

Las mujeres ante la información sobre violencia de género

Jaume Soriano

Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona
jaume.soriano@uab.es

Resumen

Son escasos los trabajos sobre la influencia de las noticias de malos tratos en las mujeres maltratadas. En 2001 llevamos a cabo un estudio sobre la recepción de estas noticias para el Institut Català de la Dona. Se trata de un trabajo exploratorio con cuatro grupos de discusión de mujeres (dos con víctimas de violencia de género) para determinar las claves de la recepción ante este tipo de contenidos. El estudio abre nuevas incógnitas sobre los siguientes aspectos: la experiencia de malos tratos en la recepción, la victimización secundaria de los medios y la generalización de la sospecha.

Descriptores

Violencia de género, dominación, recepción de noticias, mujeres, grupos de discusión.

Abstract

A few investigations have studied (none of them in Spain) the domestic gender violence news contents influence on the women in general and particularly on the women that have been victim of gender violence. Thanks to an economical support of the Institut Català de la Dona (Generalitat de Catalunya) we could carry out a pilot research. We did four focus groups, two of them with women that never were victims of gender and the others with women victims of gender violence. The analysis of the data collected from the focus groups also opens other issues of research.

Key words

Gender violence, domination, news reception, women, focus group.

Apuntes sobre el establecimiento de la violencia de género en la agenda pública española

Los orígenes de la concienciación social sobre la violencia de género hay que buscarlos en los movimientos feministas de finales de los años 70 cuando los colectivos más en contacto con este fenómeno se constituyen en grupos de presión políticos para colocar la violencia de género en la agenda pública. Con una vocación más práctica que teórica surgen la Asociación de Mujeres Separadas y Divorciadas o la Asociación de Mujeres Juristas Themis (Alberdi y Matas, 2002). A principios de los años 80, la imagen dominante de la violencia que se manejaba era la de los violadores extraños a la víctima y la agresión en la calle. Esto determinó que muchos de los discursos públicos del movimiento feminista estuvieran más centrados en la denuncia pública de las violaciones. De acuerdo con los datos difundidos por la prensa, diversos bufetes de abogados y las comisarías, el colectivo Vindicación Feminista aseguró que a principios de los años 80 se cometían en España 15.000 violaciones anuales (Marugán y Vega, 2002). Los objetivos iniciales de estos colectivos, estrechamente vinculados al movimiento feminista español, consisten en dar una respuesta efectiva y privada a mujeres maltratadas asumiendo la defensa legal de éstas o creando refugios y casas de acogida. Es precisamente gracias a esos movimientos que la violencia de género se irá definiendo claramente, y hoy en día de forma casi incontestable, como un asunto de igualdad de derechos entre hombres y mujeres y no sólo como una forma de expresión violenta de las muchas que genera nuestra sociedad.

En 1983 comienzan a hacerse públicas las primeras cifras oficiales sobre denuncias de malos tratos. Tras la reforma del Código Penal, en 1989, las denuncias por malos tratos en las parejas españolas no han dejado de crecer desde las 16.650 del año 1991 hasta las 24.000 del 2001. La dimensión estadística que comienza a adquirir el fenómeno de los malos tratos en la sociedad española de los años 90, junto con la respuesta penal descrita anteriormente, son un estímulo importante para la

redefinición del tema en los medios de comunicación. A su vez, las instituciones empiezan a apropiarse de la bandera de la lucha contra la violencia de género como uno de los capítulos destacados en las políticas de defensa de la igualdad entre hombres y mujeres. Esto se hará, de acuerdo con algunas voces del movimiento feminista, a costa de otros asuntos como por ejemplo el de la lucha a favor de la despenalización del aborto (Marugán y Vega, 2002).

Los datos más amplios y recientes sobre el fenómeno de la violencia de género en España provienen de una encuesta nacional realizada por el Instituto de la Mujer en el año 1999. Esta macroencuesta se ha aplicado sobre una muestra representativa de 20.552 mujeres españolas a las que se pregunta acerca de la violencia contra las mujeres ejercida en el interior de la familia. Uno de sus resultados más destacados estima que en España hay más de dos millones de mujeres en las condiciones que denominan "situación objetiva de violencia" en el entorno familiar. Una de las líneas en las que se ha profundizado más a partir de esta macroencuesta del Instituto de la Mujer es en la concreción de indicadores para la detección de fenómenos de violencia psicológica contra las mujeres. La distinción entre una dimensión psicológica y una física de los malos tratos no es nueva. Mientras que la segunda parece fácilmente objetivable por sus evidencias físicas, la primera ha sido un terreno abonado para la especulación y la ambigüedad. No ha sido hasta finales de los años 90 cuando han aparecido indicadores a partir de los cuales medir episodios de violencia psicológica que han suscitado el debate académico sobre las representaciones observables de violencia psicológica en las relaciones de pareja.

Pero la idea del recrudecimiento de la violencia de género también está asociada a un factor de naturaleza simbólica como es el de su representación mediática en el mundo social. De modo que podemos hablar de una sensación social de recrudecimiento de la violencia de género que está estrechamente asociada al tratamiento que del tema han hecho los medios de comunicación. Las sociedades occidentales del s.XXI sienten como más amenazadora la presencia de la violencia de género y a ello han contribuido de forma muy eficaz los medios de comunicación y especialmente la televisión.

