

¿Es **eldiario.es** un periódico progresista que **se coloca al lado de la lucha contra la violencia de género?**

eldiario.es, 27/02/2015

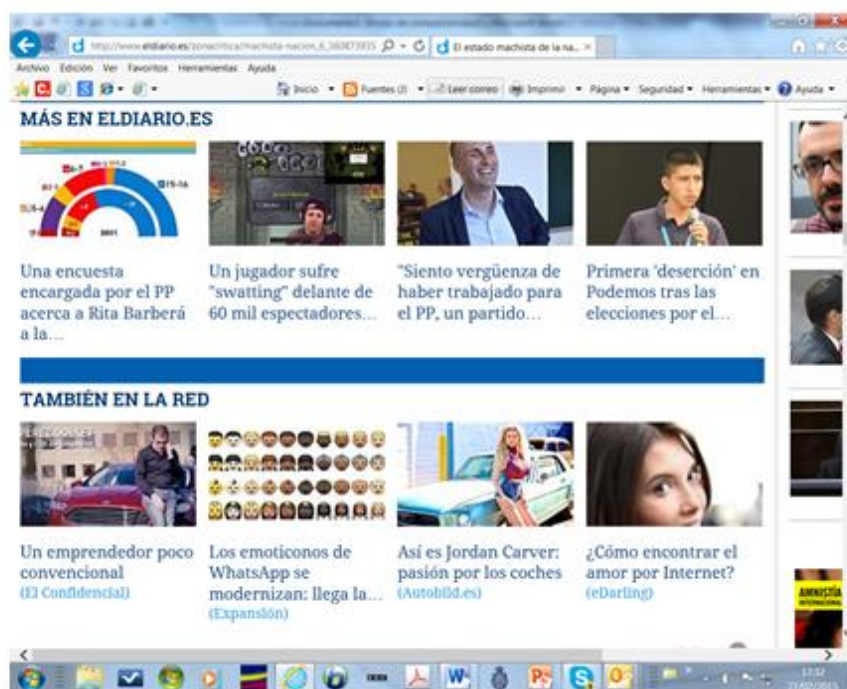


Rosa Paz escribe un artículo muy correcto denunciando el apoyo de parte de la afición del Betis a uno de sus jugadores, **Rubén Castro**, acusado por la fiscalía de cuatro delitos de maltrato y uno de amenazas a su exnovia. La machista afición gritaba una y otra vez: ***“Rubén Castro, alé, Ruben Castro, alé, no fue tu culpa, era una puta, lo hiciste bien”***.

El artículo denuncia qué es lo que está pasando para que uno de cada tres jóvenes españoles, a pesar de las leyes contra la violencia machista, aplaudan a los maltratadores y los jaleen.

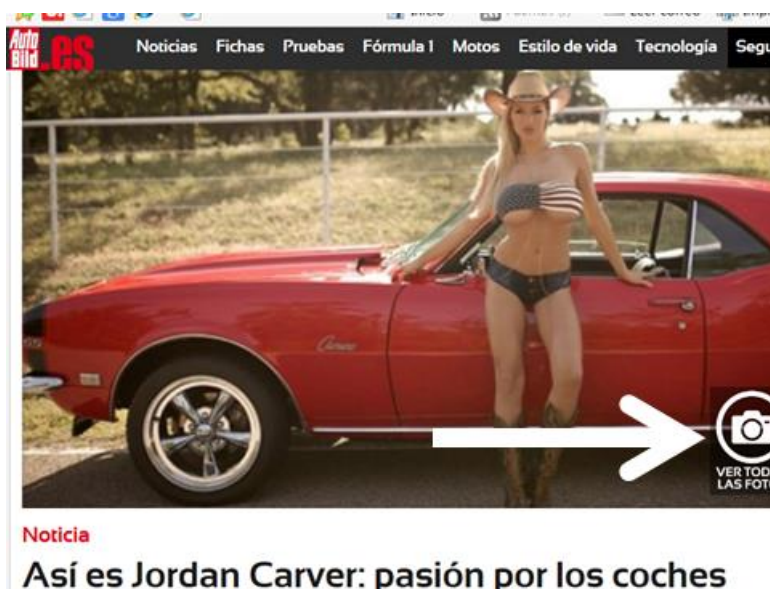
Y podría ocurrir que **el propio eldiario.es fomente las ideas machistas contra las mujeres**, tan arraigadas en esta sociedad.

