

**Comunicación y género**

ISSNe: 2605-1982

<https://dx.doi.org/10.5209/CGEN.64529>EDICIONES
COMPLUTENSE

La concienciación de los medios sobre la violencia machista. Una interpretación por parte de sus víctimas

Ana Bernal-Triviño¹

Recibido: 28 de febrero de 2019 / Aceptado: 2 de mayo de 2019

Resumen. Diversas leyes y convenios internacionales aconsejan que los medios de comunicación deben desempeñar un papel en la concienciación y ausencia de revictimización en la violencia machista. Estos puntos, a día de hoy, quedan en un marco de autorregulación voluntario. Con el fin de conocer qué papel cumplen los medios en la concienciación de las víctimas, se desarrolla una investigación cualitativa donde se entrevista a mujeres que han sufrido violencia de género y violencia sexual. Las conclusiones demuestran que, para estas mujeres, los medios de comunicación no contribuyeron de forma eficaz a una labor de sensibilización y de identificación contundente de los casos de violencia, aunque este resultado varía en función del aislamiento de la víctima y su normalización de las agresiones.

Palabras claves: medios de comunicación; feminismo; leyes; violencia machista; violencia de género.

[en] Media awareness of gender-based violence. An interpretation by victims of violence

Abstract. Various laws and international agreements recognize the active role that the media must play in the awareness and absence of revictimization in sexist violence. These points, to date, are not mandatory, but are in a framework of voluntary self-regulation. In order to know what role the media play in raising awareness of the victims, a qualitative research is conducted where women who have suffered from gender violence and sexual violence are interviewed. The conclusions show that in previous and current coverage the media did not contribute to a sensitization and forceful identification of cases of violence, although it varies depending on the isolation of the victim.

Keyword: mass media; feminism; laws.

Sumario. 1. Introducción. 2. Periodismo y derechos de la mujer. 2.1. Periodismo y estereotipos de género. 2.2. El papel de los medios de comunicación en materia de géneros según convenios y leyes. 3. Metodología. 4. Resultados de la investigación. 5. Discusión y conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Bernal-Triviño, A. (2019). La concienciación de los medios sobre la violencia machista. Una interpretación por parte de sus víctimas. *Revista Comunicación y género*, 2 (1) 2019, 15-31.

1. Introducción

La Ley 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género en España remarca la labor de prevención y sensibilización de los medios de comunica-

¹ Profesora de la *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*. También ejerce como periodista en Público, El Periódico y TVE, trabajo por el que ha recibido diversos premios.
<https://orcid.org/0000-0002-7024-1921>
abermalt@uoc.edu

ción. En esa línea, los medios no solo deben pensar en crear una conciencia social de rechazo a la violencia, sino que deben huir de estereotipos y victimizaciones que dificulten a las mujeres agredidas en su proceso de supervivencia. Dentro de los diversos procesos psicológicos que estas mujeres afrontan en la espiral del maltrato (Walker, 1989) o en otras situaciones de violencia machista, como la violencia sexual, está la negación, el autoengaño y la de no reconocerse como víctimas. En esos casos, los medios de comunicación con su función social son un eje de valor indiscutible si informan con perspectiva de género, para que las propias mujeres afectadas se reconozcan, los testimonios cumplan una función espejo y, en el acto de autoconciencia, se fortalezcan para denunciar la violencia sufrida. Esta investigación cualitativa pretende reflexionar sobre cómo mujeres supervivientes de violencia machista tomaron o no conciencia de su situación a través de los medios de comunicación, y cómo ellas evalúan el papel que juegan los medios en el reconocimiento y la superación de las situaciones de violencia.

2. Periodismo y derechos de la mujer

2.1. Periodismo y estereotipos de género

En un contexto patriarcal (Lerner, 1990) el periodismo no deja de ser una institución con las mismas características donde los mensajes contra la violencia de las mujeres han sido, en numerosas ocasiones, banalizados en un espectáculo de la información, con un refuerzo de estereotipos que perpetúan los roles de género y dañan a las víctimas que lo padecen. Y eso se debe a que, como considera Varela (2017:116) los “medios son (...) mecanismos de producción y reproducción ideológica”. Los estereotipos de género afectan la forma en que las personas interpretan y recuerdan información sobre sí mismos y sobre los demás, da manera que tienen un alto impacto en la formación de las creencias y expectativas (Ellemers: 2018). Con ellos se construyen los mitos de violencia de género que tienen, como consecuencia, “reducir el apoyo social a las víctimas” (Peters, 2018).

Es en este marco donde podemos hablar de una “violencia mediática” (Autor, 2018) y que se integra en lo que Bourdieu (2000: 11) denominó como violencia simbólica, aquella que pasa casi desapercibida, “amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas”. En esa violencia mediática se integra tanto la difusión de los estereotipos y mitos de la violencia de género como la invisibilización de la mujer en la prensa, lo que Tuchman denominaba “aniquilación simbólica”. Como sostiene Bimbi (2014), la pluralidad de discursos hegemónicos sobre la violencia simbólica respalda no solo las fuerzas sociales que reproducen las estratificaciones neocoloniales de género, el sentido de pertenencia y las posiciones de clase, sino también las experiencias ambivalentes de dominación y libertad para las mujeres”.

La construcción de la violencia de género se sustenta en tres puntos de los que la prensa se hace eco: el amor romántico, al objetivización del cuerpo y el mito de la igualdad “conseguida”.

El amor romántico entendido como la idealización y erotización del otro, junto al deseo de intimidad y una proyección de expectativa de futuro (Esteban y Távora: 2018), sostiene los pilares de relación sexo-afectivas de la violencia de género, con creencias como que los celos son señal de amor o la necesidad de permanecer en la relación con la expectativa de que él cambie (Autor, 2019).

Con la llegada del mayo del 68 se reclama una revolución sexual pero se centra más en la libertad sexual masculina mientras las mujeres siguen en una posición de objetos sexuales a disposición del varón. Con la caída del muro de Berlín y la política neoliberal, en Estados Unidos y Europa se fortalece un concepto de cuerpo femenino que se pone en valor como identidad y producto. Como sostiene Cobo (2015), se produce una valoración de la mujer en el hogar y la maternidad pero, además, se pide que estas mujeres sean atractivas sexualmente para sus parejas a través de los medios de comunicación y la publicidad, y con un “rígido mandato del canon de belleza, en la poderosa y exigente industria plástica o en el sometimiento a las normas de la moda y del calzado”. Esta sexualización impulsa, también, el mercado de la prostitución.

