

Responsabilidad Compartida: Influencia de los Medios de Comunicación en la Atribución de Culpabilidad y Justificación de la Violencia de Género

Shared Responsibility: Media Influence in Culpability and Justification's Attribution in Couple Violence

M.^a Carmen Herrera Enríquez y Francisca Expósito Jiménez
Universidad de Granada

Resumen. La percepción que la opinión pública tiene de la violencia de género está muy vinculada al tratamiento que ésta recibe por parte de los medios de comunicación. De este modo, observamos que en la mayoría de noticias se suelen buscar justificaciones o “motivos” (alcohol, celos, discusiones, etc.) que se presentan al lector como posibles causas del hecho que se describe. En este trabajo hemos diseñado un estudio en el que se ha manipulado la información presentada en distintas noticias con el objetivo de comprobar la influencia que tiene el modo de presentación de las noticias en la percepción social de los participantes. Entre las principales variables dependientes están la justificación de la agresión y el grado de responsabilidad tanto del agresor como de la víctima. Entre otros resultados interesantes, podemos ratificar la importancia que tiene el modo de presentación de las noticias, y que a nuestro juicio constituye uno de los factores más influyentes en la percepción individual de la violencia de género y en la aceptación de la misma.

Palabras Clave: violencia de género, medios de comunicación, percepción social, género, problema social.

Abstract. Public opinion about couple violence is strongly linked to the treatment given by the media. In most of the bulletins it is common to look for justifications or motives (alcohol, jealousy, arguments, etc.) presented as probable cause to the fact. In this research we have design an study where information was handled in different bulletins in order to prove the influence that the news' presentation shows in the social perception of participants. Part of the main variables are the aggression's justification and the responsibility given to agresor and victim. Some interesting results let us ratify the importance of the news bulletin's presentation, and is one of the most influential factors in the individual perception of couple violence and its acceptance.

Key words: couple violence, media, social perception, gender, social problem.

Introducción

“Sólo se ve lo que se mira, y sólo se mira lo que se tiene en la mente (Bertillon)”

La violencia de género se ha convertido en uno de los problemas sociales más importantes y preocu-

pantes que existen hoy día. En 2007, más de 70 mujeres murieron como consecuencia de este hecho deleznable según datos del Instituto de la mujer (2007).

Debemos prestar especial atención al efecto tan importante que los medios de comunicación han tenido en la difusión de este tipo de hechos, que hasta ahora eran simplemente cuestiones privadas. Desde que en 1997 Ana Orantes fuera asesinada por su marido tras denunciar haber sido víctima de

La correspondencia sobre este artículo dirigirla a: fexposit@ugr.es; mcherrer@ugr.es

malos tratos en un medio público, la sociedad ha dado un paso sumamente importante al conocer la realidad de la violencia de género que sufrían muchas mujeres en la intimidad del hogar (Herrera y Expósito, 2007). Una década después, vuelve a ser objeto de debate el tratamiento que recibe la violencia de género por parte de los medios de comunicación, tras el asesinato de Svetlana, después de su aparición en un programa de televisión.

No cabe duda de la influencia que ejercen los medios de comunicación en nuestras vidas, y en la percepción que tenemos del mundo que nos rodea. Así, la percepción que la opinión pública construye de la violencia de género no sólo tiene lugar a través de la experiencia personal y de la información que se va transmitiendo mediante las redes de comunicación interpersonal, dicha opinión está íntimamente vinculada con el tratamiento que recibe en los medios de comunicación tanto en lo referido al lugar que ocupa en la agenda establecida por los mismos como al modo en que realizan la cobertura de la noticia (D'Adamo y García, 2003).

Respecto a lo primero, desarrollos recientes en la investigación sobre los efectos socio-cognitivos de las noticias, plantean que los contenidos informativos de los medios de comunicación no sólo fijan la agenda pública (la importancia percibida de los asuntos sociales), sino que también dictan a la audiencia una forma de pensar sobre ciertos asuntos (McCombs y Ghanem, 2001; Scheufele y Tewdsbury, 2007). Existe un gran paralelismo entre el modo en que los medios de comunicación tratan un problema social y la interpretación que ofrecen de él (Gerbner, 1972), colaborando así, muchas veces incluso de modo involuntario, en la construcción de una imagen desajustada de la temática en cuestión, en este caso la violencia de género.

