

La violencia contra las mujeres y su tratamiento mediático

Alejandro Perales
Presidente de AUC

A finales de 2007 una mujer fue asesinada en España tras participar en un *reality show* vespertino de Antena 3, *El Diario de Patricia*. El ex novio y presunto asesino, con historial de maltratador y orden de alejamiento incluida (eso sí, no vigente), había recurrido al alarde de la contrición pública para pedir en el plató y ante la audiencia una nueva oportunidad. Allí mismo fue rechazado por la víctima, que en este caso era la que *no sabía a lo que venía*; expresión que hay que aplicar, a la vista de los hechos, en todo su tremendo significado.

La reacción mecánica de la opinión pública ante este hecho fue decantarse por *Cassandra* o por *Patricia*: unos recordaron en tono profético que esto se veía venir, pidieron la retirada del programa y trajeron a colación los casos de otras mujeres asesinadas tras intervenir en programas televisivos. Otros, entre ellos la cadena y la productora del programa, se apresuraron a mantener la posición, a eximir al espacio de cualquier responsabilidad y a advertir contra los riesgos que para la libertad de expresión tiene cualquier intervención en materia de contenidos. *Nihil novo sub sole*.

Asimismo, y a raíz de este suceso, la Vicepresidenta del Gobierno convocó a una reunión a los representantes de las televisiones de ámbito estatal (las privadas por un lado; la pública por otro) con el fin de proponer medidas referidas al tratamiento de la violencia de género en los diferentes espacios. Se trajo a colación el vigente Plan Nacional de Sensibilización y Prevención de la Violencia de Género, en el marco del cual sería posible poner en marcha un ámbito de reflexión conjunta entre operadores televisivos, profesionales, organizaciones en defensa de las mujeres y asociaciones de consumidores y usuarios.

Aunque esta iniciativa (que no ha avanzado mucho, todo hay que decirlo) es sin duda muy meritoria, la impresión que queda con el tiempo es que se perdió entonces una ocasión de oro para reflexionar a fondo sobre las posibilidades y límites del tratamiento por parte de los medios de comunicación de la violencia contra las mujeres. Para reflexionar a fondo sobre cómo es ese tratamiento y especialmente sobre cómo debería ser.

Empecemos por convenir que, en todo caso, el tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación presenta características diferentes dependiendo del tipo de producto mediático al que nos refiramos. Si hablamos de información, los medios han desempeñado un papel fundamental en la *puesta en agenda* de la violencia de género y, por ende, en la concienciación social sobre la importancia del problema. Ello es consecuencia de un tratamiento caracterizado:

- Por una extensión de su presencia en los medios en tanto que objeto de referencia. El maltrato, las agresiones, los crímenes padecidos por las mujeres son noticia, cada vez

interesan más desde el punto de vista periodístico¹. El profesor Juan Menor se ha referido precisamente a esa capacidad de convertir cada agresión a las mujeres en un acontecimiento informativo como un fenómeno a estudiar y a seguir a la hora de concienciar a la población sobre otros problemas sociales

- Por una extensión de los géneros a través de los cuales se tratan esos acontecimientos. La presencia informativa de la violencia contra las mujeres no se circunscribe sólo al ámbito de las noticias, sino que ocupa cada vez más espacio /tiempo en las secciones de opinión (artículos, incluso editoriales); genera entrevistas y reportajes.
- Por una extensión temática, de modo que su abordamiento ha pasado de circunscribirse al mundo de los sucesos (con los componentes de anomia, particularización y “judicialización” propios de este mundo) a incorporar también una representación del maltrato femenino como fenómeno social, con importantes derivaciones de carácter político-institucional y legislativo: la violencia contra las mujeres se ha convertido en una cuestión de Estado.
- Por un posicionamiento claro en los medios contra la violencia de género, aunque no exento de contradicciones en la terminología utilizada, en la narración de los hechos, en el tratamiento de los protagonistas, etc.

