

Dykinson Ebook

**ÉTICA,
COMUNICACIÓN
Y
GÉNERO**

Debates actuales

**JUAN CARLOS SUÁREZ VILLEGAS
SERGIO MARÍN CONEJO**

Editores

ISBN: 978-84-1324-746-5

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 917021970/932720407.

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial
Para mayor información, véase www.dykinson.com/quienes_somos

© Los autores
Madrid

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1324-746-5

ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO ÉTICO-INFORMATIVO DE LAS NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO: EL CASO DE SVETLANA ORLOVA¹

AURORA EDO IBÁÑEZ
Universidad CEU Cardenal Herrera

1. Introducción

El 19 de noviembre de 2007 fallecía Svetlana Orlova en un hospital de Alicante a causa de las graves lesiones que el día de antes su expareja, Ricardo Navarro, le había causado. Tan sólo cuatro días antes de la agresión, el 14 de noviembre, víctima y asesino compartían asiento en el famoso programa de testimonios *El Diario de Patricia* [en adelante *EDP*], emitido cada tarde en Antena 3 y producido por Boomerang TV. Svetlana acudía al programa para recibir una supuesta sorpresa por parte de una persona conocida, pero no sabía con quién se iba a encontrar. Ricardo fue el primero en entrar al plató, y desveló a la presentadora, Patricia Gaztañaga, que quería recuperar a su exnovia “con la que había roto después de un problema económico. Sin embargo, ante las preguntas de la presentadora, acabó reconociendo que había algún motivo más: *Bueno, también soy un poco celoso, la agobio mucho...*” (Fonseca, 2010: 102). Acto seguido, Gaztañaga invitó a Ricardo a salir del plató para dar paso a Svetlana. Entonces la presentadora le comunicó que quien le pretendía dar una sorpresa era Ricardo. “Cuando Svetlana supo que se trataba de su exnovio, ya en directo, pudo renunciar a encontrarse con él. Sin embargo, no lo hizo” (Fonseca, 2010: 103). Pero, ¿acaso hubiese sido diferente el fatal desenlace de la mujer si hubiese rechazado encontrarse cara a cara con su asesino?

En definitiva, Ricardo pidió perdón a Svetlana y aprovechó la ocasión para, con anillo incluido, pedirle matrimonio, pero Svetlana rechazó las ofertas de Ricardo. De no haber sido por esta breve aparición televisiva, el caso sólo hubiera merecido una noticia en prensa, “pero no fue así porque Svetlana, muy a su pesar, se convirtió después de muerta en toda una estrella mediática” (Sánchez, 2008: 63). Pero, ¿por qué víctima y verdugo se encuentran en un plató de televisión? Ricardo se pone en contacto con el programa porque quiere recuperar a su exnovia. Automáticamente el programa contacta con Svetlana, a quien informa que alguien quiere darle una sorpresa y si está dispuesta a asistir. Una vez ella acepta -podría pensar que era un familiar de su país natal-, los redactores entrevistan a ambos y les hacen cumplimentar un intenso cuestionario donde, según Fonseca (2010), se incluyen preguntas sobre causas pendientes con la justicia, existencia de órdenes de alejamiento o de malos tratos. A todas estas preguntas los dos respondieron negativamente, sin embargo, Svetlana ya había denunciado en dos ocasiones a Ricardo y sobre este pesaba una orden de alejamiento y una condena de once meses de prisión por violencia de género. Pero tal sentencia no era firme en el momento en

1 Trabajo enmarcado en el Proyecto I+D+i “Crisis y relectura del liberalismo en el período de entreguerras (1920-1938): las aportaciones de Walter Lippmann y José Ortega y Gasset” (FFI2013-42443-R).

que ambos acudieron al programa porque la policía no había podido localizar a Ricardo y, por tanto, notificarle su condena. Casi dos años después del asesinato, Ricardo Navarro es condenado a 21 años de prisión.

Reacciones críticas contra el programa y la cadena

El caso de Svetlana conmocionó a la opinión pública y no se hicieron esperar las reacciones por parte de diversos sectores de la sociedad civil. Fueron numerosas las voces que se alzaron para criticar duramente al programa de Antena 3, en particular, y a los medios de comunicación, en general, por su falta de ética y de responsabilidad social para con la ciudadanía, y por incumplir los códigos de autorregulación suscritos por los propios medios.

En el mundo de la judicatura, fue la entonces presidenta del Observatorio contra la Violencia de Género del CGPJ, Montserrat Comas, quien señaló como único culpable del asesinato a Ricardo Navarro, pero sí sentenció que “el programa de televisión podría incurrir en una ‘responsabilidad civil por daños en el derecho de imagen y del honor de las personas’” (Carmona, 2012: 243). Comas fue más allá y criticó “los denominados ‘programas del corazón’, donde ‘se ventilan’ derechos que afectan a la intimidad y a la imagen de las personas. ‘Lo que se habla (en estos programas) atenta contra los códigos éticos y profesionales del periodismo’”². También del mundo de la justicia se pronunció la fiscal de la Sala Delegada contra la Violencia sobre la Mujer, quien calificó de “grotesco y muy triste” que Svetlana acudiese al programa sin saber con quién se iba a encontrar y añadió que el programa “es ‘un espectáculo sin ningún tipo de ética y de moral’” (ABC, 22 de noviembre de 2007: 24). En el ámbito de los medios de comunicación fueron sonadas las declaraciones del presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía y catedrático de la Universidad de Sevilla, quien aseguró que “estamos asistiendo a un proceso de degradación progresiva del medio televisivo en la carrera por buscar audiencia, la dinámica del todo vale está llevando a un juego diabólico que explota la aparición de lo privado en el ámbito público”³. También la presidenta del Consejo Audiovisual de Cataluña, una de las instituciones más sensibilizadas y comprometidas con la erradicación de la violencia contra las mujeres desde los medios de comunicación, expresó que “hay cierta responsabilidad en Antena 3 por no saber prever que no se puede jugar con fuego” (El Mundo, 23 de noviembre de 2007, citado por Sánchez, 2008: 66).

Significativamente importantes fueron, también, las reacciones de la sociedad civil organizada. Telespectadores Asociados de Cataluña (TAC), a través de un comunicado, pidió la retirada de EDP y lamentó la existencia de programas que “convierten en espectáculo los problemas y miserias ajenas”⁴. Por su parte, la Federación de Mujeres Separadas y Divorciadas no sólo lamentó la banalización y espectacularización de los malos tratos, sino que también exigió a la cadena una reflexión sobre su responsabilidad en lo acontecido. Asociaciones de mujeres y colectivos feministas se sumaron a las reivindicaciones anteriores reclamando el perdón público de Antena 3 y la retirada de este tipo de programas⁵.