Existe cierto consenso en afirmar que las causas de la violencia de género se presentan complejas y de difícil solución, y son muy diversas las justificaciones sociales que se dan acerca de este tipo de hechos. En las noticias también se suelen buscar justificaciones o motivos (alcohol, celos, discusiones) que pueden influir en la percepción que la población tiene del hecho informado, hasta tal punto que se han puesto en marcha una serie de

decálogos y normas para un adecuado tratamiento de la violencia de género por parte de los medios de comunicación (recogidos en la Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género –LO 1/2004, de 28 de diciembre, y difundidos, entre otros, por el Observatorio de la violencia de género, 2008), en los que se hace especial hincapié en no ofrecer justificaciones ni motivos, ya que la causa de la violencia de género es el control y el dominio que determinados hombres ejercen contra las mujeres.

Como consecuencia de las medidas que se están empezando a adoptar, y de acuerdo con los cambios sociales acontecidos en las últimas décadas, parece poco probable que las personas sean capaces de reconocer pública y/o explícitamente que una situación de agresión a la mujer pueda estar legitimada o justificada. Sin embargo, en la literatura encontramos como la población general mantiene una cierta tendencia a hacer todo tipo de atribuciones y justificaciones de la violencia de género, en un esfuerzo por tratar de buscar respuestas a situaciones que son difíciles de explicar.

Distintos autores han encontrado que existen diferencias entre hombres y mujeres en la forma en la que perciben la violencia de género (Mwamwenda, 1999). Así, es menos probable que las mujeres perciban la violencia de género como una acción justificable, en comparación con los hombres (Pierce y Harris, 1993). En cuanto a la forma de explicar el hecho, Valor-Segura, Expósito y Moya (2008) encontraron que es más probable que las mujeres atribuyan menos culpabilidad a las víctimas de violencia de género que los hombres, coincidiendo con otros autores (Nayak, Byrne, Martín y Abraham, 2003). En general, tales resultados muestran una visión ligeramente más tolerante del maltrato por parte de los hombres, lo cual puede deberse a que en general su visión de las mujeres es menos positiva que la que tienen las propias mujeres hacia sí mismas (Kristiansen y Giulietti, 1990) o a que simplemente, lo toleren más porque no son ellos quienes lo sufren.

Nuestro principal objetivo en este estudio es comprobar la influencia que tiene el modo de presentación de las noticias en la percepción social de los participantes, hombres y mujeres.

Objetivos

Primero, esperamos encontrar un efecto principal del tipo de noticia, de modo que en los casos en que presentamos una noticia motivada, los participantes mostrarán una mayor tendencia a justificar la agresión, frente a cuando no se exponen motivos.

Segundo, esperamos encontrar un efecto principal del sexo del participante, de manera que las mujeres justificarán en menor medida que los hombres cualquier noticia relacionada con la agresión de la mujer.

En tercer lugar, queremos explorar cuál es el patrón de repuestas que los participantes dan ante una noticia. Por todo lo anteriormente expuesto, creemos que los participantes van a hacer atribuciones diferentes a la noticia en función de si ésta se centra en el agresor o en la víctima o si la noticia es neutra.

Método

Muestra

Este estudio ha sido realizado con 301 participantes, con una edad media de 28.72 años ($SD=10.71$), el 38.2% eran hombres y el 61.8% mujeres. El 60.8% había cursado o estaban realizando estudios universitarios, el 12.6% el Bachiller Elemental o similar, el 11.6% había cursado el Bachiller Superior, el 8.2% Formación Profesional y el 6.8% estudios primarios. En cuanto a la ocupación laboral, el 52.2% no trabajaban, frente al 47.8% que sí lo hacía. El 76.4% tenían o habían tenido pareja. El 19.3% afirmaba ser nada religioso frente al 7% que se consideraba extremadamente religioso. La puntuación media en esta medida fue de 3.93 ($SD=2.13$), es decir, la mayoría se consideraban moderadamente religiosos (el rango de respuesta es de 1 a 9, a mayor puntuación más religioso). En cuanto a la ideología política, el 2% afirmaba ser extremadamente conservador frente al 5% que se consideraba muy progresista. La puntuación media fue de 5.96 ($SD=1.71$), con un rango de respuesta de 1 a 9 puntos, a mayor puntuación más progresista.

