima de una patología o buscar explicación en entornos o condicionantes.

Es importante dedicar espacios de reflexión tratando en profundidad las bases del problema para generar una conciencia social de repulsa a esta violencia. Hay que acabar con la discriminación valorativa que favorece al hombre (con predominancia de su presencia en todos campos sociales, económicos, deportivos, políticos...), y poner de manifiesto la realidad de la mujer actual y su competencia y destacado papel en una sociedad igualitaria. Y para ello, una televisión cuenta, no sólo con el espacio de noticias, sino también con la posibilidad de profundizar más en programas de reportaje, entrevistas o debates. Y esta observancia se cumple en la televisión pública andaluza.

Es igualmente importante reflejar que los maltratadores son repudiados y que hay un desprecio de la sociedad por su comportamiento delictivo. Pero también hay que aportar argumentos positivos a la audiencia: evidenciando la actividad solidaria de los hombres no maltratadores; o dando a conocer el esfuerzo de las mujeres que están consiguiendo salir de una situación de maltrato.

Los contenidos que inducen a estereotipos sexistas o discriminatorios de la mujer o lesivos de su dignidad es crucial luchar por erradicarlos. También en esto se debe incluir la publicidad, y en un doble sentido: con un control preventivo de los mensajes publicitarios (en Canal Sur hay mecanismo interno para ello, y otro externo con la entidad "Autocontrol"); y posibilitando la emisión de campañas publicitarias positivas y contra la violencia de género, puesto que tienen efecto destacado de sensibilización.

Ahí el compromiso de RTVA es evidente, apoyando, colaborando e implicándose (pues se aplican descuentos -de hasta el 90%- sobre las tarifas, para favorecer la mayor emisión de estas campañas específicas).

Es muy importante, en la creación de contenidos audiovisuales, que no se puede olvidar la transmisión de la idea de una participación directiva de la mujer en la sociedad, pues la estructura de pensamiento de las personas está basada en el lenguaje, y por tanto hay que promover un lenguaje de género. La referencia permanente a valores de convivencia pacífica, respeto, igualdad y libertad de la mujer es extraordinariamente importante.

Forma también parte de su misión dar a conocer las medidas, los recursos, ayudas y servicios que ponen a disposición las diversas Administraciones Públicas para atender a las víctimas de esta violencia. Se ha detectado que las mujeres maltratadas se están atreviendo a denunciar más porque se sienten más seguras y protegidas al saber que hay una serie de medidas en su favor en el orden legal, judicial, económico, laboral o social. Así, cada vez que se da una noticia relacionada con el tema se informa sobre la existencia del teléfono 016 (de la Administración Central) o 900 200 999 (de la Junta de Andalucía), tal y como se contempla en el Código de Autorregulación.



En definitiva, RTVA ejerce su compromiso, junto a otros medios, de colaborar en la creación de una conciencia social de total rechazo ante esta violencia, y de avance en la eficacia del principio de igualdad.

## LIBRO DE ESTILO DE CANAL SUR

En 1991, Canal Sur elaboró su primer libro de estilo, y en él se habla del uso del lenguaje audiovisual y una catalogación de géneros, además de ciertas recomendaciones, pero no se incluye ninguna referencia a cómo abordar asuntos delicados, y por ende, tampoco aparece ninguna reflexión acerca del asunto de los malos tratos o de violencia machista.

El primer intento donde este problema quedó recogido fue en el manual de estilo 'Cómo tratar bien a los Malos Tratos', en el que colabora RTVA como grupo, y en el que tras un análisis de textos publicados sobre malos tratos y agresión sexual, fundamentalmente en prensa escrita, se plantean una serie de recomendaciones para reformular las noticias, y para visibilizar a las mujeres, incluso en el uso del lenguaje. Entre las recomendaciones destaca la de que no se presenten los hechos como aislados sino como un continuum de casos. Se pide que, también, que se remarque que es una vulneración de los derechos humanos, y que no atribuyan causas que suenen a detonante, así como evitar un relato que lo contemple como crímenes pasionales, que se incida en los malos tratos psíquicos, en que la denuncia no supone cobardía, en la desprotección, en hablar de los recursos destinados, en que se debe dar seguimiento a las noticias, y que hay que prestar cuidado a las imágenes que acompañan al texto.