2 Blázquez, D. (22 de noviembre de 2007): El CGPJ denuncia que programas como «EDP» violan códigos éticos. ABC, 24.

3 M.C.B./R.G.G. (22 de noviembre de 2007): Aluvión de críticas contra el programa de Antena 3. El País, 47.

4 Piden la retirada de ‘EDP’ (21 de noviembre de 2007). La Vanguardia. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/sucesos/20071121/53413027154/piden-la-retirada-de-el-diario-de-patricia.html>

5 Lourido, M. (21 de noviembre de 2007): Exigen a Antena 3 que se disculpe por engañar a una chica que rechazó en un programa a su maltratador y acabó asesinada. Cadena SER. Recuperado en: <http://cadenaser.com/ser/2007/11/21/>

Acciones llevadas a cabo tras el suceso

Pero sin duda alguna, la respuesta más destacada fue la toma de medidas por parte del gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, un gobierno comprometido con la lucha para erradicar la violencia machista desde que llegó al poder en 2004 y que culminó con la aprobación de la Ley Integral contra la Violencia de Género. Como señala Bandrés, “la indignación vertida en los medios de comunicación por este caso generó los encuentros entre el Gobierno Español y los principales medios de comunicación, para intentar mejorar la emisión de noticias sobre violencia de género” (2011: 116). A la reunión mantenida entre gobierno y máximos dirigentes de las cadenas privadas españolas acudieron representantes de Antena 3, Telecinco, Cuatro, La Sexta, Net TV y Veo TV, y los acuerdos alcanzados, a corto plazo, fueron, como apunta Sánchez (2008), incluir en las noticias sobre violencia de género el número 016, informar de las condenas a los maltratadores para evitar la extendida sensación de impunidad de los criminales, matizar que los asesinatos de mujeres a manos de hombres son un delito que afecta a toda la sociedad, y, a largo plazo, la creación de una comisión de expertos que plantease formas correctas de tratar las informaciones sobre violencia machista. Sin embargo, y de entrada, las cadenas reunidas rechazaron la adopción de un código de autorregulación en dicha materia ya que tres años antes, en 2004, ya habían suscrito uno⁶ para “velar por los contenidos televisivos de cara a ofrecer una programación de calidad y carente de todo signo de violencia para los pequeños que, a determinadas horas, consumían televisión” (Sánchez, 2008: 72).

Por su parte, las televisiones públicas tampoco quedaron al margen. Un día después de la reunión celebrada con las privadas, el gobierno acordó con RTVE y las autonómicas agrupadas en FORTA la creación de la figura del Defensor de la Igualdad además de asumir las medidas adoptadas por las privadas el día anterior⁷.

Respuesta de los implicados: productora y cadena

La productora Boomerang TV -la encargada de la realización de *EDP*- se exculpaba señalando que nada les hacía sospechar que algo así pudiese suceder, dado que en los cuestionarios respondidos por Ricardo y Svetlana no se detectaron señales de malos tratos. En Boomerang consideran que en este y en todos los casos hacen “todo lo que legalmente se puede hacer. Ni podemos entrar en la base de datos de la policía ni en los de la Justicia [en referencia a la condena de prisión y la orden de alejamiento que recaía sobre Ricardo]. No podíamos hacer más de lo que hicimos” (*La Vanguardia*, 21 de noviembre de 2007). Por ello, la productora no pidió perdón públicamente al no considerarse culpable de lo acontecido (*ABC*, 22 de noviembre de 2007: 24). Y por su parte, Antena 3, además de condenar el asesinato de Svetlana, calificaba de “injusto que se estableciera una relación causa-efecto entre el programa y la muerte de la mujer” (*El País*, 22 de noviembre de 2007: 47).

espana/1195606216_850215.html

6 Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, acuerdo firmado por TVE, Antena 3, Telecinco y Sogecable. [<http://tvinfancia.es/tvinfancia/>]

7 F.Á. (30 de noviembre de 2007): Las TV públicas tendrán un llamado Defensor de la Igualdad y emitirán series contra la violencia de género. *ABC*, 24.

2. Responsabilidad social de los medios ante la información sobre violencia de género

Los medios de comunicación social se erigen, en prácticamente igualdad de condiciones, como agentes de socialización y educación junto con la familia y la escuela -fuentes tradicionales de educación de la ciudadanía-. A las más que conocidas funciones de informar, formar y entretener, se suma la de educar: transmisión de valores y normas (Fund. Andaluza FFE, 2009). Atendiendo a esto, el papel de los medios a la hora de informar a la sociedad sobre el problema de la violencia de género es crucial. A lo crucial hay que añadir los siguientes datos porcentuales anotados por López en su estudio para RTVE: “no debe olvidarse que es precisamente a través de los medios de comunicación como 16.000 personas de la UE han conocido este problema (el 89% a través de la televisión; el 65% de la prensa, y el 44% por la radio)” (2002: 26) y “en marzo de 2001 el CIS [...] publicó un informe sobre el calado de estas informaciones, el 92% de los encuestados afirmó haber visto, oído o leído noticias referidas a malos tratos a mujeres en los seis meses precedentes” (2002: 7).

Son numerosas las voces de personas expertas en la materia que alertan sobre la importancia de cómo los medios informan sobre la violencia contra las mujeres, dada su capacidad de influencia en el público y de construcción de la realidad social en general y de la realidad del problema que aquí nos ocupa en particular. Así pues, Pérez indica que:

Es importante el modo en que la sociedad conoce de la violencia sobre la mujer, pues si es informada convenientemente de sus causas y de sus consecuencias, podrá posicionarse en contra de ella. Pero si los medios pasan de puntillas sobre el problema, limitándose a llenar sus páginas de casos y más casos, sin entrar a reflexionar, entonces están colaborando a su pervivencia (2001).

Y en esta misma línea se pronuncia Vega al formular que los medios son considerados por importantes organismos como “una institución con una responsabilidad central en la erradicación de la violencia contra las mujeres y, en consecuencia, en la realización de sus derechos humanos” (2014: 13). Por otra parte, no sólo moralmente los medios están comprometidos con ofrecer una información correcta, completa y alejada del morbo en torno a la violencia de género, sino que así también se lo exige la ley. En primer lugar, la Ley Orgánica 1/2004 involucra, en su artículo 14, a los medios como parte activa en la lucha contra la violencia de género. Y en segundo lugar, la CE, en su artículo 128.2, reserva al Estado la capacidad de intervenir en “empresas cuando así lo exigiere el interés general”⁸, es decir, esta intervención pública es la “calificación de la radiodifusión y la televisión como servicios públicos esenciales” (Garlanza, Cobo y Esquembre, 2016: 823).

