

# Testimonios sobre violencia de género en los *Talk Shows* ¿Realidad o construcción?

M<sup>a</sup> Isabel Menéndez Menéndez<sup>1</sup>

## Introducción

Nadie pone en duda que, en las sociedades desarrolladas, la construcción social de la realidad depende, casi en exclusiva, de la información que las personas reciben a través de los medios de comunicación de masas. Se trata de una sociedad que ha abandonado el modelo de transmisión oral que habían conocido nuestros abuelos y abuelas para dejar paso a la denominada Sociedad de la Información, convertida ahora en uno de los agentes socializadores de mayor relevancia. En consecuencia, puesto que la comunicación es un elemento fundamental en el desarrollo social, el discurso que elaboran los medios de comunicación de masas va a ejercer una influencia muy superior a la de cualquier discurso elaborado por otras instituciones.

Como sabemos, los medios recogen acontecimientos que se producen en la realidad y los someten a un proceso de selección y elaboración en el que intervienen pautas profesionales y, a partir del cual, los acontecimientos son convertidos en noticias que luego se difunden. El ciclo de elaboración de la información concluye cuando la audiencia recibe el mensaje construido, descodificando un hecho “natural” que, tras la intervención del aparato periodístico, se ha convertido en noticia. Esas noticias, que constituyen lo que la gente entiende como actualidad, serán, en consecuencia, la materia prima con la que las personas elaboran su percepción de lo que sucede más allá de su experiencia individual, es decir, una elaboración personal de aquello que recibe el nombre de información y que no es otra cosa, en última instancia, que la construcción de una determinada visión del mundo.

Si bien es cierto que la información ha sido elaborada mediante la intervención de pautas profesionales establecidas y compartidas por todo el personal que forma parte de un medio de comunicación; teniendo

en cuenta que serían pautas en las que no interviene, o no debería intervenir, el criterio subjetivo de las personas que han participado en la elaboración de una determinada noticia, lo cierto es que se trata de un proceso que consiste en seleccionar y jerarquizar hechos de la realidad. Necesariamente ha tenido que existir una labor de búsqueda, de análisis y de exclusión que, aún cuando los métodos empleados hayan sido los profesionales, implican una intervención que pone en relación directa el discurso mediático, es decir, aquello que llega a la opinión pública, y el trabajo de selección de noticias. Y esto es así porque, a pesar de la existencia de rutinas profesionales y normas deontológicas que, dentro de la profesión periodística, impiden la distorsión subjetiva respecto a la elaboración de información, lo cierto es que la selección de hechos de la realidad y la construcción del mensaje informativo son, en última instancia, una construcción ideológica. Una construcción en la que intervienen, junto a los elementos mencionados, el criterio personal, la dirección empresarial o los intereses del mercado, tanto ideológicos como económicos. El hecho es que, en la práctica, se está produciendo una selección de la realidad que culmina en la construcción de la agenda de los medios, constituida por los temas y protagonistas que forman parte del discurso informativo.

Por tanto, la tarea analítica en cuanto al discurso informativo debe ser consciente de que junto a la noticia, se transmiten pautas de comportamiento, actitudes y modelos de vida que son asumidos por los individuos, muchas veces como si fueran los únicos posibles, relegando al margen a quienes intentan relacionarse con un discurso alternativo. Los medios de comunicación, al transmitir información, otorgan estatus, dotan de prestigio y legitiman a personas e instituciones. Su discurso no es, en absoluto, inocente, aún cuando pueda ser éticamente correcto.

