

EXTRA VIOLENCIA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN [4/7]
LIBRO COLECTIVO “[EXTRA VIOLENCIA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN](#)”

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

V Martín Jiménez, D Etura Hernández, CA Ballesteros Herencia (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, pp. 891 a 911

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1126/46es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1126](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1126)

Jóvenes universitarios, medios de comunicación y violencia de género. Una aproximación cuantitativa en torno a los estudiantes de Periodismo

University students, Media and gender violence.
A quantitative approach around journalism students

Virginia Martín Jiménez [CV] [ORCID] [G] Profesora Contratado Doctora Acreditada. Universidad de Valladolid (España) / virgimj@hmca.uva.es

Dunia Etura Hernández [CV] [ORCID] [G] Profesora Asociada. Universidad de Valladolid (España) / dunia.etura@uva.es

Carlos A Ballesteros Herencia [ORCID] [G] Profesor Ayudante Doctor Acreditado. Universidad de Valladolid (España) / cballesteros@hmca.uva.es

Abstracts

[ES] **Introducción.** Tomando como base la teoría de la responsabilidad social de los medios y las investigaciones sobre jóvenes, violencia de género y medios de comunicación, se estudia el conocimiento y las distorsiones que el estudiante universitario de Periodismo tiene en relación a la violencia de género y su tratamiento informativo. **Metodología.** Tras la puesta en marcha de la iniciativa #MÁS COMPROMISO, llevada a cabo con motivo del 25N, se realizó una encuesta entre los estudiantes del Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid. Los resultados se analizaron cuantitativamente con el programa SPSS, obteniéndose datos estadísticos tanto descriptivos como inferenciales. **Resultados.** Se observa que las iniciativas en contra de la violencia machista generan compromiso entre los estudiantes. Se detectan distorsiones, tanto en hombres como mujeres, en cuestiones fundamentales como la definición de violencia de género. Las alumnas se muestran menos favorables a considerar importantes y a poner en práctica las recomendaciones de expertos y admiten las denuncias falsas como una de las causas de que las iniciativas vinculadas a la sensibilización contra la violencia de género generen en ocasiones rechazo social. **Conclusiones.** Los

resultados demuestran la efectividad de estas acciones en la formación especializada de los periodistas, aunque también una mayor reactancia de las mujeres ante la representación mediática de la violencia de género y las actividades de sensibilización en torno a ella.

[EN] Introduction. Based on the social responsibility theory of media and the research on youth, gender-based violence and the media, this research studies the knowledge and misconceptions that the Journalism student has in relation to gender-based violence. **Methodology.** After the #MORE COMMITMENT initiative held on 25N, a survey among students of Journalism Degree from the University of Valladolid was performed. The results were analyzed quantitatively using SPSS, both descriptive and inferential obtaining statistical data. **Results.** It is noted that initiatives against gender violence generate commitment among students. The research detected distortions, both in men and women, on fundamental issues as for the definition of gender violence. The students are less favorable to implement the recommendations of experts and admit that false allegations as one of the main causes of initiatives related to awareness against gender-based violence sometimes generated social rejection. **Conclusions.** Results demonstrate the effectiveness of these actions in the specialized training of journalists, but also a greater rejection of women towards the representation of gender-based violence in the media and the awareness activities around it.

Keywords

[ES] Violencia de Género; Formación periodistas; Docencia en Igualdad; Igualdad de Género; Proyecto de Innovación Docente; Alfabetización Mediática.

[EN] Gender-based Violence; Education Journalists; Education about Equality; Gender Equality; Educational Innovation Project; Media Literacy.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Medios de comunicación y violencia de género: competencia y responsabilidad. 3. Objetivos y preguntas de investigación. 4. Metodología. 5. Resultados. 5.1. Conocimiento y aceptación de la actividad realizada con motivo del 25N. 5.2. Concepción previa de violencia de género y su posible modificación a partir de la iniciativa #MÁS COMPROMISO. 5.3. Aceptación de “violencia de género” y el uso nominal que aplican los alumnos. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas. 8. Notas.

[EN] 1. Introduction. 2. Media and gender-based violence: competence and responsibility. 3. Objectives and research questions. 4. Methodology. 6. Research results. 5.1. Awareness and acceptance of the activity performed on the occasion of November 25. 5.2. Previous notion about gender-based violence and its possible redefinition from the #MORE COMMITMENT initiative. 5.3. Notion of “gender-based violence” and the nominal use applied by students. 6. Conclusions. 7. Bibliographic references. 8. Footnotes.

1. Introducción

Entre el 21 de abril y el 7 de mayo del 2015 el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, difundió en diversos medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) la campaña “Cuéntalo”, dirigida a jóvenes y adolescentes y con la que se pretendía incidir en la prevención de la violencia de género entre esta población y en la implicación de toda la sociedad como parte fundamental en la solución de este problema. Era la primera vez que desde el Gobierno se tomaba la decisión de incluir como público objetivo de su campaña a los más jóvenes, evidenciando así la preocupación que se viene mostrando en los últimos tiempos como consecuencia de la creciente

incidencia de la violencia de género en este sector de la sociedad (Torres Albero, 2013; CIS, 2013; Díaz-Aguado, 2014; De Miguel Luken, 2015).

Existe un consenso generalizado en cuanto al papel determinante que la educación debe desempeñar en el fomento de la igualdad y la prevención de la violencia que nace del sexismo (Ruiz Ruiz y Alario Trigueros, 2010) y como consecuencia de ello, la Universidad debe asumir su responsabilidad en esta tarea (Díaz-Aguado, 2012), por un lado con políticas específicas de prevención y fomento de la igualdad y a través de la incorporación de la perspectiva de género de manera transversal en los planes de estudio, como se advierte en el informe que la Asociación GENET publicó en el año 2015.

La responsabilidad social del Periodismo y la labor fundamental que este puede llevar a cabo en relación a la violencia de género (Bernárdez Rodal, 2015; Lorente Acosta, 2013; Gutiérrez Jimeno y Zurbano Berenguer, 2010), se antoja indispensable para la lucha contra esta lacra. Por este motivo, el proyecto de Innovación Docente “Enseñanza en Igualdad e Inclusión de Género (PID-ENIG)”, vinculado al Área de Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVa_España) puso en marcha la iniciativa #MÁS COMPROMISO, en el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer del pasado 25 de noviembre de 2015.

La actividad, que se llevó a cabo con el apoyo de la Asociación de la Prensa de Valladolid (APV) y el Decanato de la Facultad de Filosofía y Letras, pretendía contribuir a la mejora de la formación especializada de los profesionales, docentes y estudiantes de periodismo, para promover una mayor concienciación y favorecer la adquisición de un compromiso individual en la lucha contra la violencia de género. La aceptación del compromiso se materializó a través de la adhesión, mediante firma, de un manifiesto que recogía las recomendaciones que los expertos proponen en relación a la correcta elaboración de los contenidos informativos sobre este tipo de violencia.

A partir de esta iniciativa se desarrolló una investigación, de carácter diagnóstico, con la que se pretendía estudiar el grado de conocimiento y de aceptación de la actividad realizada con motivo del 25N, la concepción previa de violencia de género con la que contaban los participantes de la iniciativa #MÁS COMPROMISO y su posible modificación, así como la acepción de “violencia de género”, el uso nominal que aplican los alumnos y el grado de consciencia sobre el poder de los medios de comunicación como espacio de legitimización social y simbólica (Bernárdez Rodal, 2015).

