



**El tratamiento de la violencia machista en la prensa digital de  
información general española**

**(El Confidencial, El Español y Eldiario.es)**

La aplicación de las recomendaciones y su repercusión en las redes sociales en los  
últimos cuatro años

Trabajo final de Máster  
Realizado por Carmen Urquizar Puerta  
Tutorizado por Patrick Urbano  
Máster de Periodismo y Comunicación Digital: Datos y nuevas narrativas  
Universitat Oberta de Catalunya  
01/02/2020

## **ÍNDICE**

-Portada.....	0
-Índice.....	1
-Resumen.....	2
-Abstract.....	3
-Agradecimientos.....	4
-Introducción y justificación de la propuesta.....	4
-Objetivos.....	5
-Marco teórico.....	6
-Metodología.....	10
-Desarrollo	
1. Teoría framing.....	11
2. Violencia machista en los medios.....	12
2.1 Cómo tratar la violencia de género.....	13
3. Análisis de noticias.....	15
3.1 Análisis de la presencia femenina en los medios escogidos.....	15
3.2 Análisis del contenido.....	18
4. Las redes sociales como espacio de reivindicación: Twitter.....	27
-Conclusiones.....	29
-Bibliografía.....	32
-Anexos.....	35

## **RESUMEN**

Son muchos y muchas los profesionales de la comunicación y periodistas que cada día dedican sus esfuerzos a crear contenido feminista y dar voz a aquellas historias sobre la violencia de género (y sus consecuencias) que normalmente son silenciadas en los grandes medios de comunicación pero que encuentran su cabida en algunos medios alternativos, como los periódicos digitales. Sin embargo, la gran mayoría siguen sin informar de manera adecuada sobre la violencia machista.

En este proyecto de investigación se han recopilado los avances, manuales de estilo y estrategias propuestas por diversas plataformas, entidades, colegios y medios para informar de manera correcta, efectiva y respetuosa sobre la violencia de género.

Además, se han analizado noticias provenientes de tres periódicos digitales generalistas españoles de los últimos cuatro años, observando en qué medida se ajusta el modo de informar a los parámetros de los manuales y códigos de estilo mencionados anteriormente. Se trata de averiguar qué y qué no se pone en práctica y cómo solucionarlo.

Finalmente se hace un repaso de la importancia de las redes sociales en el panorama actual para la evolución hacia una comunicación feminista.

**Palabras clave:** Feminismo, violencia de género, violencia machista, violencia sexual, prensa digital, patriarcado, redes sociales, conciencia social.

## **ABSTRACT**

There are a lot of media professionals and journalists that work with effort to create feminist content and write about gender violence stories (and their consequences) in their media. We are talking about silenced stories that are difficult to find in the most popular media but that we can read in alternative media on the internet, like some digital newspapers.

However, most of the media are still not informing in the correctly way about sexist violence.

In this research, work, advances, style manuals and strategies suggested by different platforms, organizations, associations and media have been compiled with the objective to inform about gender violence in a correctly, effective and respectful way.

Besides, we analyze different news from different Spanish digital newspapers about generalist information in the last four years, analyzing how journalists use style manuals and codes of ethics when they write this type of news. We analyze what they implement, what not and how to solve it.

Finally, we make a review about the importance of the social media in the current outlook for evolve a feminist communication.

**Key words:** Feminism, gender violence, sexist violence, sexual violence, digital media, patriarchy, social media, social conscience.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, por apoyarme siempre y creer firmemente en mí.

A las periodistas que luchan por convertir el feminismo en una causa común y que me inspiran cada día con sus coberturas y textos, las que ya conocía y las que he descubierto a raíz de trabajar en este proyecto de fin de máster.

Gracias.

## **INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

La información que se proporciona al lector sobre los casos de violencia machista cuando lee una noticia ha estado tintada desde sus inicios por el sistema patriarcal en el que vivíamos y vivimos inmersos.

En España, el punto de inflexión en cuanto a informar sobre los sucesos violentos contra las mujeres fue el asesinato de Ana Orantes. Este caso situó por primera vez la violencia machista como un problema social y político.

A raíz del mismo se elaboraron códigos deontológicos y manuales que proponían un correcto uso del lenguaje y una exposición del contexto, entre otros aspectos, para informar correctamente sobre violencia de género, sin perpetuar estereotipos ni fomentar el discurso del odio.

En los últimos años la situación ha evolucionado pero todavía pueden leerse a diario titulares desacertados o cuerpos de noticias alejados de la perspectiva y uso del lenguaje feminista.

Este estudio nace con el propósito de analizar una serie de noticias sobre violencia de género publicadas por medios nativos digitales en un periodo que abarca los últimos 4 años (coincidiendo el inicio de la investigación con el caso de 'La Manada') con el fin de averiguar si los profesionales de estos medios actuales emplean las recomendaciones de los manuales en la redacción de sus informaciones, creando conciencia social y rompiendo estereotipos.

El interés por trabajar esta propuesta viene por la cantidad de reivindicaciones que podemos encontrar a diario en las redes sociales protestando por la mala elección de titulares y el tratamiento informativo que se le da a los casos de violencia machista en los medios de comunicación.

Por ejemplo, en la red social Twitter, es habitual encontrar este tipo de tuits de protesta: "El periódico granadino Ideal escribe el titular "Un crimen que deja un matrimonio muerto a tiros conmociona La Zubia", a lo que Laura Cornejo, una usuaria de la misma plataforma (@lauracorama) responde: "Tu marido te dispara cinco tiros en la cara. Él se apunta a la sien. Titular: "Matrimonio muerto a tiros". Ni asesinada te respetan porque él ha "muerto", no se ha suicidado después de matarte, al parecer es una víctima".

Titulares y noticias como ésta, con sus respectivas quejas en redes se convierten en un punto de partida muy interesante para iniciar una investigación en profundidad no

sólo del tratamiento informativo de las noticias, sino también del lugar que ocupan en la agenda setting y la percepción que crean en el lector.

## **OBJETIVOS**

Objetivo principal:

-Demostrar que, a pesar de que se muestran algunos avances en el proceso de informar sobre violencia de género en los medios de comunicación digitales basados en recomendaciones de manuales de estilo y códigos deontológicos, aún no se hace un tratamiento informativo adecuado y queda mucho camino por recorrer.

Objetivos específicos:

-Descubrir y evaluar los factores que influyen en el modo de informar sobre la violencia de género, más allá del análisis de la propia noticia.

-En relación al análisis de las noticias de los medios escogidos, probar que existen formas encubiertas de violencia contra la mujer en el modo de tratar la información sobre la violencia de género.

-Conocer los puntos comunes de los manuales de estilo y códigos deontológicos elaborados para el tratamiento de este tipo de información.

-Demostrar qué tipo de conductas periodísticas contribuyen a la perpetuación de los estereotipos en los casos de violencia machista y cómo éstas ejercen una gran influencia en la percepción de los lectores.

-Reflexionar sobre la labor de crear conciencia social de los medios cuando elaboran este tipo de noticias.

-Percibir las redes sociales como un espacio para la protesta y el análisis de noticias sobre violencia de género elaboradas con trazas patriarcales.

-Descubrir cómo las redes sociales pueden contribuir a la elaboración de un discurso feminista y cómo algunas periodistas las usan como herramienta de trabajo para continuar luchando contra la sobreinformación, la información mal elaborada y las fake news.

## MARCO TEÓRICO

En la divulgación de los casos de violencia machista suele ocurrir a menudo que las víctimas también lo son del tratamiento informativo que se le da al suceso, ya sea por la conversión del dolor en espectáculo, por el uso de imágenes inapropiadas, la ausencia de puntos de vista o por los juicios de intenciones, entre otros patrones de tratamiento de la información que podemos observar a diario en noticias de los medios y concretamente, para este estudio, de la prensa digital.

Podemos percibir cómo la víctima aparece en titulares y noticias como inductora de la agresión, cómo se cuestiona su versión de los hechos y se posiciona al agresor incluso como un sujeto pasivo del acto.

Todo ello es consecuencia de la ideología patriarcal y la cultura machista en la que vivimos, que sigue perpetuando y normalizando la aceptación de este tipo de información como la versión objetiva, cuando en realidad el tratamiento sigue muy alejado de la concienciación del público que lee y consume esas noticias. (Fernández Díaz, 2004).

De este modo podemos encontrar titulares que rezan así:

-“La vida “normal” de la chica violada en San Fermín: universidad, viajes y amigas” (El Español, 09-11-2017).

-“Las mujeres que han terminado con la carrera de Harvey Weinstein” (El Español, 10-10-2017).

-“La mujer rompe la barrera de las 2h 15 min en el maratón” (El País, 14-11-2019)

-“La asesinada en Vinaròs fue descuartizada y enterrada por vestir ropa demasiado corta” (El Confidencial, 08-04-2019).

-“Asesinar a una prostituta no es violencia machista” (Eldiario.es, 24-03-2014).

Además de lo comentado anteriormente, como el uso de imágenes inadecuadas en el cuerpo de la noticia, la conversión del suceso en espectáculo y la falta de contexto, entre otros aspectos, en la actualidad nos enfrentamos también al problema de las *fake news*, la difusión de noticias con ideas falsas que no sólo perjudican los avances conseguidos hasta ahora sino que acentúan la desinformación perpetuando el discurso del odio. En palabras de Anais Bernal Triviño en su libro *No manipuléis el feminismo*:

“En los últimos años, las feministas hemos alzado la voz aún con más fuerza. A veces con más éxito y otras con menos. Y, junto al apoyo de una parte cada vez mayor de la sociedad, también se ha fortalecido la reacción patriarcal que sucede a cada ola feminista. Existe un esfuerzo por impedir que la igualdad sea real, en lo público y en lo privado, sobre todo. El feminismo avanza, y el machismo solo quiere callarlo. ¿Cómo? Difundiendo falsas ideas que promueven una intoxicación (por su cantidad) y una desinformación (por su contenido). Estamos ante una saturación diaria del machismo que repite unos mitos que van más allá de dañar al feminismo y que están pensados para reducir el apoyo social a las víctimas. Nos encontramos en plena etapa de la desinformación y del discurso del odio, donde el machismo se encarga de difundir bulos sobre las conquistas sociales de las mujeres.”

Para comenzar esta investigación es interesante definir tres conceptos clave que nos ayudarán a aclarar las situaciones que se expondrán: Machismo, patriarcado y feminismo.

Según la Real Academia Española (RAE), el machismo es: “1. Actitud de prepotencia de los varones respecto a las mujeres. 2. Forma de sexismo caracterizada por la prevalencia del varón”. Y según la RAE, en el ámbito de la sociología el patriarcado es: “1. Organización social primitiva en que la autoridad es ejercida por un varón jefe de cada familia, extendiéndose este poder a los parientes aun lejanos de un mismo linaje. 2. Periodo de tiempo en que predomina el patriarcado”. Negar el patriarcado es negar una evidencia académica desarrollada en diferentes ámbitos de las ciencias sociales.<sup>1</sup>

A su vez, la RAE define feminismo como “1. Principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre”.

Además de la importancia de las definiciones básicas, debemos destacar el aspecto legal como una de las partes fundamentales que se deben estudiar y comprender para poder informar sobre la violencia de género.

En España, el artículo 14 de la Constitución Española de 1978 recoge el principio de igualdad: “los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

Por su parte, la Declaración de la Naciones Unidas sobre la eliminación de la violencia contra la mujer redactó en 1994 una definición que podemos considerar como el marco conceptual de referencia a nivel internacional: “todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada” (artículo 1).

