

CICLO DE CONFERENCIAS SOBRE VIOLENCIA MACHISTA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIRIGIDO A LAS UNIVERSIDADES CATALANAS

Juana Gallego Ayala

Profesora titular
Universitat Autònoma de Barcelona

Joana.Gallego@uab.cat

Introducción

Este Ciclo de conferencias sobre Violencia de Género y Medios de Comunicación ha sido una iniciativa del Institut Català de les Dones junto al Consell Audiovisual de Catalunya, que lo ha puesto en práctica durante los últimos años, dirigido a los estudiantes de comunicación, periodismo y publicidad de las Universidades catalanas.

Juana Gallego e Isabel Muntané, profesoras de la Facultad de Ciencias de la Comunicación han sido las formadoras de este ciclo de conferencias durante los cursos 2017/2018 y 2018/2019.

Las conferencias son ofertadas por el Institut Català de les Dones y el Consell Audiovisual de Catalunya a todas las Universidades que cuentan con estudios de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas dentro de su política de sensibilización sobre las violencias machistas. Las Universidades interesadas solicitan participar en el programa y nombran a una persona responsable de organizar la conferencia.

Objetivos

Se parte del presupuesto de la influencia que tienen los medios de comunicación en la población, tema que ha sido ampliamente estudiado como fenómeno. La Cuarta Conferencia Internacional sobre las Mujeres celebrada en Beijing (China) en 1995, determinó que los medios de comunicación fueran considerados como una de las 12 esferas cruciales para luchar contra la desigualdad de género en el mundo. Desde entonces, el tema de la violencia contra las mujeres empezó a considerarse como uno de los temas prioritarios a abordar.

En nuestro país la Ley Integral contra la Violencia de Género (2004), la Ley de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (2007), así como la ley catalana Pel Dret de les dones a eradicar la violència masclista (2008) y la Llei d'Igualtat Efectiva entre Dones i Homes (2015) más el Pacto de Estado contra la Violencia de Género (2017) han constituido el marco legal que recoge la necesidad de atender al contenido de los medios de comunicación como agentes socializadores fundamentales para luchar contra este tipo de violencia, que la ONU define como una auténtica pandemia (ONU Mujeres, 2019 (<https://interactive.unwomen.org/multimedia/infographic/violenceagainstwomen/es/index.html#closing-4>)).

En este contexto, el Institut Català de les Dones y el Consell Audiovisual de Catalunya ofertaron este Taller sobre tratamiento de la violencia machista y medios de comunicación.

Metodología

El taller tiene una duración mínima de 2 horas y máxima de 4, y las formadoras adaptan su contenido al perfil concreto de los estudios a los que se dirigen.

Primero se hace una introducción general a los conceptos de violencia de género, violencia machista, violencia contra las mujeres, o violencia patriarcal, siguiendo las definiciones incluidas tanto en las directivas de la ONU como en las leyes estatales y catalanas, así como un repaso al marco legal vigente.

La segunda parte del taller o conferencia se centra específicamente en el tratamiento de la violencia de género en cada una de las modalidades comunicativas mencionadas.

Al acabar la exposición, el alumnado procede a hacer las preguntas o plantear las dudas u observaciones que crean pertinentes, por lo que el taller no solo consiste en la exposición de un problema, sino que pretende establecer un diálogo con las personas presentes en la sala, hacer reflexionar al alumnado y a hacerse preguntas sobre la futura responsabilidad que, como comunicadores, periodistas o publicistas van a tener a la hora de abordar el tema de la violencia de género.

Taller en los estudios de Periodismo

Si los estudios son de Periodismo el tema se enfoca en cómo se aborda la violencia de género en la Información, tanto en prensa como en radio o televisión, con análisis de textos escritos o audiovisuales. El objetivo fundamental es reflexionar sobre la insuficiencia y superficialidad con que se aborda este tema, a la vez que se propone el tratamiento ético que se debería incorporar. El análisis de casos concretos ayuda a concienciar de las deficiencias con que son abordados los casos de violencia machista y la necesidad de una formación específica para dar cuenta de este problema social, que va mucho más allá de la fórmula del suceso con que la mayor parte de las veces es tipificada esta violencia.