El principal papel que se atribuye a los medios en este proceso de establecimiento de la violencia de género en la agenda pública es el de su

decisiva colaboración para hacerla “visible” públicamente. Ésta es una contribución positiva que podríamos decir que se ha llevado a cabo de forma paralela a la del resto de actores sociales (asociaciones feministas, instituciones, etc.). Por “visibilidad” no sólo hemos de entender una variación cuantitativa del fenómeno sino también una nueva forma de enfocar los casos de violencia de género desde el punto de vista informativo. En términos periodísticos esto se concreta en un desplazamiento de estas noticias a posiciones destacadas como programas de máxima audiencia, portadas de diarios, etc. y un formato de noticia centrado más en el tema social que en el suceso aislado (Atheide y Snow, 1988). Esto es, hacerlos visibles desde una nueva perspectiva socio-cultural. Los actores sociales que operaron como fuentes periodísticas en los casos de violencia de género españoles durante los años 80, y el entramado institucional que se creó entorno al fenómeno, dedicaron buena parte de sus esfuerzos y de sus contactos con la prensa a redefinir una vieja realidad bajo un nuevo prisma socio-cultural, el de la perspectiva de género. Esto no significa que existiese una especie de programa de acción conjunto de todos estos actores sociales e incluso en muchos casos abundaba la disputa acerca de las prioridades a la hora de dar respuesta al problema social de la violencia de género (Xornadas Feministas, 1988). Lo que sí existía de forma casi generalizada era una opinión favorable al establecimiento de un nuevo enfoque para interpretar los malos tratos.

Los medios han encajado a su manera este nuevo enfoque y lo han procesado en términos periodísticos para su devolución a la sociedad. Ciertamente los medios han contribuido decisivamente a divulgar la nueva definición de violencia de género mediante un discurso caracterizado fundamentalmente por su carácter autorreferencial (Altés, 1998; López Díez, 2002; Marugán y Vega, 2002). Se trata de una divulgación bastante efectiva a juzgar por el aumento de la percepción social de la violencia de género que arrojan los resultados de las últimas encuestas del CIS.

El recorrido de la investigación

Podemos decir que la investigación sobre violencia de género y medios de comunicación se sitúa en la encrucijada de dos importantes áreas de trabajo de los *media studies* como son el de la violencia y el

de los estudios de género. A pesar de ello las aportaciones desde uno y otro campo no puede decirse que se caractericen por un desarrollo de creciente colaboración, como cabría esperar, sino más bien por una autonomía e ignorancia mutua considerables (entre las excepciones destacan: Schlesinger 1992, Altés 1998, Fagoaga 1999, Maxwell y otros 2000, Ghez 2001, Carter y Weaver, 2003). Los trabajos sobre violencia y medios apenas han indagado en la especificidad de la violencia de género mientras que los estudios de género suelen disolver el fenómeno de la violencia en la más amplia variable de la dominación masculina. Los investigadores interesados en la violencia y los medios han sido especialmente sensibles al estudio de los efectos que los contenidos de los medios ejercían sobre el público aunque sin diferenciar de forma muy precisa entre las formas de violencia que representaban esos medios. Desde los estudios de género de los medios, en cambio, se pone el acento en reconocer y etiquetar los tipos de contenidos con violencia de género pero poco se han interesado por la influencia que éstos ejercen en el significado que tiene para la sociedad dicha violencia mediática. Los primeros se han centrado en los efectos que a corto y largo plazo provocan los contenidos violentos en la audiencia mientras que los segundos lo han hecho en las formas como se representaba la violencia de género en esos contenidos.

En este apartado intentaré rescatar de uno y otro campo las aportaciones a mi juicio más interesantes para la configuración de un marco teórico que sirva de base para el abordaje de futuras investigaciones sobre la recepción de la violencia de género.

Violencia y medios de comunicación

La atracción que ejerce la violencia en los procesos de producción periodística toma su explicación de los criterios de noticiabilidad y no simplemente, como comúnmente se sostiene, del gusto del público por los contenidos macabros y sangrientos. Las relaciones del público con este tipo de contenidos han sido tradicionalmente un campo de debate social, especialmente en lo tocante al público infantil, que han generado abundante literatura científica en materia de efectos de los medios (Wolf, 1994). Uno de los primeros puntos de interés consiste en confirmar que realmente los medios de comunicación son uno de los princi-

pales vehículos de los mensajes violentos que nos llegan cotidianamente. Para ello múltiples análisis de contenido se han dedicado a la medición de los porcentajes de violencia que contienen los medios. Abundan los trabajos dedicados al cálculo de los contenidos violentos sobre el total de las programaciones, a la contabilización de los actos violentos emitidos en franjas horarias significativas, etc. (García Silberman, 1998). Se dibuja así un panorama mediático dominado por patrones de contenido donde el delito violento, especialmente el asesinato, ocupa un lugar privilegiado en la sociedad. Una situación que, por otra parte, nada tiene que ver con las estadísticas que manejan los centros oficiales, donde, por ejemplo, son mucho más abundantes los delitos contra la propiedad que los asesinatos.