En las últimas dos décadas se han desarrollado en España acciones e iniciativas legislativas y sociales para afrontar colectivamente la violencia contra las mujeres, considerándola una violación de los derechos humanos y un atentado contra la libertad y la dignidad de las personas y como un problema social.

En 1999 se publica la primera norma a cargo del Instituto Andaluz de la Mujer. En 2004 se elaboran en Cataluña unas primeras Recomendaciones dirigidas al sector periodístico.

Para terminar con el plano legislativo debe destacarse la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género aprobada en diciembre de 2004 y la Ley Integral contra la Violencia de Género aprobada ese mismo año como resultado de varias modificaciones legales en la reforma del Código Penal.

---

<sup>1</sup> BERNAL TRIVIÑO, ANA. “No manipuléis el feminismo. Una defensa contra los bulos machistas”. (2019). Capítulo 1.

Actualmente las evidencias del patriarcado son numerosas y pueden comprobarse a través de datos como:

-En España hay más de 1000 mujeres asesinadas por sus parejas o exparejas contabilizadas desde 2003, según los datos oficiales.

-En España, cada cinco horas se denuncia una violación, según el Ministerio del Interior.

-En nuestro país, cerca de 2500 mujeres denuncian acoso sexual laboral (El Periódico, 2017).<sup>2</sup>

·Denuncias en los últimos 7 años

<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
124.894	126.742	129.123	142.893	166.260	166.961	125.936

Fuentes: Instituto de la Mujer; Consejo General del Poder Judicial (dato y evoluciones en los procesos de violencia de género).

·Primeras denuncias de violencia machista

<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
17.488	19.535	21.680	22.397	24.158	43.313	50.088

Fuente: Instituto de la Mujer.

Como puede observarse, de 2003 a 2013, transcurridos diez años de diferencia, el número de denuncias se duplica.

El punto de inflexión en nuestro país en cuanto a informar sobre casos de violencia machista contra las mujeres en los medios de comunicación fue el caso del asesinato de Ana Orantes a manos de su ex marido José Parejo en 1997. Este suceso supuso una revolución en cuanto a situar la temática de la violencia machista como un problema social y político y no mantenerlo relegado a un ámbito estrictamente íntimo y privado. Este suceso es conocido como el primer asesinato por violencia machista, en el que Parejo quemó viva a su ex esposa tras 40 años de malos tratos en su matrimonio.

-”Un centenar de personas despide entre aplausos el ataúd de la mujer quemada viva por su ex marido” (El País, 19/12/1997).

-”La mujer quemada en Granada sabía que al salir en televisión firmaba su condena” (La Vanguardia, 19/12/1997).

---

<sup>2</sup> BERNAL TRIVIÑO, ANA. “No manipuléis el feminismo. Una defensa contra los bulos machistas”. (2019). Capítulo 3.

-“Un hombre quema viva a su mujer tras ser denunciado en televisión por maltratarla” (La Vanguardia, 18/12/1997).

A partir de ese momento y sobre todo en la última década, en el sector de la comunicación se han editado manuales y recomendaciones dirigidas a los profesionales de los medios con el fin de asesorar sobre cómo informar sin reproducir estereotipos que perpetúen el discurso del odio.

Desde el año 2006 un equipo de la Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña lleva a cabo una investigación sobre cómo se informa de la violencia machista en los medios. Como resultado se ha podido observar una evolución en el modo en que los medios han ido interiorizando las recomendaciones y las van aplicando.

En noviembre de 2007 los principales medios de comunicación firmaron con la vicepresidenta del gobierno español un acuerdo de mejora del tratamiento informativo en los casos de violencia de género.

También es destacable, en el ámbito comunicativo como método para hacer un buen tratamiento de la información sobre casos machistas, el primer decálogo elaborado en el año 2008 por el diario Público, que ahora encontramos en formato digital.

Finalmente comprobaremos en esta investigación la importancia del papel que juegan las redes sociales en la actualidad y cómo las mismas pueden ser a día de hoy una de las herramientas de poder más potentes que se usan para dar voz a casos de violencia machista que no se comparten en los medios de comunicación. Analizaremos cómo las mismas cubren la falta de contexto de los medios, corrigen titulares y cuerpos de noticias con lastre patriarcal e informan sobre casos silenciados. Se plantean así como un medio alternativo en el que informarse y difundir información que contribuya a la creación de la conciencia social.

Como ejemplo más cercano encontramos el movimiento #Cuéntalo iniciado por la escritora y periodista Cristina Fallarás, en el que invitaba y animaba a las mujeres a compartir casos de violencia machista vividos en primera persona a través de la red social Twitter. “Los datos de #Cuéntalo: 800.000 mujeres se rebelaron contra las agresiones sexuales tras la sentencia de ‘la manada’. Fueron 160.000 tuits originales, aunque en total 2.750.000 intervenciones de 790.000 usuarias únicas. Apenas un 3% eran críticos con el movimiento, y la mayoría provinieron de España y Argentina” (Eldiario.es, 2018).

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación se ha iniciado con una metodología de recopilación, revisión y análisis de distintas publicaciones y textos relacionados con el tratamiento de la violencia machista en la prensa digital y las redes sociales, concretamente en un periodo que abarca los últimos 4 años (coincidiendo el inicio de la investigación con el caso de 'La Manada'), así como un análisis de las propias noticias publicadas por varios medios de prensa digital y su repercusión en redes sociales.

Entre los diferentes tipos de documentación, nos hemos centrado en publicaciones sobre estudios de casos mediáticos, entrevistas, ensayos, noticias de los medios escogidos y testimonios de las redes sociales.

-En cuanto a los textos y ensayos: trabajaremos con manuales de estilo y códigos deontológicos que reflejen en su normativa el tratamiento de los casos de violencia machista. Los usaremos para contextualizar el tema y crear el marco teórico del mismo.

-En cuanto al análisis de noticias: centrados en tres periódicos nativos digitales de alcance nacional, El confidencial, El español y Eldiario.es., analizaremos cómo estos medios de comunicación tratan las noticias de violencia de género, cómo representan a hombres y mujeres y cómo esas representaciones afectan a la percepción del lector.

-En cuanto a las redes sociales: Utilizando los recursos estudiados en asignaturas del máster, buscaremos y filtraremos la información necesaria en plataformas como Twitter a través del uso de hashtags para llegar a dar con denuncias, críticas e historias sobre el tema que han sido compartidas exclusivamente en dicha plataforma. Entre otros hashtags, usaremos #Cuéntalo, iniciado por la periodista y escritora Cristina Fallarás con el fin de compartir experiencias sobre la violencia machista.

En esta modalidad investigadora hemos desarrollado un marco teórico fundamentado, unos objetivos, interrogantes, un diseño metodológico y desarrollaremos en las siguientes páginas los resultados de la investigación..

Dado que el máster cursado se basa concretamente en el Periodismo y la Comunicación Digital, se han escogido diarios digitales de alcance nacional para realizar el análisis de sus noticias, concretamente El confidencial, El español y Eldiario.es, los tres periódicos digitales españoles más importantes por su audiencia y representativos en el ámbito digital del Estado español con una media de 13'3, 10'2 y 9'6 millones de lectores únicos, respectivamente.

En este estudio se han analizado las noticias sobre los casos más relevantes de violencia de género en los últimos 4 años que hayan sido publicadas en estos tres

diarios. No se limitará el estudio únicamente a noticias de casos con víctimas mortales ya que se quiere profundizar en otros ámbitos como el de la violencia psicológica, sexual o física y reivindicar los casos de víctimas que no acaban en asesinato.

Finalmente se reflejará en las conclusiones una reflexión sobre la función de los medios de comunicación en la educación ciudadana y la mejora del conocimiento sobre la violencia de género, qué pueden cambiar y/o incorporar a sus informaciones.

## **DESARROLLO**

### **1. Teoría Framing**

Para realizar un análisis de la estructura de las noticias sobre violencia machista debemos aclarar en primer lugar el concepto del 'encuadre' que está presente en todos los procesos comunicativos y que se define en la teoría 'framing'.

Tuchman (1978) describe la noticia como una ventana cuyo marco delimita la realidad a la que se tiene acceso, limitando la percepción de otra realidad diferente y centrando la atención en ese fragmento específico.

En todo texto comunicativo, ya sea informativo o persuasivo, se requiere de unas estructuras narrativas que organicen el discurso que se expone.

Los medios de comunicación presentan los acontecimientos noticiosos de forma sistematizada, es decir, basados en convenciones narrativas que ofrecen una explicación sobre qué, quién y por qué.

Por tanto, la noticia es una construcción textual y visual llevada a cabo alrededor de un eje central de pensamiento, desde una determinada perspectiva, construida por un profesional de la información que proporcionará un marco de interpretación para los lectores que se expongan al mensaje. Además, como consecuencia de los procesos de sistematización, algunos aspectos de la realidad percibida a través de las noticias serán más prominentes que otros.

A partir de este primer acercamiento al encuadre podemos decir que se conoce como framing a un proceso por el cual se seleccionan algunos aspectos de la realidad, en los que se pone un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir (Entman, 1993).

Es importante tener presente la presencia de este proceso comunicativo en cada noticia que leemos, especialmente las analizadas en las próximas páginas del trabajo, para poder identificar el error de enfoque, denunciarlo, corregirlo y contribuir a crear conciencia social, como una parte fundamental del periodismo.

Elena Roselló, en su tesis doctoral, estudia la asociación de estereotipos al perfil de víctimas y agresores y las referencias a los problemas mentales o las adicciones del

maltratador<sup>3</sup>, mostrando así cómo los medios de comunicación no están contribuyendo a hacer un análisis en profundidad sobre las verdaderas causas estructurales y culturales de la violencia de género y por tanto no cumplen con un papel pedagógico. Los medios, en el caso de transmitir información en las noticias de agresiones machistas, no se deben limitar a transmitir con objetividad los hechos más relevantes sino que sería conveniente que llevaran a cabo una labor pedagógica que transmita el verdadero significado de la violencia de género. Esto se conseguiría relacionando estos actos machistas con el orden patriarcal, el cual incluye dos componentes básicos: una estructura social, que es el sistema de organización social que crea y mantiene una situación en la que los hombres tienen más poder y privilegios que las mujeres, y una ideología o conjunto de creencias que legitima y mantiene dicha situación<sup>4</sup>.

El vínculo entre el contexto y el texto es primordial para describir una noticia sobre violencia machista ya que esta es una estrategia de control perpetuada durante siglos mediante el patriarcado y sin embargo los medios de comunicación españoles no siempre construyen el discurso de sus noticias a partir de esta perspectiva sino que por el contrario, tratan los casos de violencia de género como hechos sin conexión con el patriarcado y la dominación masculina.

## **2. Violencia machista en los medios**

A grandes rasgos, los medios de comunicación periodística tienen como fin informar sobre lo que ven y sucede de manera objetiva, deben formar y crear opinión pública y ser un instrumento de servicio a la sociedad; por el contrario, no deben nunca tratar la información de un hecho real como un espectáculo, fomentando la morbosidad y la frivolidad del relato con el único propósito de ganar audiencia.

Además, cuando se trata de informar sobre violencia machista deben asumir un tratamiento adecuado a la situación, que contextualice y conecte el hecho con una estructura social determinada para ayudar a prevenir futuros casos de violencia de género (Blasco Alfonso, 2017).