### La información y las mujeres

Tradicionalmente y como efecto de la socialización diferencial de hombres y mujeres, éstas últimas han estado relegadas al espacio doméstico mientras que lo público era un territorio exclusivo de los varones. Así, la historia de las mujeres, que está ausente de la historia considerada como universal y que es, en realidad, la historia masculina, es el relato de la conquista de espacios por parte de las mujeres, no con pocas dificultades y casi siempre haciendo frente a una enorme resistencia, sometidas a la ridiculización y la descalificación la mayoría de las veces<sup>2</sup>. En el mismo orden de cosas, los medios de comunicación de masas no han sido especialmente sensibles con la realidad de las mujeres y su hacer cotidiano se resume en la elaboración de un discurso, pretendidamente neutro, en el que las mujeres son las grandes ausentes. A pesar de los esfuerzos de las propias mujeres por incorporarse a todas las esferas sociales y aunque las leyes, al menos en Europa, consagran la igualdad formal entre mujeres y hombres, lo cierto es que la realidad mediática es ajena a los cambios que han sucedido en la vida de las mujeres, contribuyendo a la discriminación que sigue soportando el sexo femenino en la vida social, cultural, política y económica. El protagonista de la información, como el de la historia, es un varón<sup>3</sup> mientras que las mujeres se conforman con aparecer de forma anecdótica y esporádica, según un patrón de excepcionalidad.

Esto quiere decir que las mujeres padecen una falta de acceso a las agendas mediáticas. La información sobre y para mujeres, en general, apenas es recogida en los medios y es fácilmente comprobable como las noticias relacionadas con los ámbitos tradicionalmente femeninos se consideran de poca trascendencia. La gran falacia que pretenderían mantener las empresas mediáticas es que la información carece de género y que sus productos son universales. Nada más lejos de la realidad. El discurso informativo generalista está hecho por y para varones mientras que los temas femeninos se relegan a las páginas de información “blanda” o bien se publican en soportes

específicos “para mujeres”. Puesto que no existen publicaciones equivalentes “para hombres”, es lógico pensar que lo que se denomina información general es, en realidad, información masculina. Multitud de estudios han demostrado como no sólo los protagonistas de la información son varones sino que también son ellos quienes aparecen como fuentes y, por supuesto, es para ellos para quien se diseña el producto<sup>4</sup>. La utilización de fuentes masculinas es especialmente significativa en temáticas netamente femeninas, como pueden ser la salud reproductiva, la problemática del acceso al mundo laboral o la actividad emprendedora femenina por citar algunos ejemplos. Es fácilmente observable como en las informaciones sobre este tipo de asuntos, se eligen fuentes masculinas, sobre todo si se trata de voces expertas. Así, es frecuente que, cuando es necesario aportar la opinión autorizada, se busque a un varón que emitirá una opinión que, en justa medida, debería ser aportada por una mujer. Esta dificultad de acceso es todavía mayor para el movimiento organizado de mujeres y, específicamente, para el discurso feminista. Como consecuencia, la reivindicación de la igualdad es un elemento ausente del temario, incluyendo a los organismos públicos de igualdad que tampoco tienen garantía de acceso, aún cuando muchos de ellos dependen de la Presidencia del Gobierno y su titular ostenta rango de Directora General<sup>5</sup>. El ideario feminista es prácticamente invisible y, las pocas veces que se recoge su aportación, suele ser de forma negativa, con abundantes prejuicios y, sobre todo, demostrando un gran desconocimiento, consecuencia del desinterés general hacia los “asuntos de mujeres”<sup>6</sup>. Si bien el feminismo, en todas sus vertientes<sup>7</sup>, ha sido fundamental para el desarrollo democrático de la sociedad, éste es despreciado sistemáticamente desde los medios de comunicación, tal y como ocurre en otros ámbitos, por ejemplo en la política. Ambas instancias, productoras de discursos con influencia en la estructura social, demuestran una gran habilidad para desprestigiar el término feminismo y para, al mismo tiempo, minimizar los progresos que las mujeres de nuestro entorno cultural han conseguido. Es conveniente señalar, no

obstante, que este deficiente tratamiento informativo forma parte de un problema global que tiene que ver con la representación mediática de las mujeres en general pues, si bien se puede percibir la ausencia de las mujeres de la noticia, también es notorio que las pocas mujeres que aparecen como protagonistas de información, aparecen con un deficiente tratamiento informativo en la mayoría de las ocasiones. Los prejuicios y estereotipos son una constante de una representación que no tiene en cuenta los cambios culturales y profesionales que han experimentado las mujeres<sup>8</sup>. Este tipo de aspectos son recogidos en casi todos los trabajos publicados; entre los más recientes, el auspiciado por el Instituto de la Mujer y el Ente Público de la Radiotelevisión española (López, 2001) y el patrocinado por el organismo de igualdad de Navarra (Sánchez *et al*, 2003).