Procedimiento y Diseño

Se trata de un diseño factorial 3 x 2, siendo las variables independientes: "Tipo de noticia" manipulada entregrupos (Centrada en el agresor, Centrada en la víctima, sin información), y género (Hombre vs. Mujer). Las variables dependientes se referían a la justificación de la violencia de género y la atribución de responsabilidad, medidas a través de diferentes ítems.

Todos los participantes accedieron a contestar un cuestionario anónimo durante el curso académico 2006/2007. Los cuestionarios fueron recogidos por los participantes y devueltos una vez fueron cumplimentados.

Instrumentos de medida

El cuestionario contenía las siguientes secciones:

- a) *Características sociodemográficas*: edad, sexo, nivel de estudios realizado, religión, ideología política, situación laboral (si trabajaban o no) y sentimental (si tenían o habían tenido pareja o no).
- b) *Presentación de la noticia*: los participantes leían una de estas tres noticias, según la condición experimental:
 - 1) *Centrada en el agresor*: "Un hombre rompe el alejamiento y mata en una calle de Murcia a su ex compañera, se afirma sobre él, que era violento cuando se emborrachaba".
 - 2) *Centrada en la víctima*: "Un hombre estrangula a su compañera por negarse a contraer matrimonio".
 - 3) *Sin información*: "Un hombre mata a su ex compañera en Pamplona y se suicida".
- c) *Variables dependientes*: Tras la lectura de la noticia, los participantes respondían a una serie de preguntas. En primer lugar, se les pedía que escribieran las posibles causas de la agresión (en formato de respuesta abierta), posteriormente se les presentaba una serie de ítems: "¿En qué medida considera que la agresión está justificada?" (1= Totalmente injustificada, 7= Totalmente justificada); "¿En

qué medida considera que la mujer ha sido responsable de alguna manera en lo que ha ocurrido?" (1= nada responsable, 7= totalmente responsable); *“¿En qué medida considera que el hombre ha sido responsable de alguna manera en lo que ha ocurrido?”* (1= nada responsable, 7= totalmente responsable). A continuación, se les presentaba una medida compuesta por siete ítems relacionados con los motivos que según los participantes han llevado al agresor a comportarse de esa manera: *“Que en el fondo se preocupa por ella”*, *“Que es un egoísta”*, *“Que no confía en ella”*, *“Que es una persona responsable”*, *“Que le preocupa lo que los demás puedan pensar de él”*, *“La educación que ha recibido”*, *“Que en esa misma situación cualquier hombre se comportaría de la misma manera”*. El formato de respuesta fue una escala tipo likert de 7 puntos donde 1 indica totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

Resultados

Manipulation Checks

Para medir la eficacia de nuestra manipulación, realizamos un ANOVA, usando como variable independiente el tipo de noticia, comparando así las tres condiciones experimentales: noticia centrada en el agresor, noticia centrada en la víctima y noticia sin información. Utilizamos como variables dependientes los siguientes ítems, todos ellos con formato de respuesta tipo Likert en escala de 7 puntos (1= totalmente en desacuerdo, 7= totalmente de acuerdo):

1. *“¿En qué medida cree que el agresor presentado en la noticia mata a su compañera tras romper la orden de alejamiento?”* $F(2, 282) = 128.48, p = .000$. Las puntuaciones medias obtenidas fueron de 4.80 en la condición de noticia centrada en el agresor, 1.70 en la condición noticia centrada en la víctima, y 1.61 en la condición de noticia sin información. Las comparaciones *post hoc* mostraron la existencia de diferencias significativas entre la condi-

ción “noticia centrada en el agresor” y “noticia centrada en la víctima” $p = .000$, y entre la “noticia centrada en el agresor” y la “noticia sin información” $p = .000$.

2. *“¿En qué medida cree que el agresor presentado en la noticia era un hombre violento cuando se emborrachaba?”* $F(2, 287) = 161.76, p = .000$. Las puntuaciones medias obtenidas fueron de 5.87 en la condición de noticia centrada en el agresor, 2.16 en la condición noticia centrada en la víctima, y 3.76 en la condición de noticia sin información. Las comparaciones *post hoc* mostraron la existencia de diferencias significativas entre las tres condiciones ($p < .001$).
3. *“¿En qué medida cree que en la noticia se presenta a un hombre que mata a su compañera por negarse ésta a contraer matrimonio?”* $F(2, 286) = 180.80, p = .000$. Las puntuaciones medias obtenidas fueron de 1.35 en la condición de noticia centrada en el agresor, 4.86 en la condición de noticia centrada en la víctima, y 1.97 en la condición de noticia sin información. Las comparaciones *post hoc* mostraron la existencia de diferencias significativas entre las tres condiciones ($p < .001$).