En estos casos deben servir de ayuda a las mujeres con acciones informativas tan sencillas como facilitar información de utilidad para salir de una situación de violencia concreta, en caso de que las lectoras o mujeres expuestas a la noticia se encuentren sumidas en ella.

Para ello, las y los profesionales del periodismo y la comunicación deben tener en cuenta y aplicar los códigos deontológicos y libros de estilo redactados sobre el tema con el fin principal de mejorar la calidad informativa de sus relatos y contribuir a erradicar la violencia machista.

---

<sup>3</sup> ROSELLÓ, Elena (2009). La violencia de género en los medios de comunicación. Alicante: Universidad de Alicante. Tesis doctoral. Página 155.

<sup>4</sup> BOSCH, Esperanza; FERRER, Victoria Aurora (2013). Nuevo modelo explicativo para la violencia contra las mujeres en la pareja: el modelo piramidal y el proceso de filtraje. En: Asparkía, nº 24, pp. 54-67.

Podemos encontrar numerosos documentos, encuentros, artículos y recomendaciones en los últimos años.

En Cataluña se elaboró en 2004 “Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia de género y de entretenimiento en los medios de comunicación” a partir de un debate entre la profesión periodística, las asociaciones y las instituciones.

En 2009 se actualizaron estas recomendaciones pasando a ser “Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación (2009a)”.

Cabe mencionar las conclusiones del “I Congreso Internacional Mujer y Medios de Comunicación” entre las cuales encontramos la necesidad de que los contenidos prescindan de elementos orientados al espectáculo, la curiosidad, la frivolidad, el morbo o la extrema sensibilización, cuyos objetivos no son otros que captar una mayor audiencia y la atención de la misma.

## **2.1 Cómo deben tratar los medios de comunicación la materia de violencia de género**

Numerosos estudios académicos se han preocupado por el tratamiento informativo que se otorga a la violencia de género (López Díaz, 2002 y 2007; Postigo Alonso y Jorge Gómez, 2016), del enfoque que se da a estas informaciones (Jiménez Armentia y Berganza Conde, 2009) y, como propone la teoría de la agenda setting<sup>5</sup>, de la función de jerarquización que tienen los medios en cuanto a su capacidad para delimitar los temas y trasladarlos como importantes para la población (Varona y Gabarrón, 2015), además de estudiar los mecanismos que llevan a convertir o no en noticia la información o los procesos de rutinización necesarios que intervienen para que un hecho o personaje adquiera el estatus de noticia (Fagoaga, 1994).

Como apuntan Zurbano-Berenguer y García Gordillo en su texto “Comunicación periodística y violencias contra las mujeres. Una propuesta metodológica para su abordaje integral”, encontramos cinco grandes puntos desde los que tratar la materia de la violencia machista.

### 1. Capacidad de agenda.

Tienen la posibilidad de informar sobre los casos o no hacerlo, tal y como ocurría hasta la década de 1990 en España, donde la información no aparecía o bien aparecían los casos más sangrantes (como el denominado “caso Alcàsser”).

### 2. Capacidad sobre los enfoques.

Los medios de comunicación deciden el enfoque o marco de las noticias. El que ha sido más habitual hasta el momento es el encuadre como suceso y el propuesto desde la deontología del tratamiento como problema social y atentado contra los Derechos Humanos. De los medios depende la especialización de la información, la

---

<sup>5</sup> La agenda setting es una teoría desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw que expone que es la selección temática de los medios la que influye en la selección o percepción temática del público. En otras palabras, la agenda establecida por los medios es la que influye en la del público.

calidad de las fuentes o los espacios de inclusión de las noticias sobre violencia de género.

### 3. Capacidad sobre la conceptualización.

Es la capacidad definitoria de la violencia de género por parte de los medios. Supone el reconocimiento de la heterogeneidad de manifestaciones y escenarios de las violencias por razón de género.

### 4. Capacidad de influencia sobre la terminología.

Las terminologías llevan aparejadas ideologías y conceptualizaciones ulteriores como, por ejemplo, que la “violencia de género” es definida en España por la relación afectiva entre víctima y victimario aislando otras agresiones de naturaleza patriarcal que quedan sin denominación alguna.

### 5. Capacidad sobre los efectos.

La sensibilidad ciudadana para con las violencias que sufren las mujeres a diario es clave fundamental para la erradicación progresiva de esta grave lacra social. Es a través de los imaginarios y mentalidades que se construye el rechazo colectivo a este problema anclado en el androcentrismo y el patriarcado. Los medios de comunicación tienen en su mano la opción de visibilizar las violencias, condenarlas e influir en la detección, prevención y el rechazo de las agresiones machistas.

El diario Público fue el primer periódico que redactó un “Manual de la Redacción” de obligado cumplimiento a la hora de tratar este tipo de información y que podemos tomar como ejemplo de autorregulación de los medios en la difusión de la información. Incluye estas indicaciones a cumplir:

1. Para calificar este tipo de violencia se utilizarán las siguientes expresiones, por este orden: violencia de género, violencia machista, violencia sexista, violencia contra las mujeres.

2. No se trata de un suceso. No hay que inflar las historias.

3. Se evitará el efecto narcotizante, buscando tratamientos informativos diferentes, sin confundir jamás el morbo con el interés social.

4. Se evitará la rumorología, excluyendo a la vecindad como fuente.

5. No se especulará con supuestos motivos.

6. Se especificarán las condenas a los agresores.

7. No se identificará a las víctimas y sí a los agresores cuando hayan sido condenados.

8. Solo se recurrirá a las víctimas como fuentes cuando estas puedan ofrecer un testimonio esperanzador para otras mujeres en su situación.

9. Incluir siempre al final de la noticia el teléfono gratuito de denuncia de malos tratos (016) y cualquier otra información útil.

En 2019 la Institución Fundación Asociación de la Prensa, vinculada al Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia redactó un “Manual para el tratamiento informativo de la violencia de género” que a lo largo de 84 páginas recoge los principales aspectos que el periodista tiene que tener en cuenta para elaborar este

tipo de informaciones y lo distribuyó entre colegiados, medios de comunicación y universidades.

Creemos firmemente que no solo la formación especializada debe recaer en los profesionales de la comunicación sino que debe abordarse desde el primer contacto de un estudiante de periodismo y comunicación con la materia de estudio para proporcionarlos de sentido crítico para elaborar informaciones correctas sobre violencia de género y que también es de vital importancia que el resto de la sociedad participe de ese espíritu reflexivo y razonado, que se debería adquirir a través de la alfabetización mediática, que les permita mantener una actitud crítica hacia el consumo de los medios de comunicación de masas y les erija como consumidores vigilantes (V Martín Jiménez, D Etura Hernández, CA Ballesteros Herencia (2016)).

### **3. Análisis de noticias**

Las razones que nos llevan a la elección del análisis de noticias sobre violencia de género en la prensa digital están relacionadas con la presencia de los prejuicios y estereotipos en los discursos. No es necesario acudir a estudios especializados para comprobar la imagen negativa de la feminidad y las mujeres en contraposición a la positiva de la masculinidad y los hombres en los medios, desde el comienzo del tratamiento de los casos de violencia machista en la prensa escrita hasta la actualidad, donde pueden seguir viéndose trazas patriarcales en los periódicos digitales.

Debemos tener en cuenta que los medios son un poder que representa a otro poder y que la noticia es un producto social y cultural. Nuestra prioridad es, por un lado, desentrañar las voces que dominan los discursos y les otorgan un sentido y valor y por otro, entender en todo momento la noticia como el resultado de tensiones y movimientos sociales<sup>6</sup>.

Es la sociedad la que incide en la manera de ofrecerse una noticia y en la elección de ésta. La sociedad y sus modelos moldean incluso las percepciones de los medios y éstos a su vez fabrican una audiencia medida (Morley, 1983).

Debemos considerar el análisis puramente lingüístico de las noticias y detenernos en los contextos a medida que trabajamos en el modo de redactar las noticias ya que es en este punto donde se percibe con más fuerza la dimensión connotativa del lenguaje, donde las identidades e ideologías determinan lo que se dice y cómo se dice (Barthes, 1975; Van Dijk, 1997).

---

<sup>6</sup> Natalia Fernández Díaz en su libro *La violencia sexual y su representación en la prensa* publicado en 2003.

### **3.1 Análisis de la presencia femenina en los medios escogidos**

En primer lugar analizaremos la presencia de mujeres en la plantilla de estos tres diarios basándonos en tres aspectos clave: presencia genérica de las mismas en el medio, presencia en puestos de responsabilidad y altos cargos y como tercer punto de análisis, presencia en cargos de responsabilidad de sección.

#### **A) Presencia genérica de mujeres<sup>7</sup>**

-Eldiario.es

En este diario digital encontramos de un total de 60 personas contratadas, 35 hombres en plantilla frente a 25 mujeres, según la información sobre el equipo que podemos encontrar en su página web oficial.

-El Confidencial

En la sección 'Quiénes somos' de este periódico podemos dar con información sobre la composición de la plantilla, la cual está formada por un total de 21 empleados y empleadas, 17 hombres y 4 mujeres, según los propios datos del medio.

-El Español

En 'El Español' cuentan con 22 puestos cubiertos, 13 hombres en plantilla frente a 9 mujeres.

La presencia de mujeres es menor que la del hombre en todos los casos estudiados, siendo 10 hombres más en plantilla en Eldiario.es, 13 en El Confidencial y 4 en El Español. En general la presencia de mujeres en estos medios digitales es poca.

#### **B) Presencia de mujeres en puestos de responsabilidad**

-Eldiario.es

En Eldiario.es encontramos los siguientes puestos de responsabilidad cubiertos por hombres: director, director adjunto, redactor jefe de edición de portada y redes, redactor jefe de política, subdirector política, subdirector de internacional, redactor jefe economía, director de arte y encargado de vídeo.

Frente a los cubiertos por mujeres: directora adjunta, redactora jefa de sociedad, redactora jefa de cultura y jefa de sección de opinión.

-El Confidencial

Encontramos 17 hombres en total en puestos de responsabilidad (director, director adjunto, adjuntos al director, subdirectores, unidad de datos, teknautas, cultura, mundo, alma-corazón-vida, deportes, vanitatis, reportajes y fin de semana) frente a

---

<sup>7</sup> Ir a Anexos 1, 2 y 3.

4 mujeres en puestos de responsabilidad (corresponsal económica, coordinación, alimento y cierre).

-El Español

En este medio podemos ubicar a 13 hombres en los siguientes puestos de responsabilidad: presidente, director de publicidad, director de audiencias, director de estrategia, director de tecnología, director de información, subdirector, subdirector de opinión, nacional, opinión, deportes, reportajes y economía.

En cuanto a mujeres, de las 9, tres de ellas ocupan puestos de responsabilidad (una directora general, una directora de producto y una adjunta al director) y las otras 6 figuran como responsables de sección: últimas y mundo, cultura, ciencia y salud, social media, jaleos y estilo y diseño.

En general, las mujeres son minoría en puestos de dirección y responsabilidad en los tres medios estudiados. En Eldiario.es sólo una mujer es directora adjunta, de 25 contratadas en plantilla; en El Confidencial ninguna mujer ocupa un puesto directivo; y en El Español podemos encontrar tres mujeres en puestos de responsabilidad, una directora general, una de producto y una adjunta al director, de un total de 9 en plantilla.

