

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 34, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-06-5

Obsolescencia informativa programada Incidencias de lo local a lo global (2025)

Montserrat Jurado-Martín; Carmen María López-Rico
(editoras y directoras)

Separata

Capítulo 7

Título del Capítulo

«Caducidad de la violencia de género
y la Teoría del Framing»

Autoría

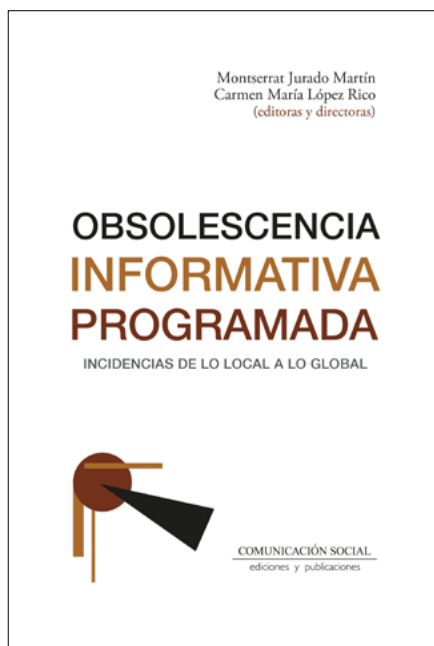
María Isabel Escribano-González

Cómo citar este Capítulo

Escribano-González, M.I. (2025): «Caducidad de la violencia de género y la Teoría del Framing». En Jurado-Martín, M.; López-Rico, C.M. (eds. y dirs.), *Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-06-5

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c7.emcs.34.p113>



El libro *Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

En un mundo acelerado, la comunicación se vuelve fugaz y superficial, lo que debilita nuestra memoria histórica y sentido de identidad. En el ámbito periodístico esta dinámica genera mensajes estériles que, sin reflexión ni profundidad, condenan a las nuevas generaciones al olvido.

Obsolescencia informativa programada describe cómo los medios reemplazan contenidos antes de que se agoten, priorizando velocidad sobre calidad y dificultando la comprensión de temas relevantes.

Esta publicación reúne a investigadores y periodistas que analizan este fenómeno desde el ámbito local al internacional. En el primer bloque, se reflexiona sobre el impacto ético y social de la obsolescencia en noticias ambientales, de género, migratorias o de minorías. En el segundo, periodistas locales relatan cómo las rutinas de trabajo, intereses empresariales y la demanda de inmediatez afectan su labor. Se denuncia que muchas noticias caducan el mismo día en que se publican, impidiendo su seguimiento y comprensión.

Este libro defiende un periodismo ético y pausado, que informe con rigor y deje huella. Como un cirujano necesita tiempo para salvar vidas, el periodista requiere tiempo para crear contenidos que construyan una sociedad más informada y consciente. La obra es una llamada a recuperar la esencia del periodismo como herramienta social frente a la inercia del olvido mediático.

Sumario

Prólogo. El enfoque difuminado: Informar para confundir, <i>por Carlos Lozano Ascencio</i>	13
Introducción. Vive rápido, muere joven y deja un bonito relato. El mundo contado por los medios de comunicación, <i>por Montserrat Jurado Martín; Carmen María López Rico</i>	21
Bibliografía	29
 PRIMERA PARTE: Obsolescencia narrada en tercera persona: de lo global	
1. El olvido programado: el desafío ético de los periodistas en la era de la manipulación líquida y la obsolescencia informativa <i>por Marta Pérez-Escolar</i>	35
Los límites éticos de la selección informativa	36
Maldad líquida y obsolescencia informativa programada: manipulación mediática y polarización social	40
Periodismo de investigación para restaurar la confianza mediática	45
Conclusión	49
Bibliografía	52