Nuestro primer objetivo fue analizar los efectos de las dos variables independientes (tipo de noticia y sexo del participante) sobre la justificación de la agresión y la atribución de culpabilidad.

Realizamos un ANOVA 3 (tipo de noticia: centrada en el agresor, centrada en la víctima, sin información) x 2 (sexo del participante: hombre vs. mujer), considerando como variables dependientes cada uno de los ítems anteriormente mencionados, que pasamos a exponer a continuación:

Justificación del comportamiento agresivo

– *“¿En qué medida considera que la agresión está justificada?”*

Encontramos un efecto principal de la variable “tipo de noticia” $F(2, 293) = 3.64, p < .05, M_{Él} = 1.36, M_{Ella} = 1.28, M_{Neutra} = 1.05$, las comparaciones *post hoc* muestran que las diferencias fueron significativas entre la noticia centrada en el agresor y la

noticia sin información ($p < .05$) y entre la noticia centrada en la víctima y la noticia sin información, marginalmente ($p = .06$). De tal forma que los participantes tienden a justificar más la agresión cuando presentamos causas frente a cuando no las presentamos, de acuerdo a nuestra primera hipótesis.

No encontramos diferencias significativas en la variable “sexo del participante” $F(1, 293) = 2.18$, *n.s.* Sin embargo, resultó marginalmente significativa la interacción entre las dos variables independientes “Sexo del participante x tipo de noticia” $F(2, 293) = 2.80$, $p = .06$. La interacción encontrada nos indica que, cuando presentamos una noticia en la que resaltamos las causas centradas en el agresor, los hombres tienden a ver la agresión más justificada ($M = 1.6$) que las mujeres ($M = 1.12$).

Percepción de la responsabilidad de la víctima

– “¿En qué medida considera que la mujer ha sido responsable de alguna manera en lo que ha ocurrido?”

Encontramos un efecto principal de la variable “sexo del participante” $F(1, 293) = 32.87$, $p < .001$, $M_{\text{Hombre}} = 1.87$, $M_{\text{Mujer}} = 1.20$. De manera que las mujeres consideran a la víctima menos responsable de la agresión que los hombres. Sin embargo, no encontramos diferencias significativas en la variable “tipo de noticia” $F(2, 292) = .15$, *n.s.* Por lo que nuestros participantes no atribuyen más o menos responsabilidad a la víctima en función del tipo de noticia que les presentamos.

Percepción de la responsabilidad del agresor

– “¿En qué medida considera que el hombre ha sido responsable de alguna manera en lo que ha ocurrido?”

Hallamos un efecto principal de la variable “sexo del participante” $F(1, 292) = 8.35$, $p < .01$, $M_{\text{Hombre}} = 6.30$, $M_{\text{Mujer}} = 6.64$, siendo las mujeres las que consideran al agresor más responsable que los hombres. Por el contrario, no encontramos diferencias significativas en la variable “tipo de noticia” $F(2, 292) = 1.13$, *n.s.* Por lo que nuestros participantes no

atribuyen más o menos responsabilidad al agresor en función del tipo de noticia que les presentamos.

Percepción de los motivos que han llevado al hombre a comportarse de esa manera

Posteriormente, pasamos a analizar los ítems que hacían una referencia más específica a la justificación de la agresión. De modo que, ante los ítems:

– “Cree que el comportamiento del agresor se debe a que en el fondo se preocupa por ella”

Hallamos un efecto principal de la variable tipo de noticia $F(2, 293) = 5.36$, $p < .01$, $M_{\text{Él}} = 1.7$, $M_{\text{Ella}} = 1.3$, $M_{\text{Neutra}} = 1.2$, las comparaciones post hoc muestran que las diferencias fueron significativas entre la noticia centrada en el agresor y la noticia centrada en la víctima ($p < .05$) y entre la noticia centrada en el agresor y la noticia sin información ($p < .01$). De manera que, cuando presentamos posibles causas que hacen referencia a los motivos que han llevado al hombre a comportarse de esa manera, se tiende a creer que su comportamiento es debido a que se preocupa por ella, en mayor medida que cuando presentamos causas que hacen referencia a la responsabilidad de la mujer o no presentamos causas, buscando a su comportamiento una justificación benévola.

