



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

“ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS DEL LENGUAJE ESCRITO Y GRÁFICO EN CONTENIDOS MEDIÁTICOS REFERENTES AL FEMINICIDIO; ASÍ COMO SU RECEPCIÓN EN EL CASO ESPECÍFICO: INGRID ESCAMILLA”

PRESENTA:

BEATRIZ YSABELA GARCÍA AGUILAR

ASESOR:

DR. EN C. S. JOSÉ JAVIER NIÑO MARTÍNEZ

REVISORES:

M. ALEJANDRO CUADROS MEDINA

DRA. VANESSA LARA CARMONA

TOLUCA, MÉXICO, NOVIEMBRE DE 2022

Índice

PRÓLOGO	3
GLOSARIO	6
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO PRIMERO EL SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	16
1.1 El origen de medios de comunicación	16
1.2 Evolución de los medios de comunicación	21
1.2.1 Medios tradicionales.....	26
1.2.1.1 Prensa gráfica.....	26
1.2.1.2 La radio.....	28
1.2.1.3 La televisión	30
1.3 Medios de información y tecnologías digitales.....	31
CAPÍTULO SEGUNDO REALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	39
2.1 Construcción de la realidad en los medios de comunicación	39
2.2 Socialización y comunicación	44
2.3 Semiótica y comunicación	52
2.4 Estudios de recepción en comunicación	57
2.5 La ‘Nota roja’, sensacionalismo y amarillismo en la comunicación.....	62
CAPÍTULO TERCERO VIOLENCIA DE GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	69
3.1 Violencia de Género.....	69
3.1.1 El feminicidio.....	75
3.2 El papel de los medios de comunicación en la violencia de género.....	78
CAPÍTULO CUARTO ÉTICA Y COMUNICACIÓN	85
4.1 Responsabilidad social y ética en los medios informativos, la libertad de expresión.....	85
4.2 Las víctimas	94
4.3 Legislación y normatividad en materia de libertad de expresión	98
CAPÍTULO QUINTO	113
ESTUDIO DE CASO “FEMINICIDIO DE INGRID ESCAMILLA”	113
5.1 El caso. La versión oficial.	115
5.2 Contenidos escritos y visuales.	118

5.2.1	Diario pásala	118
5.2.1.1	Caso Ingrid	123
5.2.2	Animal Político	126
5.2.2.1	Caso Ingrid	140
5.3	Entrevistas	143
5.3.1	Entrevista con víctimas indirectas del feminicidio de Ingrid Escamilla	143
5.4	Grupos de Enfoque	156
CONCLUSIONES		177
EPÍLOGO		185
BIBLIOGRAFÍA		187

PRÓLOGO

En el presente trabajo de investigación titulado *Análisis de las narrativas del lenguaje escrito y gráfico en contenidos mediáticos referentes al feminicidio; así como su recepción, en el caso específico de Ingrid Escamilla*; tengo como principal propósito evidenciar la influencia de los contenidos informativos referentes a la máxima expresión de violencia de género en las audiencias; así como las afectaciones directas a víctimas de los crímenes.

Al realizar la presente investigación, tuve la oportunidad de conocer de primera mano el pensar y sentir de tres mujeres víctimas indirectas de un feminicidio que marcó a todo un país y evidenció la grave crisis contra las mujeres en la vida social de México y el mundo. En primera instancia, sé que sin Gisselle; sobrina de Ingrid, –quien fue el medio por el cual pude contactar con sus demás familiares–, la realización de este trabajo de titulación no sería posible.

El caso de Ingrid Escamilla marcó un precedente en la historia del tratamiento de la información sensible en los medios de comunicación. Ingrid tendrá siempre 25 años, la recordaran sonriente, auténtica, alguien que defintivamente amaba y disfrutaba vivir. Mientras tanto, su feminicida pasará en prisión lo que le queda de vida, al haber sido sentenciado a la pena máxima.

Una mujer, profesionista, con sueños y metas por cumplir, que desgraciadamente fue frenada y agredida por un hombre que pensó tenía derecho de finalizar con su vida de una forma atroz e inhumana. Ingrid fue herida por el Estado que no le brindó seguridad, por las instituciones que la revictimizaron –y a su familia–, por los medios de comunicación que lucraron con las imágenes de su muerte y los consumidores del contenido grotesco, sin ética y sin consideración.

Gracias a mi acercamiento con medios de comunicación he podido comprender cómo el incremento de las empresas de comunicación ha provocado una competitiva lucha para obtener niveles de audiencia más altos, sin importar el costo

que conlleve, aunque este no sea económico. Si a esto le sumamos el contexto social de un país como México, lleno de violencia, crisis, machismo y un sistema que privilegia los intereses capitalistas antes que la dignidad y el respeto de los actores de la vida social; nos encontramos un entorno mediático dañado, deshumanizado y revictimizante.

En febrero de 2020, el feminicidio de Ingrid Escamilla marcó un parte aguas en el manejo de los medios de información y en la concepción del feminicidio como un crimen atroz; pero también de la importancia y seriedad de su existencia. La muerte de Ingrid provocó una movilización nacional e internacional; primero, por la divulgación de contenido sensible, que debió haber sido utilizado únicamente con fines de investigación; pero que, sin embargo, se distribuyó a gran escala con el objetivo de entretener –e incluso– divertir a las personas, revictimizando a Ingrid y dañando completamente su integridad y la de su familia.

Como parte del movimiento feminista que ha recobrado fuerza a lo largo de los años, el modo de exposición del crimen en medios de comunicación fue duramente criticado; además del trabajo de los policías de investigación que –se supone– deberían encargarse de la impartición de justicia, y no del reforzamiento de actitudes machistas que promueven la legitimación de la sociedad patriarcal y la desigualdad de género.

En puestos de periódicos y revistas se leían encabezados como *La culpa la tuvo cupido e Inge ‘Filetea’ a su novia*; exaltando el morbo en los lectores, exhibiendo la intimidad de la víctima y compartiendo fotografías que deberían existir únicamente para mero uso jurídico, no de entretenimiento social.

El estudio de este tipo de contenidos que no toman en consideración a los actores de los hechos y solo privilegian las ventas de las empresas de comunicación, pone en perspectiva el modo en el que se pretende informar a la sociedad; además de poner en el tintero el factor deontológico del periodismo que –se pretende– se

privilegie antes que cualquier interés mercantil que surja a raíz del sistema social y los intereses personales y empresariales.

Mientras escribía este trabajo, en sentimiento de pensar el riesgo de ser mujer en México me marcaba en cada línea que hoy se versa en este escrito. La necesidad de ser conscientes de la responsabilidad que los medios de comunicación tienen y el poder de estos para influir en la sociedad es extrema. La vida de las mujeres no es un juego y no podemos permitir la banalización de los actos de violencia en contra de ninguna persona.