En 2018, los hombres ocupaban 3/4 partes de los cargos de máxima responsabilidad gerencial en los medios de comunicación y 2/3 de los puestos de toma de decisiones sobre los contenidos.<sup>8</sup>

### **C) Las mujeres como responsables de temas y secciones**

-Eldiario.es

En este periódico digital, las mujeres cubren las secciones de cultura, con una redactora jefa; opinión, con otra; sociedad, con dos redactoras jefas (de Sociedad una y de Género otra) y encontramos una adjunta al director y una redactora jefa en la sección de política (liderando el equipo de investigación) y otra periodista en el puesto de jefa de sección en economía. Sin embargo, en estas dos últimas secciones, los redactores jefe son hombres.

Aunque encontremos mujeres en puestos de responsabilidad de secciones, en su gran mayoría son hombres los que cubren diseño, economía, internacional y política.

-El Confidencial

De un total de 12 secciones, 3 están cubiertas por mujeres como responsables: coordinación, alimento y cierre.

---

<sup>8</sup> *Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género* publicada el año pasado en la revista *El Profesional de la Información*, y recogido la semana pasada por la Agencia Sinc (RTVE.es, 2018).

Mundo, deportes, cultura, fin de semana, reportajes y el resto de las nueve secciones están dirigidas por hombres.

-El Español

En este diario digital, las 6 secciones: últimas y mundo, cultura, ciencia y salud, social media, jaleos y estilo y diseño funcionan bajo la supervisión y responsabilidad de mujeres.

Los hombres ocupan los puestos de dirección y las secciones Nacional, Economía, Deporte, Opinión y Reportajes.

### **3.2 Análisis del contenido**

En este apartado del proyecto escogeremos una serie de noticias sobre casos de violencia de género publicadas en los últimos cuatro años en El Español, El Confidencial y Eldiario.es y analizaremos si cumplen con las recomendaciones dadas en varios de los manuales citados anteriormente, reconociendo la violencia machista como una vulneración de los derechos humanos, situando la cuestión como un problema social, usando un lenguaje feminista y unos principios de no discriminación.

Por motivos de extensión y tiempo no están todos los casos publicados durante estos últimos años, sería inviable abarcar tal cantidad de información. Se ha hecho una selección de las noticias que desde el titular se ajustan en un grado bajo a los parámetros comentados.

De forma general y sintetizando recomendaciones comunes a los manuales, analizaremos si el titular y la noticia:

- Evitan los estereotipos de mujeres que lesionan su dignidad.
  - Confunde el morbo con el interés social.
  - La violencia contra las mujeres es tratada como un suceso o como una noticia cualquiera.
  - Identifican al agresor o a la víctima.
  - Evitan imágenes sensacionalistas.
- Además, se considerarán los siguientes aspectos:
- De quién hablan las noticias y en qué situaciones.
  - Qué acciones realizan los sujetos informativos: son positivas o negativas, cómo se valoran.
  - Qué terminología usa y cuál es la extensión.
  - Información sobre la violencia de género.
  - Teléfonos de contacto.
  - A qué fuentes se recurre.

En las próximas páginas aparecen en negrita y subrayados los nombres de los medios autores de las noticias. El titular de la noticia se podrá leer en cursiva, seguido de la fecha de publicación y el link al texto completo. Se explicará el aspecto principal que vulnera las normas establecidas de cada noticia y en las conclusiones se comentará un análisis general de los errores más repetidos. Se hará también uso de la negrita para resaltar algunas palabras o expresiones claramente machistas.

### **·El Confidencial**

*-“La asesinada en Vinaròs fue descuartizada y enterrada por vestir ropa demasiado corta”.* (El Confidencial, 08-04-2019)

[https://www.elconfidencial.com/espana/2019-04-08/la-asesinada-en-vinaros-fue-descuartizada-y-enterrada-por-vestir-ropa-demasiado-corta\\_1930390/](https://www.elconfidencial.com/espana/2019-04-08/la-asesinada-en-vinaros-fue-descuartizada-y-enterrada-por-vestir-ropa-demasiado-corta_1930390/)

El titular culpa a la propia víctima de ser asesinada por su forma de vestir, titular en el que además se especifica **ropa demasiado corta**, perpetuando en el imaginario de la sociedad que si la ropa fuera más larga y la mujer hubiera vestido con otro tipo de prendas que cubrieran más su cuerpo, no habría acabado muerta. Esto supone una lesión a su dignidad.

La fotografía que acompaña la noticia es de tizne morboso, ya que retrata el lugar donde apareció asesinada y enterrada.

Si continuamos analizando, en el cuerpo de la noticia se identifica a la víctima pero no se da ningún dato del asesino.

Podemos volver a leer una alusión al físico de la víctima con valoración incluida: **Nelea era una chica atractiva, mucho probablemente**. El periodista valora el físico de la mujer y la acción de vestirse de una manera determinada como un hecho negativo que acarrea consecuencias negativas.

*-“La mujer agredida por su compañero en Barcelona pierde el hijo que esperaba”.* (El Confidencial, 10-03-2017)

[https://www.elconfidencial.com/sociedad/2017-03-10/embarazada-apunalada-violencia-genero\\_1346417/](https://www.elconfidencial.com/sociedad/2017-03-10/embarazada-apunalada-violencia-genero_1346417/)

Durante muchos años ha sido frecuente el uso de la expresión **compañero sentimental** para referirse al hombre que asesinaba a una mujer que era su pareja pero no su esposa, en ese caso de usa ‘marido’. Es una expresión desafortunada, no puede ser compañero alguien que mata a la mujer con quien convive y menos aún compañero sentimental (Blasco, 2017).

*-“Casado responde a Soraya con un golpe de autoridad para evitar un foco de disidencia”.* (El Confidencial, 27-07-2018)

[https://www.elconfidencial.com/espana/2018-07-27/pp-casado-santamaria-congreso-ejecutivo-direccion\\_1598023/](https://www.elconfidencial.com/espana/2018-07-27/pp-casado-santamaria-congreso-ejecutivo-direccion_1598023/)

En el titular, el hombre es mencionado por su apellido y se enfatiza un ejercicio de autoridad sobre la mujer mientras que ella es llamada por su nombre propio.

-*"La víctima de la 'Manada de Bilbao' admite que estuvo esa tarde con el presunto agresor"*. (El Confidencial, 08-08-2019)  
[https://www.elconfidencial.com/espana/2019-08-08/manada-bilbao-violacion-agresion-sexual\\_2168227/](https://www.elconfidencial.com/espana/2019-08-08/manada-bilbao-violacion-agresion-sexual_2168227/)

En la noticia se usa la palabra **"admite"** con la connotación de asunción de parte de una responsabilidad que no pertenece a la víctima, culpándola y haciéndola responsable e incluso partícipe en cierta medida. Del mismo modo se usa "reconoció".

En el cuerpo de la noticia encontramos expresiones como "luego habría acudido sola", remarcando en negrita 'sola'.

El autor de la noticia destaca entre algunas características de la víctima, un 33% de discapacidad, un apunte irrelevante y más bien morboso, puesto que no condiciona que fuera agredida o no. La agresión no se da por la condición de discapacitada, se da por la condición de ser mujer. Confunde el morbo con el interés social. De nuevo a la víctima se le atribuyen acciones activas como acudir sola al lugar o haber pasado tiempo antes con agresores, acciones que tratan de responsabilizarla de los hechos mientras que ellos son tratados como sujetos pasivos.

-*"La sociedad sí necesitaba ver la reacción de Carlota ante el presunto abuso sexual en 'GH'"*. (El Confidencial, 20-11-2019)  
[https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-11-20/carlota-video-opinion-gran-hermano-gh-abuso-sexual-jose-maria\\_2343562/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-11-20/carlota-video-opinion-gran-hermano-gh-abuso-sexual-jose-maria_2343562/)

En el artículo incluyen el vídeo de la reacción de Carlota Prado a las imágenes de su propia violación, grabado por el programa GH. Este diario digital rescata el vídeo y lo usa y difunde viéndose claramente en él a la víctima entrando en un estado de shock y en cuadro de ansiedad. Es un claro ejemplo de usar imágenes sensacionalistas y morbosas sin pensar ni en el interés social ni en el daño que puede crear a la víctima.

Además, la propia autora del texto se abandera usando: "periodismo es publicar lo que alguien no quiere que publiques". Como si esta frase diera vía libre a no tener ningún tipo de moral, código ético o se eximiera de dar un trato específico a la redacción de la noticia cuando hablamos de violencia de género.

-*"VÍDEO| 'GH' siguió grabando a Carlota Prado tras mostrarle su presunto abuso sexual"*. (El Confidencial, 19-11-2019)  
[https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-11-19/carlota-prado-gran-hermano-jose-maria-lopez-video-gh-abuso-sexual-revolution-114\\_2339155/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-11-19/carlota-prado-gran-hermano-jose-maria-lopez-video-gh-abuso-sexual-revolution-114_2339155/)

Ocurre igual que en el artículo anterior, se acusa al reality de Telecinco de grabar a la participante sin consentimiento viendo imágenes de su violación y sin ofrecerle

ayuda psicológica pero el diario digital acompaña esta información del propio vídeo que critica adjuntando el mismo vídeo.

-*"Posible abuso sexual en 'GH': así es Carlota, religiosa y ex de un millonario".* (El Confidencial, 07-11-2017)

[https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-11-07/gran-hermano-revolution-carlota-posible-abuso-sexual-vida-marbella-armas-millonario\\_1473546/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-11-07/gran-hermano-revolution-carlota-posible-abuso-sexual-vida-marbella-armas-millonario_1473546/)

En el titular usan su nombre de pila y la describen como la ex de un millonario, relegando toda su persona a su relación con un hombre.

Usan además en el titular: 'posible abuso sexual' pero en el artículo no se ahonda en el caso, se utiliza únicamente para crear morbo y atraer al público sensacionalista a la noticia. Es lo que se conoce como clickbait<sup>9</sup>.

Las fuentes consultadas para profundizar en la vida de la mujer son de su entorno y las declaraciones crean un perfil de mujer fuerte: "Carlota es una guerrera. De débil, cero. Nadie haría con ella nada que ella no quisiese hacer. Dudo que nadie pueda forzarla porque es muy dura". El uso de estas declaraciones perpetúa el estereotipo de víctima de abuso o agresión débil, contribuyendo a la creación de un imaginario erróneo. Cualquier mujer puede ser víctima, por el hecho de ser mujer, independientemente de su carácter, condición social, edad...etc.

Durante todo el artículo se habla de Carlota como una mujer objeto cuyas acciones pasivas están movidas por ("y son gracias a") un hombre: "**La puso** de directora", "Pasó algún tiempo con lo más granado de Marbella **gracias a su relación** de pareja".

-*"La Manada se va de vacaciones: 'El Prenda' a Ibiza y el guardia civil a El Palmar (Cádiz)".* (El Confidencial, 02-07-2018)

[https://www.elconfidencial.com/espana/2018-07-02/la-manada-vacaciones-ibiza-cadiz-el-palmar\\_1586719/](https://www.elconfidencial.com/espana/2018-07-02/la-manada-vacaciones-ibiza-cadiz-el-palmar_1586719/)

En el artículo se dice: "pueden moverse con total libertad por el territorio español salvo en la Comunidad de Madrid, donde tienen prohibido entrar".

