

CRITERIOS DE ACTUACION PERIODISTICA SOBRE EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LA VIOLENCIA EJERCIDA CONTRA LAS MUJERES

**Dr. Gabriel Sánchez Rodríguez (Universidad
Francisco de Vitoria, Madrid)
Universidad Pontificia de Salamanca, abril de 2009**

Buenos días.

Ante todo, muchas gracias a la Universidad Pontificia de Salamanca, en general y a los organizadores de estas Jornadas de sensibilización contra la violencia ejercida contra las mujeres, en particular, por invitarme a participar en este foro que ya empieza a ser habitual en Universidades y otras instituciones, sin duda por la trascendencia y magnitud de la cuestión que nos ocupa: el tratamiento informativo de las noticias relacionadas con la violencia ejercida contra las mujeres.

Desde hace años, los medios de comunicación se ocupan con profusión de las noticias que tienen como protagonista

el maltrato a las mujeres. Esa sensibilización informativa tiene sus ventajas, naturalmente, pero también sus inconvenientes.

La violencia del hombre contra la mujer existe desde siempre. La superioridad física del hombre sobre la mujer, por cuestiones estrictamente biológicas, ha hecho que la balanza se incline hacia el más fuerte.

Durante años, por no remitirnos a siglos, hemos tenido la supremacía del hombre sobre la mujer en novelas, obras de teatro, películas... Hemos visto cómo el hombre ejercía la violencia contra la mujer en guiones cinematográficos, series televisivas, hemos escuchado chistes, relatos en primer persona de hombres sobre cómo trataban a las mujeres... Incluso el refranero español está cargado de dichos populares y refranes que hacen hincapié en la inferioridad de la mujer (al papel y a la mujer hasta el culo hay que ver, la mujer en casa y con la pata quebrada, el que tiene mujer bella le pone tranca a la puerta, la mujer que no es hacendosa, o puta o golosa, la mula y la mujer a

palos se han de vencer, etc.). Aquellas acciones que parecían tan normales no fomentaban noticia. De vez en cuando, cuando el suceso era especialmente truculento y morboso la prensa especializada se hacía eco de la noticia, Semanarios como EL CASO o las páginas de sucesos de los diarios recogían noticias cargadas de sangre sobre asesinato de mujeres a manos de sus hombres. Pero el aliciente era la forma, el morbo, la personalidad del asesino, las circunstancias excepcionales.... Que un hombre agrediera a su mujer era algo que pasaba desapercibido en la sociedad. Castigado por los tribunales, pero desapercibido para la gran mayoría de los ciudadanos. Además, siempre había una excusa exculpatoria: celos, pasiones ciegas, engaños, adulterio... Simples sospechas eran justificaciones suficientes para ejercer la violencia. Unas justificaciones aceptadas por la sociedad.

Desde el punto de vista social, el siglo XX pasará a la historia como el de las grandes conquistas sociales: la

abolición de la pena de muerte en muchos países occidentales que aún la tenían en vigor, el auge de los movimientos pacifistas, el respeto por las minorías, las razas y las étnias tribales, muy poco respetadas en el siglo XIX en pleno auge del colonialismo, la concienciación sobre el deterioro del medio ambiente y la reivindicación de la igualdad entre hombres y mujeres en el campo laboral, educativo, participativo, representativo, institucional, etc. La concienciación social ha contado con el apoyo y la ayuda de los medios de comunicación. Cuando la prensa crece y se convierte en prensa de masas, cuando se extiende y prolifera el consumo de la radio y la televisión irrumpe en todos los hogares es cuando los medios actúan como vehículos transmisores de estas ideas. Y los ciudadanos toman conciencia de ellas.

La mujer, como colectivo social, no pudo seguir consintiendo que se ejerza violencia contra ella por parte fundamentalmente del cabeza de familia y comienzan las

denuncias. ¿A través de qué canales se hacen públicas esas denuncias? A través de los medios de comunicación. Por eso hay una relación directa entre violencia contra la mujer y medios de comunicación. Tanto es así que hay una fecha clave para la concienciación, a partir de la cual la denuncia o el tratamiento informativo sobre este tipo de noticias dan un cambio radical.