De esta manera, sobre el amor romántico y la cosificación del cuerpo se establece un modelo de erotización de las mujeres que se aprende desde muy temprano. Los discursos patriarcales relacionan la sexualidad femenina con la pasividad, la vulnerabilidad y la sumisión, y la sexualidad masculina con la dominación, la agresión y el deseo (Ingraham 1994). De esta forma, desde la juventud se es socializado en una cultura patriarcal que normaliza y con frecuencia fomenta el poder y la agresión masculina (Fineran y Bennett 1999) Tolman et al. (2003) cuestionaron a un grupo de jóvenes para demostrar cómo las descripciones de los adolescentes de sus relaciones románticas producen evidencias precursoras de la violencia de género, entre ellas la conceptualización de los niños como depredadores sexuales que normalizan tales comportamientos. donde las mujeres aprenden desde la infancia “que su sexualidad no es la suya y que la masculinidad puede en cualquier momento entrometerse en ella”, según Stanko (1985: 73). Una investigación sobre mujeres jóvenes acosadas desveló que usan patrones de guiones heteronormativos para dar sentido al acoso, la violencia, la coerción y el consentimiento cotidianos. Entre ellos, el discurso de que la sexualidad masculina se maneja en unos impulsos irrefrenables propio de “hombres” (Messerschmidt 2012). El acoso sexual se normaliza porque es parte integral de la construcción de las identidades masculinas heterosexuales hegemónicas; entre ellas el ser aceptado como hombre y que ese acoso se termina por convertir en un medio por el que regular las relaciones de poder jerárquicas (Robinson, 2005) dentro y fuera de una relación.

La violencia sexual usa diversas estrategias para manifestarse desde las más físicas y violentas a las más simbólicas e incluso digitales, como la pornovenganza, el uso de imágenes de carácter íntimo en redes sociales con la intención causar un daño y menoscabar la reputación. La capacidad de ver y crear porno de forma privada, tanto en casa como en público, y el anonimato relativo de los nuevos avances tecnológicos ha provocado una explosión de pornografía en línea. En una investigación con hombres que cometieron este delito, estos consideraban que esas “mujeres merecían ser publicadas” porque cometieron algún acto que les dañó, de forma que ellos se posicionaban como las víctimas y tenían que buscarse la “justicia por su cuenta”, restando culpabilidad al propio acto (Hall y Hearn, 2017).

La teoría de la objetivación o cosificación del cuerpo sostiene que las niñas y las mujeres, a través de la cultura, están educadas para internalizar la “perspectiva de un observador como una visión primaria de su ser físico”. Esa autoevaluación del cuerpo según esa visión externa puede generar una serie de riesgos para la salud mental como depresión unipolar, disfunción sexual y trastornos de la alimentación (Fredrickson y Roberts, 1997).

Glick y Fiske (2001) sostienen que la teoría del sexismo ambivalente está detrás de esta aceptación del cuerpo como objeto, también, por parte de las mujeres. Para ello se desarrollan dos ideologías complementarias: el sexismo benévolo (que ofrece protección y afecto a las mujeres que adoptan roles convencionales) y el sexismo hostil (que muestra antipatía hacia las mujeres consideradas como usurpadoras del poder de los hombres). Estos investigadores concluyen que las propias mujeres, a menudo, apoyan el sexismo benevolente, especialmente en las culturas más sexistas. La recompensa es la integración y aceptación en el *status quo* patriarcal, de forma que el sexismo benevolente consigue su fin: inhibir la igualdad de género. El alcance de los estereotipos y ideología sexista fomenta la desigualdad entre hombres y mujeres hasta tal punto que termina por afectar el comportamiento de las propias mujeres (Jost y Banaji, 1994). Es en el marco neoliberalista y posfeminista cuando se presenta un feminismo “bueno” y aceptable que presenta que los logros feministas ya han sido conseguidos, sin que sea necesario avanzar más allá, donde los medios refuerzan la imagen del *self*, de una mujer independiente que crece por sí misma sin analizar factores externos, emprendedoras, que deciden todo bajo una supuesta libre elección (Gill, 2007).

Las informaciones sobre violencias machistas mantienen, además, otro tipo de aspectos negativos. Por un lado, la mayor cuantificación de informaciones donde existe un maltrato físico en el contexto de pareja, puede dificultar el reconocimiento de otros tipos de violencia (Zurbano, 2012). En un análisis de tres diarios (El País, El Mundo y ABC) y su cobertura sobre violencia de género, el contexto solo representa de un 5% a un 11 % de la información. Por ello, el autor del estudio, subraya que si la presencia de explicaciones de carácter pedagógico sobre la violencia de género en la prensa escrita es tan escasa, “resulta muy complicado que quienes leen estas informaciones puedan vincular las agresiones que allí se describen con el orden patriarcal y la dominación masculina” (Peris, 2016:28).

Por otro lado, es común que las informaciones o programas sobre la violencia machista se concentren en días específicos, en lugar de una exposición más habitual en medios que contribuya a su identificación y denuncia diaria. Una investigación subrayaba que, además de que un 67% de las noticias analizadas (diarios en formato papel) no supera una columna de extensión y se limitan a reseñar hechos, estas se concentran solo en fechas conmemorativas como el 25N (Carrasco et al., 2015). La violencia de género y su concienciación debería, como indican los organismos internacionales y sugieren las leyes, ser un pilar clave de desarrollo en todas las redacciones., porque con unos contenidos informativos sin perspectiva de género, se corre el riesgo de “causar actitudes violentas de todo signo” en menores (Sánchez, 2008).

2.2. El papel de los medios de comunicación en materia de géneros según convenios y leyes

Son diversas las indicaciones que leyes y convenios realizan sobre la función que los medios deben desempeñar en la denuncia de la violencia machista, lejos de aquellas primeras informaciones que trataban este tema como “crímenes pasionales” (Rodríguez, 2008). Sin embargo, son consejos que han quedado en unas normas de autorregulación, donde todo queda a expensas de la buena voluntad del emisor. Diversas iniciativas se iniciaron en España, con mayor repercusión e interés, tras el asesinato de Ana Orantes y la posterior Ley contra la Violencia

de Género de 2004. No obstante, las medidas adoptadas en medios han sido consideradas insuficientes (Menéndez, 2014) por no “generar la condena social que provocan otro tipo de asesinatos, también considerados como atentados contra los derechos humanos” (Bandrés, 2011) y no mostrar “un verdadero interés en la mejora del conocimiento que posee la ciudadanía sobre la violencia machista” (Peris, 2016).

