

Reseña / Javier FERNÁNDEZ ARRIBAS Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja Escuela de Periodismo y Comunicación, España, 2011, 239 pp.

La información y la sensibilización son elementos de primer orden en el discurso informativo sobre la violencia de género. Los medios de comunicación son la primera fuente de información ciudadana sobre este asunto y éstos son en gran medida los responsables del diseño y la formación de los imaginarios sociales con respecto a esta lacra. Dicha primacía les añade una doble responsabilidad: la de proveer a los ciudadanos de una información veraz, relevante y diligente, y la de incrementar la sensibilidad a este respecto como estrategia para la erradicación del fenómeno (véase Miguel LORENTE ACOSTA “¿Qué papel pueden tener los medios de comunicación de masas en la erradicación de la violencia de género al amparo de la Ley Integral?”, en José María BERNARDO PANIAGUA (coord.), Retos de la Comunicación ante la Violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social, Tirant Lo Blanch, Barcelona, 2010, pp. 49- 63).

Las reflexiones teóricas sobre la responsabilidad, tratamiento y efectos de los medios en la información de violencia de género son cuantiosas y han proliferado en los últimos años. Su valor es inestimable y han contribuido a sentar las bases del entramado deontológico y conceptual que hoy se maneja como parte del buen hacer periodístico en estas cuestiones. Los periodistas Fernández y Noblejas completan la producción académica existente con un original y acertado estudio que no solo hace acopio de las consideraciones de los expertos en la materia sino que, además enfrenta las valoraciones con respecto al tratamiento mediático de la violencia de género de dos de las principales partes afectadas: los ciudadanos y los periodistas.

En su reciente obra, Javier Fernández y Miryam Noblejas reflexionan sobre las consideraciones que los periodistas hacen de su propia labor y la enfrentan con las de los ciudadanos, revelando en ocasiones contradicciones tan interesantes como el diferente parecer sobre si debe informarse del modus operandi de un feminicidio o el grado de afectación profesional de los periodistas según el signo editorial del medio para el que trabajen. Esta oportuna y enriquecedora confrontación ha llevado a esclarecer aspectos que bien merecerían una profundización mayor sobre la propia profesión periodística y la vigencia de determinados valores- noticia. Nos referimos por ejemplo al hecho de que los periodistas apuesten en ocasiones por contenidos sensacionalistas o a que demuestren creer menos que la ciudadanía en su propio poder de transformación social. También a que “el 47,06% [de los periodistas encuestados] considera más noticioso una agresión de una mujer a un hombre que una sentencia condenatoria a un agresor de mujeres (45,15%) o que una agresión de un hombre a una mujer (7,79%). Esto es porque piensan que la agresión de una mujer a un hombre es menos habitual (60,19%) y porque creen que la sentencia condenatoria tiene un carácter ejemplarizante (24,50%)” (p.23). Así, se desvelan determinados estereotipos o concepciones arcaicas con respecto a los criterios de selección periodísticos que no confluyen con la deseable vocación social de los medios de comunicación: proveer a la ciudadanía de un riguroso y responsable conocimiento de la realidad que nos rodea para (en esta conjunción está la clave de los postulados del Periodismo Social) conformar a una sociedad informada, formada y sensible para con su propio desarrollo. Un periodismo “que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones” (véase Alicia CYTRYNBUM, Periodismo Social: una nueva disciplina, La Crujía, Buenos Aires, 2009).

Este libro, en suma, revela no solo interesantes matices en la configuración noticiosa actual de la violencia de género sino que, tal vez sin pretenderlo, arroja un poco más de luz sobre la propia configuración de la profesión periodística, sus normas internas de funcionamiento y las categorías de noticiabilidad vigentes. Categorías que priman lo original y lo nuevo (lo rentable) a lo beneficioso, lo útil, en una concepción del periodismo que lejos de postularse cercano a la Teoría de la Responsabilidad Social (véase Fredrick S. SIEBERT, Theodore PETERSON Y Wilbur SCHRAMM, *Four theories of the press*, Illini Books, Illinois, 1963, pp.168) se vuelve en los tiempos que corren cada vez más mercantilista (véase Ana BALSEIRO EXPÓSITO, “Análisis de la responsabilidad de los medios de comunicación: Informar para prevenir. Los medios como formadores de opinión”, en Teresa SAN SEGUNDO MANUEL (dtra.), *Violencia de género: una visión multidisciplinar*, Ramón Areces, Madrid, 2008).

La violencia de género es un problema vigente en nuestra y en otras sociedades. Es un conflicto lastrado por el sustento ideológico que lo engendró: el patriarcado; y al que se ataca social e institucionalmente desde varios frentes. Tanto desde el cambio de raíz (la transformación de la de mentalidad, el avance hacia la igualdad real y efectiva) como desde la paliación y erradicación de los efectos del mismo, como puede ser la lucha contra la violencia de género. Mientras los sustratos ideológicos que la hacen posible pervivan de algún modo en nuestras sociedades (anclados por ejemplo en discursos simbólicos violentos y vejatorios) la lucha contra sus efectos (una larga lista de vulneraciones de los Derechos Humanos. p.41) seguirá obstaculizada por un doble freno: la resistencia al cambio de mentalidad y al de conducta. Por ello, los esfuerzos institucionales, políticos, académicos ...son fundamentales. Este libro es prueba de la preocupación existente en el campo académico y profesional por corregir desde el ámbito de actuación propio este problema social, universal y actual.

Sin embargo, en ocasiones se sigue incurriendo en una redundancia que no viene sino a oscurecer el beneficio que de la reflexión conjunta pudiera obtenerse. Nuevamente, como colofón del estudio, un decálogo viene a sentar las bases del deseable camino a seguir para un correcto tratamiento de esta cuestión exponiendo una receta para “que el periodista sea parte de la solución, no del problema” (p. 232). Solo entre noviembre de 2010 y enero de 2011 y en nuestro contexto más inmediato vieron la luz dos documentos guía para abordar informativamente la violencia de género: el Acuerdo Marco del compromiso de los medios de comunicación y periodistas de Extremadura contra la violencia hacia las mujeres y la presente obra *Cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja*. Y éstos son solo los más recientes ya que existen una gran variedad de decálogos, recomendaciones y demás suerte de documentos que vienen a coincidir en los valores y prácticas a seguir.

En el manual de estilo o documento de recomendaciones de esta obra se mantiene el mismo espíritu que en otras ocasiones: salvaguardar la intimidad, cuidar y clarificar el lenguaje, visibilizar herramientas y servicios, no politizar... No aporta nada sustancialmente diferente exceptuando un compromiso claro y contundente en contra de los anuncios de contactos: “Valores. Además de informar y entretener, la labor de los medios debe contribuir a consolidar valores y principios de igualdad, derechos y respeto y reconocimiento para la mujer. Los anuncios de contactos deben desaparecer porque degradan su imagen” (p. 233). Sin embargo, ya parece un buen momento para reflexionar sobre la ineficacia de las medidas, y su porqué, en vez de para recrearse en ellas multiplicando los documentos que redundan en los mismos principios. En este libro, en suma, se desvelan las grietas –y la resistencia– de ese periodismo que lejos de virar hacia los postulados de la ética y la deontología, hacia donde los expertos y los profesionales avistan un horizonte mejor para todos, se resiste inmóvil al cambio de

tendencia acentuándose cada vez más esa frontera entre quienes piensan en el periodismo y quienes mandan en el periodismo (véase Ramón REIG, Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España, Gedisa, Barcelona, 2011, pp. 320).

Belén ZURBANO BERENGUER  
[se.su@onabruz.b](mailto:se.su@onabruz.b)