Se trata del 17 de diciembre de 1997. Ese día, una mujer de 60 años, Ana Orantes, denunció ante las Cámaras de Canal Sur Televisión, la cadena autonómica andaluza, que su marido, ebrio, la pegaba y la violaba constantemente desde que se casó con él. La denuncia provocó que al día siguiente el marido rociara a Ana Orantes con gasolina y la quemar viva. El cadáver lo descubrió su hija de 14 años cuando llegó del colegio al domicilio familiar, en la localidad granadina de Cúllar Vega. Durante ese año 97, otras tres mujeres más fueron quemadas por sus respectivos maridos. Sólo el caso de Ana Orantes tuvo repercusión

social. ¿Por qué? Porque había denunciado su situación en un programa de televisión.

A partir de ese momento, esa conciencia social hizo mella incluso entre los legisladores que estaban un poco adormecidos por el efecto narcotizante de la costumbre.

Así se supo que la violencia del hombre contra la mujer es la primera causa de muerte en los países de Europa entre mujeres de 14 a 45 años, por delante de los accidentes de tráfico o el cáncer.

También desde esa fecha en que la sociedad española adquirió conciencia del grave problema que sufrían un buen número de mujeres en nuestro país, se distinguió entre “violencia doméstica” y “violencia machista”.

En un principio la agresión contra la mujer era considerada violencia doméstica, es decir aquella que se ejercía en el domicilio conyugal y adquiría el mismo valor informativo que la riña entre hermanos por una herencia, las desavenencias matrimoniales por infidelidades, los

enfrentamientos y rencillas entre padres e hijos por motivos puramente generacionales o de modas...

La realidad obligó a replantearse este fenómeno cuando se comprobó que el 85 por 100 de las víctimas de la violencia doméstica eran mujeres. Se quiso separar y distinguir lo que es la violencia en el seno familiar en si, de la que genera el hecho de ser mujer. Es decir violencia contra la mujer simplemente porque es el sexo más débil, porque el hombre tiene derecho sobre ella, porque está subyugada, sojuzgada, sometida y puede hacer con ella lo que le venga en gana, incluso matarla.

No es lo mismo una riña entre dos hombres por la propiedad de una finca o la discusión entre un padre y una hija por la longitud de la falda o el escote que matar a la mujer de uno, simplemente porque es mi mujer y yo soy el marido y hago con ella lo que quiero, No.

Por eso los colectivos que trabajan a favor de la mujer y por la erradicación de la violencia separaron los casos de

violencia en el seno familiar de la violencia machista en particular.

Son precisamente estos colectivos de concienciación los que acuden a los medios de comunicación para que su trabajo pueda traspasar fronteras desde una primera premisa: LA EDUCACION PARA LA PREVENCION DE ESTE GRAVE PROBLEMA PASA POR LA INFORMACIÓN QUE LA SOCIEDAD RECIBE, A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS NOTICIAS RELACIONADAS CON LA VIOLENCIA MACHISTA.

Los medios de comunicación deben, pues, ser los grandes aliados para fomentar una convivencia pacífica entre las parejas y desterrar esta lacra social que cada año acaba con la vida de más de 70 mujeres en España.

El magistrado Enrique López, que ha participado en estas jornadas y que fue portavoz del Consejo General del Poder Judicial, declaraba el 2 de abril de 2008 en la sede del Ateneo de Madrid, durante el II Seminario sobre Nuevas Tecnologías y violencia de género: “La sociedad reclama a la administración de justicia más eficacia, y nosotros pedimos a los medios de comunicación más

responsabilidad; que se impliquen en la lucha y en la prevención contra la violencia”. Y señalaba como ejemplo, que desde que los medios de comunicación entraron a concienciar a la opinión pública sobre los efectos negativos de la conducción temeraria, a través de campañas publicitarias, casos concretos de víctimas de los accidentes de tráfico, estadísticas de muertos y heridos en las carreteras españolas, etc., las cifras de siniestralidad vial habían mejorado en positivo desde hacía quince años. Añadía el portavoz del Consejo que el derecho se aplica cuando se produce el delito, pero que para la prevención, y evitar así que se produzca el daño, es fundamental el papel de los medios de comunicación.

A partir de estas reflexiones del magistrado hay que preguntarse cómo deben tratar los medios de comunicación las noticias relacionadas con la violencia contra las mujeres.