El grueso de estos trabajos se inicia en la década de los 60, coincidiendo con el desarrollo de la televisión como medio de comunicación hegemónico en Occidente. La atención de los investigadores, especialmente en Estados Unidos, se orienta hacia la localización del papel que este nuevo medio ocupa en la generación de los movimientos sociales, entendidos éstos como violencia ciudadana, de finales de los años 60. Los objetivos de investigación están fuertemente marcados por enfoques psicologistas que pretenden “rentabilizar” los trabajos y experimentos realizados con la atención puesta en el hallazgo de influencias sociales a corto plazo. Son frecuentes en este período formulaciones teóricas que explican las conductas derivadas de la atención de los espectadores hacia contenidos violentos en forma de efectos casi directos en el individuo (teoría de la catarsis, del refuerzo, del estímulo, etc.). Sin embargo, muchas de estas formulaciones proceden de investigaciones realizadas en niños o adolescentes por lo que no es extraño que suenen un poco ridículas cuando hacemos su aplicación a individuos más activos o más “protegidos” intelectualmente.

A diferencia de las mencionadas anteriormente, la teoría del cultivo, ya en los años 70, pone el énfasis en los efectos a largo plazo de los medios y en la influencia de éstos en la socialización de los individuos. Aunque no es ésta una preocupación nueva (uno de los padres del interaccionismo simbólico, Herbert Blumer, trató de forma similar la influencia que el cine ejercía sobre los jóvenes americanos en los años 30) el desarrollo empírico más sofisticado de esta teoría se alcanza con los trabajos de George Gerbner. De acuerdo con la teoría del cultivo, “la te-

levisión cultiva imágenes de la realidad, produce aculturación y sedimenta sistemas de creencia, representaciones mentales y actitudes” (Wolf, 1994: 97). La televisión construye un mundo simbólico, especialmente a través de la ficción. En este mundo tiene un protagonismo especial la violencia, que se presenta como la forma habitual para obtener ventajas en las luchas por el poder. “Los hombres jóvenes y de raza blanca que dominan como protagonistas el mundo de la televisión también dominan a otros, particularmente a las mujeres, a las minorías y a los ancianos, tras utilizar la violencia con éxito” (DeFleur y Ball-Rokeach, 1986, 279).

La teoría de George Gerbner ha sido objeto de críticas porque difícilmente pueden extrapolarse los resultados de una investigación que parece haber funcionado en una sociedad como la norteamericana, donde la televisión tiene un protagonismo en los procesos de socialización difícilmente aplicable, aunque cada vez más, al del contexto europeo. También ha sido puesta en duda la propia naturaleza del efecto descrito, en el sentido de que no está claro que la influencia de la televisión en la socialización de los individuos se realice en los mismos términos en los que establecen los contenidos de la televisión. Esto es, que la televisión influye en la socialización de los individuos pero no determina el sentido de esa socialización. A pesar de ello el trabajo de George Gerbner es una aportación capital porque supera un enfoque del estudio de los efectos centrado excesivamente en la psicología del individuo y pone el acento en la dimensión social del sujeto.

Los contenidos violentos, como los propagandísticos o los pornográficos son esa clase de contenidos que la sociedad nunca se ha tomado como mensajes inocuos y, por lo tanto, a través de los cuales es posible observar de forma más clara algún tipo de efecto social, bien sea a corto o a largo plazo. A pesar de ello los estudios sobre violencia y medios no parecen haber tenido suficientemente en cuenta el progresivo aumento que a lo largo de los últimos diez años han conocido los contenidos sobre asesinatos, agresiones y malos tratos a mujeres. Esta es una forma más de violencia mediática cuyos efectos sociales desconocemos y puede ser interesante observar cómo a través de los medios de comunicación se va cultivando en la sociedad una determinada idea de violencia de género.

La aportación de los estudios feministas de los medios

Como señala Liesbet van Zoonen, las aportaciones de las investigadoras feministas en el campo de la comunicación a partir de la década de los 70 se centraron principalmente en el estudio de las imágenes estereotipadas de las mujeres en los medios (van Zoonen, 1994). Las investigadoras en este terreno explotaron el estudio cuantitativo de la infrarrepresentación de las mujeres tanto en los procesos de producción de los medios como en sus contenidos finales. Los contenidos de los medios reflejan la forma como está distribuido el poder en la sociedad y las distorsiones con la que los medios representan a los colectivos sociales son una evidencia para demostrar la existencia de ese desigual reparto del poder.