2. Temáticas emergentes subordinadas a a Obsolescencia Informativa Programada	
<i>por Montserrat Jurado Martín</i>	53
Introducción	53
Nuevas temáticas en las agendas de los medios	54
Nuevos sectores (=perfiles de audiencia) y los géneros periodísticos que demandan	59
La contradicción entre la obsolescencia informativa programada y el buen periodismo	61
El espejismo del Periodismo	67
Bibliografía	69
3. Medios, obsolescencia selectiva y migración. Cinco millonarios frente a 700 migrantes	
<i>por José Manuel Moreno Domínguez; David Montero Sánchez</i>	71
Coberturas mediáticas desiguales	75
Obsolescencia y migración	79
Conclusión	85
Bibliografía	86
4. La caducidad de la información sobre medio ambiente. Noticias efímeras para el Mar Menor	
<i>por Javier García-López; María Dolores Cáceres-Zapatero</i>	89
El desastre socioecológico del Mar Menor y el foco mediático	89
Obsolescencia Informativa, Medio Ambiente y ¿Mar Menor?	92
El tratamiento informativo sobre el Mar Menor en la prensa <i>online</i>	95
Conclusión	109
Bibliografía	111

5. Las efemérides: un recurso periodístico para la construcción de la actualidad	
<i>por Carlos Lozano Ascencio</i>	113
Actualidad: la habilidad para percibir el acontecer	113
La habilidad de saber percibirse espaciotemporalmente frente al acontecer	115
Los calendarios: una herramienta para facilitar la imagen del cronotopo social	117
Explicarse y comunicar lo que pasa	119
Los relatos del acontecer: herramientas de historiadores y periodistas	121
La construcción periodística de la actualidad	122
Las efemérides como recurso para incentivar la construcción de la actualidad	124
Conclusión	127
Bibliografía	128
6. El teletexto en España: la innovación de un servicio técnicamente obsoleto	
<i>por Jose Alberto García Avilés</i>	131
El origen de un servicio comunicativo innovador	132
Implantación y desarrollo del teletexto en España	136
Un sistema obsoleto que combina lo viejo y lo nuevo y se resiste a morir	141
Conclusión	144
Bibliografía	145
7. Caducidad de la violencia de género y la Teoría del Framing	
<i>por María Isabel Escribano González</i>	147
La caducidad de las noticias de violencia de género y el encuadre del periodista	148
Durabilidad de las informaciones	148
La importancia del enfoque para la vida de una noticia	151
El encuadre en las noticias de violencia de género	158
El Caso Neira	160
Conclusión	162
Bibliografía	162

SEGUNDA PARTE

Obsolescencia narrada en primera persona: de lo local a lo global

8. **«El sesgo ideológico o empresarial es fundamental para que se produzca la obsolescencia informativa programada»**
por Isabel González Mesa 167
 - La cebolla informativa y el ritmo vertiginoso 167
 - El seguimiento de las noticias como antídoto a la obsolescencia 169
 - El impacto de la obsolescencia en televisión 170
 - El tiempo es el principal enemigo del profesional 172
 - Conclusión 173
9. **«Es más probable encontrar a los jóvenes siguiendo a un *influencer*, que siguiendo a periodistas que cuentan la actualidad»**
por Antonio Sánchez Vicente 175
 - Nada ha desaparecido, sino que se ha transformado 176
 - Las señales estaban ahí 177
 - Dimensión global de la obsolescencia informativa programada 178
 - El tiempo y el espacio los tiranos en la cobertura de información local 180
 - El contraataque informativo como arma de manipulación 181
 - La búsqueda de equilibrio entre la rutina profesional en el ámbito local y la obsolescencia informativa programada 182
 - Conclusión 184
 - Bibliografía 185
10. **«Hemos acostumbrado mal a la gente: a ir deprisa, a no alimentarse bien... a que todo sea inmediato»**
por Juan Carlos Romero Centurión 187
 - La inmadatez lo impregna todo 188