La agresión a una mujer, el delito de la violencia contra las mujeres no es un suceso al uso, no puede ser comparado con el robo de una cartera, el atropello de una anciana en la vía pública, el incendio de una vivienda por mala combustión del brasero o el atraco a un banco. Existen connotaciones sociales que diferencian la muerte de una mujer a manos de un hombre con el resto de los sucesos,

como también hay diferencias entre la rotura de un dique por una tormenta y el vertido de petróleo al mar (que es un delito) o el naufragio de un bote pesquero con la llegada de cayucos a las costas españolas, que es parte del grave fenómeno social que representa la inmigración.

Una de las conclusiones del reciente Congreso Nacional sobre Televisión y Políticas de igualdad, organizado por el Instituto Oficial de Radio y Televisión, afirmaba que “los malos tratos son un delito cuyo origen está en la consideración de inferioridad de las mujeres, y no se pueden presentar como un crimen pasional. Por tanto, las noticias referidas a la violencia contra las mujeres deben ubicarse en los medios de comunicación en las secciones de sociedad y nunca como sucesos”.

La lectura de este tipo de noticias en las páginas de sucesos o el conocimiento a través de la radio o la televisión en los bloques de los denominados en la jerga periodística “minutos basura”, es decir el tiempo final de los informativos en los que la audiencia da por concluida la actualidad y se concientiza de que lo que viene a continuación es relleno sin la menor trascendencia, no haría más que aumentar el problema: la falta de concienciación de los ciudadanos, que conocen este grave problema social, en los minutos finales, en un bloque en el que se cuenta con el mismo interés y la misma valoración

la detención de una banda de delincuentes y la muerte de una mujer a manos de su cónyuge.

El lenguaje para referirse a este tipo de noticias es fundamental. Es necesario huir de los tópicos, de las frases hechas, de las muletillas y de las frivolidades cuando informamos sobre un caso de violencia contra las mujeres. Si decimos “cosida a puñaladas”, “disparo certero” “cadáver ensangrentado” estaremos desviando la atención a aspectos colaterales que nada importan y no enfocaremos el verdadero drama de la muerte de una mujer a manos de su esposo, amante, compañero o amigo.

Y si nos atrevemos a avanzar las causas de la agresión, probablemente la estaremos justificando: se dice con frecuencia que la mujer fue asesinada por celos, o porque el marido estaba bajo tratamiento psiquiátrico, o que estaba sometido a un fuerte estrés, o que tenía depresión porque estaba en el paro o que era drogodependiente o alcohólico.... Todos los casos típicos para agredir a la mujer.

También hay mujeres que ven cómo su marido mantiene relaciones íntimas con otra mujer, las hay celosas, y mujeres alcohólicas o drogodependientes o que tienen estrés o que viven bajo los efectos de una fuerte

depresión.... Y ninguna de ellas se dedica a matar al marido.

Estas justificaciones no son propias de un medio de comunicación que quiera comprometerse contra la violencia que sufren las mujeres.

Estamos acostumbrados a escuchar la noticia precedida de frases como UN NUEVO CASO, DE NUEVO LA VIOLENCIA MACHISTA, UNA VEZ MÁS, NUEVO ASESINATO, UN CASO MÁS, UN DIA MAS TENEMOS QUE HABLAR DE.... Si anteponemos esta muletilla a la información, la estamos infravalorando. El ciudadano dirá: Otra de lo mismo, y la noticia pasará inadvertida. Ese efecto narcotizador resta fuerza a la información. Es una más, sin mayor importancia, qué me van a contar que no haya oído otras veces.... Con esta actitud, el medio de comunicación infravalora el problema social.

Atención a los testigos, recurso muy fácil para los medios de comunicación, sobre todo las televisiones, para apoyar con voces y valoraciones, la noticia. Se recurre con frecuencia a los vecinos, allegados... Fuentes poco fiables que poco o nada tienen que aportar. La violencia machista se ejerce en el interior de las viviendas, los únicos testigos son la pareja que discute, el agresor y la agredida. Fuera,

todo parece normal. Y entonces el testigo no tiene conocimiento de nada. Sus afirmaciones serán, en el mejor de los casos, banales y en el peor, casi justificativas. El testigo nunca da información, entre otras cosas porque no la tiene, y entonces se justifica con hipótesis, referencias interesadas, casi siempre refrendadas por su condición cultural y siempre irreflexivas.