Gracias, Ingrid, por esta lección; perdón, Ingrid, no hay justificación.

GLOSARIO

Para comprensión del presente trabajo se entenderán las siguientes anotaciones:

Abraham Maslow: Psiquiatra y psicólogo estadounidense. Impulsor de la psicología humanista, que se basa en conceptos como la autorrealización, los niveles superiores de conciencia y la trascendencia, creó la teoría de la autorrealización que lleva su nombre. (Fernández & Tamaro, 2004)

Aculturación: La aculturación es un proceso de adaptación gradual de un individuo (o de un grupo de individuos) de una cultura a otra con la cual está en contacto continuo y directo, sin que ello implique, necesariamente, el abandono de los patrones de su cultura de origen. Dicho contacto suele derivar en influencias culturales mutuas que comportan cambios en una o en ambas culturas. (Centro Virtual Cervantes, S.F)

Aldea global: El término “Aldea global” es utilizado por el autor para describir una sociedad futura en la que todos estarán comunicados mediante las herramientas tecnológicas. (Razón y Palabra, 1997)

Cibermedios: Los cibermedios son medios de comunicación en la web o en cualquier plataforma digital. Es una denominación utilizada en ámbitos académicos y de investigación del periodismo digital. Equivale a términos como «medios de comunicación digitales», «diarios electrónicos», «periódicos en red». (Codina, 2021)

Clic: Pulsación que se hace mediante un ratón u otro dispositivo apropiado de una computadora para dar una instrucción. (Real Academia Española, 2014)

Code of Ethics for Journalists: El propósito del código de ética es promover los más altos estándares profesionales para los periodistas de todas las

disciplinas. También actúa como un observador para informar sobre tendencias en el país, acumulando estudios de casos de trabajos bien realizados en circunstancias difíciles. (SPJ, S.F)

Enculturación: La enculturación es un proceso que tiende a integrar al individuo hacia el grupo, sociedad y cultura de pertenencia, en el caso, a una cultura familiar/comunitaria y a una cultura escolar. (Congreso Nacional de Investigación Educativa, S.F)

Línea editorial: Se llama línea editorial de un medio, la orientación permanente de sus publicaciones: intencionalidad de sus editoriales, selección de sus columnistas, personajes que se entrevistan o que se silencian, hechos que se destacan o que se omiten, enfoque habitual de las noticias. (Fundación Gabo, 2016)

Narrativas transmedia: Se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. una parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales. (Scolari, 2014)

Niveles socioeconómicos AB/C+/C: El nivel socioeconómico A/B está conformado en su mayoría por hogares en los que el jefe de la familia tiene estudios profesionales o de posgrado (82%). El 98% de los hogares cuenta con internet fijo en la vivienda. Es el nivel que más invierte en educación (10% del gasto) y el que menos dedica al gasto en alimentos (28%). En el nivel C+ El 87% de los hogares en este nivel cuentan con al menos un vehículo de transporte y el 93% tiene acceso a internet fijo en la vivienda. En relación con el gasto, poco menos de la tercera parte (32%) lo dedica a la compra de alimentos y un 28% a transporte y comunicación; y en el nivel C Un 83% de los hogares de este nivel están encabezados por un jefe de hogar con estudios mayores primaria y un 77% cuentan con conexión a internet fijo

en la vivienda. Del total del gasto en estos hogares el 35% se dedica a la alimentación y un 7% a educación. (AMAI, 2020)

Nota rosa: El color rosa, referido al periodismo que informa y “chismea” sobre la vida de celebridades del medio social y, especialmente, de la farándula. Los antecedentes de este tipo de notas son las viejas páginas que describían lo mismo matrimonios, embarazos y natalicios, que peleas familiares, divorcios y defunciones, pasando por eventos sociales, pasatiempos y vacaciones de las celebridades en terrenos como el deporte, las finanzas, la política o los espectáculos. Su público es fundamentalmente femenino y su propósito, más que informar, es conmover o emocionar. Adicionalmente, más que los textos, sobresalen las fotografías, por lo que muchas celebridades venden la exclusiva de sus bodas a algún medio de comunicación, especialmente revistas de sociedad. No hay mucho más que decir de este color. Lo importante es que en la gama cromática del periodismo siempre habrá un lugar: lo mismo para las grandes empresas y sus dirigentes, que para los funcionarios públicos y sus familias, por lo que el continuo monitoreo de la información es esencial para prevenir cualquier posible crisis de comunicación. (Maraboto, 2014)

Pinturas rupestres: Las pinturas rupestres son un idioma en sí mismas. Comprenden un sistema de comunicación por sí solas y aunque durante mucho tiempo se las haya considerado como una pura expresión artística al azar, lo cierto es que constituyeron un medio de comunicación a dos niveles: con otros seres humanos y con la divinidad. (Gil, 2021)

Press Code of Ethics (Associated Press): Documento adoptado por el Associated Press Managing Editors en 1995.

Principles of Ethical Conduct for Newsrooms (US): Documento que rige la deontología del medio estadounidense USA Today.

Realidad: La realidad es una cualidad de un algo que existe todo que nos describe y que nos permite existir ya que está presente en un mundo que existe y es palpable. (Redacción, 2021)

Semiótica: La semiótica es la disciplina científica que se encarga de estudiar los signos y las formas en que se construye y se transmite el sentido durante la comunicación. Forma parte de las teorías de lenguaje, donde el signo se define como la unidad mínima de una oración; un elemento (objeto, fenómeno, señal) que se utiliza para representar o sustituir a otro que no está presente; con lo cual, el signo es un elemento cargado de significados. (Guzmán, s.f)

Sintagma: Palabra o grupo de palabras relacionadas entre sí y que forman una unidad funcional. (EcuRed)

Smartphone: Es un teléfono móvil que ofrece funciones más avanzadas que un teléfono convencional y presenta características parecidas a las de un ordenador personal. Integra, entre otras, las funciones de agenda electrónica, pantalla táctil, computadora de bolsillo y, hoy en día, conexión a internet y geolocalización. (Fundéu Rae, 2020)

Target: Público objetivo al que están dirigidos los productos y la publicidad de una campaña de marketing. La palabra target, como tal, proviene del inglés, y significa en español ‘objetivo’, ‘blanco’ o ‘meta’ (Significados.com, s.f.).

Telégrafo: Aparato usado para la comunicación instantánea mediante el uso de claves generadas por impulsos eléctricos. (EcuRed)

Teoría de los Usos y las Gratificaciones: La Teoría de los Usos y las Gratificaciones se refiere a la exposición de las razones por las cuales la

gente decide el consumo de determinados medios y rechaza el de otros, partiendo de la premisa de que son diferentes los usos que se le dan a la información y esto determinará el modo de consumo (Sánchez E. , La teoría de los usos y gratificaciones, 2021)

The New York World: Periódico de Nueva York publicado desde 1853 hasta 1931. Es considerado –junto con el New York Journal– uno de los pioneros de la expresión de la prensa amarilla en el mundo.