Muchos de los trabajos realizados desde posiciones feministas son una búsqueda incesante de la identidad del género femenino, primero a través de la fidelidad con la que los medios reflejan dicha identidad y después desgranando qué identidad de género construyen los diversos contenidos de los medios. Durante este tiempo se ha puesto especial énfasis en descifrar los estereotipos a través de los cuales se representa a las mujeres en los diversos soportes y formatos de los medios de comunicación. Algunos de los terrenos más frecuentados por estos trabajos son los que tratan sobre las llamadas revistas femeninas, la publicidad o los contenidos pornográficos (Instituto de la Mujer, 2000). En los estudios sobre este último tipo de contenidos es donde encontramos los primeros vínculos entre violencia y género. La reducción de la mujer a la condición de objeto sexual que hacen los medios de comunicación favorece las formas de violencia contra las mujeres, especialmente la violencia sexual (van Zoonen, 1994). Desde las posiciones feministas más radicales se sostiene que la pornografía no puede ser considerada como una mera representación de las fantasías sexuales, o como una potencial liberación de la sexualidad, sino que se trata de una glorificación del poder del hombre sobre la mujer (Dworkin, 1981). Otras posiciones distinguen entre el erotismo como una forma de representación mediática de la sexualidad con contenido emocional y en igualdad de condiciones entre los participantes, y la pornografía como una representación destructiva de unas relaciones sexuales desprovistas de valores sentimentales (Tong, 1989). En uno u otro caso, la pornografía parece dibujarse como una forma más de violencia de género en los medios.

Los trabajos sobre la violencia contra las mujeres ejercida en el ámbito familiar han ocupado menos la atención de las investigaciones feministas. Las principales aportaciones en este campo, como en la mayor parte de los estudios feministas de los medios, se han dado a través de los análisis de los contenidos. Los trabajos arrojan resultados concluyentes sobre la sobrerrepresentación de las mujeres como víctimas de la violencia (Instituto de la Mujer, 2000). Los análisis más interesantes se adentran en enfoques sobre el tratamiento discursivo de la violencia de género en los medios y su establecimiento en la agenda temática. A través de algunos de estos trabajos se ha observado la transformación que ha conocido el tema de la violencia de género en los medios de comunicación en los últimos años tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. En su dimensión cuantitativa es evidente el aumento del número de noticias y programas dedicados a la violencia de género (Bueno Abad, 1996; Maxwell, 2000) y en su dimensión cualitativa el tratamiento periodístico dado al problema social se ha hecho más complejo y variado gracias, principalmente, al empuje recibido con casos como el de O. J. Simpson en los Estados Unidos (Maxwell, 2000) o el de Ana Orantes en España (Fagoaga, 1999). Los formatos con los que aparece la información sobre la violencia de género, los espacios donde aparece, los actores implicados y las formas discursivas usadas ya no son simplemente las derivadas del relato breve en la sección de sucesos del espacio informativo. El significado de la violencia contra las mujeres en las relaciones de pareja en los medios de comunicación ha dejado atrás su estigma de crimen pasional y se ha abierto paso a través de los medios como problema social de cierta magnitud. Este problema social es ahora presentado a través de soportes y formatos diversos y construido mediante múltiples recursos discursivos y datos que sitúan el fenómeno de la violencia de género en contextos desconocidos hasta ahora.

Entendemos que esta apertura del relato sobre la violencia de género, que ha tenido lugar principalmente en el campo periodístico, debe acompañarse de un estudio sobre la recepción de estos contenidos. Las informaciones periodísticas sobre la violencia de género en España han tematizado el fenómeno como un problema de dimensión social que afecta exclusivamente a las mujeres. Es por ello que resulta especialmente interesante conocer la recepción que han hecho las mujeres españolas ante esta amenazadora construcción mediática de la violencia de gé-

nero. Para ello, previamente examinaremos algunos rasgos más generales sobre lo que sabemos acerca de la recepción femenina de los contenidos mediáticos.

Recepción “generizada”

¿Cuál es el peso de la variable género en el papel de audiencia? En lo tocante a la investigación de audiencias está claro que los medios de comunicación han sabido jugar con esta variable a la hora de organizar sus programaciones y contenidos. Las empresas consideran a las mujeres un segmento de la sociedad con un notable poder de consumo y esto las hace atractivas como audiencia. Con los medios audiovisuales se ha generado una dinámica de usos de la comunicación delimitada por franjas horarias con variaciones en el dominio masculino (*prime time*) o femenino (sobremesa) de la audiencia. En el caso de la prensa escrita también se ha compartimentado el mercado con unos productos típicamente femeninos (la prensa del corazón) y otros masculinos (la prensa deportiva). Lo interesante en este terreno es observar porqué se dan estas dinámicas y cómo se van generando nuevos usos de la comunicación asociados al género y motivados en transformaciones sociales.

Una primera línea de trabajo se ha preocupado por reconocer los motivos por los cuales unos contenidos o productos mediáticos son más aceptados que otros por parte de las mujeres. Los individuos, hombres y mujeres, interpretan las imágenes que los medios difunden sobre los géneros y lo hacen desde su propia identidad de género (van Zoonen, 1994). En uno de los trabajos clásicos sobre el tema, Janice Radway sostiene que las mujeres usan los productos mediáticos populares (novelas, series, revistas, etc.) aplicándolos a su propia situación social. A través de estos productos, las mujeres reconocen y configuran sus propios placeres y deseos en sociedad (Radway, 1984; Garmendia, 1998). Los estudios de audiencia también demuestran que las teleseries o *soap operas* es uno de los contenidos más consumido por las mujeres y en el que la componente de género juega un papel decisivo. Uno de los factores que explican la popularidad de las *soap operas* entre las mujeres es su énfasis en la vida familiar y en las relaciones personales. Su disfrute desde el género femenino se origina por la centralidad que cobran en este tipo de contenidos los temas y valores asociados a la esfera privada. Los se-

riales también se han convertido en un estímulo para las relaciones sociales y las mujeres hablan “de ellos” como contenidos de los medios y también “a partir de ellos” porque las escenas y situaciones dramáticas que en ellos se representan se convierten en temas de los que conversar en la vida cotidiana. Las situaciones emotivas contenidas en estos productos explican las preferencias de las mujeres que han desarrollado una recepción femenina que busca emociones acordes con su forma de socialización (van Zoonen, 1994).