Escuchamos con frecuencia eso de: Era buena persona, siempre saludaba por la escalera. No, no, nunca oímos peleas ni riñas... O, sacaba a pasear a los niños... Como ustedes comprenderán, el agresor no va lanzando a los cuatro vientos sus perversas ideas. Se las calla y las ejecuta.

Las imágenes: cuando se produce el suceso y los medios de comunicación acuden al lugar de los hechos, qué se encuentran: una puerta precintada por orden del juez, un reguero de sangre, un edificio, una calle...

Informativamente no tiene ningún interés. Pero hay que filmar para presentar la información, Y se buscan los recursos más mórbidos o los más chocantes o impactantes para justificar que el medio de comunicación ha estado en el lugar de los hechos. El charco de sangre, si lo hay, o el balcón por donde ha caído la víctima es el recurso más fácil. Y si encima preguntamos a la vendedora de la tienda

de le esquina, que no sabe nada pero se imagina todo, la información ya estará servida, Y eso no es así.

El medio de comunicación debe implicarse, debe ser beligerante en la lucha contra la violencia que padecen las mujeres. No basta sólo con ilustrar la información con el 016 SOBRE IMPRESIONADO de forma estática en la pantalla como única forma de denunciar lo que está sucediendo.

Se cuenta la noticia, la trágica noticia y luego nos olvidamos del problema. Hay que hacer un seguimiento, qué pasa con el agresor, cuándo se le juzga, qué condena se le impone, qué se está haciendo por acoger a las mujeres maltratadas.... Es decir que no sólo contar la agresión. La violencia tiene otras aristas que también hay que mostrar. Y para eso están los medios de comunicación. Para hablar, sobre todo, en positivo, para denunciar, sobre todo, las agresiones, para valorar, sobre todo que la justicia actúa....

En el mes de octubre de 2007, el Instituto Oficial de Radio y Televisión, dependiente de la Corporación Radio Televisión Española y el Instituto de la Mujer, hoy encuadrado en el ministerio para la Igualdad, organizaron en Madrid el I Congreso Nacional que llevaba por título TELEVISION Y POLITICAS DE IGUALDAD, en el que se debatió sobre el

papel que los medios de comunicación –audiovisuales en particular—y la Administración deben jugar a la hora de transmitir este tipo de informaciones. Este congreso elaboró unas conclusiones, a modo de manual de urgencia o decálogo sobre cómo informar de este tipo de delitos.

- 1.- Hay que evitar los modelos de mujer que lesionan su dignidad
- 2.- Los malos tratos contra mujeres atentan contra los derechos humanos
- 3.- No confundir el morbo con el interés social
- 4.- La violencia contra las mujeres no es un suceso
- 5.- No todas las fuentes informativas son fiables
- 6.- Dar información útil y asesorarse previamente
- 7.- Identificar la figura del agresor y respetar la dignidad de la víctima
- 8.- La imagen no lo es todo; no hay que caer en el amarillismo
- 9.- Las cifras pueden referirse a distintas realidades; hay que informarse y explicar
- 10.- Los estereotipos y los tópicos frivolan y banalizan

Pero claro, éstas son las conclusiones de un congreso, una referencia y una recomendación a los medios de

comunicación, que sólo se acuerdan de Santa Bárbara cuando truena.

El último caso que hizo saltar la alarma y removi6 las conciencias entre los profesionales de la comunicaci6n y la propia administraci6n fue el de SVETLANA, una mujer rusa de 30 a6os de edad que fue asesinada por su antiguo novio, un alicantino llamado RICARDO NAVARRO (condenado hace ahora un mes, el pasado 3 de marzo, a 21 a6os de c6rcel), el 22 de noviembre de 2007. Cuatro d6as antes, SVETLANA hab6a aparecido en el programa de ANTENA 3, "EL DIARIO DE PATRICIA". Se trataba de buscar la reconciliaci6n entre la mujer rusa y su antiguo novio. En el estudio, ante las insistentes preguntas de la presentadora, la mujer dijo NO por dos o tres veces a las propuestas de matrimonio de Ricardo que incluso le regal6 en antena un anillo y le pidi6 matrimonio de rodillas. La escena fue vista por m6s de dos millones y medio de personas. A la salida del programa, el ex novio la asest6 varias pu6aladas. Cuatro d6as despu6s, muri6 en el hospital de Alicante.