The Society of Professional Journalists: La Sociedad de Periodistas Profesionales es la organización periodística de base más amplia del país, dedicada a alentar la práctica libre del periodismo y estimular altos estándares de comportamiento ético. Fundada en 1909 como Sigma Delta Chi, SPJ promueve el libre flujo de información vital para una ciudadanía bien informada a través del trabajo diario de sus aproximadamente 6000 miembros; trabaja para inspirar y educar a los periodistas actuales y futuros a través del desarrollo profesional; y protege las garantías de la Primera Enmienda de la libertad de expresión y de prensa a través de sus esfuerzos de promoción. (SPJ, S.F)

The Yellow Kid: Traducción: Niño amarillo

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación –a lo largo de los años– han surgido como instrumentos que permiten a las audiencias obtener información de cualquier tipo; haciendo uso de ellos, las empresas de comunicación se han encargado de procesar los datos y presentarlos a sus lectores y consumidores de una forma detallada, siempre influida por su **línea editorial**.

El interés de los seres humanos en tener conocimiento y comprender los acontecimientos de su entorno, ha provocado la evolución de estos instrumentos; hasta la llegada de las tecnologías digitales, que, permiten conocer de primera mano la información, con un nuevo factor, la inmediatez y el uso de contenidos gráficos y audiovisuales para retratar los hechos, opiniones, etcétera.

Cada tema debe ser tratado de forma distinta y con un cuidado específico; pues, no es lo mismo difundir temas de deportes, o espectáculos, que información sensible referente a la vida, dignidad e integridad de las personas; específicamente de aquellas que han sido víctimas de la delincuencia y de delitos tan atroces como la violencia extrema de género, el feminicidio.

Normalmente, los intereses de las empresas de comunicación, específicamente de aquellas que tienen como propósito difundir las noticias por medio del periodismo, se ha visto viciada por los intereses mercantilistas de sus dueños; situación que ha desfigurado el tratamiento de la información y ha propiciado un manejo de los contenidos enfocado en la venta y competencia por la audiencia, y no por la verosimilitud, verdad y deontología; además de tener el mínimo sentido de respeto y consideración a las víctimas.

Estudiar el proceso de consumo de las audiencias y los contenidos con mayor visualización es algo complejo; la presencia de los actos de violencia en las notas de periódicos, en las narraciones de la radio o las imágenes de la televisión, representan el reconocimiento de los acontecimientos que ponen en riesgo el orden

social; pero también –dependiendo de su tratamiento– la banalización de los crímenes y el sentir de las víctimas.

Con frecuencia, la nota roja se centra en el crimen, la sangre y los detalles del delito; deshumanizando a las víctimas –e incluso– a los victimarios, como si no fueran personas formadas y socializadas en la vida cotidiana. Normalmente, las notas se enfocan en las personas de quien directamente se habla, sin considerar ni contrastar la información con otras víctimas indirectas, que podrían ser afectadas por la difusión de los contenidos.

Dos medios de comunicación pueden hablar de lo mismo y tener un tratamiento completamente distinto entre ellas, haciendo parecer como si se hablara de dos acontecimientos completamente diferentes. La competencia, por ser el que vende más, el que llega a un mayor número de personas y el que atrae más atención, se encuentra en choque con la competición, por ser el que narra mejor los acontecimientos o con mayor verosimilitud; por lo que comienzan a reproducirse narrativas que –en distintas ocasiones– distan de la realidad, teatralizan, exageran y exaltan los hechos, con el simple objetivo de vender más.

En 2020, un terrible crimen aterrorizó a la Ciudad de México y el país en general; una joven licenciada de 25 años fue brutalmente asesinada a manos de un hombre que, simplemente, decidió terminar con su vida, torturarla y deshacerse de ella sin el mínimo decoro o respeto; con brutalidad y sanguinaria que, después de más de dos años y tras un polémico camino legal, culminó en la sentencia máxima del responsable del asesinato.

Su nombre era Ingrid, una mujer buena, alegre, entusiasta; alguien a quien le gustaba ayudar a las personas y trabajar; según su madre y su hermana. Sin embargo, esas características no fueron mencionadas casi por ningún medio de comunicación, pues –en su mayoría– se dedicaron a describir la escena del crimen, gracias a la difusión de contenido gráfico compartido por Policías de Investigación

que llegaron a la zona y no respetaron la memoria de la víctima directa del caso, ni pensaron en las repercusiones que habría –o el sentir– de las víctimas indirectas.

La atrocidad era tan grande que fue cuestión de minutos para que las fotografías del asesinato y de los restos de la mujer se difundieran a escala local, nacional e internacional. El morbo de los consumidores de contenido provocó una difusión desmedida en toda la internet, redes sociales, medios de comunicación y hasta contenidos impresos que dedicaron la página principal y gastaron sus tintas rojas en teñir y teatralizar la historia de una mujer; con el propósito de vender la noticia más que cualquier otro medio, sin importar el daño que podría causarse, la verosimilitud de la información o cualquier punto deontológico de cualquier manual básico de periodismo.

La revictimización del caso, la falta de contraste de datos, la desinformación y el acoso a la familia fue constante desde aquel febrero. La situación fue tan grave, que los familiares de Ingrid se enteraron de la magnitud del cruel asesinato gracias a las fotografías difundidas, no por las instituciones de seguridad, quienes buscaron tratar el caso de forma prudente sin darle tantos detalles a la familia; situación que fue contraproducente y causó un grave daño a las víctimas indirectas, quienes observaron el cuerpo desollado de su hija, hermana, tía y cualquier otro parentesco.

El discurso justificante para estas prácticas es la libertad de expresión, pero, ¿hasta dónde puede llegar esta libertad si comienza a afectar la dignidad e integridad de terceros?

En el presente trabajo de investigación, se tiene como propósito explicar a fondo la situación que surge entre los medios de comunicación y su influencia en la sociedad en general y en las víctimas de los crímenes de violencia de género expuestos en las secciones de nota roja.

En el primer capítulo, se explica el surgimiento de los medios de comunicación con el objetivo de abastecer las necesidades de comunicación de los seres humanos y el uso del lenguaje para la comprensión y convivencia de las sociedades; además, su evolución con el paso de los años y los avances de la difusión de la comunicación con el uso de las tecnologías.

En el segundo capítulo se pretende explicar la construcción de las narrativas de la realidad en los medios de comunicación y su influencia en la socialización de los seres humanos; así como los efectos en el consumo de contenidos y su recepción en las audiencias. De igual forma, se introduce al concepto de la nota roja y los orígenes del sensacionalismo y amarillismo en la comunicación, así como los usos del lenguaje que buscan exaltar la noticia para hacerla más llamativa.