La función social que los medios deben desempeñar en la lucha contra la violencia machista se mencionó por primera vez en la IV Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Beijing (Naciones Unidas, 1995:108-110). Se consideró a los medios de comunicación como una de las doce áreas de especial interés para conseguir el objetivo de lograr la igualdad real de oportunidades para mujeres y hombres. Se marcaron dos objetivos estratégicos:

1. Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación
2. Fomentar una imagen de las mujeres equilibrada y sin estereotipos en los medios de comunicación.

Aquí ya se recogía que “las imágenes negativas, violentas o degradantes de la mujer, incluida la pornografía, y sus descripciones estereotipadas han aumentado en diferentes formas, recurriendo a nuevas tecnologías de la información en algunos casos, los prejuicios contra la mujer”.

El convenio del Consejo de Europa (2011) sobre Prevención y Lucha contra la Violencia contra las Mujeres y la Violencia Doméstica, conocido como convenio de Estambul, dejó un marco evidente de cuáles son las violencias que pueden afectar a la mujer y que van más allá de la violencia física, como:

“violencia psicológica, violencia sexual, violencia económica, tráfico y trata de mujeres y niñas con fines de explotación, violencia originada por la aplicación de tradiciones culturales que atenten o vulneren los derechos humanos, acoso sexual, acoso laboral por razón de género y cualquier otra forma de violencia que lesione o sea susceptible de lesionar”.

Este convenio recoge también en el artículo 14, sobre Educación, la necesidad de “sensibilizar sobre las diferentes formas de violencia y los traumas que provocan”; además de desarrollar material didáctico sobre cuestiones de igualdad en el ámbito educativo, y cooperar con las ONG, “los medios de comunicación y el sector privado para llegar al público en general”.

Y en su artículo 17.1, subraya que “las Partes animarán”, entre otros, a los medios de comunicación, para elaborar y aplicar políticas de igualdad, “así como a establecer líneas directrices y normas de autorregulación para prevenir la violencia contra las mujeres y reforzar el respeto de su dignidad”.

De aquí se extraen los dos conceptos clave para los medios de comunicación: la responsabilidad de sensibilizar sobre las diversas formas de violencia y prevenir la violencia contra la mujer reforzando el respeto de su dignidad. Si la sensibilización no es eficaz, la prevención queda cuestionada.

En España, la Ley 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (BOE, 2004) indica varios aspectos.

En su capítulo II sobre el ámbito de la publicidad y los medios de comunicación, establece en el artículo 10 que “se considerará ilícita la publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”.

El artículo 11 marca que el Ente público que controle a los medios audiovisuales cumplan “adoptará las medidas que procedan para asegurar un tratamiento de la mujer conforme con los principios y valores constitucionales”.

Y el artículo 14 determina:

“La difusión de informaciones relativas a la violencia sobre la mujer garantizará, con la correspondiente objetividad informativa, la defensa de los derechos humanos, la libertad y dignidad de las mujeres víctimas de violencia y de sus hijos. En particular, se tendrá especial cuidado en el tratamiento gráfico de las informaciones”.

También hay recomendaciones en nuestra Ley de igualdad efectiva entre hombres y mujeres 3/2007 (BOE, 2007). En su artículo 36 dice que los medios “de titularidad pública velarán por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad” con el objetivo de favorecer “el conocimiento y la difusión del principio de igualdad”.

En su artículo 39 se dirige a los medios de comunicación privados y subraya que deben respetar la igualdad “evitando cualquier forma de discriminación”, además de que “las Administraciones públicas promoverán la adopción por parte de los medios de comunicación de acuerdos de autorregulación” de forma que se cumpla la legislación en materia de igualdad”.

Ya en nuestro país, la misma intención se recoge en el Capítulo III, artículo 34, de la Ley 4/2015 del Estatuto de la Víctima del Delito, cuando dice:

“Los poderes públicos fomentarán campañas de sensibilización social a favor de las víctimas, así como la autorregulación de los medios de comunicación social de titularidad pública y privada en orden a preservar la intimidad, la dignidad y los demás derechos de las víctimas. Estos derechos deberán ser respetados por los medios de comunicación social”.

Al margen de este desarrollo normativo propio de género, el propio Código Deontológico elaborado por la Federación de Asociaciones de Periodistas (FAPE, 2017) indica:

“El periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes”, y a colación, añade “debe, por ello, abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicios a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona o cualquier enfermedad o discapacidad física o mental que padezca”.

En este marco es preciso potenciar la inclusión en las redacciones de metodologías que midan la calidad ética de las noticias sobre la violencia contra las mujeres, analizando el contexto, las fuentes, la identificación o no de la víctima, la terminología, las imágenes, la redacción y el enfoque (Zurbano y García-Gordillo, 2017). Además, es imposible la calidad informativa como profesionales si damos espacio a los falsos mitos que perpetúan la desigualdad y la discriminación. Así lo confirmó el primer informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC, 2018a) centrado en Internet y redes sociales como Facebook o Youtube, que confirma que las noticias falsas sobre los derechos de la mujer muestran cómo estas refuerzan la discriminación hacia las mujeres ya que, a raíz de la viralización, acaban por crear un relato creíble para una parte de la población. Incluso también, desde el propio CAC (2018b), se denunció ante la Fiscalía trece contenidos de Internet que culpabilizan a las mujeres víctimas de la violencia machista y que justifican la sumisión química para poder violarlas, entre otros, blogs como *Revienta Putas* que justifica la sumisión como una forma económica de obtener satisfacción sexual. Por ejemplo, sobre la imagen de una mujer semidesnuda inconsciente pusieron el siguiente mensaje: "Getting a girl drunk is cheaper tan paying for a prostitute" (Emborrachar a una chica es más barato que pagar a una prostituta). Si bien redes sociales como Twitter pueden impulsar un marco de denuncia, según Giraldo Luque et al. (2018) estas no favorecen un marco de discusión.

A esta actividad en redes sociales, se pueden sumar los comentarios que algunas noticias disponibles en redes sociales generan. Aunque centrado en Euskadi, un estudio (Iturbide, Amigot y Menéndez, 2017:157) recoge cómo la reiteración de reflexiones machistas en estos espacios evidencian la desigualdad entre hombres y mujeres. Para ello aplican estrategias como incluir "alusiones a la condición de víctimas de los hombres", junto a la negación de las desigualdades de género, donde se cuestionan en muchos casos las acciones institucionales y del movimiento feminista. El análisis también detalla que lo que más se cuestiona es "la violencia de género, la feminización de la pobreza y las discriminaciones laborales de las mujeres" a través del negacionismo de tales fenómenos o con la creación de la duda de credibilidad de las víctimas.