2. Medios de comunicación y violencia de género: competencia y responsabilidad

La igualdad de género comenzó a estar presente en la agenda política a partir de la Primera Conferencia Mundial de la Mujer que se celebró en Ciudad de México en 1975. Veinte años después durante el desarrollo de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, los 198 países miembros de la ONU asumieron unánimemente la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing [1], en la que se establecían doce objetivos estratégicos con el fin de alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres, y entre los que se incluían los medios de comunicación con el objetivo fundamental de “fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión” (Resolución ONU, 1995:111). Esta resolución también contemplaba la necesidad de tener en cuenta la imagen de las mujeres y los hombres que los *mass media* trasladan a la sociedad, debido a que los mensajes que se reciben a través de la prensa, la radio, la televisión, el cine y la publicidad perpetúan roles y estereotipos que son el origen de comportamientos machistas,

germen de la violencia de género (Loscertales y Núñez, 2009; Rodríguez Wangüemert, Matud y Espinosa, 2008).

Numerosos estudios académicos se han preocupado por el tratamiento informativo que se otorga a la violencia de género (López Díaz, 2002 y 2007; Postigo Alonso y Jorge Gómez, 2016), del enfoque que se da a estas informaciones (Jiménez Armentia y Berganza Conde, 2009) y, como propone la teoría de la *agenda setting*, de la función de jerarquización que tienen los medios en cuanto a su capacidad para delimitar los temas y trasladarlos como importantes para la población (Varona y Gabarrón, 2015), además de estudiar los mecanismos que llevan a convertir o no en noticia la información o los procesos de rutinización necesarios que intervienen para que un hecho o personaje adquiera el estatus de noticia (Fagoaga, 1994).

La labor de los medios de comunicación como actores relevantes para propiciar el cambio de comportamientos, actitudes y mentalidades es fundamental en la lucha contra la violencia de género (Lorente Acosta, 2009; Bernárdez Rodal, 2015), por lo tanto, la responsabilidad social de los medios es el eje substancial en el que se debe construir el compromiso que el profesional adopte, como agente social, ante la realidad -sobre la cual informa- y los actores sociales que la protagonizan (Gutiérrez y Zurbano, 2010).

En España, no es hasta la aprobación de Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, cuando a través de sus artículos 13 y 14, se empieza a regular la actuación de los medios de comunicación social “con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres” y promoviendo acuerdos de autorregulación que garanticen un correcto tratamiento informativo de las informaciones sobre violencia de género.

Independientemente de la legislación, dos hechos claves -el asesinato de Ana Orantes en 1997 y el de Svetlana en 2007, después de que ambas aparecieran en un programa de televisión-, van a propiciar que los medios adopten una actitud proactiva que conlleve una mayor implicación y control de la producción informativa en lo que a la violencia de género se refiere (Carballido, 2010).

A partir de entonces especialistas en violencia de género, profesionales, académicos e investigadores proponen fórmulas que se adecuen a la realidad social y que permitan romper marcos mediáticos y culturales que legitiman la desigualdad entre hombres y mujeres, origen de la violencia de género (Postigo Gómez, 2016). Así comienzan a aparecer los primeros códigos de autorregulación en España (IORTVE e Instituto de la Mujer, 2002; Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2004; Yébenes Alberca, 2005; Diario Público, 2008 o López Díez, Núñez Puente y Gallego, 2015), con el fin de proveer a los profesionales de la comunicación de las herramientas necesarias para elaborar de forma correcta los contenidos informativos sobre violencia de género.

No se puede negar que, la voluntad de hacerse eco de esta clase de violencia, reflejándola no sólo como resultado de muerte, sino explicando los factores que le acompañan, como el control, el dominio y el sometimiento de las mujeres antes de sufrir agresiones graves, lo han transmitido y lo han compartido con la sociedad los medios de comunicación (Lorente Acosta. Entrevista personal) [2], gracias a ellos además, este problema ha pasado de la esfera estrictamente privada a la pública (Rivilla Serrano, 2012). Pero a pesar de esto, el tratamiento que se le ha dado y se le da a la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación, en ocasiones no se ajusta a las recomendaciones de las que venimos hablando, exceptuando los días conmemorativos como el 25 de noviembre en los que se puede aprefuweron mujeresciar un mayor cuidado y en el que destacan contenidos de sensibilización y concienciación social (Martín Jiménez y Etura, 2014).

Por este motivo parece indispensable procurar, no solo a los estudiantes de periodismo o a los profesionales en activo, las herramientas necesarias para adquirir el sentido crítico que les facilite el enfoque correcto en la elaboración de los contenidos informativos sobre violencia de género (Martín Jiménez, Ballesteros y Etura, 2016), si no a la sociedad en su conjunto a través de la alfabetización mediática, que proporcione, mediante la inclusión de ésta en los currículum académicos -con una incidencia muy irregular en los estudios de Comunicación en España (Tucho *et al.* 2015)- la capacidad de evaluar de manera crítica el contenido de los medios de comunicación (Wilson *et al.*, 2011), procurando profesionales conscientes del poder de los medios como elementos definitorios para la consecución de una sociedad más igualitaria por ende más democrática y una audiencia vigilante que ejerza su derecho a recibir una información veraz como regula la Constitución Española en el capítulo segundo de su título I (Martín Jiménez y Etura, 2016).

3. Objetivos y preguntas de investigación.

El estudio que se presenta en estas páginas se desarrolló a partir de la iniciativa #MÁS COMPROMISO, de la que se ha hablado anteriormente, con el fin de alcanzar los siguientes objetivos:

1. Analizar y describir la percepción que los estudiantes universitarios tienen de la violencia contra las mujeres y determinar si esta sufrió alguna modificación conceptual a partir de la actividad de conciencia y formación celebrada el 25N.
2. Delimitar la significación que tiene para los alumnos el concepto “violencia de género” y descubrir la acepción que aplican para referirse a ella.
3. Precisar el grado de conciencia de los alumnos sobre el poder de los medios de comunicación como espacio de legitimación social y simbólica.

Teniendo en cuenta estos objetivos se plantearon las siguientes preguntas de investigación que guiarían el desarrollo metodológico de la misma:

1. ¿Cuál es el grado de conocimiento y de aceptación de la actividad realizada con motivo del 25N?
2. ¿Cuál era la concepción previa de violencia de género por parte de los estudiantes de Periodismo? ¿Se modificó esta concepción a partir de dicha iniciativa?
3. ¿Conocían las recomendaciones de los expertos, sobre la forma correcta de elaborar los contenidos sobre violencia de género, antes de leer el manifiesto?
4. ¿Qué entienden por “violencia de género” y la designación que aplican para referirse a lo que la Ley Integral 1/2004 describe como violencia de género?
5. ¿Cuál es la importancia que los estudiantes otorgan a los medios de comunicación como espacios de legitimación social y simbólica en el caso de la violencia de género?
6. ¿Existe diferencia entre hombres y mujeres en cuanto al conocimiento, posicionamiento e interés relativo a ella?