R6pidamente comenzaron las cr6ticas y las acusaciones a este tipo de programas. La productora neg6 cualquier responsabilidad, pues la mujer hab6a ido al programa de forma voluntaria. Pero no sab6a que se iba a encontrar con

su ex novio, a quien había abandonado por malos tratos. Lo productores del programa alegaron desconocer esa situación.... El caso es que, como hemos visto al principio y ahora, la relación entre televisión y agresión se da con cierta frecuencia. Por eso el papel de los medios de comunicación es fundamental.

Ocurrida la tragedia la vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega se reunió con los responsables de todas las cadenas de televisión para pedirles un mayor control y evitar situaciones como las de SVETLANA.

De entrada, las televisiones se negaron a redactar un código de autoregulación y decidieron comprometerse a crear una comisión de expertos que se encargue de diseñar fórmulas sobre cómo tratar las informaciones relativas a la violencia contra la mujer. Y mientras llegan esos expertos a decir a los periodistas cómo tienen que trabajar (ha pasado año y medio y los expertos todavía no han dado señales de vida. El año pasado fueron asesinadas 75 mujeres y este año llevamos hasta la fecha 12), las televisiones y la Administración sólo se comprometieron a:

- Hacer una mención expresa del número de emergencia de malos tratos (016)
- Informar de las condenas firmes a los maltratadores

- Recalcar en las informaciones que las agresiones a mujeres suponen una agresión a toda la sociedad
- Crear series de televisión en las que se fomente la igualdad entre hombres y mujeres, escritas por periodistas de prestigio.

Así pues tendremos que esperar a los expertos y a los periodistas de prestigio que se pongan a escribir para ver los resultados de los compromisos que adquieren las televisiones y la Administración a la hora de afrontar este problema.

Y todo quedará igual hasta que se produzca el próximo caso de violencia machista e intervengan los medios de comunicación. Y ya está ocurriendo. Pero se lo contaré más adelante.

Los códigos éticos de los medios de comunicación no recogen en sus páginas el tratamiento informativo que debe darse a este tipo de noticias. Hay escasas menciones a la infancia, la juventud, los colectivos marginados, las minorías... Pero no hay nada escrito sobre cómo tratar de forma específica la información sobre violencia contra la mujer.

Y tampoco lo recogen explícitamente los Códigos de los Organismos profesionales que velan por las buenas prácticas de los periodistas. La FAPE, que es la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, suscribió en 1993 un Código Deontológico en el que simplemente dice que “el periodista extremará su celo profesional en el respeto de los derechos de los más débiles y 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”.

Hay excepciones, naturalmente, porque la concienciación es muy elevada y el profesional asume su responsabilidad frente a la opinión pública.

La Unión de Periodistas Valencianos elaboró en 2002 un manual titulado NOTICIAS CON LAZO BLANCO en el que reafirmaba que el papel de los medios de comunicación a la hora de transmitir noticias de este tipo debía ser el de **CREAR UN CLIMA MORAL DE RECHAZO Y RESPALDO SOCIAL HACIA LAS VICTIMAS, TRANSMITIENDO NOTICIAS DE FORMA RIGUROSA Y EXENTAS DE SENSACIONALISMO, LEJOS DE LA SECCION DE SUCESOS Y DANDO VOZ A LAS VICTIMAS Y A PERSONAS EXPERTAS.**

Sobre la figura del agresor, los periodistas valencianos dicen que los medios de comunicación deben elaborar un **PERFIL DEL AGRESOR QUE LE IDENTIFIQUE COMO TAL Y QUE LOGRE EL RECHAZO SOCIAL.**

Y otra excepción. El único medio de comunicación que ha adquirido conciencia de lo que está ocurriendo entre prensa y violencia contra las mujeres ha sido el diario PÚBLICO, editado en Madrid, que salió a la calle en el mes de septiembre de 2005 y que pertenece a la esfera de la productora MEDIAPRO y La Sexta.

El joven periódico es el único que tiene un Código Ético que cumple, y que ha sido elaborado por la redacción del diario y avalado por la dirección. Son diez puntos que pueden ser asumidos por todos los medios de comunicación, pues en ellos no hay matices editoriales ni intencionalidades interesadas. Y lo que sí hay, a mi modo de ver, es valentía, contundencia y beligerancia para denunciar el maltrato que sufre la mujer. El Código dice:

1.- Usaremos los términos “violencia de género”, “violencia machista”, “violencia sexista” y “violencia masculina contra las mujeres”, por este orden. Rechazamos las expresiones “violencia doméstica”, “violencia de pareja” y “violencia familiar”.

