



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Universidad de La Laguna

España

Galarza Fernández, Emelina; Cobo Bedía, Rosa; Esquembre Cerdá, Mar
Medios y violencia simbólica contra las mujeres

Revista Latina de Comunicación Social, núm. 71, 2016, pp. 818-832

Universidad de La Laguna

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81943468042>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EXTRA ‘VIOLENCIA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN’ [1/6]
LIBRO COLECTIVO “[EXTRA VIOLENCIA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN](#)”

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Galarza Fernández, R Cobo Bedía, M Esquembre Cerdá (2016): “Medios y violencia simbólica contra las mujeres”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 818 a 832

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1122/42es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1122](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1122)

Medios y violencia simbólica contra las mujeres

The media and the symbolic violence against women

Emelina Galarza Fernández [CV] [ ORCID] [ GSI] Universidad de Málaga, (UMA) España – meligalarza@gmail.com

Rosa Cobo Bedía [CV] [ ORCID] [ GSI] Universidad de A Coruña, España - rosa.cobo@udc.es

Mar Esquembre Cerdá [CV] [ ORCID] [ GSI] Universidad de Alicante, España - mm.esquembre@ua.es

Abstracts

[ES] Presentación y metodología de la investigación. En esta investigación se ha analizado la violencia estructural contra las mujeres existentes en la sociedad, y la contribución de los medios de comunicación a la misma. Ello a pesar del marco jurídico, internacional y nacional, tanto referido a los medios de comunicación como a la igualdad de género. El análisis así como las aportaciones que se realizan a modo de conclusiones se enmarcan dentro de la teoría crítica que representa el feminismo. **Resultados.** De entre las soluciones que se pueden realizar desde las administraciones públicas se señalan dos: una de cara a los medios de comunicación y otra de cara a la ciudadanía. **Conclusiones.** Las administraciones competentes deben exigir una cuota de difusión de contenidos de igualdad, así como formar a la sociedad civil organizada en alfabetización mediática con perspectiva de género.

[EN] Introduction and methods. This research article analyses the structural violence that is exercised against women in Spanish society and the ways in which the mass media has contributed to this type of violence despite the existence of international and national regulations pertaining to the media and gender equality. The analysis, contributions and conclusions of this research study are framed within the ideas of feminist literary criticism. **Results.** Among the solutions that public institutions can implement to tackle violence against women the article highlights two that are especially relevant in relation to the media’s misrepresentation of women and society’s treatment of

women. **Conclusions.** The competent public institutions must demand the media to meet gender equality quotas to improve the representation of women, and must provide media literacy from a gender perspective to the organised civil society.

Keywords

[ES] Violencia patriarcal; feminismo; medios de comunicación; sociología; derecho.

[EN] Patriarchal violence; feminism; mass media; sociology; law.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Cuestiones metodológicas. 3. El carácter estructural de la violencia patriarcal y los medios. 3.1 La violencia estructural. 3.1.1 Las estructuras simbólicas. 3.1.2 Las estructuras materiales. 3.2 La televisión: instrumento de reproducción de la violencia simbólica. 3.2.1 El régimen jurídico de la televisión en el ordenamiento jurídico español. 3.2.1.1 Servicio público, de interés general y libertades comunicativas. 3.2.1.2 La configuración de los límites a las libertades comunicativas. 3.2.2 La igualdad entre mujeres y hombres: valor, principio, derecho. 4. Discusión y conclusiones. 4.1 Cuotas de difusión. 4.2 Alfabetización mediática a la sociedad civil organizada

[EN] 1. Introduction. 2. Methodological questions. 3. The structural character of patriarchal violence and the mass media. 3.1. Structural violence. 3.1.1. Symbolic structures. 3.1.2. Material structures. 3.2. Television: as reproducer of symbolic violence. 3.2.1. The legal regime surrounding television in the Spanish legal system. 3.2.1.1. General-interest public services and communicative freedoms. 3.2.1.2. Configuration of the limits of communicative freedoms. 3.2.2. Equality between women and men: value, principle, right. 4. Discussion and conclusions. 4.1. Gender representation quotas. 4.2. Media literacy for the organised society. 5. Notes. 6. References.

Traducción de **CA Martínez-Arcos**
(Dr. en Comunicación por la Universidad de Londres)

1. Introducción

La violencia contra las mujeres es un fenómeno social global. Ninguna sociedad escapa a esta modalidad de violencia. La idea que ha circulado durante mucho tiempo es que el hábitat natural de la violencia masculina es el de las relaciones de pareja heterosexuales. Sin embargo, la violencia patriarcal no se agota en las agresiones físicas en el marco de las relaciones interpersonales, pues las mujeres somos objeto de violencias simbólicas y materiales. Y entre las primeras, los medios de comunicación emiten persistentemente mensajes que sexualizan a las mujeres y devalúan lo femenino. Y esto es sólo la punta del iceberg. La producción de violencia está vinculada a estructuras marcadas de desigualdad, discriminación y opresión.

El feminismo, como teoría y como práctica política, ha trabajado en la identificación de la violencia explícita, pero también en la que se oculta; ha combatido la violencia simbólica y la material desde los años setenta. El discurso de la violencia contra las mujeres que se está fabricando desde el imaginario patriarcal despolitiza la violencia al privarle de sus causas, al oscurecer sus raíces, al enmascarar las relaciones de poder que están en el fundamento de la violencia.