Posteriormente, en 2003, RTVA vuelve a colaborar con el Instituto Andaluz de la Mujer y la Fundación Audiovisual de Andalucía para editar el libro 'Medios de Comunicación y violencia contra las mujeres' para fijar por escrito los análisis del primer Seminario Internacional de Medios de Comunicación y Violencia de Género organizado por el Instituto Andaluz de la Mujer. En él se analiza el papel de prensa escrita, radio, televisión, cine, publicidad y nuevas tecnologías y se dan recomendaciones para el tratamiento de estos temas, que van por la línea del anterior documento.

Más de primera mano, y en clave de uso específico para sus profesionales, en El Libro de Estilo de Canal Sur en su primera parte se ocupa, dentro del epígrafe Asuntos Comprometidos, de los Malos Tratos<sup>825</sup>. Tras una introducción donde reconoce que es un problema gravísimo que no decrece, se recogen 11 puntos a tener en cuenta, que resumidamente serían:

- Ante el peso de la imagen recomienda ampliar la presencia de las mujeres en los informativos, en cualquiera de sus actuaciones.

---

<sup>825</sup> Reconoce que toma como referencias el estudio: 'Mujer, violencia y medios de comunicación' (IORTV 2002) y el manual 'Cómo tratar bien a los malos tratos' del Instituto Andaluz de la Mujer, grupo RTVA y la Federación Andaluza de Asociaciones de la Prensa.



- Como la urgencia impide la reflexión, debe tenderse a la especialización, para no dar informaciones incompletas o sesgadas,
- La concisión del lenguaje de un vídeo no puede obligar a perjudicar la explicación de un asunto complejo. No se debe caer en la rutina al elaborar estos temas.
- Igualmente, se debe huir de frases de impacto o reducciones que impliquen frivolidad o justificación encubierta.
- Tampoco ha de caerse en la espectacularización de los casos, a través del morbo o la conmiseración.
- Aunque en informativos se es más consciente, en algunos programas se puede caer en el infoespectáculo sin más. Por tanto, hay que respetar la intimidad, y no incluir conjeturas o testimonios banales o engañosos.
- Las frases de impacto deben rechazarse pues no hay que llamar la atención sino dar información.
- Velar por la protección de la intimidad de la víctima. Si hay testimonios de personas cercanas, no pueden caer en justificaciones.
- No se debe copiar la noticia de la agencia, sino ampliarla.
- Si se dan cifras tiene que identificarse la fuente.
- Hay que cuidar el tratamiento informativo. Y ahí señala varias consideraciones, entre las que están no tratar el tema como un simple delito o un suceso, pues es una tragedia social; que se contribuya al rechazo la noticia evitando los elementos tópicos en la redacción, situándolo en un contexto, huyendo del sensacionalismo y de los clichés o de la búsqueda de móviles; no se deben incluir testimonios irreflexivos; y los datos que se incorporen datos deben permitir a las mujeres en esa situación encontrar un camino.

Contempla también una atención al modelo informativo, y precisa que no se puede olvidar ser escrupulosos con el presunto agresor hasta que no se confirme su culpabilidad; no se puede favorecer la identificación de las víctimas, especialmente en casos de agresión sexual; no hay que simular los hechos; y no se debe recurrir a elementos estéticos que induzcan a una interpretación equivocada.

Igualmente recoge una serie de términos apropiados, donde aconseja que no se caiga en el uso de un vocabulario violento, o en una simple enumeración de truculencias; así como recomienda no usar, por inadecuado, el término violencia de género y sí el de violencia machista (puesto que lo considera más preciso), violencia sexista, violencia contra las mujeres o violencia hacia las mujeres, incluso doméstica o familiar.

## EL CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Conviene recordar, previamente, que con motivo de la celebración del Día Internacional contra la Violencia de Género de 2011, el Consejo Audiovisual de Andalucía <sup>826</sup>, pidió a los medios de comunicación que se dotaran de códigos de autorregulación para tratar los casos de violencia machista, sobre todo tras comprobar los resultados de un informe en el que se constataba que la aparición de testigos ocasionales, como pueden ser unos vecinos, sólo servía para añadir morbo a la noticia y no contenido informativo.