Las nuevas generaciones de periodistas deben conocer la realidad de la profesión	189
El periodismo puede poner un poco de cordura	190
Conclusión	191
11. «Hasta la obsolescencia tecnológica tiene más vida que la informativa»	
<i>por Estefanía Parra Fuentes</i>	193
Obsolescencia local y obsolescencia nacional	194
Conclusión	197
12. «Hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local»	
<i>por Francisco Javier Muñoz Climent</i>	199
El determinismo del tiempo en los medios de comunicación	200
La temática es fundamental para fijar la caducidad del acontecimiento	201
Los medios y los profesionales gestionan la obsolescencia con diferentes criterios	202
Obsolescencia y rutinas profesionales en el ámbito local	204
El reto de los futuros profesionales en un contexto de obsolescencia y fugacidad informativa	206
Los medios digitales y las redes sociales juegan con ventaja para marcar la caducidad informativa	207
Conclusión	208
Epílogo	
<i>por Montserrat Jurado Martín; Carmen María López Rico</i>	211
La obsolescencia informativa programada en el contexto local informativo	213
Secciones más permeables a la obsolescencia informativa	214
Obsolescencia, sesgo ideológico y los profesionales del periodismo	215
Conclusión	217
Relación de autores participantes	219

Caducidad de la violencia de género y la Teoría del Framing

María Isabel Escribano-González

Los medios de comunicación hacen presentes realidades ausentes para la mayor parte del público. El modo de comunicar se puede asimilar a la representación simbólica. Y como tal representación, se refiere a aspectos concretos de la realidad que pasan a ser mediatizados de algún modo por los periodistas. Al presentar los acontecimientos, los medios de comunicación no son meros transmisores, sino que aportan encuadres al modo de ver el mundo. La realidad que llega al público a través de los medios es una realidad mediada y distinta a la que se encuentra el periodista cuando cubre una noticia.

La perspectiva simbólica del encuadre o *framing* asume dos postulados relevantes que aportan los símbolos: Los *frames* evocan realidades, aluden al sentido de los acontecimientos y comprenden unas transacciones entre periodistas y audiencia. Pero el periodista no solo influye en el contenido de las noticias, sino que a la hora de enmarcar un hecho noticioso está a la vez poniendo fecha de caducidad a una información.

La caducidad de las noticias de violencia de género y el encuadre del periodista

Los ciclos informativos consiguen que las informaciones se diluyan con el paso del tiempo. Algunas lo hacen en horas y otras en días porque siempre habrá una información que ocupe el lugar que ocupaba otra distinta. Los titulares dejarán paso a otros más relevantes en la actualidad porque al fin y al cabo somos consumidores de información. Y ésta como cualquier otro artículo también tiene fecha de caducidad.

En algunos casos las noticias ya tienen su durabilidad programada y en otros es el propio medio el que por medio de la *agenda setting* va marcando su vida. Esta teoría sostiene que los medios informativos tienen una fuerte influencia a la hora de establecer los temas que la ciudadanía considera importantes e incluso el espacio que se les otorga influyendo en la agenda pública, ya sean los medios tradicionales o las redes sociales, (McCombs; Shaw, 1972). Esto significa por lo tanto que cada día la agenda puede ir cambiando y que por ello unos temas desbancarán a los del día anterior.

Durabilidad de las informaciones

Hay diferentes investigaciones que han analizado la durabilidad de las informaciones, ya sea en prensa, audiovisual o en formato on line. Un estudio conjunto de Schema, Axios y Google Trends (Legkovek; Backstrom; Kleimberg, 2011) ha conseguido identificar los patrones de interés y consciencia sobre un tema,

empleando las búsquedas de Google en el mercado estadounidense. Este estudio ha sido capaz de identificar cuánto dura un ciclo informativo: en concreto son 7 días. Es el tiempo medio que los ciudadanos lo siguen, los medios lo cubren y su eco suena en todas partes antes de que se pase a otra cosa. Todos estos temas coinciden en tener un punto álgido, es el momento en el que viven su punto de interés, aunque en este caso las fechas no coinciden, según el trabajo. Y si nos fijamos en los artículos on line, el 80% de las visualizaciones se produce en las primeras 24 horas.

Otro estudio de investigadores de la Universidad de Cornell realizado en 2011 (Legkovek; Backstrom; Kleimberg, 2011) en el que se analizaron tuits, añade que los ciclos de las malas noticias son más cortos. Este estudio demostraba también que además los medios de comunicación tradicionales y los blogs alternan su atención sobre una historia en particular siguiendo un patrón similar al de los latidos del corazón.