Los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, son estructuras materiales que reproducen la violencia simbólica patriarcal no solo a través de estereotipos y roles sino también a través de la invisibilización de las mujeres. Frente a este proceso de distorsión de los mensajes, existe un marco normativo que contiene dos estrategias significativas, la cuota de difusión y la alfabetización mediática, para así aproximarnos a la igualdad material entre hombres y mujeres.

2. Cuestiones metodológicas

La violencia contra las mujeres es un fenómeno social complejo que ha sido insuficientemente explicado desde los distintos paradigmas de las ciencias sociales. Las claves para entender la violencia patriarcal se encuentran en el marco interpretativo feminista. Desde la teoría feminista se ha construido un marco explicativo para analizar y explicar las distintas manifestaciones de la violencia patriarcal. En las últimas décadas se ha construido un *corpus* teórico para dar cuenta de este fenómeno social. Sin embargo, en feminismo, tal y como sostiene Celia Amorós, *conceptualizar es politizar* (Amorós, 2008). Por eso, los análisis teóricos feministas tienen su correlato en las prácticas políticas que tienen lugar en el marco tanto de la sociedad civil como del Estado:

“Son numerosas las feministas que han ido construyendo el cuerpo teórico, práctico y político del que hoy disponemos para entender la violencia y sus consecuencias en la vida de las mujeres. Este conocimiento se ha construido en una red laberíntica y entrelazada de saberes, disciplinas y experiencias, en una estrecha interrelación entre activistas, investigadoras, docentes, políticas, técnicas y profesionales feministas de diferentes países y continentes. Buena parte del conocimiento del que hoy disponemos se debe a los relatos de las experiencias vividas por las mujeres en sus relaciones de maltrato” (Nogueiras, 2015: 73).

En otros términos, tanto la investigación teórica como la intervención política son necesarias para desactivar las prácticas de violencia masculina.

En la investigación de la violencia contra las mujeres es preciso hacer preguntas feministas: ¿por qué los hombres asesinan a las mujeres y no al revés? ¿Y por qué son los varones los que acosan sexualmente a las mujeres y no las mujeres a los varones? ¿O por qué las mujeres son violadas en las guerras, mutiladas genitalmente en nombre de su cultura y los varones no son objeto de prácticas similares? ¿Por qué en la industria del sexo las mujeres son mercancía para los varones demandantes y constituyen un sector fundamental del nuevo capitalismo neoliberal? ¿Por qué los medios de comunicación reproducen de manera sistemática roles y estereotipos o mal informan sobre la violencia de género? A modo de adelanto, hay que señalar que la violencia masculina está hondamente arraigada en la cultura patriarcal de desprecio a las mujeres.

La teoría feminista hoy es el resultado de contribuciones intelectuales realizadas desde los distintos saberes y áreas de conocimiento. En las ciencias sociales se han formulado análisis feministas hasta confluir en una perspectiva teórica que ilumina aquellas dimensiones de la realidad social en la que están presentes las mujeres. En efecto, “la teoría feminista, al aportar una nueva forma de interrogar la realidad, acuña nuevas categorías analíticas con el fin de explicar aspectos de la realidad que no habían sido tenidos en cuenta antes de que se desvelase el aspecto social de los géneros”. (Cobo, 2000)

Desde la triple perspectiva de la sociología, el derecho y la comunicación, este trabajo se encuentra dentro del compromiso por la construcción de una sociedad más justa, desde la teoría crítica que representa el feminismo (Rald, 1996) y estrechamente vinculado al movimiento feminista [1].

3. El carácter estructural de la violencia patriarcal y los medios

El origen de la violencia contra las mujeres debe buscarse en las estructuras simbólicas y materiales sobre las que se asienta el patriarcado. Para ello, es necesario que el feminismo identifique las fuentes de la producción de la violencia contra las mujeres y no acepte la definición y los límites que sobre la violencia hacen las élites patriarcales en general y los gobiernos en particular, incluso aquellos que son progresistas. Pues si bien es cierto que la violencia se ha convertido en algunas sociedades en un significativo poderoso en la esfera pública (Marugán y Vega, 2002), también lo es que en esta época de reacción patriarcal ese significativo ha sido desasido de la teoría que lo conceptualizó y del movimiento social que lo convirtió en un hecho político. En estos momentos, el feminismo debe tomar el control de la narrativa sobre la violencia contra las mujeres frente a la hegemonía ideológica que han conquistado los sectores más patriarcales de la sociedad.

3.1. La violencia estructural

Las sociedades están compuestas de estructuras materiales y simbólicas. De instituciones y de ideas, de estratificaciones y definiciones sociales. Para que las sociedades funcionen fluidamente, es decir, sin conflictos, debe haber coherencia entre ambas estructuras. El imaginario colectivo debe estar adaptado a los entramados institucionales. Es necesario que exista congruencia entre las definiciones sociales y la estructura social. Entre el imaginario colectivo y la vida social. Si esta correspondencia se quiebra aparece, según Peter Berger, una crisis de plausibilidad. Dicho de otra forma, cuando no se corresponde lo simbólico con lo material sobreviene una crisis de legitimidad. Y aparecen conflictos y posibles espacios de descomposición social y desorden.

En la constitución y formación de las realidades materiales y simbólicas se encuentran las raíces más profundas de la violencia contra las mujeres. Y, al mismo tiempo, en la falta de adecuación entre ambas realidades, en las incoherencias e incongruencias podemos buscar prácticas emancipatorias para hacer frente a la violencia masculina.