Otra investigación con grupos de discusión expuestos a noticias machistas arrojó que los "discursos emanados sobre la violencia se configuran mayoritariamente como problema de las mujeres, aunque pugnan por adquirir el carácter de público" (Postigo et al., 2016).

Concienciar a la sociedad sobre las violencias machistas en los medios de comunicación es importante, pero aún más lo es para que las víctimas detecten violencia en lo que tienen normalizado. Esta reflexión de María del Mar Rodríguez, que Nuria Varela recoge en su tesis doctoral, alerta en esta dirección:

"La dificultad estriba en que las mujeres maltratadas –porque forma parte del maltrato– viven aisladas. Sólo escuchan el discurso de su maltratador y el refuerzo de las ideas de éste que cotidianamente transmiten los medios de comunicación. Así, la única manera de que las mujeres maltratadas se recuperen vitalmente pasa por contrarrestar ese discurso y ayudarlas a encontrar todo lo valioso que tienen en forma de ideas, metas, objetivos, razones de vida que estén en ellas mismas" (Rodríguez, 2001:26).

3. Metodología

El objetivo de esta investigación es el de conocer el papel de concienciación de los medios sobre la violencia machista en las propias mujeres agredidas. Como interesa sobre todo profundizar en sus reflexiones, se realizan dos sesiones de focus group con 24 mujeres víctimas y supervivientes con una finalidad exploratoria. Uno de los focus group se centra en mujeres víctimas de malos tratos en el entorno de pareja o ex pareja, como recoge la ley de Violencia de Género de 2004. El segundo grupo reúne a víctimas de violencia sexual y que, por lo tanto, supera la definición de violencia de género expuesta por la ley para ampliarla a violencia machista. La selección de los perfiles se realiza a través de un mensaje publicado, en abierto, en Facebook, donde se solicitaban voluntarias. Se solicitaba mujeres que hubiesen vivido experiencias de violencia machistas con parejas o por parte de otros hombres. Se recibieron 42 solicitudes y tras una criba se realizó la selección final. Las participantes no se conocían entre sí y eran la primera ocasión en la que compartían un mismo espacio. En todos los casos, las agresiones recibidas habían sido cometidas por hombres.

Para la sesión de focus group, realizada el 25 de enero y el 28 de febrero de 2018, se contacta con los grupos de mujeres afectadas y se realiza una entrevista semiestructurada. Las edades de las participantes oscilan entre los 30 y 50 años. Hay tres bloques principales de análisis: (1) el relativo a su percepción sobre la información de violencias machistas antes de ser víctimas, (2) el proceso en el que se identifican como tales, (3) y la consideración actual sobre el tratamiento informativo. La entrevista, donde las mujeres seleccionadas interactúan entre sí, se desarrolla durante una hora y media. Tres mujeres solicitan no integrarse en la sesión, y responden en una entrevista personal a las preguntas.

Las preguntas que se preveían en la entrevista semiestructurada fueron las siguientes:

Pregunta 1. Antes de recibir los malos tratos/sufrir la agresión, ¿qué visión os daban los medios de comunicación de la violencia contra la mujer? ¿Os creaba conciencia sobre ello? ¿Qué medios o espacios os informaban alguna vez de ello?

Pregunta 2: Hablemos del momento en el que reconocéis que sois víctimas. ¿Os sirvió para identificaros como víctimas vuestro entorno o fueron los medios de comunicación?

Pregunta 3: A día de hoy, ¿creéis que los medios ayudan a una mujer a identificarse como maltratada o víctima de violencia sexual? ¿Han mejorado o siguen cometiendo errores? ¿Cuáles?

Pregunta 4: Frente a los medios de comunicación, ¿qué papel desarrollan las redes sociales en vuestra toma de conciencia? ¿Creéis que el activismo es más eficaz en transmitir su mensaje que los medios de comunicación?

Pregunta 5. Y si tenéis referencias en medios sobre este tema, ¿suelen ser medios (empresas) o periodistas concretas?

La elección del focus group también está motivada, tras las experiencias de Dagle, Griffing y Sullivan (2000), por su finalidad casi terapéutica, donde sus integrantes interaccionan entre sí y se profundiza en las respuestas; además del aporte

conceptual y de significados sobre la materia de análisis (Edmunds, 1999). Con posterioridad a las entrevistas, de las respuestas se extraen datos codificados en variables de análisis. Se detallan en el texto algunas de las intervenciones bajo el código asignado a cada entrevistada.

4. Resultados de la investigación

Las entrevistadas recuerdan que los programas principales para conocer estos casos eran informativos (de forma más breve) o bien programas dirigidos a un público femenino a través de testimonios, como sucedió con el caso de Ana Orantes, que todas mencionan como el más destacado. Algunas reconocen que esos casos los interpretaban como “desavenencias en el ámbito familiar, por celos del hombre” en situaciones como “la forma de vestir o los compañeros de trabajo” (E1). Coinciden en recordar esas informaciones con un aporte sensacionalista y de sucesos. “Es duro y triste decirlo, pero vende la sangre, no contar el maltrato en sí y todas sus formas”, mantiene E3. Advierten que los medios suelen mostrar que estas agresiones se reducen al ámbito privado, donde se ofrece la idea errónea de que “o él tenía malos hábitos o ella habría hecho algo” (E7, E1, E3).

Una mujer (E2) sostiene que ella pensaba que por ser “universitaria, formada e independiente económicamente, al maltrato no me afectaría porque la imagen que se trasladaba desde los medios era de ambientes marginales y/o desestructurados”. Casi todas se suman a esta interpretación. Es decir, ellas no llegaban a identificarse con las mujeres que veían en pantalla.

“Los medios seguían reflejando a mujeres con un perfil muy diferente del mío. Mujeres que no tenían preparación que no tenían formación, que venían de entornos sociales violentos, que ellos eran alcohólicos, o drogadictos. Yo no encajaba ahí. Y sin embargo él me estaba destrozando. La sociedad, las personas siempre me decían, ‘hija, tú habla con él, que hablando se entiende la gente’ o ‘Pero tú qué le dices para que se altere’. Siempre el foco estaba en mí, como mujer” (E6).