La noticia, según la página web, tiene un ciclo de tres etapas. El primero es el denominado *News Breaks*, en el que aparece la información y el medio publica una alerta en internet, que puede ser desde un blog hasta un tuit. En la segunda etapa la noticia se va desarrollando y el medio va actualizando las alertas. Aquí es cuando el periodista termina de redactar la noticia y se publica, en caso de que estemos en un medio impreso. A partir de este momento el ciclo útil depende del impacto que tenga en la sociedad y de la cobertura que tenga en los diferentes medios. La última etapa es el olvido, cuando nadie recuerda ese acontecimiento.

El ciclo útil de una noticia posee un antes y un después. Cuando un tema actual aparece en los medios causa un determinado impacto, que, dependiendo de la cuestión, puede ser mayor o menor. Sin embargo, tanto las buenas como las malas noticias tienen una vida limitada, y el contenido de estas va desapareciendo de los recuerdos de la audiencia a medida que pasan los días. En este caso existe peligro, porque hay informaciones que conocemos en un primer momento e incluso durante sus primeros compases, pero esta obsolescencia informativa hace que no lleguemos a conocer cómo acaban. Nos referimos a noticias del tipo de las que tienen que ver con asuntos judiciales, sucesos o casos de violencia de género. Nos acercamos a la información durante las primeras etapas: en las que se busca a una desaparecida, se encuentra, se muestra el dolor de un pueblo el día de su entierro, se informa de la detención de su pareja. Pero en cambio, cuando el caso llega a juzgarse, ya no hay tiempo para ella.

Tampoco podemos olvidarnos de las audiencias y las encuestas que van marcando en la televisión o en la radio el momento en el que emitir una noticia o incluso, en otros casos, cuándo debe desaparecer esta información de una parrilla porque los analistas consideran que la audiencia haya podido descender en el momento de emitirla.

En el caso de las redes sociales los analistas se fijan en el tráfico que tiene una información, los retuits y los ‘me gusta’. En definitiva, del número de impresiones de una noticia. Con esta información se deberá tener en cuenta cuántas y qué noticias se ponen en

cada canal. Reconocer la variedad de preferencias y gustos de una audiencia es un reto para los medios de comunicación.

La importancia del enfoque para la vida de una noticia

Los medios de comunicación hacen presentes realidades ausentes para la mayor parte del público. El modo de comunicar en los medios se puede asimilar a la representación simbólica. Y como tal representación se refiere a aspectos concretos de la realidad que pasan a ser mediatizados de algún modo por los periodistas. Al presentar los acontecimientos, los medios no son meros canales transmisores, sino que aportan encuadres al modo de ver el mundo. La realidad que llega al público a través de estos es una realidad mediada y distinta a la que se encuentra el periodista cuando cubre una noticia.

La perspectiva simbólica del encuadre o *framing* asume dos postulados relevantes que aportan los símbolos: Los *frames* evocan realidades, aluden al sentido de los acontecimientos y, además, comprenden unas transacciones entre periodistas y audiencia. El periodista, al acercarse a la realidad, busca las claves simbólicas que permitan la comunicación a través del medio para el que trabaja, puesto que tiene presente la relación de carácter transaccional que mantiene con su audiencia. Los símbolos son elementos esencialmente comunicativos, que evocan y sintetizan la realidad para hacerla accesible al conocimiento. El periodista define encuadrar las situaciones teniendo en cuenta que va a tener que buscar un titular, una imagen atrac-

tiva, una fuente solvente, una idea que sintetice lo sucedido para dar la información a su audiencia.

El conocimiento del periodista está ligado a su tarea comunicadora y esta es la nota distintiva que tiene que subrayar una teoría del encuadre aplicada a los medios de comunicación. Para la teoría del encuadre, el periodista en cuanto individuo influye en el contenido de las noticias y en la durabilidad de estas. Los estudios en este campo apuntan diversos elementos del periodista individual que pueden influir en la información: la etnia, el sexo, la educación recibida, el lugar donde se ha estudiado periodismo, las experiencias profesionales, las actitudes personales y las creencias.