3.1.1. Las estructuras simbólicas

Toda sociedad tiene un centro simbólico en el que se asientan los valores dominantes de la sociedad. Este centro simbólico está vinculado a las diferentes instancias de socialización. Abarca el mundo de las definiciones sociales, desde los prejuicios hasta las grandes construcciones científicas y religiosas. De este espacio surgen los mandatos socializadores. Y, por ello mismo, apuntan a las subjetividades individuales y colectivas. La socialización es una herramienta central en la constitución de la subjetividad. Y las definiciones sociales son el soporte sobre el que se asienta el imaginario colectivo patriarcal.

El centro simbólico de la sociedad tiene un núcleo y también una periferia. Los valores, que se instalan en el núcleo de ese espacio simbólico, se sacralizan para sacarlos fuera del debate social y político. Es, precisamente, por eso que esos valores deben transmitir la idea de que forman parte de un orden natural de las cosas imposible de alterar. Esos valores que anidan en el corazón del espacio

simbólico son aquellos sobre los que se asienta la sociedad y sin los cuales la sociedad dejaría de ser lo que es. Por ejemplo, la idea de propiedad privada o la idea de jerarquía de los sexos construidos como normatividades diferentes y complementarias se encuentran en las entrañas de esa simbólica.

En este espacio simbólico se gesta la complicidad inconsciente del oprimido con el opresor, que facilitará la hegemonía de los varones. Por eso, los valores instalados en el centro simbólico social constituyen la base del consenso social. Cuando las estructuras simbólicas funcionan adecuadamente, el consenso está garantizado y se oscurece el origen de la violencia masculina. El consenso trae consigo la ‘aceptación’ del dominio por parte de los dominados. Por supuesto, esa dominación tiene un carácter no consciente y ahí, precisamente, radica el éxito del patriarcado y las condiciones de su propia auto-reproducción. En otros términos, la violencia y el dominio son las dos caras de la misma moneda. La violencia patriarcal, la invisible, no es una anomia ni tampoco una disfunción del sistema. Forma parte del sistema y lo constituye. Por eso, el sistema patriarcal no puede subsistir sin violencia. Y por eso, sus estructuras, las simbólicas y las materiales, son profundamente coactivas.

Pues bien, en este mundo simbólico se encuentra uno de los nudos fundamentales de la violencia contra las mujeres, pese a que aparece como una realidad no violenta y, por ello, no política.

3.1.2. Las estructuras materiales

Las estructuras materiales de una sociedad son el conjunto de realidades institucionales y sociales que componen cualquier comunidad humana. Las relaciones económicas, políticas, culturales, sexuales, étnico-culturales, raciales o de género, entre otras, se inscriben en estructuras materiales. ¿Cómo podemos identificarlas? El poder político, el económico-financiero, el mercado de trabajo, la familia, el trabajo no remunerado que se realiza en el hogar, las organizaciones políticas, sindicales o profesionales, los nuevos movimientos sociales, las instituciones religiosas, los medios de comunicación las prácticas culturales o la red de asociaciones de distinto carácter, entre otras realidades sociales, configuran las estructuras materiales. Y el conjunto de relaciones sociales se concretan en una red compleja de estratificaciones y jerarquías sociales que desembocan en ámbitos de desigualdad.

Estas estructuras materiales no solo están constituidas para reforzar la lógica capitalista y para impedir que el estado cree mecanismos y dispositivos de regulación del capital, también lo están para instalar en cada una de las estructuras materiales la jerarquía de género.

La característica fundamental de estas estructuras materiales, Durkheim las denominaría ‘hechos sociales’, es su carácter coactivo. Todas las estructuras materiales son coactivas hasta incluso para quienes se identifican con esas realidades sociales, aunque solo lo percibirían si quisieran escapar de ellas. Pues bien, estas realidades materiales son significativamente coactivas con las mujeres. En efecto, cuando la sociedad crea patrones de representación devaluados que sugieren su inferioridad se está inscribiendo la jerarquía de género en las estructuras materiales.

En efecto, estas estructuras constituyen la base de la coacción. Y sus mecanismos se configuran como instancias de violencia tanto cuando excluyen, como cuando prohíben o estereotipan a las mujeres. Sin embargo, la representación estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación, entre otras realidades sociales, aparecen como estructuras de no-violencia. Aparecen como estructuras naturalizadas y con la apariencia de formar parte de un orden natural de las cosas ajena a la voluntad humana, cuya ubicación está más allá de lo social. Se sacralizan para dejarlas fuera del debate político.

Tanto las estructuras materiales como las simbólicas son fuentes inagotables de violencia contra las mujeres, pero no se cuestionan porque tienen incorporada la marca de la legitimidad que proporciona lo que la sociedad patriarcal define como natural. Esta violencia simbólica y material es, por tanto, estructural y el nervio que la atraviesa es instrumental. El sistema está organizado para que las estructuras patriarcales puedan reproducirse y los mecanismos de auto-reproducción están enmascarados. Por tanto, es una violencia instrumental.

3.2. La televisión: instrumento de reproducción de la violencia simbólica

Los medios de comunicación social, especialmente la televisión como uno de los más importantes instrumentos de socialización, contribuyen de manera decisiva a la perpetuación de un sistema patriarcal caracterizado por la subordinación de las mujeres a los hombres a través de la propagación de los estereotipos y roles de género. Esto se traduce en la reproducción de una situación de desigualdad que ya comienza a denominarse como discriminación estructural [2]. Además, el ejercicio de la violencia a menudo es ignorada por el discurso público en general, especialmente el mediático, porque como Cynthia Carter advierte no cumplen con los criterios noticiosos, y son percibidos por como algo de lo que no hay que preocuparse (Carter, 2004).