– “Cree que el comportamiento del agresor se debe a que le preocupa lo que los demás puedan pensar de él”

Encontramos otro efecto principal de la variable tipo de noticia $F(2, 293) = 5.74$, $p < .01$, $M_{\text{Él}} = 3.85$, $M_{\text{Ella}} = 4.33$, $M_{\text{Neutra}} = 3.21$, las comparaciones post hoc muestran que las diferencias fueron significativas entre la noticia centrada en el agresor y la noticia centrada en la víctima, marginalmente ($p = .07$), entre la noticia centrada en el agresor y la noticia sin información, también marginalmente ($p = .08$) y entre la noticia centrada en la víctima y la noticia sin información ($p < .001$). En la condición en la que presentamos causas que hacen referencia a la mujer, los participantes tienden a pensar que el comportamiento del agresor se debe a que le preocupa lo que los demás puedan pensar de él, en mayor medi-

da que cuando centramos las causas en el agresor o no presentamos causas. A su vez, hallamos un efecto principal de la variable “sexo del participante” $F(1, 293) = 6.37, p < .05, M_{\text{Hombre}} = 4.14, M_{\text{Mujer}} = 3.54$. Los hombres, en mayor medida que las mujeres, piensan que el comportamiento del agresor se debe a que le preocupa lo que los demás puedan pensar de él, buscando a su comportamiento una justificación cultural.

– “Cree que el comportamiento del agresor se debe a que en esa situación cualquier hombre se comportaría de la misma manera”

Encontramos otro efecto principal de la variable tipo de noticia $F(2, 293) = 2.56, p = .08, M_{\text{Él}} = 1.35, M_{\text{Ella}} = 1.6, M_{\text{Neutra}} = 1.26$ las comparaciones post hoc muestran que las diferencias fueron significativas entre la noticia centrada en el agresor y la noticia centrada en la víctima, marginalmente ($p = .07$) y entre la noticia centrada en la víctima y la noticia sin información ($p < .05$). En la condición en la que presentamos causas que hacen referencia a la mujer, los participantes tienden a pensar que el comportamiento del agresor se debe a que en esa situación cualquier hombre se comportaría de la misma manera, en mayor medida que cuando centramos las causas en el agresor o no presentamos causas, buscando a su comportamiento, una vez más, una justificación benévola.

No hubo diferencias significativas en los ítems que hacían referencia a que el agresor era un egoísta, a que no confiaba en ella, a que era una persona responsable, o a la educación que ha recibido, ni en función del tipo de noticia ni del sexo de los participantes.

Un tercer objetivo de este estudio era explorar el patrón de respuesta que nuestros participantes utilizaban para explicar la noticia presentada. Como se aprecia en la tabla 1, cuando se presenta una noticia centrada en el agresor, los principales argumentos señalados por nuestros participantes hacen referencia a causas relacionadas con mal funcionamiento de la justicia, consumo de alcohol o las drogas, en general, se trata de causas externas a la persona que realiza la acción. Cuando presentábamos la noticia centrada en la víctima, los participantes apuntaban a causas centradas en el rechazo o abandono, tenden-

tes a localizar la causa en la persona de la víctima, aumentando así su responsabilidad en la situación sufrida, e incluso hacían referencia a la ideología sexista. En la condición de la noticia en la que no presentábamos información sobre el hecho, las causas más comunes que nuestros participantes esgrimían coinciden en su mayoría con los principales mitos de la violencia de género como son los celos y el trastorno psicológico del agresor.