4. Metodología

Con el fin de obtener respuestas a las preguntas formuladas y alcanzar los objetivos propuestos se optó por la elaboración de una encuesta descriptiva y analítica que permitiera investigar problemas en marcos ambientales muy realistas y que contara además con la posibilidad del estudio de un gran número de variables (Wimmer y Dominick, 1996: 113).

Para ello se diseñó un cuestionario dirigido a los alumnos de los cuatro cursos del Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVa_España). Dicha encuesta fue respondida por los estudiantes durante la semana del 14 al 18 de diciembre de 2015 de forma anónima y voluntaria al comienzo de las clases de los diferentes cursos y grupos del Grado. En el momento de su realización estuvieron presentes el profesor de la asignatura en cuyo horario se respondió a la encuesta y un miembro del equipo de investigación.

En cuanto al instrumento de la investigación, el cuestionario se organizó en cuatro bloques temáticos. El primero de ellos trataba de recolectar una serie de datos sociodemográficos como edad, sexo y curso. Con el segundo bloque de preguntas se buscó evaluar la recepción de la iniciativa entre los alumnos. El tercer bloque interrogó sobre el seguimiento de los medios de comunicación y las repercusiones del tratamiento informativo de la violencia de género y en el cuarto y último bloque se preguntaba por el concepto y la definición de violencia de género.

Respondieron a la encuesta 272 de los 488 alumnos matriculados en el Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid en el curso 2015-2016, lo que supuso trabajar con un margen de error del 3,96%, para un nivel de confianza del 95% y una heterogeneidad $p=q=0.5$. Los datos obtenidos fueron analizados con el programa estadístico SPSS Statistics 20 tanto de manera descriptiva como inferencial.

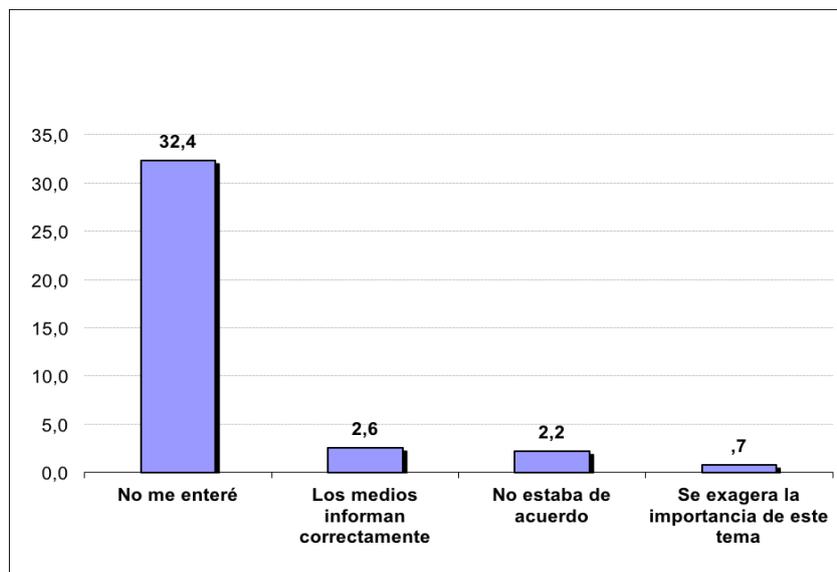
La muestra consultada quedó caracterizada del siguiente modo, el 62,1% (n=169) eran mujeres y el 37,9% (n=103) eran varones. La edad media fue del 20,02 (DT=3,24) dentro de un rango comprendido entre los 18 y los 54 años. El 84,2% de la muestra tenía entre 18 y 21 años, el 14,3% entre 22 y 29 años, y sólo un 1,2% más de 30 años.

5. Resultados de investigación

5.1. Conocimiento y aceptación de la actividad realizada con motivo del 25N

El 61,4 % (n=167) de los alumnos de Periodismo firmaron la iniciativa contra la violencia de género. Entre los alumnos que no secundaron la firma del manifiesto, un 37,9% (n=103), el 85% manifestó que se debió a la falta de conocimiento de la actividad o a que no se encontraban ese día en la Facultad. Un 6,8% (n=7) de quienes no firmaron lo justificaron en que estimaban que los medios ya informaban correctamente sobre la violencia de género. Un 5,8% (n=6) no lo firmó porque no estaba de acuerdo con él, y un 1,9% (n=2) porque creía que se exageraba la importancia de este tema. Por tanto un 14,6% (n=15) de los alumnos se mostraron reacios, por las tres razones citadas, a apoyar la iniciativa sobre el tratamiento informativo de la violencia de género que se realizó el 25 de noviembre, de acuerdo con esta primera variable.

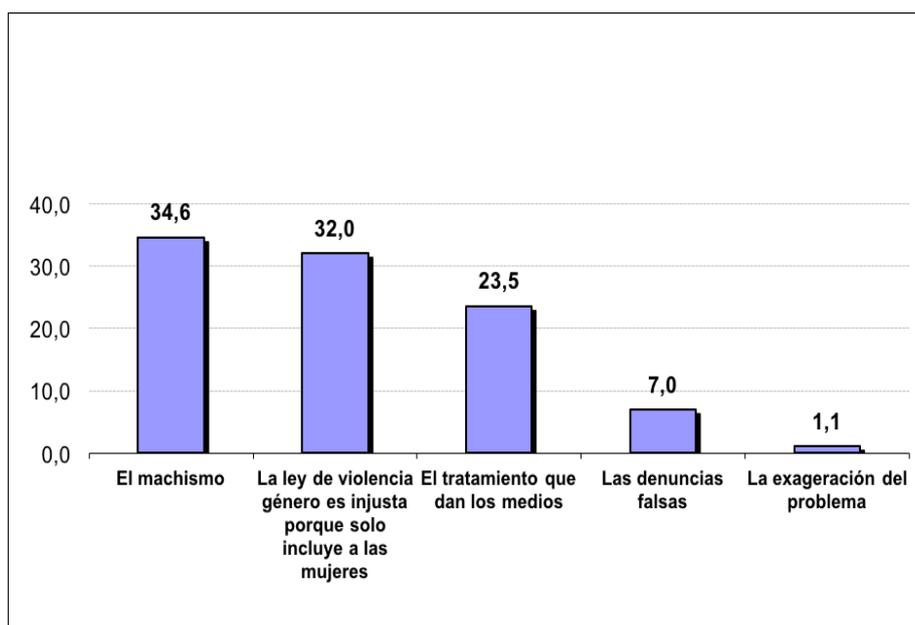
Figura 1.- ¿Por qué no firmaste la iniciativa contra la violencia de género?



Fuente: elaboración propia

Para tratar de ahondar en las causas que impedían una mayor movilización, a continuación se indagó sobre la razón por la cual – según los encuestados – una parte de la sociedad se mostraba reacia ante las iniciativas contra la violencia de género. El 34,6% de los alumnos contestó que se debía al machismo, el 32% a que la ley de violencia de género es injusta pues solo incluía a las mujeres y un 23,5% lo ligó al tratamiento que dan los medios. Como explicaciones minoritarias quedaron las denuncias falsas con el 7% y la exageración del problema, con tan sólo el 1,1%.