En el tercer capítulo se trata el concepto de violencia de género y la explicación de la máxima expresión de violencia de género contra las mujeres, el feminicidio. Se narran antecedentes de sus orígenes y la importancia de su reconocimiento para visibilizar las condiciones de desigualdad que viven las mujeres; de igual forma, la influencia de los medios de comunicación para dar a conocer los crímenes de ese tipo y los asuntos de violencia de género en general, las consecuencias de un mal tratamiento de la información y la necesidad de comprender el sistema social para evitar reproducir por medio de apologías conductas que inciten a la sociedad a repetir patrones de violencia machista.

En el capítulo cuarto se narra la responsabilidad social y ética de los medios informativos y la importancia y límites de la libertad de expresión en algunos preceptos legales, nacionales e internacionales. De igual forma, se expresa la responsabilidad social de los medios de comunicación en la difusión de cualquier tipo de información y el cuidado que se debe contemplar para el respeto a víctimas de delitos referentes a la violencia de género.

En el quinto –y último capítulo– se narra el sentir de las víctimas indirectas del feminicidio de Ingrid Escamilla; una madre y hermana que fueron acosadas por los medios de comunicación para conseguir un testimonio que alimentara *noticias* que buscaban vender de forma desmedida a costa del dolor.

Se explica la conformación de los dos medios de comunicación a observar, el diario *Pásala* y el medio nativo digital *Animal Político*; casas editoriales que trataron de forma –evidentemente distinta– la información. La difusión de *Pásala* fue tan grande y criticada, que legisladores del Congreso de la Unión y de algunos estados de la República se encargaron de tomarlo como referencia para impulsar un conjunto de reformas denominadas como “*Ley Ingrid*”; que pretenden penar la difusión de imágenes, grabaciones, fotografías, archivos o información de uso exclusivo para las investigaciones judiciales, por medio de servidores o servidoras públicas; de igual forma, proteger los derechos de las víctimas y combatir la violencia de género en el ámbito de los medios de comunicación.

Por medio de una investigación cualitativa y la aplicación de entrevistas semiestructuradas, grupos de edades distintas, diferentes ocupaciones y sexo narraron su percepción al consumir el contenido de uno de los dos medios; mismas que son resumidas en este capítulo y consideradas para el apartado de conclusiones.

Gracias a los testimonios de las audiencias de los contenidos, es posible observar la influencia de las narrativas mediáticas en la comprensión de los acontecimientos y su participación en la construcción de la realidad gracias a la información proporcionada por las casas editoriales; así como también la deshumanización de los actores y –en este caso específico– de las víctimas.

CAPÍTULO PRIMERO

EL SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1 El origen de los medios de comunicación 1.2 Evolución de los medios de comunicación 1.2.1 Medios tradicionales 1.2.1.1 Prensa gráfica 1.2.1.1 La radio 1.2.1.3 La televisión 1.3 Medios de información y nuevas tecnologías

1.1 El origen de medios de comunicación

La comunicación ha marcado el parte aguas y la posibilidad de registro de la evolución de la humanidad a través del tiempo. Los seres humanos han hecho visible la necesidad de buscar, saber, y obtener información registrada y verificable de sus antecesores; para conocer su historia y estudiar su evolución. La creación, transmisión y búsqueda de la información son acciones esenciales de la naturaleza humana. (Molina, 2015)

Los seres humanos, son –por naturaleza– seres sociales que no subsisten ni sobreviven aislados de otros individuos. Debido a esto, era necesario crear un medio de interacción y comprensión entre iguales, que permita una relación adecuada y comprensible, la comunicación.

El motivo de esta es la convivencia entre los entes, propiciando un entorno de coexistencia y –por ende– una organización que –de no ser por esos procesos comunicativos–, no sería posible. Esta interconexión entre sujetos obliga a crear herramientas y los medios pertinentes para compartir información entre las personas y facilitar la interacción sin importar la distancia.



Ilustración 1. Pinturas rupestres.

El lenguaje y la escritura se presentan como primitivos instrumentos de comunicación oral y escrita, supeditados a las limitaciones de espacio, lugar y a su transmisión a través de la distancia entre el emisor y el receptor.

La necesidad personal y social de la comunicación data del establecimiento de las primeras intercomunicaciones personales y comunitarias, pues la comunicación ha marcado la evolución de la humanidad a través del tiempo. (Molina, 2015)

La interacción comunitaria fortaleció el desarrollo de civilizaciones, que han logrado consolidarse gracias al establecimiento de medios de organización fundados en la comunicación entre los sujetos. Sin embargo, la distancia entre las sociedades generó una inminente necesidad de conectar a los grupos de forma eficiente, rápida y oportuna; permitiéndoles compartir información entre ciudades o –incluso– continentes.

La división territorial y social hizo necesaria la búsqueda de estrategias que permitieran relacionar a los individuos y a los acontecimientos aislados con los otros miembros de la sociedad. De igual forma, el aumento poblacional y el acceso privilegiado de unos cuantos a la información verás y oportuna, propició la búsqueda de otros modos de conexión más populares.

Debido a esto y con base en los avances tecnológicos –entre los que destaca la llegada de la imprenta– la parquedad de información aumentó el interés social para tener acceso a ella; al nivel en el que se hizo posible la reproducción en serie de mensajes. (Vázquez, 2014)

Los datos contaban ya con una mayor facilidad de reproducción y favorecían a la interacción política, social y cultural entre los individuos y sus comunidades.

Así mismo, la posibilidad de transportarse de un lado al otro, hacía factible la idea de llevar estos medios escritos a distintos espacios geográficos para compartir la información –que en un principio no era de igual acceso para toda la población– situación que provocó fuera universalizándose y formando parte de la vida cotidiana en el ámbito popular.

De igual forma, esta reproducción comenzó a desarrollar un proceso de democratización de la información, conforme un mayor número de la población iba teniendo acceso a ella.

Se entiende a los medios de comunicación masiva “*mass media*”, como aquellos que envían la información por medio de un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia. (Domínguez, 2012)

Es con esta evolución tecnológica y esa necesidad social, cuando se consolida a formación de los medios de comunicación masiva. En ese menester, es donde radica su importancia –pues–, existen más de 6 mil millones de personas en el planeta, separados por diferentes continentes e inmersos en distintas actividades, lo que dificulta que se comuniquen entre sí; sin embargo, lo hacen. (Domínguez, 2012)

Aunque en sus inicios la prensa no gozaba de un alcance tan extenso como el que puede presumir hoy en día, ha sido el punto de partida para la consolidación de la comunicación de masas y uno de los principales medios de comunicación masiva que –ha ido evolucionando– y prevalecido en el tiempo.

Evidentemente, los medios de comunicación masiva han sido el parte aguas para exponer los acontecimientos de las sociedades por medio de relatos difundidos en distintas narrativas; ya sean escritas, visuales u orales; las visiones del mundo – propuestas en estas narrativas– influyen directamente en el orden social y en las configuraciones de las representaciones colectivas referentes a la práctica de la acción cultural y política del mundo.