Una segunda línea de trabajo, menos esencialista, se ha preocupado por conocer el papel de los medios en el contexto de la vida cotidiana de las mujeres. Los medios de comunicación, y especialmente la televisión, forman parte del sistema familiar y contribuyen poderosamente a la formación del clima familiar. El papel de la mujer y del hombre en la familia suele ser diferente. Es en el contexto familiar en el que los conflictos de género y las diferencias de poder se hacen más patentes. El uso de los medios de comunicación en el contexto familiar es el resultado del equilibrio de poderes que se establece. Los programas de televisión, los diarios y las revistas que llenan la vida cotidiana de la familia son el resultado de decisiones en las que tiene mucho que ver el género y el poder. Las investigaciones sobre el género y la familia en la recepción de los medios indican de una forma casi generalizada una conducta sumisa de las amas de casa hacia las preferencias de contenidos del resto de miembros de la familia. De acuerdo con buena parte de estas investigaciones parece que en las familias occidentales tradicionales el ver la televisión en familia es una actividad de tiempo libre para los hombres, mientras que para las mujeres es una extensión de las tareas domésticas (van Zoonen, 1994).

Los estudios de recepción de las mujeres han recibido algunas críticas sustantivas. En primer lugar los universos de género femenino que se han estudiado se circunscriben de forma prácticamente exclusiva a los de las amas de casa, ignorando la profunda transformación de la familia nuclear en Occidente y el sentido más amplio que abarca el concepto de familia en otras culturas. En segundo lugar se echa en falta un registro más amplio en los contenidos a partir de los cuales se ha investigado la recepción femenina, como por ejemplo los periodísticos. No se puede hablar de una recepción “generalizada” hasta que no se contraste esta idea con más tipos de contenidos.

Algunas nuevas incógnitas a partir de una investigación piloto

A raíz de una investigación llevada a cabo conjuntamente con la antropóloga y periodista Elvira Altés, y subvencionada por el Institut Català de la Dona tuvimos oportunidad de organizar cuatro grupos de discusión para explorar los procesos de recepción femeninos sobre la violencia de género (Soriano y Altés, 2002). Durante el otoño del 2001 organizamos los cuatro grupos, uno de ellos con mujeres investigadoras y profesionales de los medios de comunicación, un segundo grupo con mujeres de nivel social medio bajo y bajo, y dos grupos más con mujeres que había sido víctimas de malos tratos en su vida familiar.

El diseño de nuestra investigación está directamente influido por *Women viewing violence*, un trabajo de investigación realizado a principios de la década de los 90 en el Reino Unido (Schlesinger, 1992). Sin embargo, conviene destacar tres aspectos en los que se aparta de esa investigación pionera. En primer lugar, el alcance del estudio británico es mayor y más concluyente mientras que el nuestro tiene un talante exploratorio. En segundo lugar, el primero enfocaba su trabajo hacia un objeto de estudio más amplio, la violencia contra las mujeres en general, donde la violencia doméstica constituía un episodio más de ésta. Por último, el conjunto de la investigación británica atendía más a la influencia de los contenidos de ficción que no a los periodísticos, mientras que nosotros nos centramos exclusivamente en el discurso informativo.

En nuestro trabajo aprovechamos las investigaciones realizadas hasta el momento en España sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en nuestro país para seleccionar los contenidos que serían objeto de discusión. Atendiendo a los patrones discursivos referidos por la literatura científica en este aspecto combinamos el reportaje y las noticias de televisión con los titulares en prensa para confeccionar sesiones de discusión de más de dos horas. Concluíamos con una encuesta para profundizar en el perfil de las asistentes, su consumo de medios de comunicación y su actitud con relación a la violencia de género.

Los apartados siguientes son un repertorio de propuestas de líneas de investigación empírica futura en este ámbito. En los diversos puntos trataré brevemente algunos aspectos destacados de nuestra investigación piloto y los contrastaré con los trabajos anteriores para generar así nuevos problemas de investigación. Por otra parte, creo que estas consideraciones no

sólo pueden ser de interés en el campo de la recepción sino que pueden conectarse con otros trabajos que atiendan a las formas de producción de la información sobre violencia de género a través de los medios.

El peso de la experiencia de vida en la recepción

Haber tenido experiencias o no de malos tratos o de agresiones parece ser un factor importante en el proceso de recepción de los contenidos periodísticos de violencia de género. Por ejemplo, las mujeres maltratadas muestran un mayor rechazo que el resto a exponerse a este tipo de contenidos de los medios. Estas mujeres evitan los contenidos violentos en lo que parece ser una reacción natural de rechazo, una actitud contra el poder evocador de los contenidos violentos, tanto de ficción como periodísticos. Visto así se trata de un efecto directo de activación, en el más puro estilo conductista.