Los medios, reconocen, no les aclaraban casi nada y ese defecto se reforzaba con lo que recibían de la sociedad y su entorno más próximo. “Recuerdo a mi madre decir que eran golpeadas porque no eran mujeres de su casa”, confiesa una de ellas (E3), o bien que eran mujeres que “confesaban esas situaciones para conseguir dinero” (E12). Otra añade que en el caso de niñas abusadas sexualmente por familiares o profesores, escuchaba en su entorno reflexiones donde se culpaba a la menor como responsable (E12, E20, E21, E22).

En estas dinámicas, algunas advierten un punto de inflexión. Una de ellas (E4) señala que pasó de considerar estas noticias como sucesos a algo personal cuando escuchó en un informe semanal una entrevista a una abogada. “Aquello me dejó confundida. Porque era casi mi misma historia, pero sólo que pensé que la víctima se quejaba de lo que mi marido me hacía todos los días y que para mí era normal”. Es decir, el propio maltrato les llevó a normalizar las agresiones y aunque le denunciara un medio, no tenía capacidad para identificarse de forma completa con el caso.

Las formas de vidas también podían impedir el consumo de medios de comunicación. Es el caso de E7 que tras casarse, vivir en el campo, estudiar y trabajar, reconoce que no tenía mucho tiempo para informarse y que apenas recuerda noticias de esta violencia en televisión. E10 comenta que, en su caso, ella no tenía tampoco tiempo de informarse porque tenía dos hijos con pocos meses de diferencia. Fue justo uno de sus hijos el que le dijo de llamar al 016 tras recibir una charla en el colegio sobre este tema. Con ella coincide E8.

“La violencia de género me parecía algo muy lejano y ajeno y mi tendencia era a culpar a la mujer, como me culpaba a mi misma. Mi padre es un maltratador psicológico de manual y ya crecí con la perspectiva viciada en un ese sentido. A los 16 sufrí una violación y no recuerdo nada en los medios que me hiciera identificarme. Hablo del año 90. Cuando lo de Ana Orantes yo era maltratada psicológicamente por mi pareja de entonces, y también físicamente en un par de ocasiones. Jamás lo asimile ni a lo de Ana Orantes ni a ninguna noticia, en ese sentido. Nunca me identifiqué con nada de eso, ni siendo maltratada yo también. Me parecían situaciones aisladas” (E8).

Todas admiten haber asimilado como algo cotidiano ese maltrato y que ello les impedía reaccionar ante él, pero que tampoco los medios “conseguían hacernos ver que éramos parte de eso” o que “esas agresiones quien la recibía no era totalmente condenable, sino como que de cierta manera quedaba la sospecha sobre si ella hizo algo que lo motivara” (E19, E22, E23). Tampoco ayudaban entornos de apoyo a quien mostraban confianza. E3 comenta que cuando quería divorciarse acudió a un cura y que este le respondió que debía ser fiel y obediente. Asumen, como algo común, que les daba vergüenza comentar su situación.

Resumen que, con posterioridad, empezó a hablarse más de estos casos en los medios de comunicación solo en fechas clave, donde apenas se prestaba atención. Poco a poco, admiten que algunos informativos recogían más información al respecto. Una de las participantes (E8) sí reconoce su caso a través de la televisión en 2010, cuando escuchó a una mujer maltratada en televisión, con motivo del 8 de marzo. A partir de aquella información se dedica a buscar más para “abrir los ojos y dejar de sentirme culpable”. Comenta que veía imágenes de un hombre acosando a su mujer dentro de casa, insultando y levantando la mano para pegarla. “Ocurría sin testigos, por eso me vi reflejada. Era ver hacer lo que me hacían a mí”.

“Los medios de comunicación por un lado sí me removían algo. Es decir, hacían que me identificará con esa mujer pero, por otro lado, el trato de la información era frío, como ahora: denuncias, archivo de casos, aparece muerta, un presunto asesino... esos conceptos me alejaban de comprender la situación”. (E9)

En general, también indican que aunque viesan esas informaciones puntuales había programas que aportaban otra visión. Tres de ellas mencionan un programa de entretenimiento llamado “Lo que necesitas es amor” y recuerdan casos de evidentes malos tratos que se disfrazaban como amor, o que los malos tratos se confesaban de

forma expresa y se justificaban bajos falsos mitos como el alcohol. También señalan como error que se centran (y se centran) mucho en el maltrato físico, pero el hecho de no profundizar en el daño psicológico en los medios de comunicación no les ayudaba como “alarma” ante lo que padecían. En esta falta de identificación, el grupo de mujeres que han sufrido violencia sexual familiar o de desconocidos indican que ese proceso era nulo, que los medios siempre lo habían tratado como casos excepcionales e inexplicables. “El no tener normalizado el concepto de violencia sexual a la hora de hablar me costó, y aún me cuesta, para explicar mi historia”, confiesan E12 y E13.

Psicólogas, amigas o alguien del entorno hacían reflexionar, en mayor medida, a estas mujeres entrevistadas sobre su situación para la toma de conciencia. La búsqueda de otras fuentes de información privadas para corroborar lo que esas personas les trasladaban es un punto en común. Casi todas comentan el uso de páginas web en Internet y libros para entender situaciones de abuso psicológico, que son las que más costaba detectar.

“A mí me ayudaron muchísimo las redes sociales, los grupos de mujeres hablando y sintiendo cosas iguales a lo que yo no sabía explicar ni entender...el feminismo tenía las herramientas que yo necesitaba y entre todas vosotras me las mostrasteis y fue un abrir los ojos tremendo. Entendí que había sufrido violencia sexual (la de veces que tuve que ceder porque venía pasado de vueltas y no quería que hiciera un escándalo con los niños en casa). Entendí los patrones de la Violencia de Género y me vi reflejada en tantas historias que me hacían ver que no era mi culpa” (E10).

Si bien los medios generalistas tienen menos repercusión en su identificación, unas doce mujeres de la muestra confiesan que ese proceso lo han conseguido en una prensa especializada en feminismo. “Me sirvió mucho más leer historias similares a la que viví en comentarios de artículos feministas online, que los artículos o medios en general. En ellos se mostraba más cerca a la persona, humanizando.” (E11) Para las víctimas, sobre todo de violencia sexual, es muy importante poner nombre a lo que les ha ocurrido y contexto, como paso para reconocerse. “Me ayudó muchísimo leer el nombre a lo que me había ocurrido. Era víctima de pornovenganza. Ningún medio hablaba de ello. Yo fui la que indagué sobre el tema y me reconocí como víctima de ello” (E10).