### **La violencia contra las mujeres en los medios**

El fenómeno de la violencia contra las mujeres era casi invisible para los medios de comunicación españoles hasta diciembre de 1997. Las agresiones que las mujeres sufren a manos de sus compañeros no habían trascendido el ámbito privado porque los medios, recogiendo lo que era, en realidad, una tolerancia social, no consideraban que el asunto fuera de interés público y sólo algunos casos se publicaban en las páginas de sucesos, de forma esporádica. En 1997 se produce un cambio importante y las noticias sobre violencia de género empiezan a ser habituales en las páginas de diarios y en los programas de televisión. Este aumento cuantitativo contribuyó a crear un estado de opinión sensible al problema y, sobre todo, a visibilizar una lacra que, en 2003 y en España, se saldó con la cifra de casi cien mujeres asesinadas a manos de los que eran o habían sido sus compañeros o esposos. El mundo del periodismo percibió, en definitiva, que el asunto de la violencia sexista, algo que había permanecido oculto detrás de las puertas de los hogares, debía ser incluido en la agenda pública.

La violencia contra las mujeres no era un tema desconocido ni para el movimiento

organizado de mujeres ni para el feminismo y, de hecho, ellas llevaban tiempo reclamando la necesidad de considerarla como un problema público y prioritario desde todos los ámbitos sociales. Sin embargo, no llegaba a la agenda mediática, a pesar de sus esfuerzos. Concha Fagoaga (1994) señala que, hasta los años ochenta, apenas aparecían algunas noticias breves, casi siempre en la página de Sucesos, aludiéndolo como un tema privado. Así, solamente cuando las lesiones eran muy graves se publicaban noticias más extensas. Esta autora hace hincapié, al igual que Natalia Fernández (2003), en que las fuentes informativas eran los tribunales, la clase médica o el propio vecindario, nunca las mujeres o los grupos feministas. Por tanto, no es extraña la aparición de estereotipos y prejuicios sociales respecto a las mujeres agredidas. Es en fechas más recientes cuando empieza a emplearse la expresión “malos tratos” y, con ella, se incrementa paulatinamente el número de noticias que aparecen en los medios, verificando así que el tema empieza a formar parte, aunque tímidamente, de la agenda de los medios. El gran cambio se va a producir en 1997, cuando, en el mes de diciembre, fue asesinada Ana Orantes, quemada viva por su ex marido. Es importante señalar que esta mujer no fue ni la primera ni la última asesinada de esa forma terrible. La diferencia de esta víctima con las otras se deriva del hecho de que ella había aparecido en televisión. Los medios de comunicación tuvieron que sentirse parte del suceso ya que ellos habían ofrecido su testimonio e, incluso, pudieron haberse sentido culpables ya que, de alguna forma, la aparición televisiva habría sido el detonante de la última agresión. Sin duda, fue significativo que este suceso ofrecía un cambio absoluto respecto a los que le habían precedido: la víctima no era anónima, había aparecido ante las cámaras y, de hecho, todas las emisoras disponían de sus imágenes grabadas, donde ella contaba el infierno que había vivido con su marido y las amenazas que seguía recibiendo. Este testimonio podía reproducirse una y otra vez para ilustrar el desenlace; premonitoriamente, esa víctima aseguraba que aquel hombre la mataría y el agresor así lo hizo. Se trata de la encarnación del ya antiguo paradigma: “si sales, eres”. La televisión, como medio de comunicación,