Resulta más interesante, sin embargo, observar cómo actúa la experiencia en la descodificación de los contenidos. Esto confirma que las mujeres que han sufrido violencia y que poseen un conocimiento de primera mano del fenómeno tienen una comprensión (*verstehen*) concreta del mismo son más críticas con su tratamiento informativo. Por el contrario, las mujeres no maltratadas realizan una comprensión de la realidad a través de rasgos generales y, por tanto, manifiestan una mayor dependencia de la información (Montero, 1996). Podríamos decir que la experiencia de malos tratos se convierte en una especie de recurso para la interpretación de las informaciones mediáticas. Las mujeres que han sufrido malos tratos construyen su interpretación a partir del recuerdo y el conocimiento directo que tienen de sus contactos con el maltratador, los familiares, la policía, los médicos, los abogados, etc., mientras que las mujeres que no los han sufrido lo hacen a partir de los relatos de conocidos, de los estereotipos sociales y sobre todo del conocimiento que obtienen de los medios de comunicación.

El peso de los contenidos informativos de los medios en mujeres no maltratadas no fue suficientemente valorado a principios de los años 90. Esto probablemente se debe al escaso interés periodístico que este tipo de asuntos suscitaba entonces si lo comparamos con la actualidad. El peso de las noticias sobre violencia de género es más significativo, por tanto, en aquellos individuos que no han tenido una participación directa en

este tipo de hechos. A la hora de interpretar las noticias, reportajes u otros contenidos sobre violencia de género recurren a su vez a declaraciones, noticias o reportajes aparecidos en otro momento y en otros medios. El conocimiento y la opinión sobre la violencia de género de las mujeres no maltratadas está basado en gran medida en la intertextualidad mediática.

A partir de aquí se abren dos incógnitas más en el calibrado del peso que este tipo de experiencias en la vida de una persona tienen sobre la recepción de contenidos. En primer lugar hay que entender que la experiencia de violencia puede ser muy variada (con o sin agresión física, con o sin agresión sexual, teniendo la experiencia de haber tratado con la policía, habiendo residido en una casa de acogida o no, etc.) con lo cual no podemos reducir la violencia de género a una simple etiqueta que marca la recepción. Por tanto *¿Qué rasgos comunes se pueden deducir de la experiencia personal de malos tratos como determinantes para la recepción de contenidos mediáticos?* Si, por ejemplo, la violencia psicológica es un factor decisivo para la recepción, entonces los medios deberían producir contenidos orientados hacia la restitución de la autoestima de las mujeres que han sufrido malos tratos. Tanto en los casos de desgracias personales como de desgracias sociales la psicología nos dice que los estados post-traumáticos se caracterizan por ser momentos en los que los individuos están constantemente redefiniendo sus prioridades, objetivos e intereses. En estos estados la información periodística a menudo deja de ser un simple sistema de transmisión de datos para convertirse en una contribución capital para la redefinición de las identidades, tanto individuales como colectivas.

En segundo lugar, hay que pensar que las mujeres víctimas de la violencia de género no lo fueron alguna vez o, en algunos casos, no eran conscientes de serlo. A través de las mujeres no maltratadas vemos cómo los medios de comunicación construyen una imagen social de la violencia de género que difiere considerablemente de la de las mujeres maltratadas. Así, el paso de construir un discurso basado en la intertextualidad (característico de las no agredidas) a un discurso basado en la experiencia personal es un acto de toma de conciencia de la mujer maltratada. Por lo tanto, hemos de preguntarnos: *¿Hasta qué punto la información imperante sobre la violencia de género no constituye un obstáculo para la toma de conciencia social y personal del problema de la violencia contra las mujeres?*

La victimización secundaria de los medios

En el campo del derecho y en el de la psicología social se distingue entre dos niveles de victimización (Wieviorka, 2003). Por victimización primaria se entiende la padecida por una persona que es directamente objeto de un delito, mientras que la victimización secundaria es aquella que se deriva de las relaciones de la ya víctima con el sistema, especialmente el sistema jurídico penal, pero que se puede extender a todos aquellos actores que participan en el tratamiento de los casos de violencia (desde los servicios médicos hasta los medios de comunicación). Ésta es una victimización que provocan los diversos actores sociales implicados en el tratamiento de los casos de violencia de género cuando en sus relaciones con las víctimas reducen el “mundo de la vida” de éstas a los episodios de violencia. En este sentido, podemos decir que los procesos de estereotipificación a los que se reducen las informaciones sobre violencia de género pueden ser una contribución importante para la victimización secundaria de las mujeres que sufren violencia de género. La mayor parte de los casos que aparecen en los medios corresponden a parejas de extracción social baja, bajo nivel cultural y a menudo emigrantes. De las personas implicadas en este tipo de sucesos se destaca algún tipo de enfermedad o desequilibrio psicológico profundo (permanente o transitorio). La violencia de género que conforma noticias es mayoritariamente la física y casi siempre con resultado de muerte.