En primer lugar es interesante poner en tela de juicio si la noticia de a dónde van de vacaciones es realmente de interés social o simplemente sensacionalista.

En este caso se toma la acción de ir de vacaciones como algo positivo y normal para un ciudadano normal, pero ellos no lo son.

Si abordamos el tema desde la perspectiva de género repararíamos en que, en contraposición a la situación de ellos (que pueden moverse por el resto del país), la mujer víctima está confinada en la Comunidad de Madrid, que es el único lugar al que no pueden ir.

---

<sup>9</sup> es un neologismo en inglés usado de forma peyorativa para describir a los contenidos en Internet que apuntan a generar ingresos publicitarios usando titulares y miniaturas de maneras sensacionalistas y engañosas para atraer la mayor proporción de clics posibles.

## ·El Español

-*"La vida "normal" de la chica violada en San Fermín: universidad, viajes y amigas"*. (El Español, 09-11-2017)

[https://www.elespanol.com/reportajes/20171111/261224141\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171111/261224141_0.html)

Es uno de los titulares más comentados en redes sociales sobre el caso de 'La Manada'. En esta noticia se alude y se cuestiona que la joven agredida tenga una vida como la de cualquier otra joven de su edad. Se deja entrever que rehacer su vida es sinónimo de no estar afectada, a la vez que anima a pensar que si va a la universidad, viaja y sale con amigas, los hechos no habrán sido tan graves como la víctima relató. Es una forma más de desacreditar el testimonio de la mujer y contribuir a disculpar al agresor o los agresores. Publicar lo que hace en su vida privada es más sensacionalista que de interés social o de relevancia para el caso. Además, esta información y cómo se cuenta pone en tela de juicio la gravedad de la agresión porque la víctima no cumple con el estereotipo de manual que pervive en la mente de la gran mayoría de la población, una mujer destrozada y victimizada, el único modo aparente de conservar la credibilidad de haber pasado por un acto traumático.

-*"Giro en el caso de 'La Manada': la víctima dice que no la metieron a la fuerza en el portal y que no pudo negarse a las relaciones"*. (El Español, 14-11-2017)

<https://navarra.elespanol.com/articulo/tribunales/manada-violacion-prenda-san-fermin-sanfermines-vuelco/20171114193115153732.html>

Hay noticias en las que reconocer la visión machista o identificar que no se ha tratado con perspectiva de género puede suponer un esfuerzo extra, puesto que la diferencia se encuentra en pequeñas sutilezas que a la vista del lector medio pueden pasar desapercibidas pero que por serlo no dejan de mostrar una imagen denigrante de la víctima de la agresión que recalca en nuestro imaginario.

En este caso tratan la violencia sexual como un descrédito hacia la mujer usando expresiones como **no pudo negarse, no la metieron a la fuerza**. Responsabilizándola así también de parte de la agresión, por contraposición, "no se negó", "entró por su propio pie", lo que muestran además como sinónimo de si quería, cuando esto no se corresponde con la realidad (la ausencia del sí y el silencio también son un no). En nuestro imaginario parece que una violación o agresión se considera únicamente como tal cuando en las situaciones hay fuerza bruta, violencia, gritos de la víctima, negación verbal y una resistencia física durante toda la duración, por ello, los profesionales de la información deberían verse en la obligación de exponer todo aquello que se considera violación, agresión y abuso, que es un amplio abanico de situaciones, y de ese modo educar y concienciar a la sociedad.

"Hay periodistas que creen que informar de la violencia de género es contar lo que tienen (de agencias, de internet; ahora, hurgando en webs, blogs, etc.); y no es así,

informar de la violencia de género es contar lo que hay que contar para lograr una ciudadanía libre y capaz de gobernarse a sí misma”<sup>10</sup>.

Se realiza una apelación simbólica a la moral y la norma patriarcal por la que una mujer ha de preservar su ‘honra’ y resistirse de forma notoria a una agresión sexual para no ser cuestionada (Blasco, 2017).

A modo de conclusión, el descrédito en todo caso debe recaer sobre el agresor pero durante todo el artículo únicamente recae sobre la víctima, poniéndola en duda y cuestionándola por todas sus acciones. Además, el texto está acompañado de una foto del portal donde sucedieron los hechos y de otra de una chica anónima sentada y desconsolada, en resumen, esta noticia es un mal ejemplo en todos los sentidos.

*-“El tribunal de ‘La Manada’ condena a 5 años por abuso y no por agresión al violador de una mujer ebria”.* (El Español, 23-07-2018)  
[https://www.elespanol.com/reportajes/20180723/tribunal-manada-condena-no-agresion-violador-ebria/324717996\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180723/tribunal-manada-condena-no-agresion-violador-ebria/324717996_0.html)

De nuevo cuestionamos y desacreditamos a la víctima por la condición de ebriedad, haciéndola responsable de parte de la agresión.

En la noticia podemos leer: “el acusado no tuvo que emplear violencia ni intimidación, condiciones necesarias para ser considerado agresión”.

En este caso, además de exponer las declaraciones de la sentencia, el profesional de la información debería aclarar qué es abuso y qué agresión, ya que cualquier lector que únicamente lea las dos primeras líneas reforzará en su imaginario la imagen de que sin violencia ni intimidación no hay violación, lo que es totalmente erróneo.

*-“Carta a la novia embarazada del guardia civil de la manada: que sea niña y que no de con alguien como su padre”.* (El Español, 30-04-2018)  
[https://www.elespanol.com/reportajes/20180430/carta-embarazada-guardia-manada-no-alguien-padre/303720074\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180430/carta-embarazada-guardia-manada-no-alguien-padre/303720074_0.html)

En este caso, el periódico se hace eco de una carta viral en redes sociales, reproduciéndola completamente. Un ejemplo más de usar un acto morboso como noticia. Si leemos la carta, en todo momento se culpa y cuestiona a la novia del guardia civil, de nuevo ponemos el foco negativo en la mujer y no en el violador. Dar visibilidad a este tipo de contenido te hace partícipe del mensaje, que podría haber estado dirigido perfectamente al guardia civil y no a su pareja.

---

<sup>10</sup> Artículo. El porqué de la violencia machista: el dominio y la sumisión descansan sobre estereotipos contruados. Eldiario.es Link: [https://www.eldiario.es/tribunaabierta/violencia-machista-descansan-estereotipos-contruados\\_6\\_838926125.html](https://www.eldiario.es/tribunaabierta/violencia-machista-descansan-estereotipos-contruados_6_838926125.html)

-*"El Chicle, las tres vidas del monstruo: el "pringao" del cole, el delator y el asesino de Diana"*. (El Español, 06-01-2018)

[https://www.elespanol.com/reportajes/20180106/chicle-vidas-monstruo-pringao-delator-asesino-diana/274973217\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180106/chicle-vidas-monstruo-pringao-delator-asesino-diana/274973217_0.html)

En el texto leemos la expresión **agresor típico**, lo que sostiene el argumento ficticio de que el hombre normal no viola ni mata, sólo lo hacen ciertos monstruos. Esta afirmación es desmontada por los movimientos feministas que sostienen que los agresores son todos sanos hijos del patriarcado y cualquiera puede hacerlo.

En este caso nos hacen pensar que se trata de un caso aislado de un monstruo aislado, lo que contribuye a mantener los estereotipos comentados sobre los autores de las agresiones.

El uso del adjetivo "pringao", además de ofensivo podría considerarse una apelación al sentimentalismo del lector, que imagina una dura infancia del agresor.

-*"Salva, el esclavo para todo de Maje, la viuda negra: recadero, amante y asesino"*. (El Español, 02-02-2018)

[https://www.elespanol.com/reportajes/20180202/salva-esclavo-maje-viuda-recadero-amante-asesino/281723119\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180202/salva-esclavo-maje-viuda-recadero-amante-asesino/281723119_0.html)

Este es un ejemplo de ensañamiento contra una mujer violenta o que ha inducido a alguien a serlo, perpetuando el estereotipo de mujer manipuladora, tratamiento diferente al que se le da al agresor masculino.

En este caso, el autor del crimen o agresión es el hombre pero éste se muestra como un muñeco al servicio de la mujer, por tanto se culpa a ella de los hechos mientras que él, a pesar de ser el asesino, es mostrado como una víctima.

Como hemos visto en ejemplos anteriores, usan un mote o el nombre de pila de la mujer para nombrarla, caen en el calificativo fácil y sensacionalista para despertar la curiosidad del lector. Un claro ejemplo de reforzamiento de estereotipos.

Finalmente, encontramos estos dos prototipos de noticia machista: la primera culpa a las mujeres del fin de la carrera de un agresor sexual y no al propio autor de los delitos; la segunda alude únicamente a la forma de vestir de una celebrity, señalando si lleva o no ropa interior en sus apariciones en un programa de televisión.

-*"Las mujeres que han terminado con la carrera de Harvey Weinstein"*. (El Español, 10-10-2017)

[https://www.elespanol.com/corazon/celebrities/20171010/253224896\\_0.html](https://www.elespanol.com/corazon/celebrities/20171010/253224896_0.html)

-*"Primero sin bragas y ahora sin sujetador: el regreso de Chenoa a 'El Hormiguero'"*. (El Español, 02-02-2018)

[https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20180202/primero-sin-bragas-sujetador-regreso-chenoa-hormiguero/281972137\\_0.html](https://www.elespanol.com/corazon/famosos/20180202/primero-sin-bragas-sujetador-regreso-chenoa-hormiguero/281972137_0.html)

## ·Eldiario.es

-“Asesinados una mujer y su hijo de 12 años en Madrid en un nuevo caso de violencia de género”. (El diario, 02-05-2017)  
[https://www.eldiario.es/sociedad/Asesinados-Madrid-posible-violencia-genero\\_0\\_639386374.html](https://www.eldiario.es/sociedad/Asesinados-Madrid-posible-violencia-genero_0_639386374.html)

En el propio titular podemos leer “**un nuevo caso**”, como si se tratase de un caso más, aislado, no se considera como un problema social. Siempre debemos enmarcar estos casos en el contexto de un problema que afecta a todos los niveles de la sociedad, considerarlos y actuar como se haría ante cualquier otro problema que concierna a la población.

Muchos de los manuales de estilo y códigos deontológicos nombrados coinciden en no confundir los asesinatos con sucesos, debemos tratar de evitar usar “un caso más” o “un nuevo caso” como se hace en esta noticia.

-“El Gobierno incluye el caso de Romina Núñez como el primer crimen machista de 2019”. (El diario, 11-07-2019)  
[https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/Gobierno-Romina-Nunez-fallecida-violencia\\_0\\_919358590.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/Gobierno-Romina-Nunez-fallecida-violencia_0_919358590.html)

Se hace uso de la fotografía de la víctima, identificándola y dando información sobre ella, en lugar de protegerla. Por el contrario, no aparecen datos del autor de los hechos.

-“Español, mayor de 41 años y sin órdenes de alejamiento: el perfil de los asesinos por violencia machista este año en Canarias”. (El diario, 22-11-2019)  
[https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/Espanol-alejamiento-asesinos-violencia-Canarias\\_0\\_966254245.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/Espanol-alejamiento-asesinos-violencia-Canarias_0_966254245.html)

En este titular ocurre como en otras muchas noticias, se crea un perfil de asesino por violencia machista que puede tender a confusión, ya que no hay un perfil específico. Los movimientos feministas defienden que cualquier hombre criado en esta sociedad patriarcal puede ser un agresor; no formar parte de este perfil no te hace librarte de lo asumidas que están las conductas machistas. No son monstruos, no son hombres mayores de 41 años, la condición en común es que son hombres criados en una sociedad patriarcal que les hace creer que sus actos con respecto a las mujeres están siempre justificados.