Así pues, la teoría del encuadre observa la organización de los medios y su influencia en el contenido de las noticias como un modelo jerarquizado de decisiones. Sin obviar la estructura jerárquica de los medios, la perspectiva simbólica considera que la organización influye en el modo de ver la realidad que tiene el periodista, si bien se trata de un proceso de retroalimentaciones continuas entre los individuos que se comunican gracias a los símbolos.

La perspectiva simbólica incide en que pese a que los elementos organizativos reordenan la realidad, siempre parten de un ordenamiento propio. El encuadre de los medios puede llevar a concluir sobre la realidad de maneras muy distintas, sobre todo porque se trata de cuestiones del dominio de la opinión pública, no cosificables, en las que no cabe conocimiento exacto sino la comprensión, que se basa en un referente bajo el cual se podrá verificar de modo más o menos cierto la información ofrecida.

El contenido de los medios comprende los mensajes que se originan y elaboran desde los medios, ya sea en forma de noticias, lenguajes particulares, nuevas realidades creadas, etc. La noticia es algo más que un producto de prácticas periodísticas. Supone una valoración del acontecer que no sólo la hace el periodista, sino también la misma sociedad en la que trabaja. Es noticia lo que —en palabras de Gamson—, resuene culturalmente del mejor modo, o también simbólicamente (Sádaba, 2006). Gamson apuntaba que el éxito de los «frames» dependía tanto de la proximidad y del compromiso que se presumen para cada individuo como de las resonancias a un contexto amplio de cultura política. Esto, por ejemplo, también se aprecia en el lenguaje, el estilo narrativo que utiliza el periodista, que tiende a referirse a códigos, convenciones y esquemas sociales, identificados como representacionales.

Las representaciones simbólicas, los productos creados en los medios, pasan a ser realidades con las que conviven los hombres en su mundo particular. Es más, al interpretar las formas simbólicas, la audiencia las incorpora como parte de su propia comprensión del mundo y de sí mismos. La revisión de la teoría del encuadre realizada a la luz de la perspectiva simbólica lleva a afirmar que el lugar desde el que el periodista observa y conoce el mundo es un lugar particular, exclusivo de quienes trabajan en los medios de comunicación y que caracteriza todo su trabajo. Se trata de un lugar rodeado de relaciones simbólicas y en el que se generan productos simbólicos, que convierten a la realidad en una forma mediática a través de la cual los

ciudadanos pueden llegar a comprender el mundo al que se acerca el periodista.

Después de analizar la literatura científica sobre el tema podemos definir la noción de *estrategia* como el planteamiento estructural y generalizado de un medio de comunicación respecto a dos procedimientos profesionales básicos que determinan la construcción y encuadre del mensaje periodístico: *selección temática y organización discursiva*. Este planteamiento estratégico se va a articular de forma regular a lo largo del tiempo a través de una serie de acciones profesionales concretas, teniendo como principal resultado la consolidación del discurso periodístico tipo, organizado alrededor de una agenda temática específica y un encuadre general interpretativo. En esta definición encontramos cuatro partes diferenciadas.

En una primera parte, se establece la base teórica que subraya la importancia de dos propiedades fundamentales: perspectiva estructural y su carácter generalizado. Por un lado, la estrategia de encuadre no busca analizar la naturaleza del encuadre periodístico, si no que pretende profundizar en el análisis de su organización. Esta perspectiva estructural entiende el encuadre como acción estratégica del emisor periodístico y se interroga sobre los mecanismos que lo articulan a partir de las regularidades discursivas detectadas. Y, por otro lado, esta noción se define por la búsqueda de planteamientos generalizados. Por encima del caso particular del encuadre de cada tema, se busca la estrategia profesional compartida de forma global dentro de un medio de comunicación.