Constitucionalmente, y como señalan Galarza et al., el ejercicio de los derechos de libertad de expresión y de comunicar o recibir información por parte de los medios está privilegiado debido a “la función de servicio público de información a la ciudadanía y formación de una opinión pública libre” (2016: 824) que desempeñan los propios medios⁹. Sin embargo, como indica Aznar (2005), en un medio de comunicación confluyen dos circunstancias que en no pocas ocasiones entran en conflicto: la naturaleza empresarial y competitiva de los medios choca a menudo con el deber, tanpreciado y fundamental, de informar a la ciudadanía. Por ello, continúa Aznar, no es posible “hablar de ética periodística -incluso de libertad de expresión- sin tener en cuenta el carácter empresarial de los medios”.

⁸ Constitución Española. (BOE núm. 311, 29 de diciembre de 1978)

⁹ Es más, a partir de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, los medios audiovisuales privados pasan de erigirse como servicio público a servicio de interés general, lo que significa que aparte de ejercer las libertades antes expresadas, también tienen derecho a la libertad de empresa (Galarza et al., 2016: 825).

Esta responsabilidad que poseen los medios a la hora de construir un discurso en torno a la violencia de género se traduce, también, en la necesidad de implicar a la sociedad civil organizada, a través de las asociaciones feministas, en la construcción de una ciudadanía sensibilizada, comprometida y activa no sólo en la lucha contra esta lacra, sino también, en cuestiones de género y de igualdad entre hombre y mujeres (Postigo, Jorge, 2015: 97; Martínez, Zurbano, 2011: 6). En esta misma línea se pronuncia López al señalar que:

Además de la formación en la perspectiva de género de quienes trabajan en los medios [...] es preciso fortalecer el papel de la audiencia como receptora responsable del proceso de producción de los medios, ya que, tal como señala el Código Europeo de Deontología del Periodismo, es la propietaria, en última instancia, de la información (2008: 105).

Coincidente con esta es la conclusión a la que llegan Martín, Etura y Ballesteros (2016), en la que destacan la necesaria formación específica en materia de género del público para que ejerza un consumo crítico, reflexivo y responsable de los medios de comunicación. Vemos pues cómo la implicación de la sociedad civil organizada requiere, a su vez, la alfabetización mediática de esta para que sea capaz de analizar y evaluar críticamente los mensajes que recibe a través de los medios, en primer término, y exija a estos la responsabilidad que se les presupone, en segundo término. No obstante, y como consideran Galarza et al., el principal problema que existe para exigir esa responsabilidad mediática es “la desconexión existente entre las reivindicaciones de igualdad de género por parte de una ciudadanía formada en género, pero con escasos conocimientos relacionados con el sector audiovisual” (2016: 829). Esa ciudadanía formada en género son, básicamente, asociaciones feministas a quien también se les encomienda la tarea de sensibilizar a la ciudadanía en materia de violencia de género, de ahí la enorme importancia de proporcionarles las herramientas necesarias para su formación mediática.

Los talk shows: un poco de historia

Los *talk shows* -o programas de testimonios- son programas de entrevistas en los que los entrevistados, lejos de ser conocidos por lo que hacen, representan o por sus logros, son gente anónima que airea asuntos personales y aspectos privados de sus vidas en busca de fama o “de la solidaridad de la que carece en su entorno” (Lacalle, 2000: 80). En este tipo de formatos, que no dejan de ser un espectáculo, los temas por los que son entrevistados los invitados permiten una enorme identificación por parte del público presente y de la millonaria audiencia que los sigue, pues son temas muy del día a día, tales como problemas económicos, riñas por una herencia, infidelidades, amigos que ya no lo son, etc., que, por su forma de exponerlos, apelan a los sentimientos. De ahí su gran éxito entre el público. El origen del *talk show* debemos situarlo en Estados Unidos en los años 50 del siglo XX, y, aunque en sus orígenes los invitados eran personas ya famosas con algo interesante que contar, hacia los años 80 este tipo de programas “renunciaron [...] al carácter noticiable” para centrarse en aspectos más polémicos, violentos y, sobre todo, más íntimos (Lacalle, 2000: 82). En el caso español, el origen del *talk show* se remonta a los años 80, más centrado, en sus inicios, en programas de debates que en entrevistas testimoniales. Algunos ejemplos, emitidos a nivel nacional, son *Digan lo que digan* (TVE1), *Lo que necesitas es amor* (Antena 3) o *Quién sabe dónde* (TVE1). Independientemente de las diferencias de formato y contenido, para Lacalle, siguiendo a la autora Shattuc, los *talk shows* comparten una serie de rasgos: a) tratan temas sociales y personales; b) la participación del público presente en plató o de los telespectadores vía telefónica se hace imprescindible; c) “se estructura en torno a la autoridad moral de un conductor”; y d) son las mujeres el grueso de la audiencia. (2000: 87)

El Diario de Patricia

En julio de 2001 llegaba a la parrilla de Antena 3 *EDP* producido por Boomerang TV, considerada la empresa responsable de introducir en España “una nueva generación de espectadores al *talk show* y del rejuvenecimiento de invitados, temática y presentadores” (Jiménez, 2010: 35). Cada tarde, una serie de personas anónimas acudía al plató para contar su experiencia personal de acuerdo a la temática de cada emisión. Estas personas podían acudir porque así lo decidían ellas o porque otra las llevaba ‘engañadas’ para darles una sorpresa o reprimenda.

El éxito y la popularidad de este programa, presentado por Patricia Gaztañaga, hizo que se mantuviera en antena de manera ininterrumpida durante diez años, hasta agosto de 2011, y que se propagara el fenómeno del *talk show* por doquier. Como señala Jiménez, la tónica general de todos estos programas era que las cuestiones más íntimas se trataban con total desinhibición (2010: 36). Pero las críticas y polémicas acompañaron también al programa desde sus inicios -una de ellas la analizada en el presente trabajo-, hasta el punto de considerarlo uno de los programas más representativos de la telebasura española.

Problemas éticos que plantean los talk shows

Tras la aprobación, en 2004, del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, con el que se pretendía que las cadenas respetasen unas franjas horarias de protección para los menores de 13 años, se creó la Comisión Mixta de Seguimiento con el fin de evaluar el cumplimiento de dicho documento y atender a las quejas de los telespectadores. En el tercer informe de esta comisión, correspondiente al período comprendido entre el 9 de marzo de 2007 y el 9 de marzo de 2008 -período en el que tiene lugar el asesinato de Svetlana- son presentadas un total de 216 quejas, de las cuales 94 pertenecen a Antena 3 -la cadena estatal con más quejas-. En cuanto a los programas con mayor número de quejas se encuentra *EDP*, que recibe 10 quejas¹⁰, y estas responden, entre otras temáticas, a sexo, temática conflictiva, violencia o calificación para mayores de 13 o 18 años.