La categoría de género no remite a las mujeres sino a la forma en que se han ido construyendo las identidades de hombres y mujeres y las relaciones entre ambos [3]. Construcciones culturales que, además, se expresan y comunican fundamentalmente a través de los estereotipos y roles de género.

En este sentido, la reproducción de los estereotipos -en tanto que conjunto de creencias, imágenes o ideas simplificadas acerca de las características de grupos de personas aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad-, así como de los roles -en tanto que opiniones hipersimplificadas, social y culturalmente arraigadas sobre los atributos y características de los hombres y las mujeres- por parte de los medios de comunicación contribuye a reforzar la desigualdad entre mujeres y hombres y, por tanto, a la violencia machista. En efecto, la desigualdad entre mujeres y hombres a través de los estereotipos y roles de género pueden conducir a la desigualdad, la discriminación y a la violencia de género (López 2007; Simón 2010).

De forma complementaria al papel que juegan los roles y estereotipos en la reproducción de la violencia estructural, también la invisibilización de las mujeres en la información es un factor fundamental. El análisis del tiempo de palabra de hombres y mujeres en los telenoticiarios permite extraer conclusiones cuantitativas y cualitativas. Para ello, hay que tener en cuenta las intervenciones femeninas en los informativos, el porcentaje de las expertas entrevistadas, el porcentaje de mujeres que aparecen sin identificar, así como la presencia de las mujeres en ámbitos como educación, sanidad, deportes, política, sucesos, etc.

Así, “los informativos fomentan una imagen estereotipada porque los puntos de vista y opiniones de hombres y mujeres se concentran en asuntos y roles que tradicionalmente se les han asignado, y en los que incide también la publicidad, la educación, la sanidad, los temas sociales y, sobre todo la violencia de género” (Morillo, 2015).

3.2.1. El régimen jurídico de la televisión en el ordenamiento jurídico español

El régimen jurídico de la televisión en nuestro ordenamiento jurídico se caracteriza por la existencia de una reserva de titularidad del Estado. El fundamento de esta reserva, explicitado en el artículo 128.2 de la Constitución, es la calificación de la radiodifusión y la televisión como servicios públicos esenciales.

A raíz de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual los medios de comunicación audiovisual privados ya no se consideran servicio público sino servicios de interés general, mientras que los de titularidad pública sí seguirán siendo considerados como servicios públicos.

De la calificación de la televisión como servicio público esencial si es de titularidad pública - independientemente de que su gestión sea directa o indirecta- o como servicio de interés general en el caso de que la titularidad sea privada, se desprenden, entre otras muchas, las siguientes consecuencias: 1. La funcionalización de las libertades comunicativas del artículo 20 de la Constitución. 2. La existencia de principios comunes que deberán regir la actividad de los medios de comunicación.

Servicio público, de interés general y libertades comunicativas

Según la consolidada jurisprudencia de nuestro Tribunal Constitucional las libertades reconocidas en el artículo 20.1 a) y d) no son sólo derechos fundamentales, sino que constituyen la garantía de la existencia de una opinión pública libre, institución política fundamental, indisolublemente ligada con el pluralismo político, que es un valor fundamental y un requisito de funcionamiento del Estado democrático [4].

Como consecuencia lógica de esta concepción institucional se otorga a las libertades mencionadas un valor superior o eficacia irradiante, que trasciende a la que es común y propia de los demás derechos fundamentales, sometida no obstante a la concurrencia de determinadas condiciones o requisitos:

"El valor preponderante de las libertades públicas del artículo 20 de la Constitución solamente puede ser protegido cuando las libertades se ejerciten en conexión con asuntos que sean de interés general por las materias a qué se refieren y por las personas que en ellos intervienen y contribuyan en consecuencia a la formación de la opinión pública alcanzando entonces su máximo nivel de eficacia justificadora." [5]

La vigencia de la teoría de la doble cualidad de los derechos fundamentales que sostiene la concepción de estos no sólo como derechos subjetivos negativos sino también como garantía de un orden de valores, es consagrada por nuestra jurisprudencia constitucional, respecto de la libertades de expresión y, en general, las contenidas en el artículo 20 de la Constitución. [6]

Constitucionalmente configurado de este modo, la libre expresión y el derecho a comunicar información poseen una doble función: de un lado, funcionan como garantía de la libertad individual en la difusión de la información-dimensión subjetiva- y, de otro, operan como base funcional de la democracia, ya que se constituyen en garantía de la formación y existencia de la opinión pública libre-dimensión objetiva-. Así, se privilegia el ejercicio de las libertades comunicativas por parte de los medios de comunicación social, teniendo en cuenta, casi de forma exclusiva, la función de servicio público de información a la ciudadanía y formación de una opinión pública libre, la función de garantía institucional que cumplen los medios.