La segunda parte de la definición profundiza en su desarrollo teórico, señalando con precisión a través de qué procedimientos se articula profesionalmente la estrategia de encuadre: selección temática y organización discursiva. En la tercera parte se avanza la articulación operativa de los procedimientos de estrategia de encuadre, planteando su proyección a través de una serie de acciones profesionales. Y en la última parte de la definición se exponen los resultados a obtener tras el análisis a largo plazo de la estrategia de encuadre. Básicamente, la identificación de un discurso periodístico tipo consolidado a medio-largo plazo y el planteamiento de unas conclusiones sobre la estrategia de encuadre que le ha dado origen. Este discurso tipo se materializa en una agenda temática especializada que acaba configurando un estilo profesional de acceso a la actualidad, preconocida y compartida por profesionales y el público. Estas dos construcciones teóricas apuntalan aún más el carácter permanente y la proyección a largo plazo de la noción de estrategia de encuadre, facilitando su detección y análisis científico.

En la teoría del Framing se sitúa la cuarta etapa (Scheufele, 1999) caracterizada por una aproximación constructivista al proceso de la comunicación. Desde esta teoría se asumen planteamientos de la etapa anterior acerca del convencimiento de la gran influencia de los medios de comunicación y en la cual la investigación se dirige a examinar los efectos sociales e institucionales a largo plazo, resultado de una comunicación continua y acumulativa más que de observar cambios individuales a largo plazo. El interés por

parte de los investigadores va más allá de comprobar y medir efectos intencionados y concretos y se dirige a captar los efectos latentes; efectos que redundan en procesos de socialización, de construcción de significado y de definición de la realidad social.

El estudio acerca de la influencia mediática se aleja de la persuasión y se centra fundamentalmente en los efectos cognitivos de los medios de comunicación, en los conocimientos que aportan las noticias a partir sobre todo de la redundancia, de la repetición y a menudo del énfasis en determinados aspectos de los mensajes comunicativos.

Otros autores destacan como diferencia fundamental (Maher, 2001) entre ambas que el análisis del *framing* incide más en el aspecto cualitativo de los contenidos mediáticos, en la forma en cómo se presentan o cuáles son los repertorios culturales o discursos sociales que los comunicadores eligen para presentar los temas a la audiencia desde esquemas de resonancia cultural con el fin de conectar con ella. Su original formulación parte de la hipótesis de que los medios de comunicación delimitan el conjunto de problemas o de temas que pasan a ser objetivo de debate, de consideración o preocupación en la agenda ciudadana. No se hace hincapié, en cambio, dentro de este análisis en la posible influencia en los cambios de opinión o de moldear la opinión pública en un determinado sentido, sino que se limita a registrar los temas o problemas que delimitan los medios de comunicación como relevantes de manera repetida y se comprueba la correlación con la relevancia que adquiere en la opinión pública.

La teoría del encuadre o *framing* va más allá de los presupuestos que plantea la *agenda setting*, resaltando cómo se abordan los temas que son objeto de atención por parte de los medios de comunicación, tratando de analizar las perspectivas o vertientes que abordan esos problemas o temas, y como resultado qué imagen o interpretación se ofrece de los mismos. Por tanto, uno de los puntos centrales en la teoría del *framing* es la atribución. Con el objetivo de vislumbrar cuáles son los rasgos o atributos a través de los que se abordan los problemas o asuntos públicos, la teoría se abre al análisis de los efectos cognitivos que ello tiene, tanto en la opinión pública, como en la agenda política. Esto es lo que se denomina efecto *framing*, que consiste en aportar a la opinión pública nuevos esquemas o guías de conocimiento con respecto a un tema determinado, influyendo en las actitudes y creencias ante el mismo, orientando la reflexión hacia determinadas causas y responsabilidades.

Los medios crean y presentan a los individuos un pseudo-entorno o pseudo-realidad que condiciona la forma en la que percibimos la realidad y que, a menudo, también incurre en una cierta desfocalización o parcialización de la realidad. Ello nos sitúa en la predisposición para analizar de manera crítica algunos encuadres en el tratamiento de la violencia de género. La teoría del *framing* nos remite a la idea de una rutina en la elección de los temas por parte de los periodistas.