crea la noticia y la actualidad y, con ellas, los personajes. Ana Orantes no era una víctima cualquiera sino que había sido “creada” para el mundo a través del aparato televisivo. Y eso es lo que diferenció a esa víctima del resto, eso fue lo que propició que su asesinato apareciera en portadas de revistas, en informativos y especiales sobre violencia de género, manteniendo la atención periodística durante un tiempo impensable hasta el momento para ese tipo de información. El aparato periodístico tuvo que reflexionar sobre un asunto no poco importante: aquella mujer había salido en televisión y había advertido lo que ocurriría y, sin embargo, nadie hizo nada por evitarlo; la palabra de la víctima no fue tenida en cuenta, a pesar de la gravedad de los hechos que contaba y de los que adivinaba, demostrando esa tolerancia social hacia la violencia que padecen las mujeres. De todas formas, la consecuencia fue que la violencia contra las mujeres accedió a la agenda mediática y el número de agresiones reflejadas en la prensa experimentó un importante crecimiento cuantitativo. Así, a pesar de que la presencia, en proporción al resto de información, sigue siendo muy baja, se ha pasado de la ausencia casi total a un tres por ciento “aunque la percepción casi generalizada entre la sociedad española es que hay muchos más casos”; esto se explicaría, tanto por la invisibilidad del periodo anterior, como por “el excesivo tratamiento que encontramos en los espacios televisivos y en la prensa dedicados predominantemente al ocio y al entretenimiento” (Sánchez, 2003: 144). Según el estudio patrocinado por el Instituto Navarro, algunos medios no informaron de algunas muertes producidas en el periodo de su trabajo de campo, lo que demuestra la falta de interés informativo. Así las cosas, y como señalan diversas autoras, la asignatura pendiente sigue siendo el tratamiento que reciben esas noticias (Del Río, 1999; Fagoaga, 1999; Fagoaga, 1994; Fernández, 2003; López, 2002a; López, 2002b; Menéndez, 2002; Ramírez, 2003). La información sobre agresiones a mujeres suele recoger interpretaciones estereotipadas que concluyen con la culpabilización de las víctimas y, en la mayoría de las ocasiones, con la

justificación de los hechos violentos y, por tanto, del propio agresor. Como asegura Pilar López, “se construye una historia que ignora totalmente la experiencia de la mujer” (2002a: 147), una historia en la que la agresión es una consecuencia de la actuación desviada femenina, un castigo a la desobediencia o la curiosidad. En ese discurso, el agresor es retratado como una persona más digna de lástima que de condena, convirtiendo al agresor en víctima y a la víctima en agresor. La autora, que cita a Marian Meyers, señala que los medios de comunicación no son inocentes en este problema cuando su retórica plantea cuestiones como “¿Qué ha hecho la mujer para provocar o causar la violencia masculina?” (Meyers en López, 2002a: 148). Así mismo, la simplificación de estereotipos (marido enamorado, loco de celos o víctima de un crimen pasional) encubre las estrategias de control que el agresor ejerce sobre la agredida. En consecuencia, el relato mediático no sólo culpabiliza a las víctimas, exime de responsabilidad a los agresores y minimiza la propia violencia sino que, además, contribuye a consolidar el *status quo*, facilitando la persistencia del poder hegemónico masculino y la subordinación de las mujeres. En último término, supone que se impida “la resolución política y social del problema” (149); es decir, el discurso informativo contribuye a legitimar la violencia que sufren las mujeres.

### El *Talk-show*

Esta denominación, “espectáculo de la palabra”, corresponde a un formato de gran éxito en América. En España, su programación ha experimentado un notable aumento en los últimos años, en formatos imbricados con la información del corazón, que se ha incorporado a la televisión con nuevos elementos, ausentes del discurso tradicional de este tipo de prensa, caracterizada por un mensaje amable cuyo objetivo era promocionar el lujo y el encanto de la vida de las estrellas y de los personajes de la nobleza<sup>9</sup>. La parrilla televisiva, en la actualidad, ha convertido estos espacios en los protagonistas casi absolutos, tanto en solitario como en compañía de otros<sup>10</sup>. La información rosa ha llegado a conquistar,

incluso, a espacios “serios”, incapaces de escapar al canto de sirena de un tipo de información que, en el formato tradicional (las revistas), constituye un negocio excepcional cuyos activos se pretenden trasladar a la televisión, mucho más cara y, por tanto, necesitada de recursos financieros<sup>11</sup>. Entre los espacios que han absorbido este tipo de noticia, caracterizada por la falta de trascendencia social y cuyo contenido es de pura evasión, se encuentran los grandes magazines televisivos que, en general, ocupan todo el espacio matutino y gran parte del vespertino. Estos programas, de larga duración e integrados por formatos variados, cuentan casi siempre con un espacio de estilo *Talk Show*, donde personas corrientes narran sus experiencias cotidianas en relación con gran variedad de temas. Y es aquí, precisamente, donde se han incorporado los testimonios de víctimas de violencia.