-“Una ‘manada feminista’ clama en Madrid contra el cuestionamiento de la víctima en Sanfermines: “Yo sí te creo””. (El diario, 17-11-2017)  
[https://www.eldiario.es/sociedad/concentracion-multitudinaria-cuestionamiento-victima-Sanfermines\\_0\\_709030060.html](https://www.eldiario.es/sociedad/concentracion-multitudinaria-cuestionamiento-victima-Sanfermines_0_709030060.html)

El uso de una **manada** feminista en el titular, teniendo en cuenta la connotación negativa de la palabra manada en referencia al grupo de los cinco sevillanos del caso de Sanfermines, es cuestionable.

-*"Caperucita roja y los cinco lobos feroces"*. (El diario, 26-04-2018)  
[https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/Caperucita-roja-lobos-feroces\\_6\\_765083523.html](https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/Caperucita-roja-lobos-feroces_6_765083523.html)

En este caso hablamos de un artículo de opinión pero el titular es amarillista e incluso puede parecer frívolo (carece de la seriedad que merece o está hecho sin el interés o el sentimiento requeridos) comparando a la víctima con una confiada caperucita roja.

En este diario digital encontramos también otros muchos titulares como estos:

-*"Una jueza a una denunciante de agresiones sexuales: "¿Cerró bien las piernas?"*".  
[https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Clara-Campoamor-CGPJ-dignidad-maltratada\\_0\\_491001272.html](https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Clara-Campoamor-CGPJ-dignidad-maltratada_0_491001272.html)

-*"La sentencia de 'la manada' considera que no es agresión sexual porque no hubo golpes, empujones o desgarros"*.  
[https://www.eldiario.es/navarra/sentencia-consolida-violacion-intimidacion-explicita\\_0\\_765024208.html](https://www.eldiario.es/navarra/sentencia-consolida-violacion-intimidacion-explicita_0_765024208.html)

-*"El tribunal de 'la manada' condena a diez meses de prisión por "maltrato ocasional" a un hombre que intentó estrangular a su exmujer"*.  
[https://www.eldiario.es/navarra/tribunal-absuelve-tentativa-homicidio-estrangular\\_0\\_838516191.html](https://www.eldiario.es/navarra/tribunal-absuelve-tentativa-homicidio-estrangular_0_838516191.html)

-*"El Betis homenaja a las mujeres vistiendo a sus jugadores de rosa"*.  
[https://www.eldiario.es/micromachismos/Betis-homenaja-mujeres-vistiendo-futbolistas\\_6\\_490361003.html](https://www.eldiario.es/micromachismos/Betis-homenaja-mujeres-vistiendo-futbolistas_6_490361003.html)

En todas ellas, las palabras que ponen en duda a la víctima o las sentencias se encuentran entre comillas, por lo que interpretamos que no están de acuerdo en tales desacreditaciones y o bien son reproducciones de palabras o frases exactas o retratan un hecho objetivamente y luego exponen por qué se considera machista. La diferencia entre éstas y las anteriores reside en esos matices.

#### **4. Las redes sociales como espacio de reivindicación: Twitter**

En general encontramos en las redes sociales muchas protestas y expresiones de indignación sobre el tratamiento informativo que los medios hacen sobre la violencia de género y que recibimos mediante titulares, textos y comentarios machistas.

A veces podemos incluso dar con ellos aún sin buscarlos expresamente, mediante hashtags o palabras clave, ya que aparecen en nuestros timelines porque algún usuario al que seguimos ha decidido comentarlo o darle visibilidad.

Ningún medio de comunicación ni sus textos informativos pueden desligarse del contexto en el que nacen, un mundo, y concretamente un país, ya que el análisis está centrado en medios de comunicación españoles, proveniente de una cultura machista y patriarcal. Por tanto, en el modo de informar podemos ver un reflejo de la sociedad en la que vivimos. Con la creación de manuales y códigos, formación de profesionales, etc, vemos cómo en los últimos años hay avances en el modo de informar sobre violencia de género en los medios de comunicación. Se perciben mejoras en el tratamiento informativo que incluyen recomendaciones para el uso de un lenguaje feminista, la exposición del contexto y la protección de la víctima, entre otros aspectos.

Del mismo modo que los y las periodistas evolucionan hacia una comunicación más justa, vemos cómo los usuarios de las redes sociales tampoco se mantienen pasivos frente a noticias machistas e injustas para la mujer y lo reivindican en este espacio libre para el debate.

En la web BuzzFeed<sup>11</sup> y en el blog del diario Público<sup>12</sup> encontramos una recopilación y análisis de titulares machistas publicados en 2018 y 2019, respectivamente.

Entre ellos, los más repetidos son acerca de la forma de vestir y el físico de las mujeres, que se publican, sobre todo, en periódicos deportivos. Otro de los errores más cometidos es el de definir a una mujer por sus relaciones sentimentales: “la esposa de”, “la novia de”... y perpetuar el estereotipo de mujer objeto.

También encontramos entre los errores comunes la culpabilización de la mujer en actos de violencia de género y la resta de culpa a los maltratadores y violadores, la ausencia del uso del término violación y el desconocimiento de qué es y qué no es.

Finalmente, aunque en menos cantidad, en estas páginas se destacan titulares que contienen ataques hacia la figura de mujer feminista para seguir eternizando el estereotipo de feminista sola, amargada, fea, como el titular de El Mundo: “Leticia Dolera, el feminismo impulsa su carrera, pero enfría su matrimonio”. Y como otro de los errores destacables, la desafortunada elección de la fotografía que encabeza la información.

De estos titulares que se analizan en las webs referidas, la gran mayoría pertenecen a medios como cadenas de televisión, periódicos que no son exclusivamente digitales y diarios deportivos. Concretamente, los medios más repetidos son El Mundo, Marca, El Español, ABC, El País, TVE, Periodista Digital, La Gaceta, El correo, Antena 3, La Vanguardia, As y Murcia economía.

Actualmente, todos los medios de comunicación cuentan con sus correspondientes redes sociales donde publican los enlaces a las noticias de su web, por lo tanto, ninguno escapa a ser comentado, juzgado o criticado por los usuarios de la plataforma que consumen su contenidos.

---

<sup>11</sup> (<https://www.buzzfeed.com/beatrizserranomolina/titulares-machistas-2018>)

<sup>12</sup> (<https://blogs.publico.es/strambotic/2019/08/33-titulares-machistas/>)

La citada periodista Ana Bernal Triviño, además de publicar sus artículos y compartirlos en su cuenta de Twitter, se dedica a corregir y comentar algunos trabajos dudosos de compañeros de profesión.

En este enlace informa sobre la cantidad de titulares machistas que ha recibido la deportista Carolina Marín: <https://twitter.com/anaisbernal/status/1175691545447686144>. Destaca algunos como: “Y hasta se ha echado novio” y “Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabetas de Carolina”.

En este otro (<https://twitter.com/anaisbernal/status/1068063908005597184>) corrige la deshumanización que sufre una mujer cuando en el artículo la llaman “vientre de alquiler”, diciendo: “El vientre de alquiler no es una vasija, es una persona, es una MUJER”.

Sonia Vivas, una de las figuras más comprometidas con el feminismo en la actualidad en redes sociales, también se dedica a criticar y corregir el trabajo machista de algunos periodistas. En este enlace (<https://twitter.com/SoniaVivasRive3/status/1207246436980740096>) vemos cómo comenta esta noticia: “Entrevista a uno de los condenados del Caso Arandina: “Pagamos las resacas de las demás Manadas”” diciendo “Entrevistas al agresor sexual de una niña de quince años indica que: El amarillismo es un género periodístico. El rojo un color que ya no provoca vergüenza. El violeta el tono atacado por el negro. Y el verde bilis quien maneja la paleta”.

En este otro ejemplo (<https://twitter.com/SoniaVivasRive3/status/1221027065341804544>) comparte una noticia que reza así: “Encierra dos días a su exnovia en una casa de Luceni...”, de la cual corrige “encierra” por “secuestra”, además de dar una explicación más profunda sobre el contexto estructural de la violencia.

Además de profesionales y expertas en el feminismo, encontramos muchos usuarios, periodistas o no, que se indignan con el tratamiento informativo. Fermín Grodira

([https://twitter.com/grodira/status/978579537922584577?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7CtWCamp%5Etweetembed&ref\\_url=https%3A%2F%2Fwww.buzzfeed.com%2Fbeatrizserranomolina%2Ftitulares-machistas-2018](https://twitter.com/grodira/status/978579537922584577?ref_src=twsrc%5Etfw%7CtWCamp%5Etweetembed&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.buzzfeed.com%2Fbeatrizserranomolina%2Ftitulares-machistas-2018)) ofrece el titular alternativo “Una de las menores de Alicante fue violada” a la noticia “Una de las menores de Alicante aceptó tener sexo para no ser violada”. Es un ejemplo más de cómo los propios profesionales no son capaces de entender el concepto violación.

Con respecto al caso de Carlota Prado, comentado en el apartado anterior del proyecto, los usuarios de Twitter se volcaron en defensa de la víctima cuando El Confidencial publicó el vídeo de su reacción: “No puedes enarbolar la bandera del periodismo con el caso de la violación de GH y a la vez publicar un vídeo de los

*peores momentos de la víctima*” decía una usuaria de Twitter (<https://twitter.com/sabordelrock/status/1196714613565526016>).

Esta es solo una reducida muestra de los miles de tweets que podemos encontrar en la plataforma de microblogging. Asimismo, no sólo desde la perspectiva del tratamiento periodístico, la red social también es un espacio para dar voz a todas aquellas historias que por unos motivos u otros son silenciadas o no tienen cabida en la agenda de los medios.

En cuanto a dar voz a historias silenciadas, el mejor ejemplo que encontramos es el movimiento #Cuéntalo iniciado por la escritora y periodista Cristina Fallarás, en el que invitaba y animaba a las mujeres a compartir casos de violencia machista vividos en primera persona a través de la red social Twitter. “Los datos de #Cuéntalo: 800.000 mujeres se rebelaron contra las agresiones sexuales tras la sentencia de ‘la manada’. Fueron 160.000 tuits originales, aunque en total 2.750.000 intervenciones de 790.000 usuarias únicas. Apenas un 3% eran críticos con el movimiento, y la mayoría provinieron de España y Argentina”<sup>13</sup>.

Pasado un año desde que se inició el movimiento, siguen siendo cientos los mensajes que cada día se twitteen con el hashtag para compartir historias personales de abuso machista.

## **CONCLUSIONES**

Uno de los grandes logros de los últimos años ha sido la inclusión de la violencia de género a la agenda informativa de los medios de comunicación. Este avance ocurrió gracias al caso de Ana Orantes en el año 1997, a partir del cual la violencia machista pasó a formar parte del relato mediático y dejó de ser un tema estrictamente del ámbito privado.

Una vez conseguido el objetivo de la visibilización en los medios, queda analizar si además de aparecer en la agenda setting, el tema es tratado con perspectiva de género y si en la actualidad se ha evolucionado hasta la publicación de noticias sobre esta violencia más allá de los casos que acaban en asesinato.