Detengámonos un poco en este aspecto terminológico a la hora de dar cuenta de la violencia contra las mujeres: ¿Debe hablarse de violencia doméstica? ¿De violencia sexista? ¿De violencia de género? Una cuestión nada baladí, en la medida en la que cada una de esas opciones connota visiones e interpretaciones diferenciadas del problema.

Cuando los medios de comunicación hablan de “violencia doméstica” apelan sobre todo al entorno y al espacio de relaciones interpersonales en los que esa violencia puede virtualizarse. Pero la violencia doméstica, en puridad, afecta a todo el ámbito familiar, tanto a las parejas como a la relación de éstas con ascendientes y descendientes y de ellos entre sí (violencia y abusos paterno filiales, contra hermanos y hermanas, contra las personas mayores, contra los eslabones más débiles del sistema); cabría incluir incluso la violencia contra las personas que realizan el trabajo doméstico. Lo que, de algún modo, significa diluir la especificidad del problema de la violencia contra las mujeres *por ser mujeres* en un ámbito más general y menos explicativo de ese fenómeno concreto.

¹ El profesor Juan Menor se refiere precisamente a esa capacidad de convertir cada agresión a las mujeres en un acontecimiento informativo como un fenómeno a estudiar y a seguir a la hora de concienciar a la población sobre otros problemas sociales: Menor, Juan (2007), “Los estudios sobre el tratamiento del SIDA en los medios de Comunicación”, ponencia presentada en la Xª Semana de Actualización sobre VIH/SIDA organizada por el Centro de Estudios Sociales y Aplicados (CESA).

Esa especificidad de las víctimas *por ser mujeres* queda rescatada cuando hablamos bien de “violencia machista” (o de su correlato, “violencia sexista”), bien de “violencia de género”. La pertinencia de ambos términos radica sobre todo en que nos ayudan a asumir:

- Que en la violencia contra las mujeres subyace un conflicto general que precede y trasciende a las situaciones particulares, basado en la construcción de la identidad: de la identidad masculina y de la identidad femenina.
- Que sólo podrá actuarse eficazmente (vale decir, anticipada o preventivamente) contra la violencia de género si se asume la existencia de una distorsión previa y básica sobre lo que en nuestra sociedad se entiende por *ser mujer* y por *ser hombre*. Distorsión que es perfectamente identificable en relatos de reproducción social tan cotidianos como pretendidamente inocuos: los cuentos que contamos a la infancia, los dibujos animados, los mitos antiguos y modernos, los eventos deportivos y, por supuesto, la mayoría de productos de ficción audiovisual².
- Que en muchas ocasiones los casos más llamativos de maltrato, agresión y asesinato de mujeres son manifestaciones extremas, saltos cualitativos, de una tendencia general a la dominación por parte del varón que se explica por los atributos de esa masculinidad entendida como *constructo* identitario. En nuestra sociedad, y por contradecir en apariencia a Simone de Beauvoir, la mujer *nace* y el hombre *se hace*. para *ser hombre*, hay que merecérselo, hay que ganárselo y, al mismo tiempo, existe siempre el riesgo de la puesta en cuestión de esa identidad masculina en la relación con otros hombres pero, sobre todo, en la relación con las mujeres con la consiguiente pérdida del derecho de propiedad sobre ellas. De ahí el odio, la rabia, la impotencia que generalmente cursa con las actuaciones del agresor. Esta es la verdadera clave, el núcleo fundamental de las *razones* de la violencia de género como categoría³.

En relación a esto último, sí cabe señalar una carencia en la información sobre violencia de género: la que tiene que ver con el tratamiento mediático del agresor. Las referencias verbales e icónicas al mismo en las informaciones sobre actos de violencia ejercidos contra las mujeres suele ser claramente reduccionista. La repugnancia, el odio o la incomodidad que genera dar cuenta del violador, del asesino, del maltratador, convierte a éste un ser mecánico, despojado de atributos de humanidad. Oculto tras el silencio o tras una mirada huidiza o desafiante, es el resultado de una

² Eriksen-Terzian, A. (1998) *Télévision et Sexisme*. Del Val, Friburg.