- 2.- La violencia de género no es un suceso, sino un problema social. Por ello, no le daremos ese tratamiento. No publicaremos fotos ni detalles morbosos.
- 3.- Nunca identificaremos a las víctimas ni incluiremos información que pueda perjudicarlas a ellas o a su entorno.
- 4.- Respetaremos siempre la presunción de inocencia de los agresores. Una vez haya sentencia condenatoria, los identificaremos debidamente, destacaremos el castigo e intentaremos incluirlos en los titulares.
- 5.- Nunca buscaremos justificaciones o motivos (alcohol, drogas, discusiones...) La causa de la violencia de género es el control y el dominio que determinados hombres ejercen contra sus compañeras.
- 6.- Evitaremos las opiniones de vecinos o familiares que no hayan sido testigos directos de los hechos. En cualquier caso nunca recogeremos opiniones positivas sobre el agresor o la pareja.
- 7.- Intentaremos ofrecer opiniones de personas expertas en la materia. Priorizaremos las fuentes policiales y las de la investigación. No se informará con precipitación.
- 8.- Sólo incluiremos testimonios de víctimas de malos tratos cuando no se hallen en situación de emergencia o bajo cualquier otro tipo de presión.

9.- Denunciaremos también la llamada “violencia continua” (agresiones, maltrato psicológico, aunque no tenga resultado de muerte).

10.- Siempre incluiremos en la noticia el teléfono gratuito de ayuda a las víctimas (016) y cualquier otra información que les pueda ser útil.

Códigos Éticos, recomendaciones, y autorregulación, siempre a partir de las iniciativas de los colectivos profesionales que son los que tienen la responsabilidad de informar y decidir cómo hay que tratar las noticias desde un punto de visto ético y moral. Pero como digo son excepcionales los profesionales que se plantean esta cuestión, la asumen y tratan de hacer su trabajo de forma responsable

Sin embargo y por desgracia, los Códigos éticos saltan de las redacciones cuando conviene al editor, como ha saltado en multitud de ocasiones el código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia, suscrito en diciembre de 2004 por todas las televisiones, tanto públicas como privadas que emiten en analógico y al que se adhirieron después algunos canales que emiten a través de la Televisión Digital Terrestre. Se trataba de sentar las bases para evitar programas nocivos para la población

infantil que se pega a la televisión como una lapa. Las franjas horarias que delimitaban esta programación especial que evitara programas nocivos eran de lunes a viernes, de 8 a 9 de la mañana y de 5 a 8 de la tarde. Los fines de semana y festivos, de 9 de la mañana a 12 del mediodía.

El código de autorregulación tenía como principios:

- Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los menores
- Fomentar el control paternal, de modo que se facilite a los padres una selección crítica de lo que ven los niños
- Evitar la incitación de los niños a imitar comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud
- Evitar la utilización de los conflictos personales y familiares como espectáculo
- Evitar mensajes y escenas de contenido violento o sexual que carezcan de contenido educativo.

Pues bien, el código se firmó en diciembre de 2004. En 2005, Antena 3 lo había roto en 209 ocasiones, Cuatro en 71, Telecinco en 46, La Sexta en 18 ocasiones y Televisión Española en 15.

¿Para qué entonces un Código o la autorregulación?

Como no hay interés por parte de los medios de comunicación (salvo honrosas excepciones como acabamos de ver) en comprometerse de forma expresa y contundente para dar la batalla frente a esta lacra social, nos encontramos con frecuencia con casos que hacen tambalearse los cimientos de la ética profesional. Les decía hace un momento que después del caso de SVETLANA, la mujer rusa que salió en Antena 3 y que removi6 la conciencia social de medios de comunicación y administración, hay otro que ya está siendo denunciado. Se trata del tratamiento informativo que algunas cadenas de televisión están haciendo del caso de MARTA DEL CASTILLO, la joven sevillana asesinada y cuyo cadáver todavía no ha aparecido.