Figura 2.- ¿Por qué una parte de la sociedad se muestra reacia ante las iniciativas contra la violencia?



Fuente: elaboración propia

Se detectó una asociación significativa entre el género y estos motivos [χ^2 (5, N=272) = 13,446, $p < 0.05$]. Según el análisis de los residuos corregidos, una mayor proporción de hombres afirmó desconocer estos motivos, y una mayor proporción de mujeres lo achacaron a las denuncias falsas; cinco veces más mujeres que hombres optaron por esta explicación (Ver datos en Tabla 1).

Tabla 1.- Tabla de contingencia entre el género y los motivos por los que la sociedad se muestra reacia ante las iniciativas contra la violencia de género

			Género		Total	
			Mujer	Hombre		
¿Cuál es el motivo por el que un parte de la sociedad se muestra reacia ante las iniciativas contra la violencia de género?	NS/NC	%	0,6	3,9	1,8	
		Residuos corregidos	-2,0	2,0		
	El tratamiento que dan los medios	%	21,9	26,2	23,5	
		Residuos corregidos	-0,8	0,8		
	Las denuncias falsas	%	10,1	1,9	7,0	
		Residuos corregidos	2,5	-2,5		
	El machismo	%	32,0	38,8	34,6	
		Residuos corregidos	-1,2	1,2		
	La exageración del problema	%	0,6	1,9	1,1	
		Residuos corregidos	-1,0	1,0		
	La ley de violencia de género es injusta porque sólo incluye a las mujeres	%	34,9	27,2	32,0	
		Residuos corregidos	1,3	-1,3		
	Total			100	100	100

Nota: N = 272. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.05$. En negrita los valores significativos de los residuos tipificados corregidos.

Por otra parte, el 95,2% estimaron importante tener en cuenta las recomendaciones que hacen los expertos para elaborar las informaciones de violencia de género y que recogía el manifiesto frente a

una sola persona (0,4%) que opinó lo contrario, y doce alumnos (4,4%) que no contestaron a esta pregunta.

La importancia de estas recomendaciones fue sostenida muy mayoritariamente tanto por alumnos (98,1%) como por alumnas (93,5%), si bien se detectaron diferencias estadísticamente significativa en cuanto a la importancia de estas recomendaciones debido al género (Prueba exacta de Fisher = 6,268 (N=272), $p < 0.05$). Así un mayor número de chicas afirmaron no saber si estas recomendaciones eran importantes (Ver datos en Tabla 2).

Tabla 2.- Tabla de contingencia entre la importancia concedida a las recomendaciones de tratamiento informativo y la firma del manifiesto

			Género		Total
			Mujer	Hombre	
¿Crees que es importante tener en cuenta estas recomendaciones?	NS/NC	%	6,5	1,0	4,4
		Residuos corregidos	2,2	-2,2	
	Sí	%	93,5	98,1	95,2
		Residuos corregidos	-1,7	1,7	
	No	%	0,0	1,0	0,4
		Residuos corregidos	-1,3	1,3	
Total			100	100	100

Nota: $N = 272$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.05$. En negrita los valores significativos de los residuos tipificados corregidos.

De igual modo se comprobó que existía una asociación significativa (Prueba exacta de Fisher = 20,581, $p < 0.001$), entre la importancia adjudicada a estas recomendaciones y el hecho de firmar la iniciativa. De este modo, quienes firmaron el manifiesto creían en la relevancia de dichas sugerencias en mayor porcentaje de lo esperado, mientras que entre quienes no lo firmaron hubo mayor tendencia a desconocer si estas recomendaciones eran importantes (Ver datos en Tabla 3).

Tabla 3.- Tabla de contingencia entre la importancia concedida a las recomendaciones de tratamiento informativo y la firma del manifiesto

			¿Firmaste la iniciativa?			Total
			NS/NC	Sí	No	
¿Crees que es importante tener en cuenta estas recomendaciones?	NS/NC	%	0,0	0,6	10,7	4,4
		Residuos corregidos	-0,3	-3,9	3,9	
	Sí	%	100	99,4	88,3	95,2
		Residuos corregidos	0,3	4,1	-4,1	
	No	%	0,0	0,0	1,0	0,4
		Residuos corregidos	-0,1	-1,3	1,3	
Total			100	100	100	

Nota: $N = 272$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.001$. En negrita los valores significativos de los residuos tipificados corregidos.

Además, el 94,5% de los alumnos afirmó que llevaría a la práctica estas recomendaciones en el ejercicio profesional, frente a tres estudiantes (1,1%) que se mostraron contrarios a aplicarlas y otros doce (4,4%) que no contestaron.

La prueba exacta de Fisher (4,962, $p > 0.1$) mostró una asociación tendencial entre el género y la disposición para poner en práctica estas recomendaciones, por lo que se analizaron los residuos tipificados corregidos, resultando que las mujeres tendieron a responder en mayor porcentaje que no sabían si las aplicarían, mientras que los hombres mostraron una mayor tendencia a afirmar que sí. En concreto el 98,1% de los hombres estimaron que las tendrían en cuenta, frente a un 92,3% de las mujeres. Las estudiantes se decantaron más por dudar de si harían uso de las recomendaciones (6,5%), frente al 1% de los estudiantes. Un idéntico 1% de hombres y un 1,2% de mujeres fueron más categóricos al señalar que no las tendrían en cuenta.

Por otra parte, quienes firmaron la iniciativa se mostraron dispuestos a poner en práctica las recomendaciones en mayor porcentaje de lo estadísticamente esperado, frente a quienes no lo

firmaron, cuya propensión a no saber si las aplicarían aumentó. La asociación entre ambas variables resultó significativa (Prueba exacta de Fisher = 17,063, $p < 0.01$) (Ver datos en Tabla 4).

Tabla 4.- Tabla de contingencia entre la importancia concedida a las recomendaciones de tratamiento informativo y la firma del manifiesto

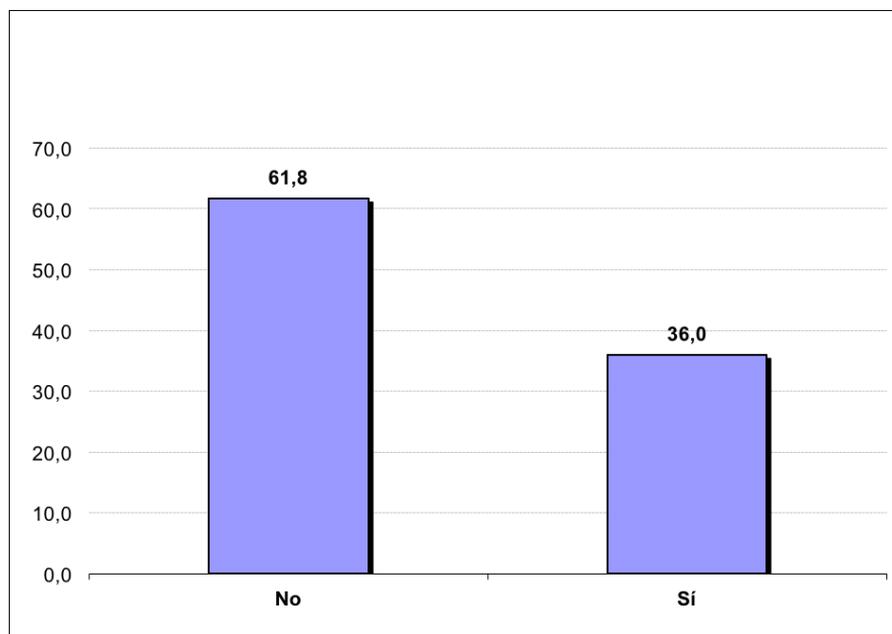
			¿Firmaste la iniciativa?			Total
			NS/NC	Sí	No	
¿Pondrás en práctica estas recomendaciones?	NS/NC	%	0,0	0,6	9,3	4,0
		Residuos corregidos	-0,3	-3,7	3,8	
	Sí	%	100	97,8	89,8	94,7
		Residuos corregidos	0,3	2,9	-3,0	
	No	%	0,0	1,7	0,8	1,3
		Residuos corregidos	-0,2	0,6	-0,6	
Total			100		100	100