La aparición de testimonios se está convirtiendo en una constante en los programas de entretenimiento y también en los de información rosa, sobre todo desde la aparición de mujeres famosas (o compañeras de hombres famosos) que aseguran haber padecido malos tratos. Sin embargo, la pregunta que cabe plantearse es la siguiente: ¿es positivo que testimonios de semejante crudeza, que demuestran la existencia de un problema de enorme magnitud, se exhiban en espacios de evasión, de tono frívolo?

### A modo de conclusión

Mi respuesta es que no. Ana Orantes estuvo en uno de esos programas y lo pagó con su vida. Nunca podremos saber si su ex marido la hubiera asesinado aunque no hubiera ido al programa de televisión pero lo que sí es seguro es que lo hizo tras su aparición ante las cámaras<sup>12</sup>. Por lo tanto, una primera razón para justificar mi respuesta es que las víctimas de violencia que aceptan intervenir en un programa de televisión, se ponen en peligro. Reconozco, no obstante, que en algunas ocasiones, la aparición pública puede servir como protección pero no es esa la realidad común a la mayoría de las mujeres<sup>13</sup>.

Una segunda razón para evitar la presencia de testimonios tendría que ver con

la exigencia de un tratamiento adecuado de la información. Todos los textos que ofrecen recomendaciones para la elaboración de noticias (Bolinches, 2002; Del Río, 1999; IORTVE, 2002; Sánchez, 2003; Valle, 1996), insisten en la necesidad de visibilizar el hecho de que la violencia que sufren las mujeres forma parte de un problema estructural que tiene que ver con las desiguales relaciones que se establecen entre hombres y mujeres. Por tanto, no parecen adecuadas estas apariciones públicas, que no permiten analizar el problema en profundidad. Limitadas muchas veces a los aspectos más sensacionalistas del asunto, poco pueden hacer para fomentar una audiencia más crítica y comprometida. Un formato informativo, tal vez de debate si incluye a todos los agentes implicados y a las expertas que trabajan para erradicar la violencia, sería sin duda más adecuado para profundizar en el problema y en las fórmulas para combatirlo.

En tercer lugar, la aparición de testimonios de víctimas en formatos de entretenimiento, puede favorecer la banalización del problema. El tema es demasiado grave y complejo como para abordarlo desde programas que alientan la frivolidad. Las mujeres, al tiempo que se ponen en peligro, pueden contribuir a la formación de una opinión pública fascinada por el morbo y el tratamiento sensacionalista de las noticias. En cuanto a los personajes populares, el crédito absoluto que se les da unos y el que se niega a otros, demuestra una falta de objetividad del todo improcedente en la profesión periodística, relacionada casi siempre con un pensamiento sexista y, a veces, clasista.

Una cuarta argumentación estaría relacionada con la consolidación de estereotipos mediante variados mecanismos de legitimación. Así, la observación de estos programas nos permite asegurar que es habitual la utilización de tonos paternalistas por parte de quienes conducen el programa junto a explicaciones que insisten en la falta de previsión o prudencia de la víctima (que es convertida en culpable). Aún más grave es que, en muchas ocasiones, se exige a las víctimas que prueben las agresiones que han soportado, interrogándolas de forma implacable y poniendo en duda la calidad del testimonio. La insistencia en preguntar a las

mujeres por la razón de su permanencia junto al agresor, por ejemplo, demuestra un gran desconocimiento tanto de la complejidad del fenómeno de la violencia como de los mecanismos de dominación que el agresor emplea para neutralizar la voluntad de la mujer y la dependencia de todo tipo que está imbricada en las relaciones entre hombres agresores y mujeres agredidas. En el mismo orden de cosas, se suele atender únicamente a la violencia física, inquiriendo en los detalles que tienen que ver con sangre y golpes. Especialmente grave es la propuesta única de soluciones que pasan por el mantenimiento de la pareja, según un pensamiento tradicional y/o religioso que insiste en el mantenimiento del ideal romántico y del modelo familiar por encima de todo<sup>14</sup>.