Cuando surgen este tipo de noticias, sin duda de gran calado social y que atraen el interés de la opinión pública, los medios de comunicación se desbordan. Piensan que cuantas más noticias se den, más exclusivas se consigan, más primicias se alcancen, los ciudadanos estarán mejor informados y buscarán ese medio de comunicación para informarse.

Pero lo que verdaderamente se persigue es que la audiencia suba y la caja registradora eche humo después de contabilizar todo lo recaudado en publicidad. Por eso

hacen de la noticia una sucesión continua y la introducen tanto en los informativos como en los programas magazines de la mañana o la tarde. Pero hay una diferencia. Los informativos los elaboran periodistas, con cierto criterio, con contenidos determinados, contextualizados, en los que se valoran los tiempos, las opiniones, las afirmaciones de unos y otros, se buscan las fuentes.... En los magazines, que son programas de entretenimiento ese control profesional salta por los aires y cada uno es libre de hacer, decir o conectar con quien quiera.

Es el caso, por ejemplo, de Tele5 y Antena 3 que durante el tratamiento informativo de la detención de los presuntos autores del asesinato de Marta del Castillo, entrevistaron a una menor de edad, a cara descubierta, supuesta novia de uno de los detenidos.

Las entrevistas de Tele 5 se produjeron en El Programa de Ana Rosa y en Rojo y Negro. A la niña de 14 años, compañera, al parecer de uno de los detenidos se le hacían preguntas de este tenor:

- ¿Sabes que estás viviendo con un asesino?
- Dinos qué te dice y qué te hace cuando estás con él
- ¿Te engañaba con ella o con más?
- ¿Te enamoraste tú de él o él de ti, porque tú eres una niña?

En Antena 3, la menor fue entrevistada en el programa TAL CUAL LO CONTAMOS.

En los dos casos, Tele5 y Antena 3, la menor iba acompañada por su madre. Unas veces aparecían las dos en el plató y en otras, la madre estaba en un set aparte. Y en los dos casos también hubo reclamos publicitarios:

- ESTA NOCHE EN TAL COMO LO CONTAMOS, ENTREVISTA A LA MENOR DE 14 AÑOS, NOVIA DE...
- ROTULOS CON LLAMADAS A LAS ENTREVISTAS DESPUÉS DE LA PUBLICIDAD.
- CONTINUAS ALUSIONES A LO QUE VENDRÁ DESPUÉS PARA ENGANCHAR A LA AUDIENCIA....

Y la madre, ¿por qué estaba en todas las entrevistas a su hija?

Yo no tengo pruebas y, de momento, no se sabe nada. Pero si estas dos cadenas pagaron y pugnaron por entrevistar a Luís Roldán o a Julián Muñoz...

Y cosas por el estilo. ¿Para qué un Código Ético si luego vemos situaciones como las que les acabo de narrar? Están proliferando en España organismos que se dedican a velar y a denunciar las prácticas abusivas de los medios de comunicación audiovisuales. Se trata de los Consejos Audiovisuales. Funcionan en Cataluña, Navarra, Andalucía y, aunque sus competencias son limitadas, sus informes y denuncias son un aldabonazo a las conciencias de quienes utilizan malas prácticas a la hora de hacer información. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha elaborado un informe sobre el tratamiento que han dado las televisiones al caso de Marta del Castillo. Han analizado 100 horas de programación televisiva entre los días 14 y 17 de febrero en estos parámetros:

- Duración de la noticia
- Conexiones en directo
- Hipótesis sin confirmar
- Elucubraciones sin bases contrastadas
- Difusión de rumores y de juicios de valor
- Espectáculo y tratamiento morboso

El Consejo, en un informe de 183 folios, que ha elevado al ministerio fiscal, a la secretaría de Estado de Telecomunicaciones y a la Consejería de Bienestar Social de la Junta de Andalucía, indica que todas las televisiones,

en mayor o menor medida “han vulnerado los principios y códigos éticos”. Cita el caso de la menor de edad que les acabo de relatar, e indica que en las televisiones se han emitido 374 imágenes de menores de edad identificados.

Les apporto a Vds. estos datos, recogidos por el Consejo Audiovisual de Andalucía, y referidos a la televisión autonómica Canal Sur.