Sin embargo, y en relación a los *talk show* en general, la crítica más generalizada es la banalización y espectacularización de la esfera privada ante una millonaria audiencia, lo que desencadena en un tratamiento anecdótico y superficial de problemas sociales, como es la violencia contra las mujeres (Israel, 2006; Carballido, 2007). En este tipo de programas los límites entre lo privado y lo público son transgredidos sin pudor en busca del espectáculo televisivo traducido en rentabilidad económica. En palabras de Aierbe, Medrano y Martínez, “vivimos en un mundo en constante cambio, caracterizado por la falta de ideologías sólidas y por una revalorización de la cultura cotidiana”, a lo que añaden citando a Cocimano que “se ha llegado, incluso, a decir que la religión de la sociedad actual es la mediatización de la intimidad” (2010: 96). El grave error de que el principio de privacidad se vea constantemente ultrajado es la respuesta a la pregunta ¿qué interesa al público?, pues bajo la premisa de que esto o aquello es de interés público la privacidad se ve supeditada a los datos de audiencias (Aierbe et al., 2010).

En *EDP* los invitados son, por lo general, gente de bajo nivel económico, intelectual y cultural que, anonadados por las cámaras, son fácilmente manipulables por los responsables del programa y la

10 Los programas con mayor número de quejas son: 1º Shin chan (Antena 3) - 49 quejas; 2º Buenafuente (La Sexta) - 27 quejas; 3º A 3 bandas (Antena 3) - 13 quejas; 4º Channel N° 4 (Cuatro) - 11 quejas; 5º El Diario de Patricia (Antena 3) - 10 quejas.

presentadora, quienes consiguen que digan lo que supuestamente el público quiere oír. Contando sus miserias y moviéndose en el territorio de los sentimientos, se convierten en carnaza y objeto de burla para la audiencia. De esto sabe mucho Mariola Cubells, quien en su libro *¡Mírame, tonto!* relata los entresijos de un *talk show*:

¿Que por qué la gente viene a la tele a contar sus andanzas, buenas o malas? Después de tratar con ellos durante tantos años, puedo decir: [...] los no conocidos, vienen por soledad, por inconsciencia, por apabullamiento, por hipnosis. O por todo a la vez. Nosotros, los periodistas [...] les hacemos creer que son únicos, elegidos para la gloria, grandiosos, vitales para nosotros [...]. Su testimonio nos arrebató, nos divierte, nos subyuga. Y ellos se lo creen. Igual que creen que su problema nos importa de verdad porque les hemos prometido la solución, que quizá ni exista [...] (Cubells, 2003: 171).

La mediatización del dolor y la banalización de la barbarie son una constante en los *talk shows*, y también lo es la violencia machista, que aparece como ingrediente básico en este tipo de programas, lo que deriva en trivialización de la misma (Israel, 2006). En un contexto donde la socialización de la ciudadanía, en especial de la infancia y la juventud, se lleva a cabo a través del medio audiovisual, es igualmente de preocupante que espacios que no sean puramente informativos y que, además, permitan la fácil y rápida identificación, jueguen a convertir la violencia de género en espectáculo. Frente a la dinámica del todo vale, debemos, como señala Camps (2008), apelar a la ética profesional, pedir a los medios de comunicación social un compromiso ético que se traduce en la búsqueda de un “mínimo común ético”, que para la autora significa la exigencia a los medios de dos cosas: respeto máximo hacia las personas y hacia la democracia. En contraposición al aluvión de críticas a los *talk shows*, para Jiménez (2010) estos desempeñan una importante labor social porque no frivolan con la intimidad, sino que la resignifican. Además, para Jiménez, estos programas permiten tratar públicamente temas considerados tabú, revalorizar la vida cotidiana y otorgar a las personas invitadas anónimas un espacio que sería imposible conseguirlo de otro modo.

3. Hipótesis, objetivos y metodología

Partimos de la hipótesis de que el tratamiento informativo que recibe el caso de Svetlana en el diario nacional *ABC* incurre en errores éticos abordados en los múltiples códigos y recomendaciones publicados para orientar en el correcto tratamiento del problema de la violencia machista en los medios. Por consiguiente, el objetivo será comprobar y testar el grado de implementación y cumplimiento de estas recomendaciones en las piezas analizadas de *ABC* respecto al caso objeto de estudio, tomando como referencia dos documentos: el *Manual de Urgencia* del Instituto Oficial de Radio y Televisión¹¹ y las recomendaciones de Julia Yébenes Alberca¹², ex secretaria de Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la FAPE. Para alcanzar el objetivo planteado emplearemos el análisis de contenido en su vertiente más cualitativa (Andréu, 2001), pues, aparte de cuantificar el número de noticias aparecidas en *ABC* respecto al asesinato de Svetlana, lo que se pretende es comprobar el nivel de seguimiento de las recomendaciones ya mencionadas.

11 Este Manual de Urgencia del IORTV se encuentra en el dossier de prensa Mujer, violencia y medios de comunicación, un informe que analiza el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios de comunicación y en el que participó Pilar López Díez como experta en la materia. Fue publicado en el año 2002.

12 Yébenes, J. (2007). Tratamiento informativo de la violencia doméstica. En Álvarez, L., Puñal, A.B. & Evans, J. (Coords.), *Comunicación e Xénero* (269-276). Pontevedra: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.

La selección de la muestra a analizar se ha acotado temporalmente a una semana, comenzando en el día siguiente al fallecimiento de Svetlana y finalizando siete días después. De manera que las piezas están comprendidas entre el 20 y el 26 de noviembre de 2007, ambos inclusive. Por otro lado, la elección del diario *ABC* responde, en primer lugar, a que es uno de los diarios analizados en la futura tesis doctoral de la autora y, en segundo lugar, porque es el quinto periódico de información general con mayor número de lectores al día según el EGM en el periodo febrero-noviembre de 2007 -el séptimo teniendo en cuenta los diarios deportivos-. En cuanto al *Manual*, su elección responde, coincidiendo con Zurbano y Liberia (2013), a su alto nivel teórico-práctico, ya que se realizó después del estudio académico llevado a cabo por López y al alto consenso e implementación por parte, sobre todo, de las cadenas de televisión. Y el motivo de la selección de las recomendaciones de Yébenes es por ser ex miembro de la FAPE, la principal organización profesional de periodistas de España y, en concreto, por pertenecer al órgano Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de esta federación. Asimismo, ambos documentos son publicados antes de que el asesinato tuviese lugar, por lo que pudieron servir de referentes.