E7 comenta que identificarse era una situación complicada porque “no queremos reconocer y no queremos pensar que fue nuestra culpa no darnos cuenta”. Para casi la mitad de ellas, creen que ahora, a partir del 8M se habla más de estas violencias, pero que las informaciones se centran en casos de asesinatos donde no se explican las fases del maltrato con detalle o se recurren a falsos mitos.

“No me reconocí como mujer maltratada hasta que no lo escuché en boca de la trabajadora social. Pensaba que el problema venía por su consumo de drogas y alcohol...no porque él fuera un maltratador. Recuerdo que ella me dijo que la gran mayoría de las mujeres que iban a visitarla con problemas de maltrato psicológico, no se veían a sí mismas como víctimas porque no había agresión física”. (E9)

“Es cierto que los medios de comunicación tradicionales se han hecho eco de esta nueva “ola”, pero, tanto ellos como en redes sociales, aún seguimos recibiendo este-

reotipos y noticias falsas. Siento que desde 2015 hasta la actualidad hemos avanzado mucho ni tampoco se niegan esos errores con contundencia” (E12) y “ni siquiera llegan a hablar de nuestros derechos o de feminismo como algo bueno sin dudas” (E15).

Todas insisten en que si los medios realmente asumieran que tienen un fin de prevención, quizás les hubiese resultado más útil porque una vez maltratadas reconocen que están sin autoestima, dependientes y perdidas, y que apenas acceden a los medios o, si los ven, pocas veces prestaban atención. En general, manifiestan que el problema no está solo en si esos medios les ayudan a identificarse o no, sino en que no trasladan (o no lo hacen con suficiente eficacia) que lo que hay detrás de esos casos es machismo.

“Para mí las informaciones recibidas no fueron suficientes para concienciarme de la problemática social que existe con el machismo. El tema estaba ahí pero no tuve la sensación de que yo pudiese convertirme en una víctima porque los medios transmitían que las víctimas podían tener parte de culpa.” (E11).

Insisten en que una vez asumida y aceptada su situación, acudían a los medios para buscar más información. En ese proceso, cuando conocen otros casos, se produce la toma de conciencia pero si bien localizar información puede ser una fase, los medios no llevan a empoderar a la mujer, aún más en una situación donde determinadas víctimas pueden leer en prensa lo que se publica de su caso.

“Los medios pueden ayudar a la mujer a reconocerse como víctima, quizás, pero no creo que la ayuden a sentirse empoderada. A veces se publican datos que deberían quedar en la esfera de lo privado. Y te puedo asegurar que hace mucho daño. En mi caso se hablaba de mí como una amante del difusor del vídeo... Fue una experiencia horrible y devastadora” (E 12).

Indican que, de forma insistente, parece que los medios solo se interesan por si hubo denuncias anteriores y las declaraciones de los vecinos. “Si los periodistas supieran el calvario que sigue cuando entras en comisaría y dices: vengo a contar lo que ocurre en mi casa... uff. A más de uno me gustaría verle sufrir eso, quizás hablaría de forma objetiva” (E4). Consideran que hay eufemismos a la hora de hablar de violencia de género, que no se habla claro y que eso impide que puedan reflexionar las víctimas. También, coinciden en denunciar que les duele cuando se da espacio o voz a los maltratadores y hay tertulianos que los defienden, como ocurrió en el caso de Juana Rivas. “A mí los medios no me sirvieron de nada ni antes ni ahora. Hay titulares terribles, formas de transmitir las noticias fatales, y aunque visibilizan, generan espectáculo e ingresos, que les interesa.” (E8). Además, de forma global, señalan que los medios son poco críticos con las instituciones oficiales, con las deficiencias del sistema y que eso impide buscar soluciones.

Ahora mismo les preocupa que las mujeres maltratadas estén más confundidas en su acción ante el repunte de machismo en determinados partidos políticos. Ello ha generado por parte de los medios más informaciones de verificación pero las entrevistadas no creen que alcancen a la gente y que estas verdades se distribuyan con tanta facilidad como las mentiras en redes sociales (E10, E8, E7; E6, E5, E3). Identifican esta situación

porque, para todas, una tabla de salvación fueron esas propias redes y los núcleos de comunicación feminista, y las usan de forma cotidiana. Comentan, entre otros aspectos, que ante el aislamiento del maltrato encuentran en este espacio un canal de comunicación privada, de identificación con otras experiencias y que ese activismo tiene un interés totalmente diferente al de los medios. “El activismo me dice que no estoy sola, denuncia fallos de medios que, creo, bailan al son de intereses de terceros”. En general, esto lo trasladan no solo al ámbito de la violencia de género sino a cualquier otro aspecto de coberturas informativas. Consumen informaciones, pero también opinión y, en este caso, si es especializada, reconocen que esa opinión sí les sirve para buscar más información complementaria y aclarar dudas.

En cualquier caso, no perciben que las noticias que se proporcionen sea especializadas o con una vocación de compromiso. Varias compañeras dan la razón a E5.

“Da la impresión de que los medios hablan del maltrato como del tiempo, el terrorismo o el fútbol. Existe. Se cubre. Y a otra cosa. No creo que haya un espacio creado con la voluntad de ayudar. Lo que no hay es voluntad de dar un espacio propio al feminismo, a las mujeres, a sus circunstancias”.

También apuntan que no entienden los debates sobre este tema con opiniones que cuestionan el feminismo, en su opinión, para solo generar audiencia. Es un tema que, a todas, las indigna con especial intensidad, al igual que la cosificación de la mujer en los medios.

“Ahora lo convierten todo en debate, como si cualquier postura fuera válida y todo fuera opinable. Eso me enerva. De poco sirve que se haga más hincapié en la violencia si luego seguimos teniendo presentadoras que dan las campanadas en bikini o a las que se exige unos cánones estéticos que a ellos ni de coña, por ejemplo”. (E7)

Sobre qué medios trabajan mejor o peor esta información, coinciden todas en señalar que la televisión cumple en menor medida con ello. También porque son conscientes de que, según su opinión, es un canal que sexualiza, fomenta el amor romántico, y la cosificación. Un par de entrevistas menciona, además, el papel de la grafía y su legitimación social.

5. Discusión y conclusiones

Los resultados expuestos concluyen que a pesar de que algunas de las mujeres que han participado en el estudio se identifican como víctimas a través de los medios, la mayoría no recibe esa sensación o, de recibirla, necesitan de otros factores o agentes externos para conseguirlo. La ley de violencia de género recomienda a los medios asumir una función de prevención y de sensibilización que, en el caso de estas mujeres analizadas, no se ha conseguido en su totalidad.