En cuanto termina el artículo de Rosa Paz, nos encontramos con lo que parecen otras noticias: cuatro en: MÁS EN EL DIARIO.ES y otras cuatro, debajo, en: TAMBIÉN EN LA RED:



En realidad no son noticias, es Publicidad. Es una manera de recaudar dinero vendiendo como noticias lo que a veces se mantiene, días o semanas y es pura Publicidad. Fíjate en la tercera noticia de la segunda fila: **“Así es Jordan Carver, pasión por los coches”**. Y si cliques en ella, ¿qué pasa?

¿Dónde está el problema de **eldiario.es**?



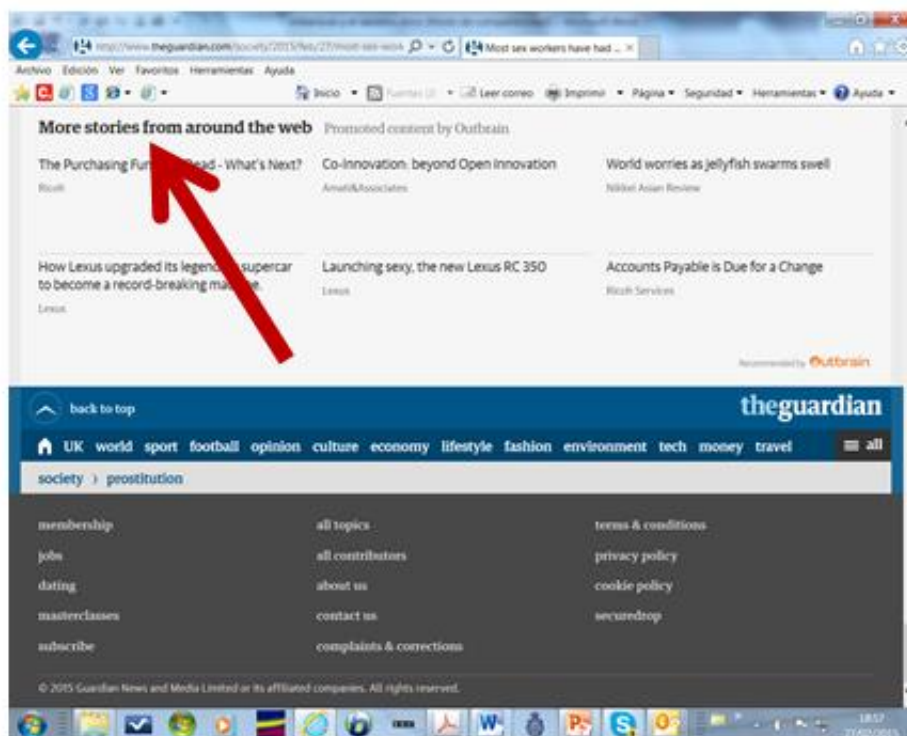
El problema es que **eldiario.es** utiliza el cuerpo de una mujer (avisa de que se ven más fotos) como reclamo informativo, engañando a la audiencia, vendiendo como noticia lo que sólo es publicidad, sin advertirlo y, aún más, **utilizando el cuerpo de las mujeres como gancho para aumentar sus ingresos por publicidad**. Esta es una práctica periodística que va en contra de la deontología profesional del periodismo y del más básico respeto por las mujeres como ciudadanas de pleno derecho; como dice la Resolución del Parlamento Europeo de 13 de junio, 2013 sobre la eliminación de los estereotipos de género en la U.E.: “La discriminación de género en los medios, en la comunicación y en la publicidad **facilita la reproducción de los estereotipos de género**, en especial, **representando a la mujer como un objeto sexual con el fin de fomentar las ventas**”.

Los estereotipos negativos sobre las mujeres: “la mujer es un objeto sexual para la complacencia de la mirada masculina” **están íntimamente relacionados con la violencia de género**, como establece la ONU:

10. La violencia contra las mujeres y las niñas se caracteriza por **el uso y el abuso de poder y control en las esferas pública y privada** y **está intrínsecamente vinculada a los estereotipos de género que son la causa subyacente de dicha violencia y la perpetúan**, así como a otros factores que pueden aumentar la vulnerabilidad de las mujeres y las niñas a ese tipo de violencia.

(ONU, 13 marzo, 2013. Conclusiones de la 57th. Sesión CSW; punto 10).

Otros diarios, como **The Guardian**, uno de los periódicos de referencia mundial, también llevan publicidad encubierta (“Más noticias en la web”). La gran diferencia es que las ‘noticias’ de The Guardian no son sexistas: **no utiliza el cuerpo de las mujeres** como reclamo informativo.



¡Envía esta denuncia a quien lee **eldiario.es**, y dile al periódico que **no utilice el cuerpo de las mujeres** para aumentar sus ingresos por publicidad!