El análisis de la muestra ha seguido un protocolo de codificación -ficha de análisis- dividido en dos partes. Una primera que recoge los datos identificativos y principales de cada pieza y una segunda que recoge los ítems comunes extraídos de los puntos del *Manual* y de las recomendaciones.

1. Datos Identificativos y Principales
2. Titular de la noticia
3. Fecha de publicación
4. Sección
5. Página (par/impar)
6. Autoría de la noticia
7. Género periodístico
8. Imágenes (b/n o color)
9. Recomendaciones
10. Malos tratos/violencia de género: violación de los derechos humanos
11. Evitar morbo y sensacionalismo
12. Contextualizar: la violencia de género no es un asunto privado ni un hecho puntual y aislado, es un problema social
13. Consultar fuentes expertas (además de las policiales y judiciales), evitar los testimonios de allegados a víctima/agresor si no aportan nada relevante a la noticia
14. Dar información útil
15. Preservar la intimidad y el anonimato de la víctima y respetar la presunción de inocencia del agresor, pero ofrecer un perfil que defina su comportamiento
16. Huir de estereotipos, adjetivos, tópicos y frases hechas
17. Cuidar las imágenes
18. (*) Seguimiento de lo que ocurre con el agresor
19. (*) Evitar término ‘violencia doméstica’
20. (*) Qué informaciones rodean la noticia principal¹³

13 Los últimos tres ítems de las recomendaciones han sido añadidos porque son recogidos, también, por la gran mayoría de códigos y decálogos existentes.

4. Resultados

Análisis y discusión de los datos identificativos y principales

Tabla 1: Distribución de las piezas por días y géneros periodísticos

	Breve ¹	Noticia	Reportaje	Editorial	Col. Opinión	Art. Opinión	Carta al director	Análisis	Total
20/11		1							1
21/11	1	1							2
22/11	1	1	1	1	1				5
23/11	1	2			1		1		5
24/11	1	2			1				4
25/11	1	2		1	1	2		1	8
26/11							1		1
TOTAL	5	9	1	2	4	2	2	1	26

Fuente: elaboración propia

Como se deduce de la Tabla 1, el caso de Svetlana ha merecido por parte de *ABC* una media de casi cuatro piezas publicadas al día, lo cual significa que para este diario es un hecho de relevancia, la cual viene marcada, también, por la aparición televisiva. A esta importancia hay que añadir que, a pesar de que la noticia sea el género periodístico más usado para informar del caso, sobre este también se han publicado editoriales, artículos y columnas de opinión, además de un reportaje y un análisis, géneros, todos ellos, de mayor peso dentro de un diario, lo cual denota, como ya se ha apuntado, que el periódico otorga relevancia al caso de Svetlana. Y otras de las conclusiones extraíbles de la Tabla 1 es que la cantidad de piezas publicadas el 25 de noviembre responde a que este es el Día Internacional contra la Violencia de Género, aunque sólo una de las piezas hace referencia a esta celebración. En la siguiente Tabla 2 observamos en qué secciones y páginas se han publicado las 26 piezas.

Tabla 2: Distribución de las piezas por secciones y páginas par/impar

	OPINIÓN									
	PORTADA (pp.1)	SUMARIO (pp.2)	ESPAÑA	TV y COMUNICACIÓN	EDITORIAL (pp.4)	LA TERCERA (pp.3)	COLUMNISTAS	CARTAS AL DIRECTOR	TOTAL	CONTRAPORTADA
PAR		3	7	1	2		2	2	17	2
IMPAR	2		4			1			7	

Fuente: elaboración propia

Respecto a la ubicación de las piezas en las diferentes secciones de un periódico, los códigos recomiendan que las informaciones sobre asesinatos machistas y malos tratos no se publiquen en la sec-

ción de Sucesos para evitar que el lector considere que estos son casos fortuitos, aislados y casuales, como, por ejemplo, el atraco a un banco o un accidente de tráfico.

En este sentido vemos que ninguna de las piezas analizadas se ubica en la sección de Sucesos, sin embargo, no basta con cambiar de una sección a otra, pues si el relato sigue siendo de tipo suceso y las noticias que la rodean son, también, sucesos, el esfuerzo por ofrecer la verdadera dimensión compleja del problema es escaso. Y esto es lo que ocurre en las piezas analizadas que informan únicamente de los hechos presentando el asesinato de Svetlana como un suceso ordinario y agrupando en la misma página otras informaciones propias de la sección de Sucesos, como la muerte de un bebé, el asesinato de otra mujer o el desmantelamiento de una red que robaba coches.

Por su parte, el emplazamiento de las piezas en página par o impar es otro de los indicativos que permiten detectar si el diario ofrece mayor -impar- o menor -par- importancia al hecho relatado. En la Tabla 2 observamos que 17 de las 26 piezas aparecen en páginas pares y aunque esto denote menor interés por parte de ABC hacia el caso, el hecho de que encontremos piezas en portada, sumario -el periódico incluye las informaciones que desea destacar para atraer la atención del lector y mostrarle qué es lo que va a encontrar en el interior de sus páginas-, La Tercera -donde leemos el artículo de opinión firmado por el director del medio- y contraportada, contrarresta ese presumible menor interés. Respecto a si las piezas están firmadas y si van acompañadas por imágenes, da cuenta la Tabla 3.

Tabla 3: Total de piezas con imagen y firmadas

	IMAGEN	OBSERVACIONES DE IMAGEN	FIRMA	OBSERVACIONES DE FIRMA
SÍ	9	<ul style="list-style-type: none"> - Cinco de las noticias, el reportaje y el análisis van acompañados de imágenes a color. - Una de las noticias va acompañada de una viñeta, una sátira al programa EDP, firmada por Puebla. - Un breve en portada también va acompañado de imagen. 	19	Todas las piezas están firmadas a excepción de los breves y los editoriales.
NO	17	Las columnas y artículos de opinión, los editoriales, las cartas al director y los breves no van acompañados de imágenes.	5	Los editoriales nunca van firmados ya que muestran la línea editorial del diario.

Fuente: elaboración propia

Por último, otros indicadores analizados que también permiten detectar cuál es la relevancia otorgada a un acontecimiento por parte del diario es si las piezas van acompañadas de imágenes -en ese caso, se le concede mayor importancia a la pieza- y, en el caso de las noticias, si están firmadas por periodistas del medio -mayor importancia- o son noticias de agencia -menor importancia-. Como deducimos de la Tabla 3, son más piezas las que no van acompañadas de imágenes, pero estamos hablando de las piezas del género opinión, ya que más de la mitad de las noticias van acompañadas con imágenes a color, incluso una de ellas, con una viñeta firmada. Y por lo que respecta a las firmas, observamos que todas las piezas, a excepción de los llamamientos al interior y los editoriales -porque estos nunca van firmados- están firmadas por periodistas de la plantilla.