Epistemológicamente, la teoría del encuadre o *framing* se asienta dentro de la sociología interpretativa y en concreto dentro de la perspectiva construccionista del proceso de comunicación. Desde ésta, se

asume la tarea de mediación entre la realidad social y la audiencia, en cuyo cometido, los medios ofrecen una visión determinada de dicha realidad. Las noticias fruto de un proceso de producción, son la representación que hacen de la realidad los medios de comunicación que implica adoptar un enfoque o encuadre determinado. En definitiva, se trata de un proceso de interpretación de la realidad por parte de los medios de comunicación y con ello, la teoría del framing participa en los enfoques que cuestionan la corriente objetivista-informacionalista del periodismo, corriente esta última en crisis a partir de los años 70. El enfoque del *framing* dirige parte de su atención y estudio hacia los distintos y variados condicionantes que pueden entrar en juego en esa mediación y elaboración de las noticias por parte de los medios de comunicación para, en este caso condicionar la vida de una noticia.

El encuadre en las noticias de violencia de género

Existen casos o acontecimientos que marcan o condicionan los modos y la forma periodística de acercarse a un problema. Estos casos abren oportunidades al enfoque o tratamiento por las circunstancias que hacen que tenga una especial trascendencia y repercusión en los medios de comunicación y a su vez en la opinión pública. A partir de ellos se desarrolla una nueva forma de tratamiento en casos que tengan características parecidas.

Al principio este tipo de informaciones que tiene que ver con la violencia de género se enmarcaban den-

tro de encuadres de tipo episódico, es decir, sucesos en los que se utilizaban aspectos morbosos o de tipo sensacionalista para los que se dedicaba escaso espacio. Con el paso de los años se ha visto cómo estas noticias han tenido cabida en otras secciones ampliando el espacio, a la misma vez que se ha pasado de tratar el problema como privado a social debido al cambio de encuadres. Y no solo esto, porque incluso se ha podido observar una continuidad en las noticias.

Señalamos dos de estos casos, el de Ana Orantes y el de Svetlana Orlova, ambos protagonizados en el escenario mediático. Aunque las investigaciones que hacen referencia a años anteriores (Fagoaga, 1994) apuntan a un incremento en el número de noticias acerca de la violencia de género desde la década de los 80, existe un consenso en señalar el punto de inflexión en su tratamiento mediático a partir del año 1997, a raíz del caso Orantes (Berganza, 2003) momento en el que el número de noticias referidas a este tema se triplican con respecto a años anteriores. A partir de aquí la violencia contra las mujeres se consolida en las agendas de los medios y hasta 2013 sigue siendo relevante en los medios de comunicación y se consigue reactivar la respuesta político-administrativa.

En cuanto a la tipología de encuadres que se han observado en este tipo de informaciones, aparte de la episódica existen otros tipos de encuadres: político-administrativo, judicial-policial, híbrido temático o híbrido episódico temático. Con ellos va relacionada la durabilidad de la información. El episódico o el híbrido episódico-temático tienen una fecha de caducidad más breve, ya que el asunto se trata o bien dedicándole poco

espacio y de pasada, o en cuanto al híbrido episódico temático, sí que se le dedica más espacio en fechas importantes como el 25N o el 8 de marzo, pero desvaneciéndose rápidamente. En cambio, sí que hay un mayor seguimiento si la noticia se enmarca en el encuadre político administrativo o judicial policial.

El Caso Neira

Esta información fue cubierta por los medios de comunicación desde el 2 de agosto de 2008, fecha en la que el profesor universitario, Jesús Neira Rodríguez, intentó impedir la agresión de Antonio Puerta a su pareja Violeta Santander, hasta el 29 de agosto de 2005, cuando Neira fallece víctima de un derrame cerebral.

Neira, que se encontraba en una cafetería junto a su hijo en el polígono El Carralero observó la agresión de un hombre a una mujer. Según contó él mismo, todo empezó por una discusión por una llamada de teléfono, iniciada por los celos de Puerta ante su novia Violeta. Fue seguida por golpes, y Antonio Puerta acabó cogiendo a su novia de los pelos, para empezar con los puñetazos. En ese momento Neira le preguntó al hombre que cómo se atrevía a pegar a una mujer, a lo que este le contestó «No te metas en mis asuntos».