Nota: $N = 272$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.01$. En negrita los valores significativos de los residuos tipificados corregidos.

5.2. Concepción previa de violencia de género y su posible modificación a partir de la iniciativa #MÁS COMPROMISO

Un 60,3% de los alumnos afirmó no conocer de antemano las recomendaciones sobre el tratamiento informativo de la violencia de género, frente a un 36,8% que dijo sí conocerlas, y un 2,9% que no contestó a esta pregunta. Además, el 36% de los estudiantes afirmaron que la lectura y firma del manifiesto sí consiguió modificar su concepto previo sobre la violencia de género, frente a un 61,8% que afirmó que el manifiesto no varió su opinión previa al respecto.

Figura 3.- ¿La lectura del manifiesto ha modificado el concepto previo que tenías de violencia de género?



Fuente: elaboración propia

Se detectó una asociación significativa entre ambas variables (Prueba exacta de Fisher = 42,802, $p < 0.001$), de modo que quienes previamente no conocían las recomendaciones modificaron la noción sobre violencia de género en mayor proporción, y quienes sí las conocían lo cambiaron en una menor proporción (Ver datos en Tabla 5).

Tabla 5.- Tabla de contingencia entre conocimiento previo de las recomendaciones de tratamiento informativo y la modificación del concepto de violencia de género

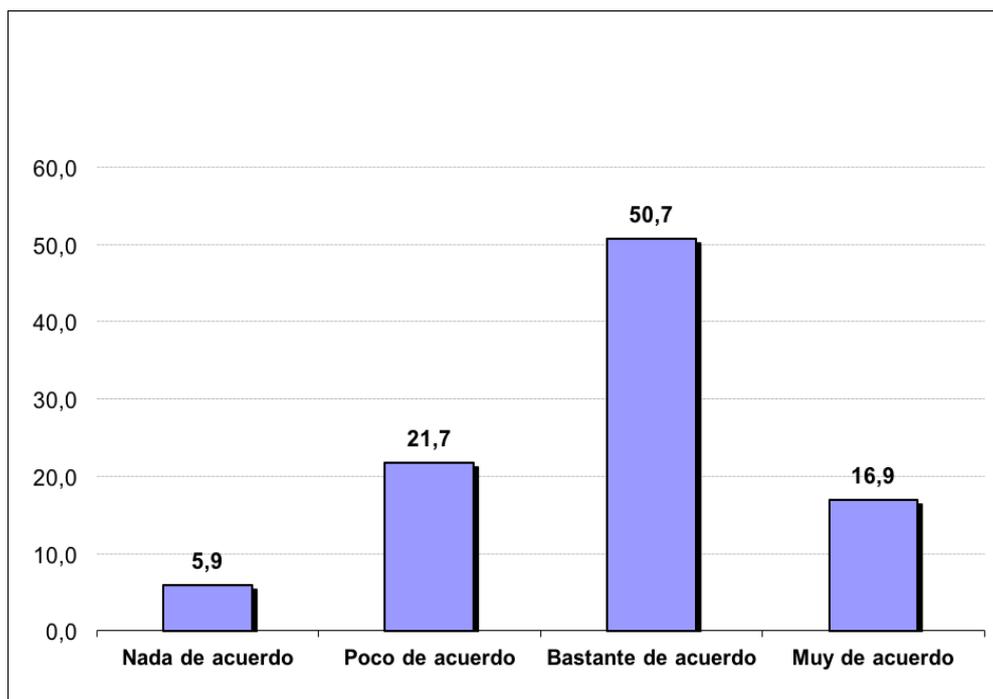
			¿Conocías, antes de leer el manifiesto, las recomendaciones sobre el tratamiento informativo de la violencia de género?			Total
			NS/NC	Sí	No	
¿Ha modificado el concepto previo que tenías de violencia de género el manifiesto que se leyó y	NS/NC	%	62,5	0,0	0,6	2,2
		Residuos corregidos	11,8	-1,9	-2,2	
	Sí	%	0,0	26,0	43,9	36,0
		Residuos corregidos	-2,2	-2,6	3,3	

firmó el 25N?	No	%	37,5	74,0	55,5	61,8
		Residuos corregidos	-1,4	3,2	-2,6	
Total			100	100	100	100

Nota: $N = 272$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.001$. En negrita los valores significativos de los residuos tipificados corregidos.

En cuanto al compromiso surgido a partir de la actividad, encontramos que más de dos de cada tres alumnos, el 67,6%, consideraron que esta iniciativa les había ayudado a comprometerse contra la violencia, mientras que un 21,7% se mostraron poco de acuerdo con esta afirmación y casi un 6,0% nada de acuerdo.

Figura 4.- ¿Consideras que esta iniciativa te ha ayudado a comprometerte contra la violencia de género?



Fuente: elaboración propia

Se pudo comprobar la existencia de asociación significativa entre la firma del manifiesto y la consideración que esta iniciativa ayudaba a comprometerse contra la violencia de género (Prueba exacta de Fisher = 31,300, $p < 0.001$). De este modo, según los residuos tipificados corregidos, quienes firmaron el manifiesto consideraron que esta iniciativa les había ayudado a comprometerse. En cambio, quienes no lo firmaron se decantaron más veces por no saber si les habría ayudado o bien por afirmar que les habría ayudado poco (Ver datos en Tabla 6).