Taller en los estudios de Comunicación Audiovisual

Si los estudios son de Comunicación Audiovisual, tras la primera parte común, el tema se enfoca más bien en los relatos de ficción y la narrativa audiovisual, proponiendo una lectura crítica sobre la ligereza y frivolidad con que se presenta la violencia contra las mujeres en las series de ficción o en los relatos cinematográficos. Especialmente importante es la conversión de las mujeres en objeto erótico o sexual, siguiendo las teorías fílmicas de autoras como Laura Mulvey (1975), Mary Ann Doane (1991) o Ann Kaplan (2000). Especial interés reviste la reflexión sobre las series de televisión, tan en boga últimamente, por el impacto y seguimiento popular del que gozan a través de las plataformas tipo Netflix o HBO.

También se hace referencia a la representación de género que se hace en los videoclips u otros formatos audiovisuales, como los videojuegos o los nuevos formatos que se emiten gratuitamente en plataformas como Youtube.

Taller en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas

Si el taller se celebra en los estudios de publicidad, el centro de interés, como no podía ser de otra manera, es la representación de género que se vehicula a través de la publicidad, modalidad comunicativa de tanto impacto y eficacia social. En este caso se analiza cómo se representa la violencia explícita (un recurso menos utilizado en publicidad que en otros discursos informativos o audiovisuales por la propia naturaleza eufórica del discurso publicitario), y se reflexiona sobre la utilización de la violencia simbólica (Bourdieu, 2000) o el fenómeno que se conoce como *cultura de la violación*, que subyace de manera sutil o subliminal en tantos anuncios publicitarios.

Centros participantes

Durante los cursos 2017/2018, y 2018/2019, el taller se ha llevado a cabo en la práctica totalidad de las universidades catalanas que cuentan con estudios de Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas.

Concretamente, los talleres se han llevado a cabo en las Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB, en La Facultad de Comunicación Audiovisual de la Universidad Ramon Llull, en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Relaciones Públicas de la Universidad de Barcelona, en los estudios de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona, en el Grado en Estudios Audiovisuales de Tecnocampus de Mataró, de la Universitat Pompeu Fabra, en la Facultad de Comunicación de la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona, en el Grado de Comunicación Audiovisual y Multimedia de la Universitat de Girona, en el Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisual de la Universitat de Lleida, en el Grado de Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya, y en el Grado en Comunicación de la Universitat de Vic.

Material utilizado

- [“Gènere i mitjans de comunicació. Eines per visualitzar les aportacions de les dones”](#)
- [“Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació”](#)
- [“El tractament de les informacions sobre violència masclista en els teletinformatius. Anàlisi del seguiment de les Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació” Octubre-diciembre de 2016](#)
- [Recomanacions per informar sobre les agressions sexuals](#)

Conclusión

Realizar este taller es una experiencia enriquecedora que el Institut Català de les Dones y el Consell Audiovisual de Catalunya deberían poder seguir ofreciendo en ediciones futuras, sobre todo si se tiene en cuenta que no existe una formación rigurosa sobre este tema en las facultades de Comunicación, Periodismo o Publicidad. Lamentablemente, esta ausencia de formación académica afecta a la práctica totalidad de estudios en este campo, excepto una asignatura optativa en el Grado de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, Comunicación y Estudios de Género, impartido por la autora de estas líneas, que incluye, como no podía ser de otra manera, el tema del tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación.

Nuestro marco legal, del que ya he hablado, establece la necesidad de que los medios de comunicación y la publicidad ofrezcan una información rigurosa, igualitaria y no vejatoria de las mujeres (Capítulo II de la Ley Integral contra la Violencia de Género, 2004, Capítulo III de la Ley de Igualdad de 2007 i Capítulo 6 de la Llei del dret de les dones a erradicar la violència masclista, 2008, íntegramente dedicados a los medios de comunicación). En el artículo *Retos académicos y profesionales para una comunicación con perspectiva de género* (Género y Comunicación, 2018), planteo una formación integral que se debería incluir en todas las etapas educativas (primaria, secundaria, universidad), sobre estas materias, única manera de hacer frente al androcentrismo académico en el que hemos sido socializados. Pero muy especialmente esta formación es imprescindible en los estudios de comunicación, periodismo y publicidad, por la trascendencia e impacto que dichas modalidades comunicativas tienen en la población y su capacidad para perpetuar los roles y estereotipos convencionales, pero también para promover la aparición de otros modelos de referencia e identificación.

La realidad se transforma, en cierta manera, cuando nuestro imaginario colectivo es capaz de presentar otros referentes; y a su vez, el cambio social obliga a la incorporación de nuevos modelos que ya están presentes en la realidad. Un círculo que se retroalimenta al que tenemos que atender desde instancias diferentes si queremos evolucionar hacia una sociedad más justa y mejor.