Tabla 1. Porcentajes de las principales causas dadas por los participantes en función del tipo de noticia presentada

| | Noticia centrada en el agresor | Noticia centrada en la víctima | Noticia sin información |
|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| Agresividad | 15.2% | 27.2% | 3.6% |
| Problemas pareja | 9% | 3.6% | 4.5% |
| Alcohol / Drogas | 39.6% | 7.2% | 6.4% |
| Infidelidad | 2.8% | 1.2% | 11.8% |
| Celos | 18.9% | 21.7% | 50.9% |
| Trastorno Psicológico | 24.5% | 28.9% | 41.8% |
| Justicia / Policía | 45.3% | 0% | 9% |
| Ideología | 22.6% | 42.2% | 26.4% |
| Sociedad / Vecinos | 2.8% | 0% | 0% |
| Injustificable | 3.8% | 4.8% | 13.6% |
| Rechazo / Abandono | 10.4% | 37.3% | 26.4% |
| Denuncia / Venganza | 9.4% | 3.6% | 3.6% |

Discusión

Los medios de comunicación han tenido una gran relevancia para visualizar un problema de suma importancia para la sociedad en general como es el de la violencia de género. Mucho se ha hablado y escrito sobre el tratamiento que dan los medios a dicho fenómeno, e incluso se ha planteado la conveniencia o no de que éstos informen continuamente sobre este tipo de hechos, aludiendo a que puedan provocar el conocido como “efecto llamada”. En contra de esto, en un primer acercamiento que realizamos sobre el tratamiento que hacen los medios sobre la violencia de género, pudimos constatar que mientras que el número de noticias se mantiene estable en mayor o menor medida a lo largo del tiempo, el número de muertes, en cambio, se ve incrementado (Herrera y Expósito, 2007). De ahí la importancia que tienen los medios de comunicación en la difusión de los casos de violencia de género, así como de su conveniente tratamiento, para ayudar a concienciar a la sociedad de la existencia de este

fenómeno, ya que ocultarlos no solo no evita las muertes sino que las que existen las mantiene invisibles.

Uno de los principales resultados obtenidos, y en la línea de lo que esperábamos con la primera hipótesis, es que cuando se presenta a los participantes información con noticias que ahondan en los motivos, se consigue que la gente justifique los hechos de alguna manera, encontrando, de este modo, motivos para algo que debería de ser en cualquier caso injustificable. En general, establecer los motivos es difícil, sin embargo, existe una tendencia a pensar que el hombre no tiene culpa, y todavía hoy día, existe cierta tendencia a culpar a la víctima, lo que contribuye a que la gente siga percibiendo que la violencia de género sólo incumbe a un determinado tipo de personas. El obstáculo es una cuestión ideológica.

En cualquier caso, entendemos que cualquier justificación de un episodio de violencia lo que pone de manifiesto, es una actitud prejuiciosa más o menos encubierta de las personas en general hacia las mujeres (Valor-Segura, et al., 2008).

En este trabajo, hablamos de un problema social de suma importancia como es el de la violencia de género, y una vez más, encontramos que existen diferencias entre hombres y mujeres en la percepción de este tipo de hechos, como estudios anteriores ya apuntaban (Mwamwenda, 1999 y Pierce y Harris, 1993), confirmando así la segunda hipótesis. De manera que las mujeres consideran a la víctima menos responsables de la agresión que los hombres (Nayak et al., 2003 y Expósito et al., 2004). Una posible explicación a este resultado es que es más probable que las mujeres se perciban a sí mismas en una situación similar y se reconozcan como posibles víctimas potenciales. Los resultados muestran una visión ligeramente más tolerante del maltrato por parte de los hombres, lo cual puede deberse a que en general su visión de las mujeres es menos positiva que la que tienen las propias mujeres hacia sí mismas (Kristiansen y Giulietti, 1990) o a que simplemente, lo toleren más porque no son ellos quienes lo sufren.

En cuanto a nuestra tercera hipótesis, esperábamos que en función del tipo de noticia presentada, los participantes apuntaran a causas más centradas

en el agresor, en la víctima o las típicamente mantenidas por los mitos sobre violencia de género. Al pedirles a los participantes que indiquen posibles causas que expliquen la agresión, éstos tienden a utilizar la información que le han dado los medios de comunicación, esto es, la información que tienen más accesible. Es por esto que podemos afirmar, que los medios de comunicación contribuyen a conformar nuestras actitudes. Al presentar la noticia centrada en el agresor, las principales causas señaladas por nuestros participantes, se referían a la justicia y a problemas con el alcohol o las drogas, es decir, causas externas al hombre. Cuando presentábamos la noticia centrada en la víctima, los participantes apuntaban a causas centradas en el rechazo o abandono, la ideología sexista. Al presentar la noticia neutra, las causas más comunes eran los celos y el trastorno psicológico del agresor.