Con la llegada de estos instrumentos de comunicación, se desarrollaron sistemas paralelos mediante escritura en las diferentes

Ilustración 2. Invención de la escritura

civilizaciones que ya habían alcanzado un sistema de organización social y desarrollo cultural¹. La humanidad creó un sistema de signos y había condicionado la posibilidad histórica de tener memoria de su paso sobre la tierra y de comunicarse. (Vázquez, 2014)



Independientemente de los sistemas de signos que se han empleado para dar a conocer la información, ha sido necesario un soporte material donde inscribirse y la posibilidad de crear un ámbito de emisión y recepción; así como lograr una

¹ La invención de la escritura se relaciona directamente con el comercio, y con la organización de la sociedad, es decir, con el nacimiento de la civilización. (Unión, 2020)

periodicidad para mantener el contacto directo y la información frente a los acontecimientos de interés social.

La comunicación expresa en estos medios provee a los miembros de la sociedad los relatos orales, escritos y visuales en los que se establece una interpretación del entorno y lo que en él acontece, provocando acciones enculturadoras que intervienen en el proceso de socialización; estas imágenes expresan un determinado discurso dependiendo de la línea editorial que siga el medio en el que se exponen o la influencia de los autores que interpreten los datos para difundirlos.

Para entender la exposición del mundo en los medios de información, es necesario comprender que consiste en eventos y objetos no afectados por la comunicación; pero siempre considerando que esta tiene como función principal describir o transmitir significados de un lugar a otro en ese mundo, siendo la claridad y la precisión los criterios adecuados para darlos a conocer. (Fernández C. , 2001)

Ningún hecho que acontece en el entorno social es aislado y es la comunicación el proceso social primario y, por consiguiente, crea el mundo en el que ocurre.

Los procesos de socialización generan que los grupos sociales comiencen a originar subgrupos dentro de su organización, ya sea por afinidad de intereses o de cualidades. Estos grupos generan distintas manifestaciones de la cultura dependiendo de sus actividades y expresiones; sin embargo, como partes de un conjunto general, comienzan a producir una cultura popular.

Las culturas populares han sufrido una evolución que ha transformado no solo su forma, sino también su fondo. La sociedad está en constante cambio y esos avances tecnológicos modifican la dinámica social, al mismo tiempo que enriquecen y transforman la cultura popular. Sin embargo, el surgimiento de las tecnologías de comunicación y el mundo de la cultura de masas, continúa fungiendo como el eje de articulación de lo popular.

La comunicación está ligada a los cambios tecnológicos, mismos que han permitido grandes avances en el campo de los medios de comunicación masiva. (Pellicer, 2013)

El proceso comunicativo se ha visto influenciado durante el último centenario por profundas transformaciones producidas en el campo de la tecnología, con el propósito principal de facilitar la dinámica comunicativa entre los usuarios y las personas, a escala global.

El avance más significativo fue el salto al mundo virtual, al que se abrió paso en 1995 con la emersión de la internet. Aunado a esto, es posible afirmar que la tecnología se ha visto implícita en los inventos más significativos de la historia, que han abierto paso al desarrollo y modernización de la comunicación. (Molina, 2015)

1.2 Evolución de los medios de comunicación

Desde los orígenes del hombre se ha buscado el medio para lograr una comunicación con sus semejantes; los gestos, acciones, sonidos propios de los seres o sonidos apoyados por la naturaleza, fueron las principales muestras de comunicación entre los individuos. El propósito principal de estas acciones radicaba en el intercambio e interrelación entre los hombres para entablar un proceso comunicativo de interacción que permita expresar las necesidades de los sujetos a través del diálogo. (Batista, 2018)

Esos objetos, instrumentos, tecnologías y canales que permiten transmitir mensajes en un proceso comunicativo son denominados como medios de comunicación.

La comunicación destinada para grandes grupos de población tiene sus primeras manifestaciones en las comunidades primitivas; los clanes, tribus y hordas se comunicaron por medio de manifestaciones culturales y sociales; mismos que eran

representados mediante distintas formas dependiendo de la organización interna de los grupos.

- **[200,000 a.C]** Gestos y gritos (Lenguaje primitivo)
- **[40,000 a.C]** Arte rupestre (Petroglifos, pictografías)

La escritura aparece al mismo tiempo en Mesopotamia y Egipto, fue apareciendo en distintas civilizaciones de forma posterior, como China, Creta –en Europa– y con la escritura lineal o la escritura más antigua de América Central, que es la Olmeca.

De acuerdo con los registros históricos, se presume que la idea de la escritura se difundió de forma periódica de Mesopotamia a otras culturas. (Universitat Jaume I, S.F)

- **[3,500 a.C]** Escritura cuneiforme (Pictogramas que representaban palabras)
- **[3,500 a.C]** Jeroglíficos (Escritura expuesta con símbolos o figuras)
- **[3,000 a.C]** Papiros (Papel)
- **[2,800 a.C]** Símbolos pictóricos

Posteriormente, las civilizaciones comenzaron a desarrollar distintos mecanismos que evolucionaron la comunicación escrita o pictórica, haciendo uso de signos gráficos, conocidos como letras, que –de forma ordenada– permitirían representar su lenguaje.

- **[2,000 a.C]** Caligrafía china (Escritura de signos)
- **[2,000 a.C]** Alfabeto fenicio (Conjunto de letras)
- **[1,000 a.C]** Alfabeto Griego (Primero con cinco vocales)
- **[800 a.C]** Libro Celta (Manuscritos ilustrados)
- **[500 a.C]** Alfabeto latino

- **[190 a.C]** Pergamino (Superficie hecha de pieles de animales domésticos)
- **[105 d.C]** Invención del papel (China)
- **[476 – 1,453 d.C]** Manuscrito iluminado (Adornada con oro o plata)

El proceso de la comunicación social pretendía transmitir el resultado de la actividad psíquica de los hombres; todo esto, por medio de la transmisión de algunas ideas o pensamientos expresados a raíz de las experiencias vividas o de la interacción social.

La necesidad de expresión y el acelerado desarrollo tecnológico permitió comenzar con una distribución masiva de los contenidos y la información que contenían.

Las condiciones sociales específicas determinan nuevas necesidades en el hombre; para resolverlas, el hombre utiliza los elementos que le proporciona su experiencia, así como la base tecnológica existente y crea un nuevo medio de comunicación, pero en la medida en que el hombre dispone de este nuevo medio se plantea nuevas necesidades, tanto las de carácter histórico social como aquellas emanadas del empleo del nuevo medio. Surge de nuevo la necesidad que propicia la aparición de nuevos medios y así, de manera ininterrumpida se produce un proceso ascendente en espiral, que aumenta en complejidad y contenidos, que propicia nuevos volúmenes informativos entre los hombres y que obviamente, se hace más acelerado en la medida que las nuevas posibilidades tecnológicas abren caminos inexplorados para hacer la comunicación más eficiente.