Análisis y discusión de las recomendaciones

Tras el estudio de las piezas de acuerdo a las recomendaciones extraídas del *Manual*, de las recomendaciones de Yébenes y de las aportadas por ser comunes en el resto de códigos y decálogos, los resultados son los siguientes:

En ninguna de las piezas se menciona de manera explícita o implícita que la violencia de género -y los malos tratos- son una violación de los derechos humanos y un atentado contra la dignidad de las mujeres víctimas, cuando este es el primer punto que recogen de manera casi unánime los códigos y recomendaciones. El morbo y el sensacionalismo vienen determinados, principalmente, por términos y expresiones referidos en su gran mayoría al hecho criminal en sí, como: “degollada”, “apuñalada en el cuello”, “se abalanzó sobre su víctima indefensa y la asestó un navajazo en el cuello”, “quedó tendida en el suelo en medio de un gran charco de sangre” o “matar a cuchilladas”. Todas estas expresiones son más propias de una crónica negra, próxima al relato novelesco - “el asesino hunde su mirada en el suelo. No entiende lo que ha sucedido. Quizá ya entonces rumia su venganza”-. Sin embargo, es práctica común que estas sean empleadas para describir detalladamente -cuando esto a su vez no nada aporta a la información- el crimen con el objetivo de atraer a lectores ávidos de morbo. En este sentido, el enfoque episódico de suceso que se le da a estas noticias, aun cuando ya no se publican en la sección de Sucesos, hace un flaco favor a la comprensión de la violencia de género como problema social, estructural y cultural. También encontramos referencias sensacionalistas cuando se menciona, en el cuerpo de la noticia y en un destacado, a qué se dedica el agresor, “trabajaba en una carnicería propiedad de sus padres”, lo cual tampoco aporta nada de información, pero sí de morbo al relacionar, consciente o inconscientemente, los términos ‘carnicería-cuchillos-degollar’. Por otro lado, podemos considerar frívolas las oraciones empleadas para informar de la repatriación del cuerpo de Svetlana, “volverá a su país en un frío ataúd” o “el cuerpo de una joven mujer depositado en una fría cámara del Tanatorio”. Para informar de este último aspecto, encontramos que el titular de la pieza dice así: “Cuestación para volver a casa en un frío ataúd”, por lo que ya no hablamos sólo de que el incumplimiento de los códigos se produzca en el cuerpo de las piezas, sino en el mismo titular, que es el elemento principal que el lector va a leer.

En las piezas analizadas la contextualización se limita a contabilizar el número de víctimas de la violencia machista hasta la fecha en la que Svetlana es asesinada. Ejemplo de ello son algunas expresiones como: “eleva el número a 69 en un año especialmente dramático” o “A falta de un mes para que acabe 2007, este año acumula ya más muertes por violencia machista [...] que en 2005 y 2006”. El número de fallecidas, al ser alto, ya pone de manifiesto la magnitud del problema. Sin embargo, de manera explícita no se explica, pues así lo recomiendan los códigos, que la violencia de género es un problema social de enormes dimensiones y que se da en a todas las clases sociales de manera reiterada y continua y no de manera puntual y aislada. Aunque sí podemos encontrar una breve explicación de ello en el único análisis publicado. Las fuentes recogidas en las 26 piezas se pueden clasificar en:

- Políticas: un total de seis, siendo la más destacada y nombrada la vicepresidenta primera del gobierno, María Teresa Fernández de la Vega.
- Judiciales: un total de cuatro, siendo la más destacada y nombrada la presidenta del Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género del CGPJ, Montserrat Comas. También del ámbito judicial, pero manteniendo su anonimato, son “fuentes judiciales” o “fuentes del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana”.

- Asociaciones: un total de tres fuentes pertenecientes a asociaciones de consumidores de contenidos mediáticos, cuales son los presidentes de Telespectadores Asociados de Cataluña, Asociación de Usuarios de la Comunicación y Agrupación de Telespectadores y Radioyentes.
- Del programa *EDP*: la productora del *talk show*, Boomerang TV, el director de programas de esta y “fuentes del programa”.
- Del entorno del agresor: el abogado de Ricardo Navarro, que sólo aparece en dos de las piezas analizadas, y “fuentes cercanas a la familia”.
- Vecinales: tan sólo aparece una vecina anónima, “según una vecina”.
- Otros (sin identificación): “algunas fuentes”, “según un portavoz de la funeraria”, “fuentes cercanas al caso”, foros y páginas web no oficiales de *EDP*.

De manera unánime, los códigos y recomendaciones establecen que hay que ir más allá de las fuentes inmediatas, cuales son las policiales y las judiciales, cosa que ocurre en las piezas analizadas, ya que las fuentes judiciales consultadas no están implicadas en la instrucción del caso pero sí son destacadas dentro del ámbito judicial y relacionadas con la violencia de género. Son, en definitiva, voces autorizadas. Así mismo, rechazan que familiares, vecinos y el entorno más próximo a víctima y agresor sean consultados como fuentes, debido a que lo que suelen aportar carece de interés informativo, reproducen estereotipos de género, minimizan la culpa del agresor, etc. En este sentido, tan sólo una vez es consultada una vecina. Por otro lado, recomiendan recurrir a personas expertas en violencia de género que sepan transmitir los verdaderos problemas de esta lacra, cosa que no encontramos en ninguna de las piezas analizadas a excepción de Comas. Sin embargo, sí se da voz a la sociedad civil articulada a través de asociaciones de consumidores de productos mediáticos, algo verdaderamente positivo para conocer el punto de vista opuesto a las fuentes del programa *EDP*. Por último, encontramos variedad de fuentes políticas. Los códigos establecen que su consulta es positiva si aportan información relevante, el problema surge cuando estas fuentes emplean la violencia de género como excusa para hacer campaña política, lo que no ocurre en las piezas analizadas. Pero sí hemos detectado que en aquellas piezas donde la fuente principal es De la Vega el autor critica o bien la ineficacia de la Ley 1/2004 o la intención del gobierno por reunirse con las televisiones privadas y no con las públicas -cuando, en realidad, se reunieron con televisiones de ambas titularidades-.