Una de las conclusiones que podemos obtener de este dato, es que a pesar de que se insista en las causas en una u otra dirección (centrándonos en el agresor o en la víctima), se tiende a atribuir a causas externas los hechos que se centran en el agresor, y a causas internas, cuando nos centramos en la víctima, lo que supone una manera más de hacerla responsable. Estos datos contribuyen a mantener la situación desigual entre la víctima y el agresor. Por lo que la explicación que se da del hecho contribuye a mantener la causa que lo provoca, que es la desigualdad.

A modo de conclusión y a la vista de los resultados encontrados podemos señalar dos aspectos:

En primer lugar, que los medios de comunicación no son los responsables directos de la violencia de género, pero sí contribuyen a generar estados de opinión y valoración al respecto, uno de los ejemplos más claros, a nuestro juicio, la encontramos al observar como distintos medios acuden a los vecinos a preguntar tras un episodio de violencia de género. De las respuestas dadas, se suele percibir normalidad (“no me lo esperaba”, “era una pareja normal”, etc.), por lo que los espectadores se disponen a hacer atribuciones y a buscar las posibles causas (drogas, trastorno psicológico...) que en muchos casos, sirven de atenuantes o eximentes para la justicia.

En base a estos datos, y en segundo lugar, podemos extrapolar y concluir que la forma en que tratan

la noticia los medios de comunicación sí que parece tener un efecto importante en la concepción que tenemos del fenómeno y las reacciones que suscita.

Bibliografía

- D'Adamo, O. y García, V. (2003). ¿Distorsiona la prensa la percepción social que la opinión pública construye acerca del delito, la violencia y la inseguridad? *Revista de Psicología Social, 18*, 3-15.
- Expósito, F., Moya, M. y Valor-Segura, I. (2004). *Variables situaciones que influyen en la percepción de situaciones de violencia doméstica*. V Congreso de la SEPEX (Sociedad Española de Psicología Experimental), Madrid, Marzo.
- Gerbner, G. (1972). Violence and television drama: Trenches and symbolic functions. En G. Comstock y E. Rubinstein (Eds.), *Television and social behavior* (pp. 25-32) Washington: US Government Printing Office.
- Herrera, M. C. y Expósito, F. (2007). De lo privado a lo público: influencia de los medios de comunicación en la construcción social de la violencia doméstica. En C. Guillén Gestoso y Rocío Guil Bozal (Coords.), *Psicología Social: Un encuentro de Perspectivas. Vol. I.* (pp. 541-547). Asociación de Profesionales de Psicología Social.
- Instituto de la Mujer (2007). Mujeres muertas por violencia de género a manos de su pareja o expareja. Tomado el 28 de Diciembre de 2007 de <http://www.mtas.es/mujer/mujeres/cifras/tablas/W801b.XLS>.
- Kristiansen, C. M. & Giulietti, R. (1990). Perceptions of wife abuse: Effects of gender, attitudes toward women, and justworld beliefs among college students. *Psychology of Women Quarterly, 14*, 177-189.
- Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género –LO 1/2004, de 28 de diciembre.
- Lorente, M. (2001). *Mi marido me pega lo normal. Agresión a la mujer: Realidades y mitos*. Barcelona: Ares y Mares.
- McCombs, M. y Ghanem, S. I. (2001). The convergence of Agenda Setting and Framing. En S.D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp. 67-81). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mwamwenda, T. S. (1999). Gender Differences in Attitudes Toward Wife Battering. *The Journal of Social Psychology, 139* (6), 790-792.
- Nayak, M.B., Byrne, C.A., Martin, M.K. & Abraham, A.G. (2003). Attitudes toward violence against women: a cross-nation study. *Sex Roles, 49*, 333-342.
- Observatorio de la violencia de género (2008). *Decálogo*.
- Pierce, M. & Harris, R. J. (1993). The effect of provocation, ethnicity, and injury description of men's and women's perceptions of a wife battering incident. *Journal of Applied Social Psychology, 23*, 767-790.
- Scheufele, D. A. y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication, 57* (1), 9-20.
- Valor-Segura, I., Expósito, F. y Moya, M. (2008). Atribución del comportamiento del agresor y consejo a la víctima en un caso de violencia doméstica. *Revista de Psicología Social, 23* (2), 171-180.

Manuscrito recibido: 01/12/2008

Revisión recibida: 06/02/2009

Aceptado: 12/03/2009