Esta relación entre las necesidades del hombre y la renovación de los contenidos y medios de comunicación ha estado presente en toda la historia humana. (Batista, 2018)

- **[1,455]** Imprenta (Reproducción de textos y figuras mediante tipos de planchas.
- **[1457]** Periódico (Primer medio de comunicación de masas)
- **[1668]** Revistas (Sistema de impresión que sale de forma periódica)

En el siglo XV –con la invención de la imprenta– los productos escritos dejaron de realizarse de forma manuscrita y comenzaron a imprimirse. Los periódicos comenzaron a sustituir a los avisos y demás documentos hechos a mano, para comenzar a ser utilizados por los gobiernos como medio de reproducción de propaganda. (Bernabeu, 2002)

- **[1826]** Fotografía

Conforme fueron desarrollándose nuevos inventos en la historia, los procesos permitieron ir sentando las bases para instrumentos más elaborados en el futuro; claro ejemplo de esto, fue la invención de la Clave Morse. Alfred Vail y Samuel Morse trabajaban en el desarrollo del telégrafo eléctrico; su descubrimiento constó en un código de rayas y puntos que se diferencian con cierto tiempo de duración de una señal activa; esta invención se usó en las líneas telegráficas y transmisiones de radio.

- **[1830]** Clave Morse (Sistema de escritura para la telegrafía eléctrica)
- **[1838]** Telégrafo eléctrico (Transmite a distancia mensajes escritos gracias a un código)
- **[1850]** Cables submarinos
- **[1876]** Teléfono
- **[1884]** Disco de Nipkow (Desarrollo de los primeros televisores)
- **[1895]** Cinematógrafo (Máquina capaz de filmar y proyectar imágenes en movimiento)

- **[1896]** Radiotelegrafía (Transmisiones de impulsos y señales eléctricas)
 - **[1925]** Televisión (Exploración mecánica de las imágenes)
 - **[1928]** Primera transmisión inalámbrica de imágenes
 - **[1936]** Primeras transmisiones experimentales de TV electrónica (Juegos Olímpicos de Berlín)
 - **[1936]** Inician emisiones regulares de la BBC
 - **[1939]** Comienza la difusión de señales de televisión comercial NBC
 - **[1942]** Casete (Grabación magnética de audio)
 - **[1944]** Primer computador
 - **[1946]** Gran expansión de la televisión, primera computadora totalmente electrónica
 - **[1955]** Fibra óptica (Medio de transmisión físico)
 - **[1956]** Cámara de video electrónica
 - **[1960]** Primer satélite de comunicaciones (NASA)
 - **[1963]** Primer mini-computador comercial
 - **[1956]** Primer satélite comercial en órbita geoestacionaria
 - **[1966]** Fibra de vidrio (Luz a través de un conductor para transmitir llamadas telefónicas.
 - **[1968]** Fax. (Fototelegrafía)
- Nacimiento de la internet
- **[1969]** Nacimiento de la Internet (Desarrollo de la red de computadores ARPANET)
 - **[1975]** Microsoft (Empresa informática multinacional Bill Gates y Paul Allen)
 - **[1976]** Apple Computer Inc. (Empresa de tecnología informática)
 - **[1981]** Sonido multicanal (Primeros CD player y discos compactos)
 - **[1983]** Computadores personales, discos flexibles y dispositivos de almacenamiento de información
 - **[1983]** Celular (Motorola)

- **[1992]** Internet comercial-Teléfono inteligente (Teléfono móvil, contenía calendario, libreta de direcciones, reloj mundial, calculadora, libreta de anotaciones, correo electrónico, enviaba y recibía Fax)
- **[1995]** www. (Dominios en internet)
- **[1995]** Se desarrolla el software para transmitir voz telefónica y música de alta calidad a través de internet.
- **[1996]** Chats (Comunicación realizada de manera instantánea mediante el uso de un software y a través de internet)

Recuperado de (Ramírez, 2014)

1.2.1 Medios tradicionales

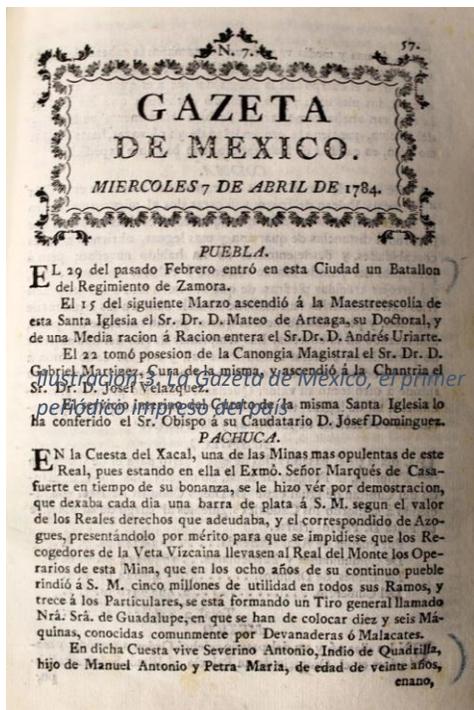
1.2.1.1 Prensa gráfica

En primera instancia, la prensa gráfica surge como el medio por el que las narraciones escritas se trasladaban de un sitio a otro para dotar a la mayoría de la población de información referente a los acontecimientos de la vida cotidiana. Los sistemas de correo y la comunicación ligada a la necesidad de cambio fueron los primeros instrumentos de comunicación internacional; de igual forma, los edictos y decretos, han sido considerados como los primeros instrumentos de comunicación intracomunitaria. (Vázquez, 2014)

Entendemos la prensa gráfica como a aquellas publicaciones escritas; desde periódicos, revistas, semanarios –y demás– que tienen por objetivo informar o compartir determinado tipo de datos con los lectores y el público masivo. Con la llegada de la imprenta, se consolidó la reproducción de información a gran escala de manera periódica. (Guerrero, 2018)

Los contenidos mediáticos desempeñan una función social fundamental introduciendo las representaciones de la realidad en el imaginario colectivo, pues

existe una intervención racional sobre las percepciones de parte de los instrumentos de transmisión de información.



Sin embargo, la función informativa de los medios de comunicación no se concentra únicamente en exponer los hechos de determinado suceso. Los medios de comunicación y la prensa escrita –en particular– elaboran editoriales, incluyen artículos de opinión, entrevistas y reportajes.