Por lo que respecta a la aportación de información útil, como por ejemplo informar sobre instituciones/centros de ayuda, qué pasos se han de seguir para interponer una denuncia por violencia de género o mencionar la existencia del número 016 -puesto en marcha desde septiembre de 2007-, ninguna de las piezas analizadas aporta este tipo de información. Si bien es cierto, y respecto al número 016, en el momento de los hechos llevaba poco tiempo en funcionamiento y será a partir del caso de Svetlana cuando se estandariza su inclusión en las noticias sobre violencia de género.

El respeto al anonimato de la víctima tan sólo se tiene presente en la primera pieza publicada tras el asesinato, quizá, más bien, por desconocer en esos momentos el nombre de la víctima. El resto de piezas se refieren a ella por su nombre de pila, por su nombre de pila más la inicial del apellido o por su nombre completo. Y en cuanto a la presunción de inocencia del agresor se plasma en términos como “presunto autor”, “presunto asesino” o “sospechoso del crimen”. Por lo que respecta a su identificación con nombre y apellidos, no es hasta la pieza número 6 (22/11/2007) cuando aparece por primera vez su nombre de pila. En adelante, se le identifica con su nombre de pila o con su nombre de pila más la inicial del apellido. Las recomendaciones hacen hincapié en respetar el anonimato y la

intimidad de la víctima, sobre todo cuando esta no ha fallecido. Sin embargo, para autoras reconocidas en la materia, como es el caso de Juana Gallego, sí es conveniente identificar a las víctimas con nombre y apellidos para poner rostro humano a un drama también humano. Y por lo que respecta a la presunción de inocencia del agresor, los códigos aconsejan su respeto, cosa que se cumple en las noticias analizadas. Aunque, y a pesar del respeto a la presunción de inocencia, los códigos recomiendan aportar datos sobre la personalidad del agresor que puedan ayudar a otras mujeres a detectar si están siendo víctimas de la violencia machista. Del mismo modo, algunas de las piezas arrojan información sobre el pasado delictivo del agresor, denunciado previamente por su anterior pareja por malos tratos, algo positivo para demostrar que estas situaciones no son producto de un arrebato de celos o de un hecho puntual.

El estereotipo más empleado tiene que ver con la nacionalidad de la víctima. En la práctica totalidad de las piezas analizadas aparecen los términos “nacionalidad rusa”, “mujer rusa” y “joven rusa” para referirse a la víctima. En este punto, las recomendaciones renuncian al uso de estereotipos de raza y clase para evitar que el problema de la violencia contra las mujeres se reduzca a colectivos de inmigrantes y/o de baja clase. No obstante, los estereotipos referidos a Svetlana actúan más bien de sinónimos a su propio nombre -también es mencionada la nacionalidad del agresor, española-. Pero si hay algún estereotipo de raza que esté totalmente fuera de lugar, ese es el que hace referencia a la exmujer de Ricardo, una mujer “de origen magrebí”, un dato que no aporta nada a la información y que sí puede incurrir en estereotipar la violencia de género. Por otro lado, son muchas las oraciones que minimizan la culpa del agresor y/o culpabilizan a la víctima. En este sentido podemos leer: “hombre herido y desequilibrado” u “otros hombres matan porque su esposa quiere divorciarse, o por celos enfermizos, o por complejos inexplicables para la mayoría de los ciudadanos”. Estas dos expresiones no son aceptadas por las recomendaciones ya que afianzan la errónea idea de que los agresores *son cuatro locos psicópatas*. Asimismo, encontramos oraciones que bien culpabilizan a la víctima por retomar la relación con su agresor -antes de acudir al plató de *EDP*-, o por tomar la decisión de dejarlo o bien que establecen una simplificada y errónea relación causa-efecto entre el rechazo de Svetlana a Ricardo en televisión y el asesinato: “le perdonó y volvió con su verdugo”, “pedirle [Ricardo] reiniciar la relación que ella había cortado”, “al que hace unos meses acusó de malos tratos y luego perdonó”, “Pese a la denuncia interpuesta [...] que más tarde fue retirada, estuvo conviviendo con este individuo hasta hace tan sólo un mes”, “se negó [Svetlana] a declarar contra él”, “la joven decidió cortar la relación”, “su negativa a retomar la relación [...] hizo que este decidiera acabar con su vida” o “le rechazó en televisión para después [...] aparecer acuchillada en Alicante”.

En cuanto a las imágenes que acompañan a las piezas, destacamos la inoportunidad de una de ellas y la positivada de otras tres. En una pieza vemos una imagen que muestra el portal donde Ricardo asesinó a Svetlana, una imagen que, según los códigos, no aporta nada relevante sino, más bien, acentúa el morbo y el sensacionalismo. Pero, por otro lado, observamos otras imágenes en las que aparece Ricardo escoltado por un policía y José Parejo Avivas -el asesino de Ana Orante- esposado y escoltado por la Guardia Civil, ambas imágenes muestran qué ocurre con los asesinos evitando la sensación de impunidad de estos crímenes machistas. Del mismo modo, es importante señalar que una de las piezas va acompañada de una viñeta que escenifica el plató de *EDP* y que pone de manifiesto el negocio sucio de estos programas comercializando con las miserias de la gente corriente. En los bocadillos de la presentadora se puede leer: “Quienes vivimos de las desgracias sabemos que nunca vienen solas... Traen mucha audiencia”.

Vinculado a esto último, también se ha analizado si las piezas arrojaban información sobre lo que le sucede al agresor tras cometer el crimen para, precisamente, no dar sensación de impunidad. Y en

este sentido sí que se han detectado breves pinceladas como “El titular del Juzgado de Violencia contra la Mujer [...] ordenó [...] el ingreso en prisión provisional del hombre”, “el magistrado ha abierto un procedimiento penal por el delito de asesinato” o “El detenido se encuentra desde el miércoles en prisión, comunicada y sin fianza”.

Respecto a los términos empleados para hacer referencia a la violencia de género, las recomendaciones coinciden en no emplear “violencia doméstica” y, a excepción de un editorial, ninguna pieza analizada emplea este término.

El último ítem analizado es la temática de las informaciones que rodean a la pieza principal, ítem expuesto ya anteriormente. Se han publicado noticias típicas de sucesos junto a las de Svetlana en la sección España, lo que provoca al lector la sensación de estar leyendo la tradicional sección de Sucesos, pero ahora denominada de otra forma. Pero, en contraposición, se han publicado informaciones que sí que tienen que ver con el tema principal y que, además, aportan datos relevantes, como por ejemplo el procedimiento que han de seguir todos los invitados que acuden a *EDP*.

5. Conclusiones

De manera genérica podemos establecer que las piezas analizadas se dividen en dos grupos temáticos. En el primero cabrían las piezas que relatan los hechos en sí -el crimen-, y en el segundo, aquellas informaciones que critican el fenómeno de la telebasura y que ponen de manifiesto los problemas que plantean programas como *EDP*.