Las mujeres víctimas de la violencia de género miden su relación con los contenidos en términos de la forma como es representado/construido el perfil de la víctima en la violencia de género. Buscan puntos de contacto con estos casos mediáticos y saben que en este tipo de contenidos está en juego la imagen social de las mujeres maltratadas.

En una sociedad educada sobre la base de una estricta separación entre lo público y lo privado, las mujeres maltratadas valoran la ruptura de esta frontera que supone la información sobre violencia de género como una de las agresiones más sangrantes de la experiencia de violencia. Los medios crean un mundo repleto de connotaciones cuando informan sobre los malos tratos. Para ellas, reconocerse como mujer maltratada supone entrar a formar parte de ese mundo, abrir su esfera privada a ese mundo, perder el control sobre el significado de su propia vida y dejarlo a merced de la imagen estereotipada que los medios

construyan sobre el perfil de las mujeres maltratadas. El malestar que muchas de estas mujeres muestran ante cómo informan los medios tiene su raíz en esta victimización secundaria. *¿Cómo se compatibilizan los beneficios sociales del tratamiento informativo con los perjuicios privados que genera?*

La visibilidad y la generalización de la sospecha

Entre los efectos que ha provocado la tematización periodística de la violencia de género se ha indicado como uno de los más destacados el hecho de hacer visible a la sociedad un fenómeno hasta ahora oculto tras la máscara de la privacidad. Paralelamente, la creciente atención que los medios dispensan a este tema va unido a una sensación de agravamiento del fenómeno. Las últimas encuestas del CIS señalan los malos tratos a las mujeres como un asunto importante entre el conjunto de problemas sociales que perciben los ciudadanos. La visibilidad mediática está asociada a una percepción de agravamiento del fenómeno social.

La visibilidad mediática de la violencia de género viene acompañada también de una nueva definición del fenómeno desde el punto de vista periodístico. Sobre este cambio han trabajado a fondo los diversos análisis de contenido aparecidos a lo largo de la década de los años 90, algunos de los cuales hemos mencionado anteriormente, pero en el que destaca el realizado por Concha Fagoaga (1994). Desde su tematización como sucesos aislados y extraños a la sociedad hasta su actual representación, la violencia de género en los contenidos informativos, además de aumentar, se ha adaptado a nuevos formatos y se han diversificado los diversos discursos con los que se presenta. Aparecen nuevos tratamientos periodísticos, se extienden las dimensiones del fenómeno con nuevos casos, nuevas formas, nuevos detalles, etc. Ahora también empiezan a hacerse públicos casos de violencia de género en órdenes sociales muy diversos (desde personajes populares hasta abogados o policías). Los estereotipos para su representación mediática se han transformado, a pesar de que cuantitativamente continúan apareciendo mayoritariamente los casos de mujeres de nivel social bajo, bajo nivel de estudios, los de maltratadores perturbados o alcohólicos, y los episodios de violencia física, no psicológica.

En nuestra investigación, todos los grupos coinciden en señalar la estereotipificación periodística como uno de los principales defectos del periodismo sobre los malos tratos. Critican la excesiva atención hacia los aspectos macabros de los sucesos, su sensacionalismo, la reducción de los perfiles de las mujeres y de los hombres representados, la demonización del hombre y la victimización de la mujer, etc. En la investigación realizada en el Reino Unido los autores observan cómo las participantes cuestionan la práctica del “autostop” tras visionar en el programa informativo *Crimewatch UK* el caso de una joven agredida sexualmente cuando regresaba a su domicilio haciendo “autostop”. En nuestro trabajo también puede apreciarse cómo algunas actividades, hábitos y conductas de la vida cotidiana que tienen los y las protagonistas de las informaciones sobre violencia de género pueden fácilmente contaminarse de un cierto aire de sospecha y adquieren connotaciones como prácticas sociales de riesgo. La tardanza en denunciar las agresiones, el estar en trámites de separación, el origen étnico o social, las discusiones, etc., de los protagonistas son datos de las noticias que pueden convertirse en evidencias para explicar y, en ocasiones, justificar los malos tratos. En este sentido, un aspecto concreto sobre el que convendría profundizar en el estudio de las relaciones entre el periodismo sobre violencia de género y la audiencia es el de *¿Qué tipo de datos informativos y qué forma de representarlos induce en el público sospechas que justifiquen de alguna manera la violencia de género?*

Coda. Vuelta al trabajo de campo

Durante los últimos 10 años hemos visto como el fenómeno social de la violencia de género ha evolucionado notablemente desde el punto de vista jurídico, político y mediático. Al desarrollo que las instituciones han hecho del tema hay que asociar también los cambios producidos en el tratamiento que los medios de comunicación le han dado. Entendemos que éstos han jugado un papel central en la percepción social que se tiene del problema y han contribuido a configurar un nuevo significado al concepto de violencia contra las mujeres.