La llegada de la prensa dependió directamente de las condiciones sociales en las que se desarrollaba el mundo. El paso a un mundo industrializado modificó la dinámica social, desarrollando actividades en horarios específicos;

además, provocando concentraciones urbanas que lograban la rentabilidad de diversos medios; –es decir– se propició el ambiente para desarrollar nuevas tecnologías a precios accesibles para alcanzar a grandes grupos poblacionales. (Anda, 2011)

La prensa llegó para constituir el espacio clave de condensación en intersección de múltiples redes de poder y producción cultural derivadas de su propósito principal, informar. E incluso, a pesar del surgimiento de nuevos medios de comunicación – gracias a las tecnologías de la información y la comunicación– en la actualidad la prensa sigue siendo un precedente para constituir la agenda central de opinión pública, gracias a los consumos simbólicos de las clases populares.

El paso inicial para la colectivización de los medios surge con la prensa, a principios del siglo XIX con una modificación y ampliación del alcance que tenía la

comunicación escrita. Todo esto con el objetivo de crear un hábito de consumo a los medios de comunicación, los que se repartían ahora de forma periódica.

El despliegue de la prensa se da en este siglo y la coloca como un medio de comunicación que definía la realidad social; convirtiendo al periodismo en un fenómeno de masas y dejando de ser solo un reproductor de información y opinión; sino también como un recurso de reconstrucción del pasado que permitiría trazar líneas teóricas e históricas de consulta. (Hernández P. , 2015)

En la actualidad, el recurrir a periódicos impresos como fuentes históricas es habitual; además de que favorecen a los análisis historiográficos de la comunicación. La prensa escrita como el precursor de los *mass media* y el ejemplo que retomarían más tarde la radio, la televisión e, incluso, la internet. (Hernández P. , 2015)

1.2.1.2 La radio

Conforme avanzaban los años, la necesidad de llevar la información por otros medios a un mayor público se hizo presente. Desde el siglo XIX, los avances tecnológicos permitieron aumentar la posibilidad de comunicación entre usuarios a distancias más amplias; sin embargo, los avances se enfocaban en instrumentos que compartían información escrita, como el **telégrafo**.

Alexander Graham Bell fue un contribuidor al campo de las telecomunicaciones, siendo el primero en patentar un instrumento para transmitir sonidos por medio de corriente eléctrica. (History, 2019) Graham Bell habría sembrado el antecedente para los descubrimientos que se remitieron al siglo XX, no solo compartir sonidos; sino también la propia voz humana.

Como todos los medios de comunicación, se necesitaba de instrumentos complejos para lograr transmitir la información. James Clerk Maxwell, –avalado por Heinrich

Rudolf Hertz– iniciaron investigaciones referentes a ondas electromagnéticas; con la ayuda de Guillermo Marconi; tiempo después –gracias a esas pesquisas– lograrían propagar ondas hasta por 20 kilómetros, creando la radio.

En los años cuarenta, la radio vive una “*edad de oro*” posicionándose como el medio de referencia para la sociedad, que buscaba entretenerse, informarse y formarse. (Ramos, 2015)



Ilustración 4. Radio antigua

A pesar de su evolución y el tiempo de su creación, la radio continúa siendo – actualmente– uno de los medios de comunicación con mayor relevancia a nivel mundial, tras haber conseguido forjar un modelo de comunicación que continúa vigente, aun con los cambios y avances tecnológicos.

Estos avances han modificado su forma de producción, distribución y consumo, llevando a la radio a un proceso de transformación continua. (Ramos, 2015)

De forma histórica, la radio ha permitido sobresalir en tiempos de emergencia o conflictos mayores, llegando a números elevados de personas en poco tiempo y con poca inversión.

Ante las emergencias, la radio ha permitido una movilización rápida de personas. Por ejemplo, en México, durante los sismos de 1985 y 2017, las compañías de telefonía, canales de televisión o prensa gráfica presentaron evidentes atrasos por la naturaleza de su funcionamiento; situación que propició un aumento en la

audiencia de contenidos radiofónicos, que atendieron las señales de las emisoras para consumir la información que la inmediatez y constancia que la radio pudo ofrecer.

Gracias a los contenidos, escuchantes pasivos se han movilizado y convertido en activos que influyen en la dinámica social y su situación actual. (Universidad de Puerto Rico, 2016)

1.2.1.3 La televisión

Como era previsto, la sociedad buscaba cada vez más facilitar los procesos de información, así como propiciar contenidos más digeribles y entretenidos para las audiencias.

Al igual que con la radio, el producto de este invento es el resultado de diversos descubrimientos que se conjuntaron hasta formar el televisor. De acuerdo con registros, es aceptado que las primeras imágenes de televisión fueron producidas en 1920. En sus inicios, con una limitada capacidad de imagen –en comparación a lo que tenemos ahora–, el aparato se controlaba de manera mecánica.

Posteriormente, los avances tecnológicos llevaron en 1927 a la creación de los televisores eléctricos, por medio de tubos de rayos catódicos que permitían visualizar las imágenes.

La televisión funciona por medio de imágenes y audio que reproducen distintos tipos de contenidos y que –por su naturaleza– logran un mayor entretenimiento y atención de las audiencias. La importancia de este medio de comunicación de masas no solo se centra en su formato, sino en la calidad de esos contenidos y el tipo de programas que se transmiten, además de los hábitos de consumo. (Uncuyo, 2012)

Conforme ha evolucionado la televisión, se ha consolidado su función de entretenimiento, situando a la llamada telerrealidad como el género estrella en las programaciones que tratan de retratar de distintas formas y enfoques la “*realidad*”.

Son realidades distantes, pero próximas. Desiguales, pero homogeneizadas. Reales, pero alteradas, filtradas. (Escudero & Gabelas, 2016)

La forma en la que los contenidos son expuestos –y el lenguaje que emplean– es parte de la evolución de las fórmulas comunicativas influenciadas por el mercantilismo de la industria. Ahora, con estos, las empresas –más que informar de forma veraz y oportuna– buscan posicionarse ventajosamente en un mercado competitivo y de gran variedad. (Cáceres, 2007)



Ilustración 5. Evolución de la televisión

1.3 Medios de información y tecnologías digitales

La transformación tecnológica ha impactado diversos sectores de la vida cotidiana; sobre todo, los instrumentos utilizados para la emisión de mensajes entre personas. Su inminente evolución ha agilizado la circulación de mensajes y pluralizado los procesos. El nacimiento y la consolidación de las redes sociales digitales es uno de

los fenómenos más sobresalientes, importantes y disruptivos de la internet; propiciando la pérdida de exclusividad en los medios tradicionales y la competencia por la atención de las audiencias en múltiples plataformas. (Larrea & Mantilla, 2018)

La digitalización de los medios ha reconstruido las fronteras de la vida pública y privada, generando espacios comunes entre la sociedad. La información era algo exclusivo, a la que pocas personas privilegiadas tenían acceso; –o bien– solo poseían la información quienes participaban en el acontecimiento. Con su evolución, los medios transformaron la visibilidad de los hechos y sucesos, así como el alcance de la noticia. (Thompson, 1997)

Tradicionalmente se partió de un esquema unidireccional que finalizaba con el consumo de los contenidos; sin generar retroalimentación o respuesta, actualmente, el modelo se convierte en multidireccional con usuarios activos (Romero & Rivera, 2019) y con dos factores centrales, como son la viralización y la inmediatez.