Se demostraba en el mismo que las noticias sobre el tema eran abundantes, y el tratamiento estaba marcado por la presencia de testimonios que aportaban datos para comprender la información.

En el informe se analizaron los informativos emitidos por la RTVA, TVE, y diez televisiones municipales, y se destacaba que los tiempos de palabra de actores ocasionales -testigos o vecinos- se situaban en un 18,18 %, más del triple que las opiniones de expertos (5,83 %) y cerca de los representantes institucionales del gobierno andaluz (casi un 21 %).

Estos datos se complementaban con los del Barómetro Audiovisual de Andalucía del propio Consejo Audiovisual, según el cual la mayoría de los encuestados consideraba que el sensacionalismo era uno de los rasgos "predominantes" en las informaciones sobre violencia de género, si bien un 80 % creía que los medios han contribuido a la concienciación contra la violencia machista.

De hecho, en un estudio anterior, el Consejo Audiovisual de Andalucía ya destacaba que fue el tercer tema más tratado por los informativos de las televisiones en 2010 detrás la crisis y las medidas de ajuste <sup>827</sup>.

En RTVA, además de las acciones ya reseñadas, para mantener actualizada la reflexión sobre este tema la violencia contra las mujeres, la Dirección de Informativos de Canal Sur, decidió organizar unas jornadas para insistir en la concienciación de los profesionales que abordan tanto ese tema como el de los menores. Se celebraron el 5 de junio de 2010 <sup>828</sup>, y tras ellas, el

<sup>826</sup> [http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informes/informe\\_1-2011\\_violencia\\_de\\_genero.pdf](http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informes/informe_1-2011_violencia_de_genero.pdf)

<sup>827</sup> <http://consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actualidad/noticias/2011/06/la-violencia-de-genero-fue-el-tercer-tema-en-los-informativos->

<sup>828</sup> En estas jornadas, el Director General de RTVA indicó que en año 2009 los Informativos de CSTV emitieron 709 noticias e informaciones sobre violencia de género con sujeción a la legislación específica y a los códigos y normas de estilo para el tratamiento adecuado. En Informativos no diarios CSTV se habló en 4 ediciones del programa "Parlamento" (situación violencia de género, funcionamiento de juzgados específicos, comisión de igualdad, tratamiento del tema en Pleno); 1 en el programa "Emplea2"; en dos ocasiones como monográficos en "Es posible" (violencia en Honduras, XX aniversario del Instituto Andaluz de la Mujer); una en "Andalucía sin fronteras" (Fundación Ana Bella. Mexicanas inmigrantes); 11 ediciones en especiales de programas (de "El Club de las Ideas", y "Mira la vida") con tratamiento de educación contra la violencia en centros formativos de adolescentes (de Palma del Río, Córdoba; Albolote, Granada; Cádiz; y Sevilla). Además se emitieron campañas publicitarias contra la violencia de género promovidas por el Instituto Andaluz de la Mujer y el Ministerio de Igualdad.



Consejo Profesional de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2 de Andalucía, se decidió a profundizar su compromiso de regular informaciones de gran trascendencia y las que afectan a personas con cualificados grados de protección.

Se partía de una evidencia, pues se dispone de un marco legislativo amplio, con la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género, y en Andalucía con Ley 13/2007 de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la violencia de género en Andalucía y la Ley 12/2007 para la promoción de la Igualdad de género en Andalucía

Así pues, RTVA contaba con un marco legal nacional y autonómico, con su propia Ley 18/2007 y con las disposiciones de la Carta del Servicio Público, y también de otros cuerpos normativos particulares que aplicar al tratamiento de la violencia contra las mujeres (Libro de Estilo de Canal Sur, control de la publicidad, recomendaciones de instituciones y de órganos de la profesión periodística, acuerdos de todas las televisiones del país con la Vicepresidencia del Gobierno, etc.).