Por último, estos programas carecen de perspectiva analítica y no investigan los caminos resolutivos: no se cuestiona la estructura que sustenta el ciclo de la violencia, apenas se habla de la necesidad de prevenir desde la escuela, se pasa de puntillas por la deficiente respuesta judicial y la escasez de recursos y se omite la dificultad de integración de las mujeres en el sistema, una

vez que han puesto fin a su relación. De hecho, la respuesta legal y social parece mágica y, cuando las mujeres acuden a las oficinas públicas, se dan de bruces con una realidad muy distinta.

En definitiva, aunque los medios de comunicación han contribuido a visibilizar la violencia sexista, el tratamiento que reciben las noticias, el riesgo en que se sitúan las víctimas, la facilidad con que se roza el morbo y el sensacionalismo y la poca trascendencia de los programas en que se sitúan los testimonios<sup>15</sup>, permite concluir que no es beneficioso alentar su aparición en las pantallas, algo que el movimiento organizado de mujeres percibió desde el principio<sup>16</sup>. El padecimiento personal de cada mujer, a mi juicio, es demasiado serio como para airearlo desde programas de entretenimiento, cada vez más agresivos en el lenguaje, un juego peligroso al que las mujeres no deberían prestarse y que, en ocasiones, nos plantea el terrible interrogante: ¿es esto realidad? Me temo que, en ocasiones, es sólo una construcción mediática interesada. Considero más positivo seguir trabajando en la línea de sensibilización y educación, desde otros formatos más analíticos y reflexivos.

**Bibliografía**

**Abril**, Natividad, *Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad*, Vitoria, Emakunde, 1994.

**Antón**, Eva et al., *La presencia de la mujer en la prensa de Valladolid*, Valladolid: Ayuntamiento de Valladolid, 1994.

**Bach**, Marta et al., *El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*, Barcelona, Icaria, 2000.

**Bengochea**, Mercedes, *Sexismo y redacción periodística*, Valladolid, Junta de Castilla y León, 2003.

**Bolinches**, Emilia, *Noticias con lazo blanco. Manual para periodistas sobre la violencia doméstica*, Valencia, Unió de Periodistes Valencians y Generalitat Valenciana, 2002.

**Bueno**, José Ramón, *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*, Valencia, Nau llibres, 1996.

**Del Río**, Rocío, *Cómo tratar bien a los malos tratos*, Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer, 1999.

**Fagoaga**, Concha, "Comunicando violencia contra las mujeres", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Madrid, Editorial Complutense, 1994, p. 67 – 90.

**Fagoaga**, Concha, *La violencia en medios de comunicación*, Madrid, Dirección General de la Mujer, 1999.

**Fagoaga**, Concha y Secanella, Petra M<sup>a</sup>, *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*, Madrid, Instituto de la Mujer, 1983.

**Fernández**, Natalia, *La violencia sexual y su representación en la prensa*, Barcelona, Anthropos, 2003.

**Franquet**, Rosa, *La mujer sujeto y objeto de la información radiotelevisiva*, Barcelona, Instituto de la Mujer y Universidad Autónoma de Barcelona, 1989.

**Gallego**, Juana, *Gènere i informació*, Barcelona, Institut Català de la Dona, Ajuntament de Barcelona y Associació de Dones Periodistas, 1998.

**Gallego**, Juana, *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de*

*estereotipos de género*, Barcelona, Los libros de la frontera, 2002.

**García de León**, M<sup>a</sup> Antonia, *Élites discriminadas. Sobre el poder de las mujeres*, Barcelona, Anthropos, 1994.

**López**, Pilar, *Representación de género en los informativos de radio y televisión*, Madrid, Instituto de la Mujer y RTVE, 2001.

**López**, Pilar, "La representación de la violencia masculina contra los mujeres en los medios de comunicación", *Realidad y representación de la violencia*, Salamanca, Universidad de Salamanca, 2002, p. 139 – 157.

**López**, Pilar, "La violencia masculina contra las mujeres en los medios de comunicación", *I Foro nacional. Mujer, violencia y medios de comunicación*, Madrid, Instituto de la Mujer y RTVE, 2002, p. 21 – 35.