Pero se obvia el hecho de que estos son, ante todo y sobre todo en la actualidad, empresas que persiguen un beneficio económico, a pesar de su calificación como servicio de interés general. Y que, a menudo -o incluso en la mayoría de las ocasiones- este es el objetivo primero de dichas empresas. Ello además, del progresivo abandono de las tradicionales funciones primarias de los medios de comunicación de formar a informar, a favor de la potenciación de la función de

entretenimiento que ha supuesto la primacía del objetivo de la rentabilidad económica. De hecho, la propia Ley General de la Comunicación Audiovisual, camufla esta dimensión empresarial al establecer que

“son servicios de interés general que se prestan en el ejercicio del derecho a la libre expresión de ideas, del derecho a comunicar y recibir información, del derecho a la participación en la vida política y social y del derecho a la libertad de empresa y dentro del fomento de la igualdad, la pluralidad y los valores democráticos”.

La configuración de los límites a las libertades comunicativas

El artículo 20. 4 CE determina unos límites explícitos a las libertades comunicativas que se concretan en el respeto a los otros derechos reconocidos por el Título I, en los preceptos de las leyes que lo desarrollan, y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia. Además, no hay que olvidar el límite que a las citadas libertades supone el respeto a los valores superiores del ordenamiento jurídico español entre que se encuentra la igualdad. A los que hay que añadir los límites establecidos tanto en la normativa comunitaria como internacional [7].

En este sentido, cabe destacar que la Ley General de la Comunicación Audiovisual ya contempla desde su Preámbulo su aspiración a promover una sociedad más incluyente y equitativa y, específicamente en lo referente a la prevención y eliminación de discriminaciones de género, en el marco de lo establecido en materia de publicidad y medios de comunicación, en la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de protección integral contra la violencia de género y la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Por su parte, el artículo 4.2 establece que

“La comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres”.

Asimismo, al margen de lo dispuesto en la Ley General de Publicidad respecto de la publicidad ilícita, el artículo 18.1 prohíbe toda comunicación comercial “que vulnere la dignidad humana o fomenta la discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual” así como “toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”.

3.2.2. La igualdad entre mujeres y hombres: valor, principio, derecho

La igualdad, en el marco de los derechos humanos, se encuentra protegida como derecho a nivel internacional, estableciéndose además la obligación por parte de los poderes públicos de promoverlos, así como de asumir íntegramente el deber que les corresponde. Naciones Unidas ha sido en el devenir de los años prolija en cuanto a los documentos que dan cuerpo a los derechos humanos de las mujeres [8].

En esta estela se enmarca también en el ámbito del sistema regional europeo de protección de los derechos humanos, la actividad del Consejo de Europa. Con carácter general, destaca el Convenio de

Estambul [9], que en el artículo 17 prevé la participación del sector privado y de los medios de comunicación en los siguientes términos:

1. Las Partes animarán al sector privado, al sector de las tecnologías de la información y de la comunicación y a los medios de comunicación, respetando la libertad de expresión y su independencia, a participar en la elaboración y aplicación de políticas, así como a establecer líneas directrices y normas de autorregulación para prevenir la violencia contra las mujeres y reforzar el respeto de su dignidad.
2. Las Partes desarrollarán y promoverán, en cooperación con los actores del sector privado, las capacidades de niños, padres y educadores para hacer frente a un entorno de tecnologías de la información y de la comunicación que da acceso a contenidos degradantes de carácter sexual o violento que pueden ser nocivos.

En concreto, respecto a los instrumentos específicos en materia de igualdad de género y del papel de los medios de comunicación, emanados de la Asamblea parlamentaria del Consejo de Europa [9], están la Resolución 1557 (2007) y la Recomendación 1799 (2007) sobre la Imagen de la mujer en la publicidad; la Recomendación 1555 (2002) sobre la Imagen de la mujer en los medios (2007) y la Resolución 1751 (2010) [11], para luchar contra los estereotipos sexistas en los medios”, en cuyo texto se explicita que:

“La representación de los estereotipos sexistas que van desde el humor y los clichés en los medios tradicionales, hasta la incitación al odio y a la violencia basada en el sexo en internet. Los estereotipos sexistas, están demasiado banalizados y tolerados, en nombre de la libertad de expresión. Además, estos estereotipos sutilmente vinculados a los medios, que reproducen las actitudes y las opiniones percibidas como la norma por la sociedad, donde la igualdad de género está muy lejos de ser una realidad. De hecho, muchas veces, los estereotipos sexistas no pueden ser atacados judicialmente o sancionados por las instancias de regulación y de autorregulación, excepto los casos muy graves de violación de la dignidad humana”.

Entre las recomendaciones del Comité de los Ministros del Consejo de Europa [12], a efectos de la presente investigación, la reciente CM/Rec(2013)1 del 10 de julio de 2013 sobre “La igualdad de género y los medios”, está acompañada por “Líneas directrices” que se dirigen tanto a los Estados miembros como a los organismos de medios, y que llama a la toma de “Medidas de aplicación”, tales como

- Mecanismos de responsabilidad
- Educación para los medios y la ciudadanía activa

Además, existen otras recomendaciones del Consejo, de orden más general, especialmente aquellas relativas a la promoción de la diversidad de los contenidos y de la pluralidad de los medios y otras que conciernen a la libertad de expresión, a la cultura de los derechos humanos y de la democracia, así como a la lucha contra la violencia en los medios.