El docente le amenazó con llamar a la Guardia Civil y fue perseguido por Puerta hasta la entrada de un hotel. Allí lo golpeó hasta caer al suelo propinándole patadas en la barriga. La escena fue grabada por las cámaras del hotel. Como resultado, Neira sufrió

un derrame cerebral y encharcamiento de pulmones, cuatro días después entró en coma y las secuelas fueron importantes. La recuperación fue larga y nunca pudo volver a desarrollar su profesión con normalidad. Además, Neira denunció al equipo médico que lo trató por mala praxis.

El suceso fue retransmitido durante estos años en los medios de comunicación con todo detalle, convirtiéndolo en un juicio mediático. En el caso de la televisión ocupó horas y horas de programación. El agresor fue detenido por la Guardia Civil, quien determinó que había consumido cocaína. La víctima de violencia de género, Violeta Santander le defendió siempre. Incluso su padre llegó a afirmar en un plató de televisión que su ‘hija tenía derecho a quererle. Antonio no era tan malo, también podía ser un caballero’. Puerta fue encarcelado por la agresión durante año y medio.

El profesor Neira también rentabilizó su experiencia. Fue nombrado presidente del Consejo Asesor del Observatorio contra la Violencia de Género de la Comunidad de Madrid por su presidenta, Esperanza Aguirre. En 2010 escribió un libro donde se quejaba de la mala calidad democrática del país. Su caso no perdía interés informativo y volvía a activarse en el mes de septiembre de ese año tras ser imputado por conducir ebrio por la M40, por lo que tuvo que cesar de su cargo. En el mes de octubre tiene un derrame cerebral con resultado mortal, dos días antes su agresor, Antonio Puerta, había fallecido también por sobredosis. Mientras, la agredida, Violeta Santander, quien había mantenido económicamente a su agresor acabó

ingresada en un centro de salud mental tras haberse sentado en varios platós de televisión para defender la inocencia de su agresor.

Conclusión

Las noticias tienen un ciclo de vida que depende de varios factores. La durabilidad de una información puede venir por motivos externos o condicionados por el propio medio de comunicación. En este caso, se tienen en cuenta tanto la ‘agenda setting’, es decir unos temas que van sustituyendo a otros por relevancia, como también los enfoques o ‘frames’ que se le dan a un asunto por parte de la empresa comunicativa. Estos diferentes tipos de enfoques van a condicionar no solo cómo el espectador, lector u oyente perciba el asunto, también la caducidad de este tipo de información. Centrándonos en las informaciones sobre violencia de género. No va a tener la misma fecha de caducidad un caso de violencia de género presentado en la sección de sucesos, en un breve y en la página par que uno que se abra en la portada de un diario.

Bibliografía

- | | |
|---|--|
| <p>Berganza, M^a Rosa (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la teoría del enfoque. En: <i>Comunicación y Sociedad</i>, Vol. XVI, num.2, Universidad de Navarra, pp. (9-32)</p> | <p>Fagoaga, Concha (1994). Comunicando violencia contra las mujeres. En: <i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i>, Madrid: Editorial Complutense, nº 1, pp. (67-90)</p> <p>Legkovek, J.; Backstrom, L; Kleimberg, J. (2011): <i>Meme tracking</i></p> |
|---|--|

- and the Dynamics of the news cycle*. En: <https://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/kdd09-quotes.pdf>
- Maher, Michael T. (2001). «Framing: an emerging paradigm or a phase of agenda setting», en Reese, Stephen D., Gandy, Oscar H. y Grant August, E. (eds.). *Framing public life Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence. Erlbaum, Mahwah, pp. 83-95
- McCombs, Maxwell E.; Shaw, Donald, (1972). The agenda setting function of the mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187. McCombs, M; Shaw, D (1972).
- Sádaba, Teresa (2006). *Framing: una teoría para los medios de comunicación*, Pamplona: Ulzama.
- Scheufele, Dietram (1999). «Framing as a theory of media effects». *Journal of Communication*, vol. 49, 1, pp. 103-122.