Salvo en fechas conmemorativas, todas sostienen que el tratamiento de los medios se basa más en centrarse en los hechos desde una perspectiva sensacionalista y morbosa, con errores clásicos como el “no ha denunciado” o preguntas a vecinos,

cuestiones muy lejanas de la vulneración de derechos y a las recomendaciones del Estatuto de la Víctima del Delito (BOE, 2015). En consecuencia, tras el objetivo planteado, se concluye que los medios tienen un papel incierto de identificación en las víctimas, ya sea por un sentimiento de lejanía con los emisores, como manifestaba Peris (2016) ya sea por el tratamiento informativo con la presencia de estereotipos. No obstante, hay que tener presente que muchas de ellas están aisladas socialmente y han normalizado los malos tratos a través de mitos, sobre todo relacionados con la construcción de la sexualidad heteronormativa, como sostenían las tesis Stanko (1985) o Tolan et. Al (2003). Estos factores funcionan como obstáculo en el proceso de identificación de la violencia, sobre todo porque muchas manifestaciones se enmarcan en un contexto simbólico (Bourdieu, 2000) difícil de detectar. En resumen, los medios remueven pero no convencen, en una primera instancia. Y muchos menos, según las participantes, transmiten una imagen en apoyo del feminismo o los derechos de la mujer.

Más que una función de prevención, si acaso, focalizan su labor de concienciación y de refuerzo a posteriori, cuando después de que alguien les haya hecho comprender que sufren violencia, localizan información en los medios con la que profundizar o reflexionar de su situación, momento en el que descubren los estereotipos que sostienen la violencia y en las que las participantes incurrieran. Este aspecto concuerda con la tesis de Jost y Banaji (1994) sobre cómo esos estereotipos suponen un freno en la reacción de las mujeres y afectan a su comportamiento. Al menos estas lecturas suponen una intención de empoderarse con ese conocimiento y es ahí cuando asumen otros aspectos que, para ellas, pasaban desapercibidos, como la objetivación del cuerpo de la mujer (Fredrickson y Roberts, 1997), la pornovenganza (Hall y Hearn, 2017) o el amor romántico (Esteban y Tavora, 2008). Resulta curioso cómo señalan el programa *Lo que necesitas es amor* como uno de aquellos donde se aprendían y normalizaban situaciones de violencia de género. Las participantes sí aportan que, a día de hoy, en la prensa especializada feminista (Micromachismos, Todas– Publico.es, Pikara Magazine) encuentran las lecturas que desean: feminismo como una herramienta que les fortalece y que, en varias ocasiones, creen que los medios intentan evitar.

Muestran como gran fallo, el hecho de que los medios mostrasen los casos más conocidos (Ana Orantes, por ejemplo) como situaciones aisladas, que les impiden reconocerse y situar que ese ataque forma parte de un sistema, además de un lenguaje judicial demasiado frío y distante que contribuye también a la ausencia de identificación y la falta de conceptualización, sobre todo en los casos de violencia sexual, según sus opiniones. También exponen que, como referencia, los medios optaban por mostrar más los casos de los entornos deprimidos, con casos de alcohol o drogas o pobreza, y que eso les llevaba también a concluir que no les afectaría. Otro apunte de interés es que la falta de credibilidad, en general, que refieren a la prensa se traslada a las informaciones de violencia de género. Consideran que mientras el activismo está centrado en la realidad que ellas viven, los medios tienen intereses privados para terceros y que eso también les aleja de sentirse identificadas, porque no sienten que sean cercanos a su situación y que buscan otros intereses.

Como señalaba Zurbano (2012), el hecho de que la mayoría de las noticias se centren en el maltrato físico, hace que se quede de lado el análisis y reconocimiento de otras formas de violencia, como la psicológica o la sexual, a pesar de estar recogidas de forma explícita como formas de violencia tanto en la Ley de Violencia de Género de 2004 como en el Convenio de Estambul. En línea con lo expuesto por Peris

(2016), los resultados coinciden en que la falta de contexto informativo hace que se reduzca la dimensión de la agresión, y no llegue a explicarse de forma contundente como una muestra del sistema patriarcal ni del conjunto de los derechos humanos de la mujer.

Resulta llamativo, de forma insistente, cómo las redes sociales conforman una estrategia positiva en su recuperación y supervivencia, como espacio de experiencias comunes, de intercambio de información y de identificación. Este estudio, así como las variables tratadas (violencia de género, violencia sexual, maltrato físico, maltrato psicológico, prensa generalista frente a especializada, conceptualización, contextualización, capacidad de empoderamiento, errores de tratamiento informativo...) pueden servir de punto de partida para posteriores investigaciones que, desde un enfoque más cuantitativo, concrete la dimensión del impacto de los medios en estos procesos de reconocimiento.

6. Referencias bibliográficas

- Bandrés Goldáraz, E. (2011): “Propuesta para el tratamiento eficaz de la violencia de género”, *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 8, pp. 113 – 138. Disponible: <http://dx.doi.org/IC.2011.i01.06> [Consulta: 11 de febrero de 2019]
- Autor (2019): *Hacia una comunicación feminista. Cómo informar e informarse sobre violencias machistas*. Barcelona: UOC editorial.
- Bimbi, F. (2014). “Symbolic violence: Reshaping post-patriarchal discourses on gender.” In *Gendered perspectives on conflict and violence: Part B* (pp. 275-301). Emerald Group Publishing Limited.
- BOE (2004): *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*, Madrid, Boletín Oficial del Estado.
- BOE (2007): *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres*. Boletín Oficial del Estado, Madrid, Boletín Oficial del Estado.
- BOE (2015): *Ley 4/2015, de 27 de abril, de Estatuto de la Víctima del Delito*. Boletín Oficial del Estado, Madrid, Boletín Oficial del Estado.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- CAC (2018a): *Les fake news a internet. El discurs de gènere*, Barcelona, Consell de l’Audiovisual de Catalunya.
- CAC (2018b): *Anàlisi de la presència a internet de continguts en relació amb la violència masclista*, Barcelona, Consell de l’Audiovisual de Catalunya.
- Disponible: https://www.cac.cat/sites/default/files/internet_informe.pdf [Consulta: 11 de febrero de 2019]
- Carrasco Rocamora, M., Corcoy Rius, M. y Puig Mollet, 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”, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 1(2), pp. 77-92.
- Disponible: <http://www.usc.es/revistas/index.php/ricd/article/view/2653> [Consulta: 11 de febrero de 2019]
- Cobo Bedía, E. (2015). “El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad”. *Investigaciones Feministas*, 6, 7-19.
- Disponible: <http://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/51376/47656> [Consulta: 7 de mayo de 2019]