Tabla 6.- Tabla de contingencia entre la firma del manifiesto y la consideración que esta iniciativa ha ayudado a comprometerse

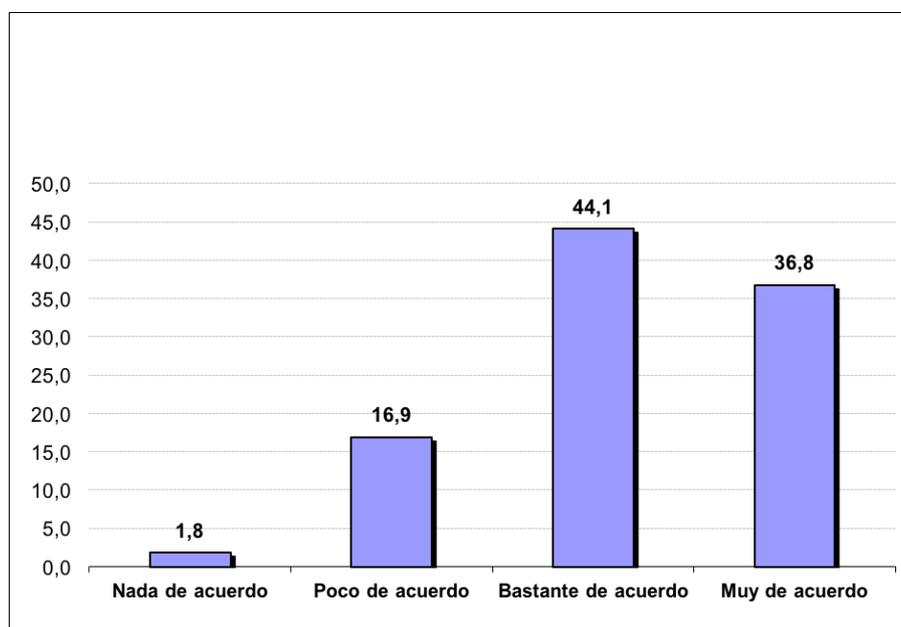
			¿Firmaste la iniciativa?			Total	
			NS/NC	Sí	No		
¿Consideras que esta iniciativa te ha ayudado a comprometerte contra la violencia de género?	NS/NC	%	0,0	0,6	10,2	4,3	
		Residuos corregidos	-0,3	-3,9	4,0		
	Muy de acuerdo	%	0,0	22,2	9,3	17,0	
		Residuos corregidos	-0,6	2,9	-2,9		
	Bastante de acuerdo	%	100	54,4	44,1	50,7	
		Residuos corregidos	1,4	1,6	-1,8		
	Poco de acuerdo	%	0,0	18,3	28,0	22,0	
		Residuos corregidos	-0,8	-1,9	2,0		
	Nada de acuerdo	%	0,0	4,4	8,5	6,0	
		Residuos corregidos	-0,4	-1,4	1,5		
	Total			100	100	100	100

Nota: $N = 272$. Los valores de las celdas representan porcentajes. La asociación es significativa a nivel $p < 0.001$.

5.3. Aceptación de “violencia de género” y el uso nominal que aplican los alumnos

El 80,9% de los estudiantes de Periodismo se mostraron muy o bastante de acuerdo con que los medios de comunicación son esenciales para conseguir la eliminación de la violencia de género, frente a un 16,9% que se mostró poco de acuerdo y un 1,8% nada de acuerdo (Ver datos en Figura 4).

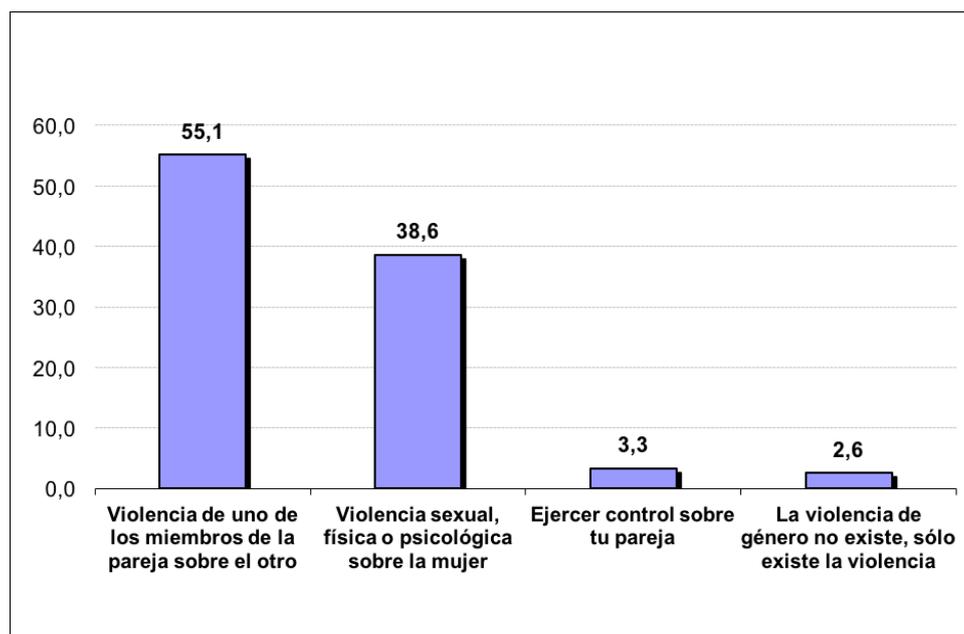
Figura 4.- Los medios de comunicación son esenciales para conseguir la eliminación de la violencia de género



Fuente: elaboración propia

La idea sobre el origen y la solución social de la violencia de género aparece muy compartida por los encuestados. Ante la afirmación “la sociedad es parte del problema y de la solución de la violencia de género” los alumnos de Periodismo se mostraron mayoritariamente a favor, ya que el 66,2% de ellos dijo estar muy de acuerdo con el enunciado y otro 32% estuvo bastante de acuerdo. Únicamente un 1,8% dijo estar poco o nada de acuerdo.

Figura 5.- ¿Sabrías explicar qué es la violencia de género?



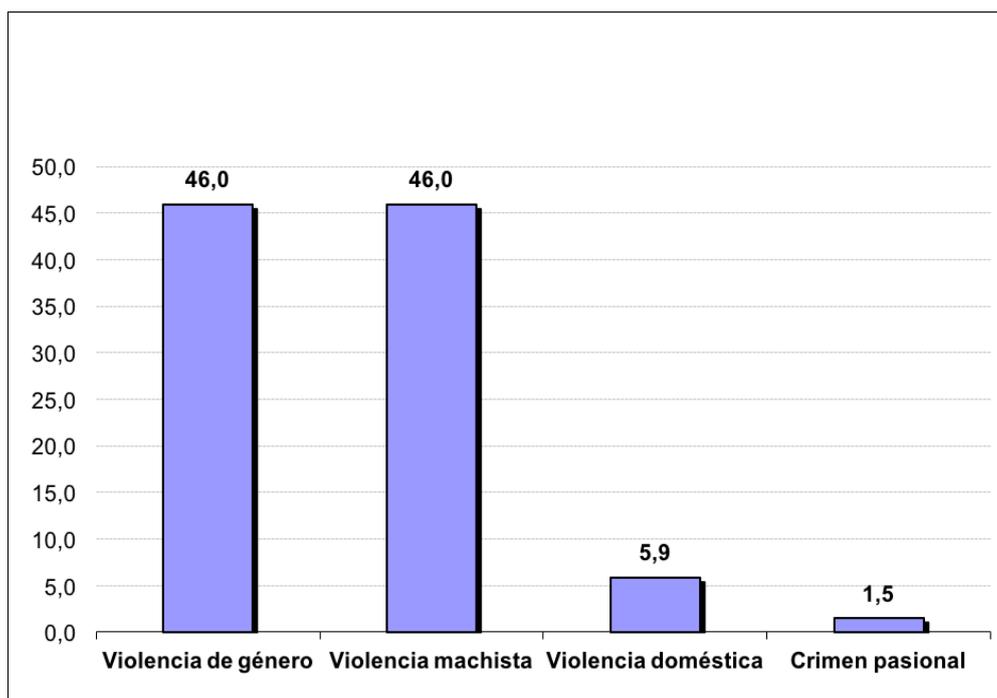
Fuente: elaboración propia

En cuanto al significado de “violencia de género”, más de la mitad de los estudiantes (55,1%) respondieron que es la “violencia que ejerce uno de los miembros de la pareja sobre el otro”, mientras que un 38,6% afirmó que se refiere a “la violencia, sexual, física o psicológica sobre la mujer”.