³ Así, la Declaración de Compostela promovida por el Observatorio Galego dos Medios del Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia hace hincapié en que debe quedar claro que los asesinatos de mujeres –o las agresiones que sufran- a manos de hombres por el simple hecho de ser mujeres, beben de la ideología patriarcal y tienen que ser presentados en los medios de comunicación como violencia de género.

construcción mediática que busca establecer sin fisuras la imagen del agresor y de la víctima. En la biografía construida del agresor se observa además la desazón de tener que optar por presentarle como criminal o como enfermo, como psicópata o como psicótico, como malvado o como salvaje. Se busca establecer que el agresor es alguien que no sólo no tiene (obviamente) razón, sino que tampoco tiene *razones* para actuar como actúa, lo cual, de acuerdo con lo arriba señalado, es más dudoso. Llama la atención esta cortedad de miras en el tratamiento mediático del agresor, sobre todo por su ineficacia desde el punto de vista del objetivo a alcanzar⁴

De todos modos, y como ya apuntábamos, el tratamiento informativo de la violencia de género ha tenido, sin duda, consecuencias muy positivas: la violencia contra las mujeres se ha hecho visible como problema general de toda la sociedad, más allá de unos u otros casos particulares. Se ha conformado además un cierto modelo axiológico de empatía con las víctimas, generado en gran medida por la presencia creciente de éstas en los medios como protagonistas *con voz propia*. Las declaraciones y opiniones directas de maltratadas, de colectivos de mujeres implicadas con el problema, es tan importante como la presencia de autoridades y expertos para conseguir no sólo informar, sino también generar una actitud positiva por parte de la sociedad en su conjunto y facilitar la asunción de determinadas habilidades sociales y el aprovechamiento de los dispositivos y recursos de atención disponibles por parte de las víctimas actuales y potenciales.

Cabría mencionar aquí también el esfuerzo realizado desde algunas instancias para proveer a los profesionales de la comunicación de decálogos para el tratamiento de la violencia de género (como los elaborados a iniciativa del Instituto de la Mujer y del Instituto Oficial de Radio y Televisión), o la propia iniciativa del Gobierno de pedir a los medios que cuando traten el problema faciliten datos sobre los recursos, entidades de apoyo y asesoramiento a los que puedan recurrir las mujeres que se sientan amenazadas y acosadas.

Pero los medios, como Jano, ofrecen un mensaje bifronte y en ocasiones antitético sobre muchos problemas sociales que también se observa en el caso de la violencia contra las mujeres. Si la información representa el mundo del *deber ser*, de lo políticamente correcto en el que se denuncia de forma casi generalizada la violencia de género, por otro lado se discrimina y veja a la mujer en la publicidad. Algo similar puede afirmarse de las relaciones intersexuales mostradas en las series juveniles, en los programas familiares y en los más diversos productos de la cultura popular de masas como videojuegos, dibujos animados, canciones o la propia pornografía. En ellos lo habitual es la consolidación de la posición subsidiaria de la mujer con relación al hombre.

⁴ Si el agresor es sólo un psicópata, un malvado, una "mala persona", si no puede avanzarse más allá en el análisis causal de su comportamiento, no sólo es inútil dicho análisis, sino también cualquier pretensión de reducir o impedir la violencia de género a través de medidas educativas y terapéuticas; solo caben las medidas represivas (en algún caso preventivas) que puedan arbitrase contra el agresor individualmente considerado.

Y ello ocurre también, por supuesto, con los *realities* a los que hacíamos referencia al inicio de este documento. Afirmaba la Vicepresidenta del Gobierno, con ocasión de la ya mencionada reunión con las televisiones, que la violencia de género no puede ser un espectáculo. Ello parece razonable, pero ¿Cómo evitarlo cuando esa violencia de género se convierte en contenido de programas caracterizados precisamente por *espectacularizar* la realidad? ¿En contenido de programas caracterizados precisamente por evitar cualquier reflexión social sobre los problemas mostrados, y cuyo principal valor para la audiencia es exorcizar su propia realidad convirtiendo a los participantes en *el otro* y sus cuitas en algo anómico, *freak*, ridículo, merecido⁵?