Sin embargo, ya que no existía, ni existe, un Código de Autorregulación sobre la violencia machista para todo el sector televisivo que tenga un carácter vinculante extraordinario, y más aún suscrito por los diferentes operadores, se tomó la iniciativa de desarrollar uno propio.

Por ello, el Consejo Profesional, con el apoyo de la Dirección de Informativos, inició la redacción de un Código para la elaboración de informaciones sobre violencia machista. Se contó, para ello, con la opinión de personas que pudieran aportar diferentes valoraciones desde diversos sectores que pudieran aportar una visión enriquecedora, como profesores-as de Universidad, miembros de la Administración, activistas o juezas.

Cinco redactores, dos mujeres y tres hombres <sup>829</sup>, fueron los encargados de su contenido.

En él reiteran un principio ya asentado para la cobertura de este tipo de noticias, y es que la violencia machista no es un suceso convencional. Y junto a eso, indican unas ideas maestras como son que el morbo no es noticia ni información, que sobra la urgencia porque el rigor es imprescindible, que debe servir para arrinconar a autores, encubridores y personas que justifican y disculpan estos hechos, y que la igualdad, libertad e integridad de las personas son valores irrenunciables y cualificadamente protegidos.

A partir de ahí divido su contenido en tres apartados: los términos, el tratamiento informativo y en las imágenes.

En cuanto a los términos sí que acepta, a diferencia del Libro de Estilo, la nominación de violencia de género, junto a violencia machista, violencia sexista y violencia contra las mujeres. Considera particular o imprecisa utilizar violencia familiar, violencia de pareja o violencia masculina contra las mujeres, e insiste en rechazar aquellos términos que suenen a coartada,

---

<sup>829</sup> Los miembros de la redacción de informativos de Canal Sur TV: Auxiliadora Ruiz, Bárbara Ruiz, Tomás J. Medina, Manuel Carretero y Antonio Hermosa.



## I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

excusa o estereotipo. Habla, concretamente, de utilizar la palabra crimen, atentado, homicidio o asesinato, cuando el resultado sea la muerte de una mujer, de la que no se darán los apellidos; y establece que se incluya la categoría de presunto hacia el agresor hasta que no haya sentencia, por lo que los hechos son también presumibles, y la descripción arrancará de las fuentes. Recuerda, asimismo, que los adjetivos sobran.

Sobre el tratamiento informativo recuerda que no es un suceso convencional y que debe rechazarse el morbo, el rumor, la especulación y el espectáculo, ya que eso no es información. Se huirá de los detalles descriptivos sobre las muertes, sin estirar la noticia, preservando el honor y la dignidad de la víctima, así como la presunción de inocencia del detenido, se descartará cualquier declaración que suene a justificación, y los testimonios se tendrán en consideración si tienen interés informativo, buscando las fuentes oficiales y los especialistas que puedan complementar la noticia. Plantea la posibilidad de enriquecer la noticia con informaciones ya elaboradas que garanticen el servicio público. Señala, y estas dos cosas son novedosas, el cambio del sujeto por el objeto de la noticia (ya que se evitará iniciar el relato con la idea de la muerte de una mujer, orientándola hacia la detención de un hombre), y también que el hecho de la nacionalidad de la víctima no es relevante. Igualmente, dice que se huirá de fórmulas recurrentes que provocan el efecto narcotizante por ser frases tópicas o manidas. Se deberá indicar si había denuncia presentada, y se darán los datos tanto de víctimas como de las denuncias existentes. Si es posible, se incorporarán declaraciones de condena, y recuerda que se deben dar también las sentencias.

Puesto que se dirige a la televisión, contempla una serie de indicaciones específicas sobre el uso de la imagen, puesto que suelen apoyarse las informaciones en grabaciones que muchas veces han recogido detalles escabrosos. Por eso impide presentar el cuerpo, salvo que esté cubierto, y recomienda el uso de planos neutros o de ambiente. De la misma forma se actuará si se habla de una mujer golpeada, y nunca podrán ser imágenes de archivo, ya que pueden emplearse como alternativos las que sean de anuncios o de carteles. Se descarta el montaje de reconstrucciones, y es mejor si no se incluyen planos con sangre o el arma utilizada. Observa que los recursos con buzones o direcciones socavan la intimidad, que la presunción de inocencia se debe mantener y por ello no se ralentizará o congelará la imagen del presunto agresor, y que se ha de preservar el anonimato de quienes lo pidan. Y, recuerda que se deben recoger las manifestaciones de repulsa.