Tras la elaboración de este proyecto, comprobamos que la violencia de género aún no se trata con una continuidad, lo que quiere decir, no sólo mostrar los asesinatos machistas sino contextualizar todo el transcurso previo, las distintas formas de abuso y maltrato, de agresión, daños físicos y psicológicos, la orfandad de los hijos de mujeres asesinadas, situaciones de desprotección... partes del proceso que rara vez son noticia.

Debemos dejar claro que la violencia de género no son sólo asesinatos machistas, se trata de un problema estructural de la sociedad, existente desde hace siglos y que se mantiene hasta nuestros días como consecuencia de una educación patriarcal generación tras generación. Es el resultado de vivir en un sistema de

---

<sup>13</sup> Los datos de #Cuéntalo. Link: [https://www.eldiario.es/sociedad/Cuentalo-mujeres-agresiones-sexuales\\_0\\_845865994.html](https://www.eldiario.es/sociedad/Cuentalo-mujeres-agresiones-sexuales_0_845865994.html)

poderes basado en la supremacía masculina y el sometimiento de las mujeres, fomentando desigualdades irreconciliables hasta el momento. Todo el sistema es patriarcal, por tanto, cambiarlo desde sus raíces es una ardua tarea que conlleva años de protesta, manifestaciones, reeducación, concienciación y un largo etcétera.

Los medios de comunicación reflejan, en cierta medida, la sociedad en la que vivimos, es por ello que un análisis con perspectiva de género sobre noticias de violencia machista resulta muy interesante para saber cómo el tema es ofrecido a la ciudadanía y cómo ésta acata la información como objetiva e irrefutable, concediéndoles así un gran poder.

A lo largo del trabajo hemos ido descubriendo que en los últimos cuatro años, sobre todo a partir del caso de 'La Manada', se han visibilizado muchos casos de violación, agresión y abuso sexual y han cogido fuerza noticias que visibilizan otras formas de violencia sobre la mujer.

Tras el análisis de un total de 25 noticias seleccionadas de la prensa digital española sacamos las siguientes conclusiones:

Entre los factores que influyen en el modo de informar y que impiden redactar una información de calidad, encontramos de forma global en todos los periódicos analizados que hay profesionales poco formados en cuestiones de género cuya tarea es redactar precisamente estas noticias. En más de una hemos podido apreciar cómo el propio periodista no considera violación a una agresión que sí lo es y asume el perfil de víctima sometida y maltratada en una situación sórdida y muy violenta como el único escenario posible de una violación. Del mismo modo, toda situación alejada de la expuesta en la línea anterior, está bajo la duda de serlo o no. Es también común ver cómo se desacredita a la víctima dando detalles banales de la misma o de la situación, cómo se desprotege su identidad, el uso de términos lingüísticos injustos para la descripción de los acontecimientos y la elección de palabras que no se ajustan a los hechos de manera objetiva (entre estas prácticas encontramos la tendencia a eximir de la responsabilidad de sus actos al agresor culpabilizando a la víctima de los suyos).

Estas conductas informativas (y otras como la invisibilización directa de la mujer sólo mostrándola como noticia con fines estéticos, como objeto sexual o como persona definida por sus relaciones con el sexo masculino) que contribuyen a arraigar aún más los estereotipos son la prueba de que las víctimas lo son también del tratamiento informativo que reciben por las formas encubiertas de violencia contra la mujer que practican los medios de comunicación.

Otra de las evidencias que se vislumbran en esta investigación es la diferencia porcentual de hombres y mujeres que ocupan puestos de trabajo en los medios de comunicación, si bien la presencia femenina va en aumento, como podemos

comprobar en El Español con 13 hombres y 9 mujeres, la norma es que la presencia femenina siempre es menor.

En cuanto a puestos de dirección, los hombres ocupan  $\frac{3}{4}$  partes (75%) de los cargos de máxima responsabilidad gerencial y  $\frac{2}{3}$  (66'6%) de los puestos de toma de decisiones sobre contenidos según la investigación "Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género" publicada el año pasado en la revista *El Profesional de la Información*, y recogido por la Agencia Sinc.<sup>14</sup>

Conclusiones parecidas podemos extraer del apartado 3.1 de este trabajo de investigación, en el cual analizamos la presencia femenina, los puestos de responsabilidad y los de toma de decisiones sobre el contenido en una muestra de tres medios nativos digitales.

Hemos elaborado los siguientes porcentajes basados en los datos recopilados en el punto 3.1:

-Con respecto a la presencia genérica encontramos en Eldiario.es 35 hombres y 25 mujeres, lo que se traduce a una presencia masculina del 58'3%; en El Confidencial son 17 hombres y 4 mujeres, lo que supone un 80'95% de presencia masculina; y en El Español 13 hombres de un total de 22 empleados y empleadas que se traduce en un 59'09% de hombres.

Si hacemos la media de estos tres diarios digitales, el resultado es de 66'12% de presencia masculina frente a un 33'88% femenina.

-En cuanto a ocupación de puestos de responsabilidad, en Eldiario.es encontramos 9 hombres y 4 mujeres, lo que supone un 69'3% de hombres ocupando altos cargos; en El Confidencial, el porcentaje se eleva a un 80'95% de presencia masculina en puestos de responsabilidad; El Español cuenta con un 59'09% de hombres en cargos de gerencia. La media de los 3 periódicos digitales es de un 69'78% de hombres ocupando estos puestos, una cifra muy parecida al resultado de la Agencia Sinc en su estudio a gran escala.

Sobre los cargos de responsabilidad que ocupan las mujeres en las secciones de los diarios digitales, podemos concluir que por norma general se les atribuyen las secciones de Cultura, Estilo, Jaleos, Opinión, Sociedad y Alimentación mientras que los considerados apartados serios como Política, Economía, Internacional o Deportes están capitaneados por hombres.

Las secciones que cuentan con un mayor porcentaje de mujeres como las mencionadas Sociedad, Cultura, Jaleos no sólo están asociadas al género femenino en su elaboración sino también en la audiencia de estos espacios y en los personajes representados en ellos<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup>

(<http://www.rtve.es/noticias/20180307/sesgo-genero-medios-como-se-enfoca-solo-cara-moneda/1690280.shtml>)

<sup>15</sup> Mateos de Cabo, Ruth (2007). *Aplicación del análisis discriminante al papel de la mujer en los consejos de administración: el caso de las sociedades cooperativas*.

Cerramos el apartado de conclusiones con este extracto de Ana Bernal-Triviño que engloba a la perfección la esencia de todo lo comentado en las páginas predecesoras: “A largo plazo, una educación feminista en las escuelas y en la familia, y una potenciación de esta en los medios de comunicación y en la cultura, puede conseguir que las generaciones futuras crezcan libres de estereotipos y tengan relaciones más igualitarias. Liberará a las mujeres de la opresión machista y a los hombres de asumir otros estereotipos y papeles que no deben aceptar jamás. Toda la sociedad gana”<sup>16</sup>.

## **BIBLIOGRAFÍA**

-ALSIUS, Salvador (2009). *Lo que dicen los códigos deontológicos del Periodismo acerca del tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres*. [PDF] en CIMCCO. Recurs electrònic [http://cimmco.bsocial.gva.es/textos/pdf\\_ponencias/salvador\\_alsius.pdf](http://cimmco.bsocial.gva.es/textos/pdf_ponencias/salvador_alsius.pdf)

-BERNAL-TRIVIÑO, Ana (2019). *Hacia una comunicación feminista. Cómo informar e informarse sobre violencia machista*. Barcelona: UOC.

-BERNAL-TRIVIÑO, Ana (2019). *No manipuléis el feminismo, una guía contra los bulos machistas*. Madrid: Espasa.

-BANDRÉS, Elena (2011). *Propuesta para el tratamiento eficaz de la violencia de género*. En: IC-Revista Científica de Información y Comunicación, nº 8, pp. 113-138.

-BLASCO ALFONSO, Olga (2017). *Tratamiento informativo y aplicación de las recomendaciones sobre violencia de género en la prensa española: periodo 2012-17*.

-CARRASCO, M; CORCOY, M; PUIG, M (2015). *El tratamiento de la violencia machista en la prensa de información general catalana. Estudio de dos casos mediáticos y su repercusión en la prensa local*. [PDF]

-EDO, Aurora; ZURBANO-BERENGUER, Belén (2019). *Deontología periodística sobre violencias contra las mujeres. Un estudio retrospectivo (1999-2018)*. El profesional de la información, v. 28, n. 4, e280419. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.19>

---

<sup>16</sup> Extracto del libro *No manipuléis el feminismo* de Ana Bernal-Triviño. Página 23, párrafo 1.

-ESCRIBANO, María Isabel (2014). *Encuadres de la violencia de género en la prensa escrita y digital, nacional y regional. La Verdad, La Opinión, El Mundo y El País desde la teoría del framing (2005-2010)*. Murcia: Universidad de Murcia. Tesis doctoral.

-FAIRCLOUGH, Norman (2003). *El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales*. En: Ruth Wodak y Michael Meyer (comp.): *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 179-204.

-FERNÁNDEZ, Natalia (2003). *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Barcelona: Anthropos.

-GÓMEZ NICOLAU, Emma (2012). *El 25 de noviembre como excusa: el espacio de los discursos en positivo. Análisis del tratamiento informativo de la violencia de género en la televisión*. [PDF]

-JUÁREZ RODRÍGUEZ, Javier. *Prevenir la violencia de género con el periodismo: la ética ante la violencia estructural contra mujeres y niñas*. [PDF] Disponible en: <https://libros-revistas-derecho-vlex-es.biblioteca-uoc.idm.oclc.org/vid/prevenir-violencia-genero-periodismo-748015849>

-MATEOS DE CABO, Ruth (2007). *Aplicación del análisis discriminante al papel de la mujer en los consejos de administración: el caso de las sociedades cooperativas*. [PDF]

-MATEOS DE CABO, Ruth (2007). *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Madrid: Proyecto de investigación promovido y financiado por la Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.

-PERIS VIDAL, Manuel (2016). *Los medios de comunicación y la pedagogía sobre el significado de la violencia machista*. [PDF]

-RAMO RUIZ, Anselmo. *Un nuevo discurso mediático para un periodismo renovado contra la violencia de género en España*. [PDF]

-SANZ, Begoña (2006). *Entrevista y reportaje: dos modalidades eficaces en el tratamiento periodístico de la violencia de género*. En: Larraitz Ariznabarreta et al. (Equipo Investigación Género y Medios de Comunicación): *Tratamiento de la violencia de género en la prensa vasca*. San Sebastián: Universidad de Deusto, pp. 97-113.

-V Martín Jiménez, D Etura Hernández, CA Ballesteros Herencia (2016): *Jóvenes universitarios, medios de comunicación y violencia de género. Una aproximación cuantitativa en torno a los estudiantes de Periodismo*. Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 891 a 911  
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1126/46es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2016-1126

-ZURBANO-BERENGUER, B; GARCÍA, M (2016). *Comunicación periodística y violencias contra las mujeres. Una propuesta metodológica para su abordaje integral*. [PDF]

### **Webgrafía**

-Arias, J. and V. García, A. (1997). *Un centenar de personas despide entre aplausos el ataúd de la mujer quemada viva por su ex marido*. [online] EL PAÍS. Available at: [https://elpais.com/diario/1997/12/19/espana/882486023\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1997/12/19/espana/882486023_850215.html) [Consultado 18 Nov. 2019].