Como opciones muy minoritarias, encontramos que un 3,3% la definió como “ejercer control sobre tu pareja”, y un 2,6% estimó que la violencia de género como tal “no existe, sólo existe la violencia”.

Aunque la asociación entre la variable sobre qué es violencia de género y la variable género no es estadísticamente significativa, ($p < 0.1$), al analizar las categorías que componen cada variable, los resultados de los residuos tipificados corregidos muestran que sí hay diferencias estadísticamente significativas en un caso. Tanto hombres como mujeres se inclinan de manera similar y mayoritaria por definirla como la violencia de uno de los miembros de la pareja sobre el otro (55,1%) y como la violencia sexual, física o psicológica sobre la mujer (39,6%). Sin embargo, el 5,3% de mujeres también la definió como ejercer control sobre tu pareja, mientras que ningún hombre (0,0%) la definió de este modo.

Figura 6.- ¿Cuál de estos conceptos te parece más apropiado para describir la violencia que sufren las mujeres?



Fuente: elaboración propia

Preguntados por qué concepto consideraban como más apropiado para describir la violencia que sufren las mujeres, dos términos recibieron un idéntico porcentaje de respuestas: tanto “violencia de género” como “violencia machista” fueron escogidos por un 46% de los encuestados. A gran distancia encontramos que el 5,9% de los alumnos la definió como “violencia doméstica”, y tan sólo un 1,5% optó por la acepción “crimen pasional”.

6. Conclusiones

Los resultados de la investigación llevada a cabo dejan patente la necesidad y el interés por llevar a cabo actividades formativas fuera del aula vinculadas a temas como la violencia machista y la igualdad que permitan aportar una perspectiva de género a la docencia universitaria y complementen la educación superior que los estudiantes reciben.

El análisis descriptivo e inferencial de los datos estadísticos – resultado de las encuestas llevadas a cabo - nos han permitido dar respuesta a las preguntas de investigación formuladas al principio de este trabajo. Entre las principales conclusiones podríamos subrayar que un porcentaje mayoritario de estudiantes se mostraron a favor de la iniciativa *#MÁS COMPROMISO*. Además si analizamos los datos pormenorizadamente, del 37,9% que no la secundó, un 85% alegó como motivación principal razones que tenían que ver con la imposibilidad de estar físicamente en la Facultad o de desconocimiento de la actividad, más que con que estuvieran en desacuerdo con la iniciativa, como sí que admitió un 14,6%.

Sobre la efectividad de este tipo de actividades, el 67,7% consideró que esta iniciativa les había ayudado a comprometerse contra la violencia de género; porcentaje todavía mayor - 76,6% - entre quienes firmaron el manifiesto. Este apoyo a la iniciativa se puede observar también en los resultados obtenidos en los que la casi totalidad del alumnado encuestado, el 95,2%, aseguraba que las recomendaciones expuestas en el manifiesto han de tenerse en cuenta para elaborar la información. Una cifra muy similar (94,5%) señalaba que llevaría a la práctica las recomendaciones a la hora de confeccionar los contenidos periodísticos que tengan que ver con la violencia de género.

Los resultados de este estudio muestran cómo las mujeres se posicionan de una manera más reactiva ante a este tipo de iniciativas de concienciación y ante la representación mediática de la violencia de género. Así, hasta cinco veces más mujeres que hombres, señalaron que la sociedad es remisa ante las acciones que se llevan a cabo contra la violencia de género debido a las denuncias falsas, una de las falacias más recurrentes cuando se exponen planteamientos en contra de la realidad de la violencia de género y que el Observatorio de Violencia Doméstica y de Género del Poder Judicial desmonta año tras año a través de sus estudios estadísticos [3]. Además, los únicos dos estudiantes que estimaron que se exageraba la importancia de la violencia de género en los medios de comunicación fueron mujeres.

Finalmente, el 93,5% de las alumnas considera importante las recomendaciones para el tratamiento informativo de la violencia de género, frente al 98,1% de los estudiantes varones frente al 6,5% de las mujeres y el 1% de los varones que las pusieron en cuestión. Acorde a estos resultados, las féminas también tendieron a responder en mayor porcentaje que sus compañeros varones que no sabían si aplicarían estas recomendaciones, mientras que los hombres mostraron una mayor tendencia a afirmar que sí las pondrían en práctica.

Los resultados extraídos de las variables de investigación, como las que aluden al conocimiento sobre el correcto tratamiento informativo o a la capacidad de definir violencia de género, nos llevan a plantear la conveniencia de profundizar cualitativamente, a partir de otras investigaciones e iniciativas docentes, en el conocimiento que poseen los jóvenes de las concepciones más elementales sobre violencia de género y que se entienden como superadas por su propia condición generacional.

El 60,3% de los encuestados afirmó no conocer las recomendaciones de los expertos. Creemos que la formación especializada de los futuros periodistas, que les proporcione sentido crítico para la correcta elaboración de las informaciones sobre violencia de género, es esencial para desterrar la

violencia de género de la sociedad. Pero no solamente a los profesionales de los medios, nos parece fundamental que el resto de la sociedad participe de ese espíritu reflexivo y razonado, que se debería adquirir a través de la alfabetización mediática, que les permita mantener una actitud crítica hacia el consumo de los medios de comunicación de masas y les erija como consumidores vigilantes.

Respecto al compromiso social en contra de la violencia de género, más de dos de cada tres alumnos aseguraron que esta iniciativa les había ayudado a comprometerse en contra de esta lacra, y un 98% se mostró de acuerdo con la idea de que la sociedad forma parte del problema y la solución de la violencia de género, lo que concuerda con la idea que se ha transmitido en diversas campañas de sensibilización en los últimos años, *Ante el maltrato todas y todos a una* (2009) *Saca tarjeta roja al maltratador* (2010) ambas del Ministerio de Sanidad o la más reciente de Antena 3 Televisión *Tolerancia Cero. Contra el maltrato la fuerza de todos* (2016), en las que se advierte que la violencia de género no es un problema exclusivo del ámbito privado, sino que afecta a la sociedad en su conjunto.

Los resultados obtenidos sobre el significado que los encuestados dan al concepto “violencia de género”, en el que más de la mitad demuestran no tener claro lo que significa, unidos al 32% que considera que la ley de violencia de género es injusta porque solo incluye a la mujer, nos hace plantearnos la necesidad de una mayor incidencia en la clarificación de conceptos que, después de más de diez años de la puesta en marcha de la Ley Integral contra la Violencia de Género del 2004, se presumen superados pero que, como hemos observado, están todavía confusos o inexactos en una parte importante de la sociedad.