Los abogados, médicos, policías, etc. y otros profesionales que trabajan en este campo han desarrollado documentos de buenas prácticas

para el tratamiento de estos casos. En el caso de la comunicación este tipo de textos son muy recientes y cada vez son más frecuentes los estudios sobre contenidos que se acompañan de decálogos, normas o prescripciones diversas de carácter deontológico. Todas estas normas y prescripciones, inspiradas por un evidente sentido práctico, tienen como objetivo controlar y también corresponsabilizar a los periodistas a favor de su concienciación contra la violencia de género. Todavía es pronto para valorar su eficacia en el campo del periodismo. Por otra parte, sucede que la excesiva ambigüedad con la que se redactan muchas de estas normas y su escaso poder vinculante tienen un efecto perverso en la profesión. Los medios de comunicación o los órganos corporativos que representan a la profesión parecen liberar su mala conciencia cuando las hacen públicas y más bien indican un futuro período de relajación en la observancia de su cumplimiento.

Los estudios de los medios, tanto los dedicados a indagar sobre la influencia de la violencia mediática en la audiencia como los de género, permiten construir una idea fragmentada del impacto que este tipo de informaciones tiene en las mujeres. A lo largo de este artículo he destacado la necesidad de estudiar más a fondo la respuesta de los receptores de los medios para comprender la relación entre medios y violencia de género de una forma global. Esta perspectiva añade a los conocimientos sobre el tema elementos ignorados acerca de la interpretación de los relatos informativos que hace el público y especialmente las mujeres que han sido víctimas de violencia de género. Se trata de incorporar la lectura que los actores de la información hacen de ésta a la valoración global de las relaciones entre medios de comunicación y violencia de género. Paralelamente a las propuestas de dictar las buenas prácticas periodísticas resulta necesario comprender las relaciones que se establecen entre estos contenidos informativos y las mujeres para, precisamente, incorporar a la práctica periodística algo más que la versión de los hechos que hace la mujer agredida y que trasladan las tradicionales fuentes policiales y judiciales.

Bibliografía

- AA.DD (1988): *Xornadas feministas contra la violencia machista*. Santiago de Compostela.
- ALBERDI, I. y MATAS, N. (2002): *Violencia doméstica. Informe sobre los malos tratos a Mujeres en España*. Colección Estudios Sociales, nº 10, Barcelona, Fundación La Caixa.
- ALTÉS, E. (1998): “Violència privada, espectacle públic”. *Capçalera* nº 87 Agosto-septiembre, pp 5-11.
- ALTHEIDE, D. L. y SNOW, R. P. (1988): “Toward a Theory of Mediation” en *Communication Yearbook* James A. Anderson (ed.) n. 11, Londres, Sage.
- BUENO, J.R. y otros (1996): *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. Valencia, Nau Llibres
- CARTER, C. y WEAVER, C. K. (2003): *Violence and the Media* Buckingham, Open University Press.
- DEFLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S. (1986): *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- DWORKIN, A. (1981): *Pornography: Men Possessing Women* New York, Perigee.
- FAGOAGA, C. (1994): “Comunicando violencia contra las mujeres”. *Estudios sobre el mensaje periodístico* nº 1. Pp: 67-90.
- (1999): *La violencia en medios de comunicación*. Madrid, Dirección General de la Mujer (Comunidad de Madrid).
- GARCÍA SILBERMAN, S. (1998): *Medios de comunicación y violencia*. México, Fondo de Cultura Económica.
- GARMENDIA, M. (1998): *¿Por qué ven la televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- GHEZ, M. (2001): “Getting the Message Out: Using Media to Change Social Norms on Abuse” en *Sourcebook on violence against women* Renzetti, Claire M. y otros (eds.) Thousand Oaks, Sage.
- INSTITUTO DE LA MUJER (2000): *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación*. Madrid, Instituto de la Mujer.
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2002): “La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación” en *Mujer, violencia y medios de comunicación* IORTV (eds.) Madrid, IORTV.

- MARUGAN, B. y VEGA, C. (2002): *Acción feminista y gubernamentalidad. La emergencia pública de la violencia contra las mujeres* en <http://www.sindominio.net/karakola/gubernamentalidad.htm> acceso en julio del 2003.
- MAXWELL, K. A. y otros. (2000): "Covering Domestic Violence: How the O.J. Simpson Case Shaped Reporting of Domestic Violence in The News Media". *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol 77, nº 2, pàgs.: 258-272.
- MONTERO, M.D. (1996): "Conflicto, violencia y medios de comunicación en la construcción del consenso social" en *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Universidad de León, Ponferrada.
- RADWAY, J. (1984): *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature* Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- SORIANO, J. y ALTÉS, E. (2002): *Recepció de continguts informatius sobre violència de gènere. Informe final de recerca*. Barcelona, Institut Català de la Dona.
- SCHLESINGER, P. y otros (1992): *Women viewing violence*. Londres, BFI Publishing.
- STUART MILL, J. (1991): *Sobre la libertad y otros escritos*. Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- TONG, R. (1989): *Feminist Thought*. Cambridge, Polity Press.
- WIEVIORKA, M. (2003): "L'emergence des victimes". *Sphera Pública. Revista de ciencias sociales y de la comunicación* vol 3 pàgs. 19-38.
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona, Paidós.
- (2000) *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra.
- ZOONEN, L. Van (1994): *Feminist Media Studies*. Sage, Londres.