Si el tratamiento mediático de la violencia contra las mujeres puede popularizar el fenómeno y concienciar sobre esta lacra, su tratamiento sensacionalista lo populariza en un determinado sentido: aquél que la investigadora Fernández Díaz denomina “violencia de consumo”⁶. El valor añadido de realidad que tienen estos formatos se desperdicia al primar lo morboso, lo llamativo, lo más chocante frente al drama personal cotidiano de las agredidas. Éstas hablan con su voz, pero en muchas ocasiones no con sus palabras, enunciando un discurso enajenado, un guión determinado por razones productivas (la necesidad de mantener la audiencia) y por el escaso tiempo que se les dedica. Como consecuencia de ello, la información que se ofrece es reduccionista, estereotipada cuando no caricaturesca. Se pretende conmover y “engancha” al espectador⁷, pero en realidad se le distancia desde el punto de vista de la empatía con la víctima. Se evita la identificación en favor de la proyección, convirtiendo al maltratador y al maltratado en el “otro”. Por ello, a pesar de la coartada del “interés humano”, la utilidad de este tipo de tratamientos mediáticos a la hora de contribuir a la solución del problema de la violencia contra la mujer es, cuando menos, dudosa.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, al pensar en el tratamiento que la violencia machista debe recibir en los programas de tele realidad sería interesante al menos reflexionar sobre tres aspectos prácticos:

1. No se puede trabajar con un material altamente sensible y de riesgo como son las emociones y las pasiones humanas de un modo tan frívolo como el que hoy se practica en las televisiones. Cualquiera que no esté ostensiblemente perturbado (y no siempre) o no tenga *vis* mediática puede acudir a la televisión a decir lo que sea de quien sea. Viejos agravios, anhelos de reencuentro, segundas oportunidades, confesiones públicas, todo se

⁵ El tratamiento individualizado y descontextualizado del problema, que se esconde tras el concepto de “interés humano”, se ve reforzado cuando los *reality shows* televisivos y las revistas especializadas en este tipo de contenidos han entrado a saco en este asunto a través de testimonios de víctimas famosas o *protofamosas*.

⁶ Fernández Díaz, N. (2003). La violencia sexual y su representación en la prensa. Anthropos. Barcelona

⁷ Perales i Albert, A. y García Nebreda, B (1998). *Els espectadors i la violència televisiva. Una atracció fatal?*. Revista Trípod. Universitat Ramon Llull. Barcelona.

manufactura como espectáculo televisivo sin el más mínimo respeto por la dignidad de las personas. Hay que extremar las precauciones y los controles y modificar los formatos, aunque se pierda sensacionalismo.

2. No se puede llevar a los invitados a los programas engañados sobre la verdadera naturaleza del tema a tratar y sobre la identidad de los otros invitados. Ello menoscaba la libertad de las personas y pone en marcha mecanismos cuyos efectos es imposible controlar. Pensamos en ello cuando, como en este caso, hay una víctima mortal, pero seguramente son muchas las personas que han quedado profundamente marcadas tras su aparición en programas televisivos de esta naturaleza, sin que un inexistente seguimiento posterior de sus vidas pueda desvelarlo.
3. Y, por supuesto, si las razones del negocio televisivo llevan a las cadenas a mantener estos espacios en antena, con las correcciones antes indicadas, que al menos no sea en horarios vespertinos y de protección del menor. Las parrillas españolas, para perplejidad de muchos, llenan las noches de niños y niñas (estimulando así el consumo infantil de televisión hasta horas altísimas) mientras emiten programas de tarde absolutamente inadecuados para los menores, frente a la práctica habitual de sus homólogas europeas que es emitir en esas franjas espacios de *target* familiar.

No convirtamos un programa (hace unos meses, el *Diario de Patricia*; mañana quién sabe) en el chivo expiatorio de los excesos de la telebasura, porque de nada vale eliminar un ese programa si otros similares se mantienen o siguen su estela; pero tampoco nos sentemos plácidamente ante el televisor hasta ver pasar el cadáver de la próxima víctima.