La Unión Europea ha seguido un largo recorrido desde los artículos básicos del Tratado de la originaria Comunidad Económica Europea hasta la actualidad en materia de Igualdad. Sin embargo, en relación a la legislación comunitaria es significativo que respecto de la violencia estructural contra las mujeres la Unión Europea no haya concretado ninguna norma jurídica de obligado

cumplimiento que vincule el principio de igualdad y los medios de comunicación. De hecho, los medios de comunicación fueron excluidos de la directiva de igualdad de trato al entender que cualquier intento de regularlos podía vulnerar el derecho a la libertad de expresión y a la libertad de empresa. Por tanto, el problema radica en que los poderes públicos subvierten la relevancia de los derechos de las mujeres, situándolos en una esfera inferior a la que tienen realmente en nuestro ordenamiento jurídico. Lo que refuerza el planteamiento de la violencia estructural.

La constitución de España como Estado social implica la corrección de las desigualdades sociales al propugnar la igualdad como valor superior que debe inspirar el ordenamiento jurídico (art 1.1). Mientras que la igualdad formal se traduce en la exigencia a los poderes públicos de abstenerse de introducir diferencias de trato no justificadas tanto el contenido como en la aplicación de las normas, la igualdad material exige a estos de adopción de las medidas necesarias para alcanzar la igualdad efectiva [13], tal y como establece en nuestra Constitución el artículo 9.2.

Este mandato de promoción de la igualdad real y efectiva, como principio autónomo de igualdad material, obliga a tener en cuenta las diferencias que caracterizan a cada persona, a cada grupo de seres humanos respecto de los demás a fin de posibilitar colocar a estas personas individualmente consideradas y grupos en una situación de igualdad de oportunidades.

Para los casos en los que la igualdad formal no contribuye a corregir la existencia de una desigualdad real, el artículo 9.2 exige también un tratamiento jurídico desigual: derecho desigual igualatorio, en palabras del Tribunal Constitucional [14]. La consecución del objetivo igualatorio entre hombres y mujeres permite el establecimiento de un “derecho desigual igualatorio”, es decir, la adopción de medidas reequilibradoras de situaciones sociales discriminatorias preexistentes para lograr una sustancial y efectiva equiparación entre las mujeres, socialmente desfavorecidas, y los hombres, para asegurar el goce efectivo del derecho a la igualdad por parte de la mujer (SSTC 128/1987 y 19/1989).

En este sentido, como desarrollo del reconocimiento constitucional de la igualdad como valor (artículo 1.1), principio (artículo 9.2) y derecho (artículo 14), en 2007 se aprueba la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, que nace con la voluntad de unificar y desarrollar en un único texto con rango de ley orgánica, toda la normativa nacional y supranacional relativa a la igualdad entre mujeres y hombres. Con vocación de erigirse en ley-código de la igualdad entre mujeres y hombres, incorpora el principio de transversalidad, dedicando a los medios de comunicación un Título completo. No obstante, tanto esta ley como la Ley Orgánica 1/2004 de medidas de protección integral contra la violencia de género adolecen de la misma falta de concreción que imposibilita *de facto* de protección efectiva de los derechos de las mujeres, dada la dificultad de ejercer la potestad sancionadora por parte de las autoridades administrativas y judiciales competentes.

El conflicto, en estrictos términos jurídicos de carácter formal, entre libertades de expresión e información y el derecho a la igualdad entre hombres y mujeres en la actualidad no existe. Si se realiza tal afirmación es porque sigue subsistiendo la concepción institucional de las libertades comunicativas que la sitúa en un plano preferente en un hipotético conflicto con cualesquiera otros derechos pues no sólo poseen la vertiente subjetiva propia de los derechos sino que además se prioriza su vertiente objetiva. Aunque excede los límites de este trabajo, sí cabe al menos apuntar que el conflicto real es derivado además del hecho de que la titularidad de las libertades comunicativas no es atribuible únicamente a las personas físicas, sino también a las personas jurídicas que son las

empresas, que se benefician así de un estatus de protección inicialmente no concebido para el blindaje de la libertad de empresa, que es lo que realmente sucede.

4. Discusión y conclusiones

La desigualdad de género, la explícita y la oculta, de un lado, así como la exigencia de que la igualdad de género sea real y efectiva por el marco jurídico existente de otro, interpelan a las administraciones públicas competentes en la materia a dar una respuesta.

Las administraciones públicas pueden promover acciones normativas dirigidas a combatir todas las manifestaciones de discriminación, directa o indirecta, y fomentar también la adopción de códigos éticos, libros de estilo, guías, manuales y políticas editoriales que favorezcan y promuevan el principio de igualdad en los contenidos de los medios (Morillo, 2015).

En este sentido, un ejemplo de actuación de las administraciones públicas es que en el seno de la RIRM (red a la que pertenecen 26 autoridades reguladoras del Mediterráneo) se han consensuado 36 indicadores cuantitativos y cualitativos, en cinco ámbitos o áreas para fomentar la igualdad, reconocer el sexismo y combatir la violencia de género.

Otro ejemplo es la recién publicada *Guía para el tratamiento de la violencia de género*, del Consejo Audiovisual de Andalucía. Esta Guía contribuye a “La construcción de un nuevo discurso informativo pasa por la consideración de formular propuestas en positivo para garantizar en el ámbito de lo simbólico la igualdad de género” (Jorge, 2015).

Así, las administraciones competentes en la materia, tanto la audiovisual como aquellas cuyo ámbito de competencia es la igualdad de género, llevan a cabo actuaciones en la materia. No obstante, dichas actuaciones son claramente insuficientes a tenor de la realidad expresada en relación a los medios de comunicación y la igualdad de género.