**Menéndez**, M<sup>a</sup> Isabel, "La mujer como destinataria del mensaje periodístico y como sujeto de la información en la década de los veinte: el diario ABC en 1923", *Comunicación y Género*, Málaga, Universidad de Málaga, 2001, p. 295 – 302.

**Menéndez**, M<sup>a</sup> Isabel, "Tratamiento informativo de la violencia de género: crimen pasional, espacio doméstico y derechos fundamentales de las mujeres", *Violencia de género*, Málaga, Universidad de Málaga, 2002, p. 125 – 132.

**Menéndez**, M<sup>a</sup> Isabel, *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?*, Asturias, Consejo de la Juventud del Principado de Asturias, Instituto Asturiano de la Mujer y Coleтиву Milenta Muyeres, 2003.

**Moreno**, Amparo, *El arquetipo viril protagonista de la historia*, Madrid, Ediciones LaSal, 1986.

**Moreno**, Amparo, *La otra "política" de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*, Barcelona, Icaria, 1988.

**Ramírez**, M<sup>a</sup> del Mar, *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*, Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía e Instituto Andaluz de la Mujer, 2003.

**Romano**, Vicente, "La mujer en los medios de comunicación", *Mujeres en acción*, Madrid, Fundación Dolores Ibárruri, p. 8.

**Sánchez**, José J. et al., *Mujer publicada mujer mal tratada*, Pamplona, Instituto Navarro de la Mujer, 2003.

**Sau**, Victoria, *Diccionario ideológico feminista I y II*, Barcelona, Icaria, 2000.

**Valle**, Norma *et al*, *El ABC de un periodismo no sexista*, Santiago de Chile, Fempress, 1996.

<sup>1</sup> Universidad de Oviedo (España).

<sup>2</sup> Sobre este particular, y a modo de ejemplo, puede consultarse la información publicada en prensa en la época de las sufragistas (no sólo en Gran Bretaña), aspecto que recojo en un artículo sobre el diario *ABC* en los años veinte (Menéndez, 2001: 295 – 302). Idénticos resultados pueden obtenerse del estudio de noticias recientes y artículos de opinión sobre la paridad política en España.

<sup>3</sup> Amparo Moreno, profesora de Historia de la Comunicación Social en la Universidad de Barcelona, publicó, en 1986, *El arquetipo viril protagonista de la historia*, donde realizaba un estudio de los manuales de historia españoles. Su conclusión principal era que estaban redactados con un espíritu androcéntrico, es decir, utilizando un enfoque únicamente masculino. Un análisis más profundo revelará que, además de varón, se trata de un adulto perteneciente a las clases dominantes. La misma autora siguió profundizando en esta idea en su libro *La otra “política” de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril* (1988).

<sup>4</sup> En el estado español empieza a ser numeroso el corpus de investigaciones sobre información y género, a partir de distintas perspectivas y disciplinas. Entre ellas, pueden mencionarse los trabajos de Natividad Abril (1994), Eva Antón (1994), Marta Bach (2000), Mercedes Bengoechea (2003), José Ramón Bueno (1996), Concha Fagoaga (1999, 1994, 1983), Rosa Franquet (1989), Natalia Fernández (2003), Juana Gallego (2002, 1998), Pilar López (2002a, 2002b, 2001) o José J. Sánchez (2003) entre otros.

<sup>5</sup> En España existen organismos de igualdad estatales, autonómicos y locales.

<sup>6</sup> Al respecto, Vicente Romano ya mencionaba, hace una década, los prejuicios que aparecían en la información sobre feminismo (1993).

<sup>7</sup> Tal y como explica Sau, el feminismo se puede considerar como una filosofía, como una ciencia, como una acción personal y como un movimiento social. La filosofía intenta explicar las claves de la situación de opresión y explotación de las mujeres en el mundo. Además, es un pensamiento científico puesto que proporciona un paradigma interpretativo de la realidad global, de hombres y mujeres. Es, así mismo, una acción personal, encaminada a la desjerarquización sexista

que se mantiene en la sociedad y es un movimiento social que supone la toma de conciencia de las mujeres como objeto de dominación, explotación, opresión y exclusión. En la teoría política se estaría elaborando un pensamiento que persigue los mismos derechos y las mismas oportunidades para hombres y mujeres mientras que en el movimiento social se sitúa el propio de las mujeres, verdadero motor de cambio y desarrollo social. Para ampliar estos conceptos, véase el *Diccionario Ideológico Feminista* de Victoria Sau (2000).