Tras ello se incluye un anexo que contempla los mismos tres apartados: términos, tratamiento informativo e imágenes, en los que insiste en lo expuesto anteriormente, con ejemplos o concreciones mayores.

## CONCLUSIONES

Ante un fenómeno, lamentablemente, tan extendido como el de los malos tratos, la labor de los medios es importantísima para conseguir sensibilizar a la población. Dado que la televisión es el medio por el que mayoritariamente se informan los ciudadanos, su papel adquiere una relevancia



destacada para informar creando un estado de opinión que repruebe la violencia que se ejerce contra las mujeres.

Los medios han ayudado y ayudan a dar visibilidad a un problema social y cultural de gran magnitud como es la violencia de género. Han demostrado que la cobertura de estas informaciones influye en la toma de conciencia global en la lucha para erradicar este atentado contra los derechos humanos. Pero al ser un tema delicado, su misión debe ser cumplida bajo unos requisitos éticos y deontológicos muy precisos.

Sobre la mayoría de las consideraciones existe, en gran medida, un consenso sobre cuáles son las líneas maestras sobre las que recoger ese tipo de informaciones, y que deben partir de la especialización de los-as profesionales que las abordan, así como en que sería positivo la existencia de un código de autorregulación, si no puede ser común para todas las televisiones al menos, que cada una tuviera uno propio sobre como dar estas noticias.

En el caso concreto de RTVA se ha dado el paso de crear uno, elaborado por representantes de la redacción y en él se diferencia claramente tres aspectos: los términos, la imagen y el tratamiento. Lo positivo no es sólo recoger una serie de normas para la más correcta presentación a la sociedad de las noticias, sino que a la vez se consigue que los-las propios-as profesionales se reconozcan como parte activa de esta lucha y asuman que en su ejercicio, están haciendo un activismo a favor de la dignidad y los derechos humanos.

No se trata sólo del hecho de ser una de las primeras televisiones que dan este paso, sino participar de de una visión mayor, que contempla la óptica no sólo informativa sino de servicio público y, por tanto, de servicio a la sociedad, por encima de otras tendencias como es la búsqueda del espectáculo o la audiencia.

## BIBLIOGRAFÍA

Allas Llorente, José M<sup>a</sup> y Díaz Salgado, Luis C. (2004): *Libro de Estilo de Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía*. RTVA. Sevilla

Del Río Rocío y Tomé Teresa (coords.). (1999): *Cómo tratar bien a los malos tratos*. Instituto Andaluz de la Mujer, grupo RTVA y Federación Andaluza de Asociaciones de la Prensa. Sevilla.

Elizondo Iriarte, Itziar (coord.) (1999): *Mujer en CanalSur. Mujer y cine en Andalucía*. Diputación de Córdoba. Córdoba.

Fernández Arribas, Javier y Noblezas Myriam (2010): *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja*. Centro Reina Sofía. Valencia

Jareño, Joaquín (2009): *Ética y periodismo*. Editorial Desclée de Brouwer. Bilbao.

López Díez, Pilar (2002): *Mujer, violencia y medios de comunicación*. IORTV. Madrid.



Penalva, Clemente (2002): "El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación". Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social. Vol. 10. (395-412)

Plaza, Juan F. y Delgado, Carmen (2007): "¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación?" Género y Comunicación. Editorial Fundamentos. Madrid. (73-100)

Ramírez Alvarado, M<sup>a</sup> del Mar (coord). (2003): *Medios de Comunicación y Violencia contra las Mujeres*. Instituto Andaluz de la Mujer y Fundación Audiovisual de Andalucía. Sevilla.

Suárez Villegas, Juan Carlos (1999): "Entre la ética y el derecho". *Medios de Comunicación y autocontrol*. MAD. Sevilla. (159-175)