En este sentido, nuestro punto de vista es que las administraciones incidan en dos aspectos, uno de cara a los medios de comunicación y otro de cara a la sociedad civil organizada a través de las organizaciones feministas.

4.1. Cuota de difusión

En la regulación jurídica de los medios de comunicación social, y concretamente en la televisión, apenas se ha abordado la regulación de los contenidos, pues cualquier actuación sobre este extremo es catalogada como censura, es decir, como una limitación intolerable a las inatacables libertades de expresión e información. Sin embargo, la Resolución 1751 (2010) del Consejo de Europa alerta sobre la banalización y tolerancia que, en nombre de la libertad de expresión, existe sobre los estereotipos de género sutilmente vinculados a los medios.

Tanto la Constitución Española como el derecho comunitario e internacional brindan los fundamentos jurídicos necesarios para establecer medidas reguladoras de la actividad de los medios. Efectivamente, es precisamente en los derechos humanos, tanto la libertad de expresión como el derecho a obtener y recibir información veraz y cierta, así como en el derecho humano a la igualdad, donde se asienta la exigencia de velar por la igualdad de género en los mass media.

Si los medios de comunicación de masa, y particularmente los medios audiovisuales constituyen, “después del derecho, de la moral y de la política, la última frontera de la desigualdad” (Reiser y Gressy, 2008), las administraciones pueden y deben tener como objetivo incorporar en el sector cuotas de difusión de contenidos que fomenten la igualdad. Pueden porque la ley y la jurisprudencia así lo avalan y deben porque sin una relación de calidad entre los medios –que solo podría ser definida como tal si incorpora la igualdad entre hombres y mujeres- y la ciudadanía, las instituciones democráticas y los principios que las sustentan, vacían de contenido las instancias democráticas.

4.2. Alfabetización mediática a sociedad civil organizada

La población tiene reconocido el derecho a conocer las relaciones de poder que condicionan, desde su propia génesis, la información que recibe y asimismo a contar con las herramientas para analizar críticamente los mensajes que los medios transmiten. Especialmente las asociaciones de mujeres dado que son quienes más estrechamente trabajan y se relacionan con las políticas de igualdad. Por eso es un objetivo prioritario educar en medios a nuestra sociedad. Es una cuestión de salud democrática. La ciudadanía estando capacitada para recibir, comprender, analizar y evaluar los mensajes que recibe, será capaz de elaborar a título individual sus propios mensajes y lanzarlos a través de los distintos canales de distribución.

Por otro lado, se debe exigir que la normativa se cumpla para que los medios respeten su función de servicio público y cumplan con las funciones que tiene encomendadas. Por ello, son necesarias medidas sancionadoras, aunque complementadas desde la formación, en concreto, a través de la alfabetización mediática con enfoque de género.

La mayor dificultad para conseguir la máxima eficacia en exigencia a los medios de comunicación del uso de las distintas herramientas existentes estriba en 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. Por ello, se hace imprescindible preparar acciones de formación específica para las expertas en género, así como para las asociaciones de mujeres y feministas.

Para implicar a la sociedad civil organizada a través de las asociaciones feministas y de mujeres para que tengan la capacidad de sensibilizar a la ciudadanía respecto de la responsabilidad que los medios de comunicación tienen, será necesario por parte de las administraciones públicas desarrollar actuaciones específicas relacionadas con la alfabetización mediática con enfoque de género.

En este sentido, es determinante la colaboración entre todas las instituciones públicas con el fin de optimizar los recursos y potenciar la alfabetización mediática con enfoque de género, proporcionando a la ciudadanía los conocimientos básicos para mantener una actitud crítica y de análisis hacia los mensajes que emiten los Medios.

Por último, concluimos que estas medidas son aún más necesarias cuando, por un lado, el futuro de los medios de comunicación en general y de la televisión en particular es Internet donde no existe prácticamente regulación ni autorregulación. Y cuando, por otro lado, en el proyecto de renovación de la directiva de servicios de comunicación audiovisual no se menciona ni una sola vez la igualdad de género, lo que abunda en la idea expresada de la subversión de la jerarquía de los derechos en detrimento de la igualdad entre hombres y mujeres.

Fechas:

- inicio de la investigación: Marzo 2016
- término de la investigación: Junio 2016

5. Notas

[1] Los llamados *Wome's Studies* nacen de forma contemporánea en Estados Unidos y Europa al resurgir del movimiento feminista de los sesenta y setenta del siglo XX. En España después de la dictadura franquista.

[2] Se utiliza esta expresión junto a otras sinónimas como discriminación sistémica o discriminación difusa.

[3] Como afirmó Simone de Beauvoir al comienzo de volumen dos de *El segundo sexo* antes de acuñarse este término “no se nace mujer se llega serlo”.

[4] Por todas, STC 79/2014, FJ. 6

[5] STC 107/88, FJ 2 y 4; STC 171/1990, FJ 4 y 10; STC 181/2006, FJ 5

[6] Sostenido tempranamente en SSTC 6/81;12/82;159/86, se reitera hasta las más recientes, como STC 79/2014, FJ 6.

[7] Véase la Declaración Universal de los Derechos Humanos (art.12) y los tratados y acuerdos internacionales ratificados por España (art. 10.2 CE). Así, tanto el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Públicas (art. 10.2) como el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (art. 19.3) establecen también unos límites a la difusión de la información que habrán de ser respetados.