Considerando, y ésta es su obligación, que la noticia tiene especial trascendencia porque tanto los hechos como los protagonistas son de Sevilla y el interés social se multiplica por la proximidad en el espacio y en el tiempo, una de las máximas del periodismo para definir el concepto de noticia, hay que decir que Canal Sur dedicó el día 16 de febrero, fecha en que se conoció la detención de los presuntos homicidas, un total de **4 horas y 58 minutos a esta noticia.**

El informativo de mediodía le dedicó un 30 por 100 de su tiempo y el de la noche, un 42 por 100.

Pero es que en el magazine ANDALUCIA DIRECTO se le dedicó a la noticia un 78 por 100 del total de su tiempo.

Las conexiones con la orilla del Guadalquivir, donde buscaban el cadáver duraron 27 minutos, las conexiones

con la sede de los juzgados, 18 minutos y las conexiones con el domicilio de la víctima, 17 minutos.

¿Qué se puede decir durante 27 minutos de una noticia que no existe porque el cadáver no aparecía?

¿Qué se puede decir durante 18 minutos desde la puerta de unos juzgados donde los detenidos no hacen declaraciones a la prensa?

¿Dónde están los expertos que tienen que orientar las informaciones, tal y como se acordó en 2007 cuando el caso de la mujer rusa que fue asesinada después de su aparición en Antena 3?

¿Dónde está el compromiso de las cadenas de televisión para erradicar la información basura ante hechos tan desagradables como éstos?

Yo no soy profesor de ética, sino de Redacción Periodística. Y a los alumnos de 5º curso les explico cómo deben tratarse informativamente noticias relacionadas con la violencia contra las mujeres, sobre terrorismo, sobre maltrato infantil.... Todos ellos reprueban las prácticas que se utilizan hoy en día. Pero también debo decirles que si mañana alguno de estos alumnos, debido a la precariedad en el empleo, la necesidad o la simple casualidad termina informando sobre estas cuestiones, no les quepa duda de

que actuarán tal y como les ordenen sus jefes, que a su vez han recibido la orden de los editores. Porque la culpa de lo que está ocurriendo la tienen quienes mandan no quienes obedecen. Porque es muy triste tener que guardar todos los días tu conciencia en el cajón de la mesa de la redacción a cambio de 600 euros (en la mayoría de los casos sin descuentos, porque no hay contrato ni seguridad social) y pasarte toda la tarde en la puerta del juzgado sin nada que ofrecer a la opinión pública, simplemente para que se luzca desde el plató el comunicador (que no siempre es periodista) de turno.

La tendencia hasta ahora era la de invocar a los Códigos Éticos y a la autoregulación para conseguir unos contenidos dignos y honestos. Está claro que dos no se ponen de acuerdo si uno no quiere. A partir de este momento, y después de lo que hemos visto con el caso socialmente más alarmante de violencia contra las mujeres, como es el de la joven Marta del Castillo, habrá que ir pensando en que los responsables de antena son los que deben arbitrar las medidas para que la información sobre este tipo de delitos, sea todo un mensaje de rechazo, una denuncia de este tipo de prácticas, un antídoto contra la violencia y, sobre todo, un revulsivo que fomente la educación, la prevención y la erradicación. Y aquí, los

medios de comunicación, los buenos medios de comunicación, los honestos medios de comunicación, los comprometidos medios de comunicación, tienen una función social que cumplir muy importante.

Lo decía el magistrado Enrique López, a quien he citado al inicio de esta intervención y con quien hemos compartido jornada: los medios de comunicación deben orientar a los jueces, porque con sus informaciones, con sus denuncias, con sus planteamientos reales de la situación, arrojan luz sobre las lagunas que todavía tiene la ley.

Y hay un ejemplo claro: la insistencia en la denuncia de casos de malos tratos, de violencia contra las mujeres, de la indefensión de las maltratadas, provocó que se llevara al parlamento, se aprobara y entrara en vigor la ley orgánica 1/2004 sobre MEDIDAS DE PROTECCION INTEGRAL CONTRA LA VIOLENCIA DE GENERO, en cuyo artículo 11, además, se hace un llamamiento a los medios de comunicación audiovisuales de titularidad pública para que traten en sus informaciones a la mujer conforme a los valores constitucionales.

Creo que esa gran responsabilidad debe honrar a los medios de comunicación. Todo lo demás será obstaculizar una conquista social —el respeto a la mujer— que en pleno siglo XXI todavía tiene importantes carencias.

Muchas gracias por escucharme y muy buenos días.