En cuanto a los aspectos formales, las piezas analizadas cumplen con las recomendaciones de no aparecer publicadas en la sección de Sucesos, se les concede emplazamientos privilegiados (portada, contraportada, La Tercera), son abordadas desde diferentes géneros periodísticos, más allá del breve y la noticia y se les otorga importancia que vendría determinada por las imágenes, las firmas y el número de piezas publicadas.

Del contenido analizado cabe destacar el incumplimiento sistemático de lo que ordenan el *Manual* y las recomendaciones de Yébenes acerca de tratar la violencia de género como una violación de los derechos humanos y un atentado contra la dignidad de las personas. Tampoco ninguna de las piezas sigue las pautas de ofrecer información útil o profundizar en las raíces del problema -contextualizar- más allá del número de víctimas hasta la fecha. Y, aunque no sean consultadas variedad de fuentes expertas en violencia machista, sí se recogen las declaraciones de Montserrat Comas, del CGPJ.

Asimismo, algunas de las piezas, sobre todo las centradas en exponer los hechos, presentan el crimen machista como un suceso ordinario, empleando una narración, en ocasiones, de tintes dramático y emotivo, como si de una crónica negra se tratase. Esto impide al lector entender la complejidad del fenómeno al no ofrecer un encuadre temático que ponga de relieve la calificación de problema social y no puntual y aislado. En este punto, códigos y decálogos recomiendan emplear fórmulas de redacción diferentes a las utilizadas hasta ahora para atraer la atención del lector sin caer en el morbo ni en la saturación -e insensibilización- del público con expresiones tan manidas como “otro caso más de” o “nueva víctima de”. En este sentido, ninguna de las piezas titula de esta guisa, aunque sí encontramos estas expresiones en el cuerpo de algunas informaciones. Es necesario, también, destacar el incumplimiento en cuanto al uso de estereotipos y tópicos que frivolan y ofrecen una idea reduccionista de lo

que es la violencia contra las mujeres, restan culpabilidad a la acción del agresor aumentando la responsabilidad de la víctima y establecen una errónea relación causa-efecto entre el rechazo de Svetlana hacia Ricardo y el asesinato de esta.

Por último, dos aspectos positivos a resaltar son, por un lado, el seguimiento informativo de aquello que judicial y penalmente le está ocurriendo al asesino -ABC recogerá, dos años después, la sentencia dictada para Ricardo- y el seguimiento y plasmación del debate público sobre la responsabilidad social de los medios.

En resumen, concluimos que los aspectos formales analizados de las 26 piezas denotan la relevancia que el diario ofrece al caso de Svetlana, sin embargo, el incumplimiento de parte de las recomendaciones desvirtúa la complejidad del problema social de la violencia de género.

6. Referencias

- Aierbe, A., Medrano, C. & Martínez, J.I. (2010). La privacidad en programas televisivos: percepción de los adolescentes. *Comunicar* 18(35), 95-103.
- Andréu, J. (2016, Diciembre 13). *Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Aznar, H. (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- Bandrés, E. (2011). Propuesta para el tratamiento eficaz de la violencia de género. *IC: Revista Científica de Información y Comunicación* (8), 113-138.
- Camps, V. (2008). ¿Todo vale? Hacia una mirada ética en los medios de comunicación. *Comunicar* 16(31), 393-395.
- Carballido: (2007). Movimientos sociales y medios de comunicación: el cambio en el tratamiento de la violencia contra las mujeres. *Recerca* (7), 211-240.
- Carmona, M^a A. (2012). El impacto de la violencia de género: medios de comunicación. En Nieto, C. (Coord.), *La violencia intrafamiliar: menores, jóvenes y género. Una mirada desde la Práctica Profesional* (241-247). s.l.: J. M. Bosch Editor.
- Cubells, M. (2003). *¡Mírame, tonto! Las mentiras impunes de la tele*. Barcelona: Robinbook.
- Fonseca, S. (2010). La responsabilidad de los medios a la hora de informar. En Fernández, J., Noblejas, M. (Eds.), *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja* (99-116). Madrid: Centro Reina Sofía.
- Fundación Andaluza Fondo de Formación y Empleo (2009). *Intervención profesional en mujeres víctimas de violencia de género en el ámbito de la comunicación*. Dirección General de Violencia de Género. Consejería de Igualdad y Bienestar Social. Junta de Andalucía.
- Galarza, E., Cobo, R. & Esquembre, M. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social* (71), 818-832.
- Israel, E. (2006). Propuestas para la representación informativa de la violencia contra las mujeres desde el periodismo social e intercultural. *Comunicación e Ciudadanía* (1), 1-21.
- Jiménez, E. (2010). *Talk show y audiencia: los procesos de recepción de un género de telerrealidad* (tesis doctoral). Universidad del País Vasco.
- Jorge, A. (2015). El papel garantista del Consejo Audiovisual de Andalucía del tratamiento informativo ético de la violencia machista en los medios. En Postigo, I., Jorge, A. (Coords.), *El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres* (75-97). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

- Lacalle, C. (2000). Mitologías cotidianas y pequeños rituales televisivos. Los *talk shows*. *Anàlisi* (24), 79-92.
- López: (2002). La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. En *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación. Dossier de prensa* (21-34). Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión
- López: (2008). Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. *Feminismo/s* (11), 95-108.
- Martín, V., Etura, D. & Ballesteros, C.A. (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), 891-911.
- Martínez, B. (2010). El tratamiento informativo de la violencia contra la mujer en Galicia hoy: un análisis a la luz de los códigos deontológicos. *Observatorio (OBS) Journal* 4(4), 53-72.
- Martínez, J., Zurbano, B. (2011). Periodismo y Violencia de Género: la necesidad de un compromiso. En Suárez, J. C., *La ética de la comunicación a comienzos del siglo XX* (124-139). Sevilla: Eduforma.
- Pérez, E. (2016, Noviembre 30). La violencia contra la mujer en la prensa. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81944409>
- Sánchez, G. (2008). Violencia de género y medios de comunicación. Una aproximación al tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a las mujeres. *Cuadernos de periodistas* (13), 63-80.
- Telespectadores Asociados de Cataluña (2017, Enero 24): EDP. Recuperado de: http://web.archive.org/web/20090504143956/http://www.taconline.net/ver_analisi_tv.asp?id_articulo=35
- Vega, A. (2014). El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. *Comunicación y Medios* (30), 9-25.
- Zurbano, B. y Liberia, I. (2013). Análisis crítico de los discursos audiovisuales sobre la violencia contra las mujeres: estudio comparado de caso. *Sphera Pública* 1(13), 114-135.