- Consejo de Europa (2011): *Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica*. Consejo de Europa.
- Dayle Hunt, J.; Griffin, M. y Sullivan, E. (2000): "Videotaped focus group: Transforming a therapeutic strategy into a research tool", *Nursing Forum*, 35(1), pp. 15-20. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/j.1744-6198.2000.tb01173.x> [Consulta: 13 de febrero de 2019]
- Edmunds, H. (1999): *The focus group research handbook*. Chicago, NTC/Contemporary Publishing Group.
- Ellemers, N. (2018). "Gender Stereotypes". *Annual Review of Psychology*, 69, pp. 275-298.
- Esteban, M., y Távora, A. (2008). *El amor romántico y la subordinación social de las mujeres: revisiones y propuestas*. Anuario de Psicología, 39 (1), p. 59-73.
- FAPE (2017). *Código deontológico*. Madrid, Federación de Asociaciones de Periodistas.
- Fineran, S. y Bennett, L. (1999). "Gender and power issues of peer sexual harassment among teenagers". *Journal of Interpersonal Violence*, 14, 626-641.
- Fredrickson, B. L., y Roberts, T. A. (1997). "Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks". *Psychology of women quarterly*, 21(2), 173-206.
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1367549407075898> [Consulta: 17 de abril de 2019]
- Giraldo-Luque, S., Fernández-García, N., y Pérez-Arce, J. (2018): "La centralidad temática de la movilización #NiUnaMenos en Twitter", *El Profesional de la Información*, 27(1), pp. 96-105. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.ene.09> [Consulta: 14 de febrero de 2019]
- Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). An ambivalent alliance: Hostile and benevolent sexism as complementary justifications for gender inequality. *American psychologist*, 56(2), 109.
- Hall, H. y Hearn, J. (2017). "She took my kids, ruined my life. Heterosexual men's account", en Hall, H. y Hearn, J. (ed.), *Revenge pornography. Gender, sexuality and motivations*. London: Routledge.
- Hlavka, H. R. (2014). "Normalizing Sexual Violence: Young Women Account for Harassment and Abuse". *Gender & Society*, 28(3), 337-358.
- Ingraham, C. (1994.) "The heterosexual imaginary". *Sociological Theory*, 12, 203.
- Iturbide Rodrigo, R., Amigot Leache, P. y Menéndez Menéndez, M.I. (2016): *Neomachismo ante las noticias sobre mujeres: análisis de la participación del público en los foros mediáticos de la Comunidad Autónoma de Euskadi*, País Vasco, Instituto Vasco de la Mujer- Emakunde. Disponible en: http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_bekak/es_def/adjuntos/beca.2016.neomachismos_noticias_mujeres.pdf [Consulta: 14 de febrero de 2019]
- Jost, J. T., y Banaji, M. R. (1994). "The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness". *British journal of social psychology*, 33(1), 1-27.
- Lerner, G. (1990): *La creación del patriarcado*. Madrid, Crítica.
- Menéndez-Menéndez, M. (2014): "Retos periodísticos ante la violencia de género. El caso de la prensa local en España", *Comunicación y sociedad*, 22, pp. 53-77. Disponible: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i22.48> [Consulta: 1 de febrero de 2019]
- Messerschmidt, J. (2012.) *Gender, heterosexuality, and youth violence: The struggle for recognition*. New York: Rowman & Littlefield.
- Naciones Unidas (1995): *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*. Beijing, Naciones Unidas.
- Peters, J. (2008). "Measuring myths about domestic violence: Development and initial validation of the domestic violence myth acceptance scale". *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 16 (1), p. 1-21.

- Postigo Gómez, I; Vera Balanza, T.; Cortés González, A. (2016): “La violencia machista a la luz de las interpretaciones de las noticias aparecidas en los informativos”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 912-939. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2016-1127>. [Consulta: 7 de febrero de 2019]
- Peris, M. (2016): “Los medios de comunicación y la pedagogía sobre el significado de la violencia machista”, *Zer; Revista de Estudios de Comunicación*, 21 (40). Disponible en: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/16404> [Consulta: 4 de febrero de 2019]
- Robinson, K. (2005). “Reinforcing hegemonic masculinities through sexual harassment: issues of identity, power and popularity in secondary schools”, *Gender and Education*, 17:1, 19-37.
- Rodríguez Cárcela, R.M. (2008): “Del crimen pasional a la violencia de género: evolución y tratamiento periodístico”. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 17, pp. 171-188. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/68162> [Consulta: 4 de febrero de 2019]
- Sánchez-Rodríguez, G. (2008): “Violencia machista y medios de comunicación. El tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a mujeres”, *Revista Comunicación y Hombre*, 4, pp. 155-167. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.32466/eufv-cyh.2008.4.97.155-167> [Consulta: 14 de febrero de 2019]
- Stanko, E. (1985). *Intimate intrusions: Women's experience of male violence*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Tolman, D. L., Spencer, R., Rosen-Reynoso, M., y Porche, M. V. (2003). “Sowing the seeds of violence in heterosexual relationships: Early adolescents narrate compulsory heterosexuality”. *Journal of Social Issues*, 59(1), 159-178.
- Tuchman G. (2000): “The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media”, En: Crothers L., Lockhart C. (eds) *Culture and Politics*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Walker, L. (1989): “Psychology and violence against women”, *American Psychologist*, 44 (4), pp. 695-702. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2729743> [Consulta: 20 de febrero de 2019]
- Varela Menéndez, N. (2017): *La violencia de género en contextos de pareja, en el estado español, a través del discurso de las víctimas*, Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales Universidad Rey Juan Carlos. Disponible en: <https://goo.gl/foxdvkV> [Consulta: 2 de febrero de 2019]
- Zurbano Berenguer, B. (2012): “El concepto violencia de género en la prensa diaria nacional española”, *Revista Cuestiones de Género*, 7, pp. 25-44. Disponible en <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i7.901> [Consulta: 25 de enero de 2019]
- Zurbano, B. y García-Gordillo, M (2017). Propuesta metodológica para la evaluación de la calidad deontológica de las noticias sobre violencias contra las mujeres. *Comunicación y Sociedad*, 30 (1), 73-85. <https://goo.gl/etFNrp>