[8] La Convención sobre la Eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer (CEDAW), la Declaración de Viena (1993), la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo de El Cairo (1994), su Programa de Acción Mundial y más adelante la sesión de la Asamblea Cairo +5, la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing (1995) y su Plataforma de Acción Mundial, la Declaración del Milenio (2000) y las diversas Resoluciones del Comité CEDAW.

[9] Convenio del Consejo de Europa sobre prevención y lucha contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica, ratificado por España en 2014. BOE nº 137, de 6 de junio.

[10] Toda la información ha sido consultada en [<http://www.coe.int/en/web/portal/home>] 30/06/2016

[11] <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1770223&Site=CM> 20. Visitada el 30/06/2016

[12] Toda la información señalada ha sido consultada en [<http://www.coe.int/en/web/cm/home>] Visitada el 30/06/2016.

[13] Como ha afirmado el TC respecto del mandato contenido en el art 9.2 CE “a fin de promover la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra, (...) en ocasiones exige una política legislativa que no puede reducirse a la pura igualdad ante la ley” (STC 27/1981, de 20 de julio).

[14] STC 229/1992, de 14 de diciembre.

6. Bibliografía

C Amorós Puente (2008): *Mujeres e imaginarios de la globalización*. Rosario (Argentina): Homo Sapiens Ediciones.

M-A Barrère Unzueta (2008a): “Iusfeminismo y derecho antidiscriminatorio: hacia la igualdad por la discriminación”, en *Mujeres, derechos y ciudadanías* (Coord. R Mestre i Mestre). Valencia: Tirant Lo Blanch.

M-A Barrère Unzueta (2008b): “Género, discriminación y violencia contra las mujeres”, en *Género, Violencia y derecho* (Coords., P Laurenzo, M^a-L Maqueda & Rubio). Valencia: Tirant Lo Blanch.

E Bosch, E & VFerrer (2002): *La voz de las invisibles*. Madrid: Cátedra.

J Caputi & D. Russell (2006): “Feminicidio: Sexismo terrorista contra las mujeres”, en *Feminicidio. La política del asesinato de las mujeres* (Eds., D-E Russell & J Radford). México: CEIICH/UNAM.

C Carter & L. Steiner (2004): *Critical readings Media and gender*. Londres: Open University Press.

R Cobo Bedía (2000): “Género”, en *10 palabras claves sobre la mujer* (coord., C Amorós). Estella: Editorial Verbo Divino.

J Conde (2002): “La regulación de los medios audiovisuales. Criterios técnicos y decisiones”, en *Democracia y medios de comunicación* (coord., J Tornos Mas). Valencia: IDP-Tirant Lo Blanch.

M-M Esquembre Valdés (2005): “Televisión y tratamiento de género”, en *El servicio público de la televisión* (Coords., J-F García Casanova & J-M Casado Salinas). Granada: Universidad de Granada.

A Jorge (2015): “El papel garantista del Consejo Audiovisual de Andalucía del tratamiento informativo ético de la violencia machista en los medios”, en *El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 86. Pp. 75-101 (Coords., I Postigo & A Jorge). La Laguna (Tenerife): Latina.

A Jorge & E Galarza (2016): “El uso de las TRICS para la prevención de la violencia de género en Andalucía. La APP “DetectAmor”, en *Eliminar obstáculos para alcanzar la igualdad*. Nº 5. Actas X Seminario Estatal Isonomía contra la Violencia de Género 13 de noviembre de 2014: Universitat Jaume I.

P López Díaz (2002): “La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación”, en *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Madrid: RTVE- Instituto de la mujer. pp. 28-29.

B Marugán & C Vega (2002): “Gobernar la violencia: apuntes para un análisis de la rearticulación del patriarcado”. *Política y Sociedad*, vol. 39, nº 2, pp. 415-435. Madrid.

S Halim & M Meyers (2010): “News Coverage of Violence against Muslim Women: A View from the Arabian Gulf”. *Communication, Culture and Critique*, 3(1), pp 85-104.

C Morillo (2015): “Diagnóstico general: La visión del Regulador”, en *Transversalidad de género en el audiovisual andaluz. Enclave de FUTURO para la formación y el empleo* (Edts., T Núñez, V Vera y R-M Díaz Jiménez). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.

B Nogueiras (2015): “La violencia patriarcal en las relaciones de pareja. Reflexiones teórico-políticas”, en AA.VV., *Violencia de género: escenarios y desafíos*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

R-M Rald Philipp (1996): *Mujeres e institución universitaria en occidente. Conocimiento, investigación y roles de género*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

M-E Simón (2010): *La igualdad también se aprende. Cuestión de educación*. Madrid: Narcea.

J-M Pérez Tornero (2004): “Televisión educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo.” *Informe Fundación Alternativas*, 54.

M Reiser & B Gresy (2008): “Rapport sur l’image des femmes dans le médias”. En línea [<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/084000614.pdf>]

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

E Galarza Fernández, R Cobo Bedía, M Esquembre Cerdá (2016): “Medios y violencia simbólica contra las mujeres”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 818 a 832
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1122/42es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2016-1122](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1122)

- En el interior de un texto:

... E Galarza Fernández, R Cobo Bedía, M Esquembre Cerdá (2016: 818 a 832)...

o

... E Galarza Fernández *et al*, 2016 (818 a 832)...

Artículo recibido el 20 de julio de 2016. Aceptado el 24 de agosto.

Publicado el 1 de septiembre de 2016.