***Investigación financiada**

Este artículo es producto del Proyecto de Innovación Docente “Enseñanza en Igualdad e Inclusión de género” (PID-ENIG), financiado por la Universidad de Valladolid (UVa_España).

Fechas

-Inicio de la investigación: 18 de noviembre de 2015

-Final de la investigación: 30 de mayo de 2016

7. Notas

1 Se puede consultar la Resolución completa publicada por la ONU en <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

2 Archivo personal de la coautora Dunia Etura Hernández. Entrevista 2013.

3 Para profundizar en esta cuestión recomendamos el artículo titulado “Violencia sobre la mujer por razón de género versus denuncias falsas” de Teresa Peramato Martín, fiscal adscrita a la Fiscal de Sala contra la Violencia sobre la Mujer, publicado el 25 de

noviembre en la Revista Abogacía Española <http://www.abogacia.es/2015/11/25/violencia-sobre-la-mujer-por-razon-de-genero-versus-denuncias-falsas/>

8. Referencias bibliográficas

A Bernárdez. (2015): *Mujeres en medio(s). Propuesta para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid: Fundamentos.

P Carballido. (2010): *El proceso de construcción de la violencia contra las mujeres: medios de comunicación y movimiento feminista*. Tesis Doctoral. Universitat Jaume I.

CIS, (2013). *Percepción social de la violencia de género por la adolescencia y la juventud*. Centro de Investigaciones Sociológicas, estudio nº 2992.

Col·legi de Periodistes de Catalunya. (2004): *Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere als programes informatius i d'entreteniment als mitjans de comunicació*. Barcelona.

V de Miguel. (2015): *Percepción social de la violencia de género en la adolescencia y la juventud*. Madrid: Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

MJ Díaz-Aguado. (2014): *La evolución de la adolescencia española sobre la igualdad y la prevención de la violencia de género*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

MJ Díaz-Aguado. (2012). *La juventud Universitaria ante la Igualdad y la Violencia de Género*. Madrid: Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

C Faoaga. (1994): “Comunicando violencia contra las mujeres”. Estudios sobre el mensaje periodísticos, nº 1, 67-90.

ME Gutiérrez & B Zurbano. (2010): *El periodismo social como una nueva forma de “narrar-nos”. La necesidad de reconocer-nos como agentes en la construcción mediática de los casos de violencia de género*. La Laguna: Actas.

JJ Igartua. (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

IORTVE e Instituto de la Mujer (2002). *Manual de urgencia sobre el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres*. Madrid: IORTVE

P Giménez Armentia & MR Berganza Conde. (2009): *Género y Medios de Comunicación. Un análisis desde la Objetividad y la Teoría del Framing*. Madrid: Fragua.

P López Díez. (2002): “La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación”. En I Foro Nacional *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Madrid: Instituto de la mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE.

P López Díez. (2006): *Representación de la violencia de género en los informativos de TVE*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE.

P López Díez. (2007): “¿Cómo tratan la violencia de género los medios de comunicación?” en JF Plaza & C Delgado (ed). *Género y comunicación*. Madrid: Fundamentos.

P López Díez; S Núñez Puente & J Gallego. (2015): *Tratamiento informativo de la violencia machista en la era digital*. En I Jornada Tratamiento informativo de la violencia machista. Retos en la era de Internet. Madrid.

M Lorente. (2009): “¿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 JM Bernardo et al. (coord.): *Retos de la comunicación ante la violencia de género*. Valencia: Tirant lo Blanch, 49-64.

F Loscertales & T Núñez. (2009): “La imagen de las mujeres en la era de la comunicación [Women image in communication era]”. I/C - Revista Científica de *Información y Comunicación*, nº6, 427-462.

V Martín Jiménez; C Ballesteros & D Etura. (2016): “Igualdad de género en la universidad: estudio del caso de los alumnos de periodismo de la universidad de Valladolid”. Revista *Opción*, junio, nº3. (En prensa).

V Martín Jiménez; C Ballesteros & D Etura. (2016): “Igualdad de género y alfabetización mediática: un estudio desde la educación inclusiva en el ámbito universitario”, *Prisma Social*, junio.

V Martín Jiménez & D Etura (Coords.). (2016): *La Comunicación en clave de igualdad de género*, Madrid: Fragua.

V Martín Jiménez & D Etura. (2014): “El Día Internacional contra la Violencia de Género: el Tratamiento en el diario decano de la prensa española (2000-2013)” Revista *Comunicación y Medios* nº 30 pág. 89-108.

ONU (1995): *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*.

I Postigo Gómez & A Jorge Alonso. (2016): *El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres*. Cuadernos artesanos de comunicación, nº 86. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

I Postigo Gómez. (2016): “Observatorio Andaluz de Violencia Machista en los Medios Audiovisuales (Ob~Vio). Hacia una oportunidad de sensibilización” en I Postigo Gómez & A Jorge Alonso. (2016): *El tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres*. Cuadernos artesanos de comunicación, nº 86, 13-40.

Público (2008). Código autorregulatorio para informar sobre la violencia de género asumido por el diario *Público*. Madrid: Diario Público.

L Rivilla. (2012): Análisis crítico del tratamiento de la violencia contra las mujeres en los informativos televisivos. La proximidad al hecho. I Congreso Internacional de Comunicación y Género, Sevilla.

C Rodríguez Wangüemert; P Matud & I Espinosa. (2008): “Roles de género en la prensa diaria nacional”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº14, 575-580.

E Ruiz. & T Alario. (2010): “La prevención de la violencia de género en la formación inicial del profesorado”. Tabanque, Revista pedagógica nº23, 127-144.

I Tajahuerce. (2014): *Mujeres y Comunicación*. Madrid: La linterna sorda.

C Torres Albero. (2013): *El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud: un riesgo en la sociedad de la información y del conocimiento*. Madrid: Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

F Tucho; A Fernández-Planells; E Lozano & M Figueras-Maz. (2015): “La educación mediática, una asignatura pendiente en la formación de periodistas, publicitarios y comunicadores audiovisuales”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pág. 689-702.

VV.AA. (2015): Informe Genet. *Género y políticas públicas: claves para la agenda política*. Madrid: CSIC, Centro de Ciencias Humanas y Sociales.

DV Gómez & N Gabarrón. (2015). “El tratamiento mediático de la violencia de género en España (2000-2012): agenda setting y agenda building”. *InDret*, 2.

C Wilson et al. (2011): *Alfabetización mediática e informacional. Curriculum para profesores*. Paris: UNESCO.

RD Wimmer & JR Dominick. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación.

J Yébenes Alberca. (2005): *Tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recomendaciones para las buenas prácticas en la información sobre la violencia de género*. Asociación de la Prensa de Madrid.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

V Martín Jiménez, D Etura Hernández, CA Ballesteros Herencia (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, pp. 891 a 911
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1126/46es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1126](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1126)

- En el interior de un texto:

... V Martín Jiménez, D Etura Hernández, CA Ballesteros Herencia (2016: 891 a 911)...

o

... V Martín Jiménez *et al*, 2016 (891 a 911)...

Artículo recibido el 10 de junio de 2016. Aceptado el 14 de septiembre.
Publicado el 22 de septiembre de 2016.