-Economía Digital (2019). *Los diez periódicos digitales españoles más importantes por audiencia*. [online] Disponible en: [https://www.economiadigital.es/politica-y-sociedad/los-diez-periodicos-digitales-espanoles-mas-importantes-por-audiencia\\_570932\\_102.html](https://www.economiadigital.es/politica-y-sociedad/los-diez-periodicos-digitales-espanoles-mas-importantes-por-audiencia_570932_102.html) [Consultado 26 Dic. 2019].

-Extradigital (2019). *Manual para el tratamiento informativo de la violencia de género - Agencias y Medios de Comunicación*. [online] Disponible en: <http://www.extradigital.es/manual-para-el-tratamiento-informativo-de-la-violencia-de-genero/> [Consultado 21 En. 2020].

-Instituto de la mujer <http://www.inmujer.gob.es/>

-Remacha, Belén (2018). *Los datos de #Cuéntalo: 800.000 mujeres se rebelaron contra las agresiones sexuales tras la sentencia de 'la manada'*. [online] Disponible en: [https://www.eldiario.es/sociedad/Cuentalo-mujeres-agresiones-sexuales\\_0\\_845865994.html](https://www.eldiario.es/sociedad/Cuentalo-mujeres-agresiones-sexuales_0_845865994.html) [Consultado 03 Nov.2019]

-RTVE.es (2018). *El sesgo de género en los medios o cómo se enfoca solo una "cara de la moneda"*. [online] Disponible en: <http://www.rtve.es/noticias/20180307/sesgo-genero-medios-como-se-enfoca-solo-cara-moneda/1690280.shtml> [Consultado 14 Dic. 2019]

-Twitter.

#Cuéntalo.

[https://twitter.com/search?q=%23Cu%C3%A9ntalo&src=typed\\_query](https://twitter.com/search?q=%23Cu%C3%A9ntalo&src=typed_query)

-Hemeroteca Digital. [online] Disponible en:  
<http://hemerotecadigital.bne.es/results.vm?o=&w=ana+orantes&f=text&u=Peri%C3%B3dicos&u=Prensa+de+informaci%C3%B3n+general&t=%2Bcreation&l=500&l=600&l=700&s=0&y=1997&lang=es>  
<http://hemeroteca.lavanguardia.com/search.html?aux=Ana+orantes&fromISO=true&q=Ana%2520orantes&bd=01&bm=01&by=1997&ed=31&em=12&ey=1997>

[Consultado 19 Dic. 2019]

## **ANEXOS**

Anexo 1.

Captura de pantalla de la web de “El Español”; apartado ‘Quiénes somos’. Link: [https://www.elespanol.com/quienes\\_somos/](https://www.elespanol.com/quienes_somos/)

The screenshot shows the 'Quiénes somos' (Who we are) page of the website 'El Español'. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, the text 'EL ESPAÑOL', and a Facebook icon. The main heading is 'Quiénes somos'. Below it, a paragraph states: 'EL ESPAÑOL es un periódico digital independiente fundado en 2015. Estos son algunos de los miembros del equipo que te acerca cada día las mejores historias.' To the right of this text is a large image of a lion sculpture on a pedestal, with the words 'EL ESPAÑOL' on the base. The lion is golden and stands on a wooden base. In the background, there are posters with words like 'INDEPENDIENTE', 'INDOMABLE', 'PR', 'VIGIL', 'AVADO', and 'FLURA'. Below the main text, there is a section for 'El León de El Español Publicaciones S.A.' with two names: Pedro J. Ramírez (Presidente) and Mamen Vázquez (Directora General). To the left of this section is a 'Corporativo' (Corporate) section listing several staff members: Jesús Doncel (Director de Publicidad), Daniel Muñoz (Director de Estrategia), Verónica Milo (Directora de Producto), Saúl Rueda (Director de Audiencias), and Sergio Sanz (Director de Tecnología). To the right of the corporate section is a 'Redacción' (Editorial) section listing: Miguel Ángel Mellado (Director de Información), Vicente Ferrer (Subdirector de Opinión), María Peral (Adjunta al director), and Mario Díaz (Subdirector). Each name is accompanied by a small envelope icon representing an email contact.

## Secciones

 <b>Últimas y Mundo</b> Carmen Serna	 <b>Nacional</b> Alberto Prieto	 <b>Opinión</b> Vicente Ferrer	 <b>Deportes</b> Jorge Calabrés	 <b>Cultura</b> Lorena G. Maldonado	 <b>Ciencia y Salud</b> Ainhoa Iriberrí
 <b>Reportajes</b> Joaquín Vera	 <b>Social Media</b> Ana Delgado	 <b>Jaleos / Estilo</b> Cristina Rodrigo	 <b>Diseño</b> Ana Blanco	 <b>La Jungla</b>	 <b>Economía y Empresas</b> Arturo Criado

Anexo 2.

Captura de pantalla de la web de “El Confidencial”; apartado ‘Quiénes somos’. Link: <https://www.elconfidencial.com/somos/>

# El Confidencial

EMPRESA EDITORA

**TITANIA COMPAÑÍA EDITORIAL S.L.**

VÍA DE LAS DOS CASTILLAS 33 ÁTICA7 - PLANTA 1 - OFICINAS E,F,G Y  
H 28224 POZUELO DE ALARCÓN(MADRID)

 913 768 677  913 165 633

**DIRECTOR:** NACHO CARDERO 

**DIRECTOR ADJUNTO:** CARLOS SÁNCHEZ 

**ADJUNTOS AL DIRECTOR:** CARLOS HERNANZ 

AGUSTÍN MARCO 

JORGE ZULOAGA 

ÁNGEL VILLARINO 

**SUBDIRECTORES:** MIQUEL ROIG 

ALBERTO PÉREZ GIMÉNEZ 

**CORRESPONSAL  
ECONÓMICA:** RUTH UGALDE 

## SECCIONES

COORDINACIÓN: RAQUEL BENITO 

TEKNAUTAS: MANUEL ÁNGEL MÉNDEZ 

MUNDO: KIKE PRETEL 

DEPORTES: VICTOR GARCÍA 

ALIMENTE: PATRICIA MATEY 

REPORTAJES: ÁNGEL VILLARINO 

UNIDAD DE DATOS: JESÚS ESCUDERO 

CULTURA: DANIEL ARJONA 

ALMA, CORAZÓN Y VIDA: ESTEBAN HERNÁNDEZ 

VANITATIS: NACHO GAY 

CIERRE: REBECA FERNÁNDEZ 

FIN DE SEMANA: ENRIQUE LAVILLA 

## TITANIA COMPAÑÍA EDITORIAL

EDITOR Y CONSEJERO DELEGADO: JOSÉ ANTONIO SÁNCHEZ 

DIRECTOR GENERAL: ALBERTO ARTERO 

DIRECTOR DE ESTRATEGIA Y  
TECNOLOGÍA: ALEJANDRO LASO 

DIRECTOR DE MARCA Y BRANDED: ANTONIO APORTA 

DIRECTORA COMERCIAL: LIBE BILBAO 

DIRECTORA DE RRHH: MARÍA MELLADO 

Anexo 3.

Captura de pantalla de la web de “Eldiario.es”; apartado ‘El equipo’. Link: [https://www.eldiario.es/el\\_equipo/](https://www.eldiario.es/el_equipo/)



**El equipo**

**eldiario.es** está editado por una sociedad limitada: Diario de Prensa Digital S.L. Más del 70% de esta empresa está en manos de personas que trabajan diariamente en la redacción, que aportaron su dinero y su trabajo para poder arrancar. Fundamos eldiario.es porque queríamos ser dueños de nuestra propia redacción, para así garantizar que la línea editorial sea independiente y no responda a intereses ocultos.

El socio mayoritario de la empresa que publica eldiario.es es su director, [Ignacio Escolar](#). También son copropietarios muchos de los periodistas que leerás en este periódico: [Juan Luis Sánchez](#), [Iñigo Sáenz de Ugarte](#), [Andrés Gil](#), [Luz Sanchis](#), [Natalia Chientaroli](#), [Olga Rodríguez](#), [Neus Tomàs](#) y [Gumersindo Lafuente](#).

Al frente de la gestión de la empresa está [José Sanclemente](#), presidente de Diario de Prensa digital S.L., [Rosalía Lloret](#), directora general, y [Joan Checa](#), director gerente, que son igualmente accionistas.

En el accionariado también están algunos amigos, la mayoría profesionales de la comunicación, que comparten con nosotros esta ilusión y han invertido en el proyecto. Es el caso de Enric Lloveras, [Daniel Bilbao](#), [Belén Carreño](#), [Montserrat G. Román](#), [David Martínez](#), Alex García, [Pablo Ascariz](#) y [Carlos Lloret](#).

**Director:** [Ignacio Escolar](#).

**Directores adjuntos:** [Neus Tomàs](#) y [Gumersindo Lafuente](#).

**Edición, portada y redes:** [Ander Iñaki Oliden](#) (redactor jefe y jefe de información), [Toño Fraguas](#) (jefe de sección de Cierre), [Jaime Sevilla](#), [Moha Gerehou](#), [Marta Barandela](#), [Álvaro Medina](#), [Angy Galvín](#), [Matías de Diego](#), [Clara Roca](#) y [David Noriega](#).

**Política:** [José Precedo](#), (redactor jefe), [Esther Palomera](#) (adjunta al director), [Iñigo Sáenz de Ugarte](#) (corresponsal político y subdirector), [Raquel Ejerique](#) (redactora jefa de Investigación), [Gonzalo Cortizo](#) (adjunto al director), [Marcos Pinheiro](#), (jefe de sección), [Pedro Águeda](#), [Aitor Riveiro](#), [Irene Castro](#), [Iñigo Aduriz](#), [Elena Herrera](#), [Fátima Caballero](#), [Laura Galaupy](#) [Sofía Pérez](#).

**Internacional, Desalambre y Tecnología:** [Juan Luis Sánchez](#) (subdirector), [Andrés Gil](#) (redactor jefe y corresponsal en Bruselas) [Cristina Armunia Berges](#), [Javier Biosca](#), [Gabriela Sánchez](#), [Icía Gutiérrez](#), [Carlos del Castillo](#) y [David Sarabia](#).

**Economía:** [Rodrigo Ponce de León](#) (redactor jefe), [Marina Estévez](#) (jefa de sección), [Antonio Muñoz Vélez](#), [Laura Olías](#), [Analía Plaza](#) y [Diego Larrouy](#).

**Sociedad:** [Natalia Chientaroli](#) (redactora jefa y jefa de información), [Ana Requena](#) (redactora jefa de Género), [Raúl Rejón](#), [Marta G. Borrazy](#) [Belén Remacha](#).

**Cultura:** [Vanesa Rodríguez](#) (redactora jefa y directora de Vertele), [Mónica Zas](#), [Francesc Miró](#) y [José Antonio Luna](#).

**Opinión:** [Luz Sanchis](#) (jefa de sección).

**Diseño, Visualización y datos:** [David Velasco](#) (director de Arte), [Raúl Sánchez](#), [Pablo J. Álvarez](#) y [Ana Ordaz](#).

**Vídeo:** [Alejandro Navarro](#).

**Catalunya:** [Arturo Puente](#), [Oriol Solé](#), [Pau Rodríguez](#) y [Pol Pareja](#).