<sup>8</sup> Las autoras que han analizado información, detectan que las mujeres aparecen representando roles tradicionales, que se emplean tonos coloquiales o paternalistas al referirse a ellas, que el lenguaje sexista favorece una información distorsionada, o que la violencia doméstica es deficientemente analizada. Un ejemplo de ello tiene que ver con la obsesión por mencionar el físico o la forma de vestir de las mujeres políticas. También es habitual leer entrevistas con mujeres representativas a las que, invariablemente, se les hacen preguntas relacionadas con el ámbito familiar o doméstico o con su posición respecto al feminismo. Sobre representación de mujeres líderes, un trabajo interesante es el de M<sup>a</sup> Antonia García de León (1994).

<sup>9</sup> Actualmente, en España, se asiste a una verdadera eclosión de los programas dedicados a la información sobre la vida privada de la gente famosa. Pero, en su salto televisivo, han abandonado las características principales del producto, en parte por la superior necesidad de imágenes que necesitan estos programas, de periodicidad diaria. Así mismo, la información televisiva “caduca” a una velocidad mucho mayor y su demanda de “cortes” es altísima en comparación con la de una revista semanal.

<sup>10</sup> No sólo existen espacios dedicados a esta información en exclusiva sino que multitud de programas de otro tipo han incluido microespacios, así como los periódicos disponen de una o varias páginas para ella.

<sup>11</sup> Las revistas del corazón españolas tienen una tirada muy superior a cualquier otra editada en el país. Por poner un ejemplo, según los últimos datos recogidos en la página *web* de la OJD, sociedad que controla la difusión y tirada de la mayoría de medios (julio 02/junio 03), la revista *Hola* tiene un promedio de tirada de unos 730.683 ejemplares semanales frente a los 190.411 de *Interviú*, también semanal. Otras revistas con buena tirada, de carácter mensual, no superan los 281.229 ejemplares, como la revista de cine *Fotogramas*, o los 351.906 en el caso de *Muy Interesante*.

<sup>12</sup> La hija de Ana Orantes ha asegurado, con ocasión de la inminente puesta en libertad de su padre, que éste ha manifestado que pensaba



asesinarla también a ella y que no dudaba de que cumpliría su palabra. Esta mujer pertenece a una asociación contra la violencia desde el asesinato de su madre y no ha querido volver a ver a su padre; sus declaraciones aparecen ocasionalmente en prensa, ya que su madre se ha convertido en un símbolo y su opinión es solicitada en numerosas ocasiones.

<sup>13</sup> Me atrevería a afirmar, de forma un tanto intuitiva, que las recientes declaraciones de la ex esposa de un conocido cantante fueron su garantía de inmunidad ante una posible venganza personal o familiar, dada la pertenencia del agresor (fue condenado en los tribunales) a una etnia con costumbres altamente misóginas, etnia a la que no pertenecía la agredida.

<sup>14</sup> Las preguntas habituales dudan de la palabra de la víctima en base al dilatado tiempo que ella ha necesitado para denunciar, para hablar o buscar

soluciones. Es sabido que las mujeres que padecen malos tratos necesitan una media de diez años antes de atreverse a pedir ayuda. En ocasiones, el detonante es el riesgo que sufren los hijos e hijas y no el propio peligro de la víctima.

<sup>15</sup> Es importante señalar que algunos de estos programas, de contenido banal (muchas veces ordinario, soez e incluso insolente desde diferentes puntos de vista) son emitidos en el horario que antes ocupaba la programación infantil y juvenil que ahora ha desaparecido de las cadenas públicas y de las privadas que emiten en abierto; una programación sólo disponible, por tanto, en los canales de pago.

<sup>16</sup> La gran mayoría de asociaciones de mujeres que trabajan con víctimas de violencia se niegan a facilitar testimonios de agredidas ya que consideran que no es la vía adecuada para abordar el problema.