Los canales de comunicación comenzaron a fungir como espacios de ocio, interrelación de usuarios, venta de bienes, servicios y estudios; actualmente, se comportan como un espacio de debate, producción y consumo de información y generación de sentidos de pertenencia. (Larrea & Mantilla, 2018)

Los medios de comunicación se han convertido en formadores de opinión pública, influyendo en la vida de los individuos y sus decisiones; esto, acompañado de la conciencia del gran poder que poseen y los mercados mundiales, que han propiciado un desarrollo intenso y acelerado en el uso de tecnologías digitales.

El paso a la digitalización acentuó las situaciones de desequilibrio, por vicios en la producción y consumo de los contenidos; en algunos casos, la realidad puede superar a la información –pues– los medios de comunicación y sus autores seleccionan la información sobre un tipo de realidad imposible de analizar en su totalidad, como hechos que se consideran total, parcialmente o simplemente no lo

hacen por condicionantes políticos, económicos, ideológicos, etcétera. De igual forma, la elaboración de mensajes incompletos o mal interpretados; mal transmitidos o, simplemente, ignorados. (Larrea & Mantilla, 2018)

Las tecnologías digitales han emergido a gran escala, propiciando un ecosistema de múltiples medios y plataformas, que –por consecuencia– multiplican a los emisores de la información. Todo esto, se suma a la participación activa de los usuarios y su colaboración en la creación de los contenidos, por medio de grabaciones digitales, aparatos móviles, conexiones inalámbricas, cámaras de video y demás registros. (Martínez L. , 2005)

El desarrollo de la tecnología en el mundo ha sobrepasado los medios de comunicación tradicionales. La posibilidad de llegar a audiencias más amplias –en menor tiempo y con una reducción considerable de los costos– ha permitido romper las barreras de viejas organizaciones mediáticas. (Campos, 2008) De igual forma, la simplificación de los procesos comunicativos han disminuido los costos económicos y laborales en la creación; así como la distribución de los contenidos. (Romero & Rivera, 2019)

La instantaneidad, lo espectacular puede sobre la realidad y más aún en esta sociedad del siglo XXI, caracterizada por los efectos especiales de las nuevas plataformas digitales y multimedia. El periodismo digital nos hace asistir a un espectáculo donde nos autoresponsabiliza de lo que vemos. Aquello que no aparece en los medios no existe. (Larrea & Mantilla, 2018)

Los contenidos informativos se transmiten de forma inmediata a cualquier parte del mundo que tenga conexión a internet, provocando una banalización, cuando buscan valores discursivos que promuevan la ampliación de la audiencia. (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino Gallego, 2010)

El fenómeno de las redes sociales llega a causar una revolución en los conceptos de relaciones tradicionales entre individuos; cómo nos relacionamos, pensamos e interactuamos por medio de distintas interacciones que sobrepasan la privacidad de los usuarios y conversaciones.

Las redes sociales se van a convertir en la reunión virtual de personas, conocidas o desconocidas, que tendrán interacción entre sí, formando grupos y retroalimentándose. (Caldevilla, 2010). Los usuarios se convierten en creadores, desde distintas realidades, ámbitos y contextos.

Los contenidos comienzan a incidir directamente sobre el cosistema de los contenidos periodísticos al ser un marco referencial que propicia la interactividad. (Martínez L. , 2005) Los redactores dejaron de competir con los colegas de otros medios de comunicación y comenzaron a enfrentarse con las propias fuentes de la noticia, quienes se conectan directamente con las audiencias. Los destinatarios de la información exigen su veracidad, calidad y –ahora también– la instantaneidad. (Monfort, 2013)

Los **cibermedios** producen cambios transversales en todo el sistema mediático. El consumo aumenta, la información fluye, los modos en los que la audiencia absorbe la información, se entretiene y es persuadida, también representa un cambio. En este momento; los usuarios se convierten en autores de la información y el aprendizaje de ella, dominan los navegadores e interactúan con enlaces e interrelaciones de otros datos; para obtener más información. (Cebrián, 2009)

Los usuarios inician a transformarse en protagonistas, pues pasan de la expectación y consumo a la creación y generación de contenidos y servicios; interactúan y demuestran proactividad en su comportamiento.

Los usuarios comienzan a desarrollar estrategias comunicativas más eficientes, rápidas y todo al alcance de un *click*. Las narrativas **transmedia** llegaron a sustituir a los medios tradicionales para permitirle al usuario ser autor y partícipe inmediato de la información; sin embargo, es importante mencionar que no todos los usuarios desean ser parte activa del ciberespacio.

Con el surgimiento de estas tecnologías digitales se construyen redes sociales que han modificado la forma de comunicación de las personas; los *smartphones*. Estos aparatos han logrado que cada persona tenga a su alcance el medio ideal para conectarse a la red, de forma inmediata, portátil y relativamente accesible; sin la necesidad de tener que esperar a llegar a casa a leer el periódico o sentarse detrás de un ordenador.

Esta tecnología permite favorecer la construcción de distintos tipos de usuarios, como los *usuarios lectores*, que consultan, leen y buscan ciertos contenidos; pero no introducen sus propias aportaciones a la red; sin embargo, favorecen al algoritmo de distribución de contenidos, por lo que también pueden ser considerados como usuarios activos. De igual forma, contamos con los *usuarios productores*; quienes contribuyen con diversas aportaciones a la red, con contenidos propios o ampliando ajenos; además de la lectura e interactividad. (Martínez L. , 2005)

Estos tipos de usuarios consumen la realidad virtual con el propósito de obtener un sentido de presencia.

Los espectadores deben olvidar que de hecho lleva una interfaz digital y aceptar la imagen gráfica que le ofrece como su propio mundo visual. (Bolter & Grusin, 2011)

En la actualidad; los medios informativos se han adaptado al mundo digital, de la inmediatez y a la vida en la red. Luego de haber pasado por una dura transición, la sociedad de la información se ha acostumbrado al uso de las tecnologías digitales;

adaptándolas a tal punto de volverse invisibles –pero indispensables–; e incorporándose al orden natural de las cosas. (Burbules & Callister, 2001) Los medios digitales no han aislado a las personas ni reducido su sociabilidad; sino lo contrario, pueden aumentar la interacción entre individuos y la conexión de distintos grupos sociales.

Durante todo este proceso, surgen otros aspectos de la vida cotidiana dependientes de la globalización e interconexión entre personas. Los medios digitales han roto con las restricciones impuestas por las localidades y territorios en los que se encuentran. Las noticias viajan en la red a gran velocidad, cruzan esas barreras y se alojan en las distintas culturas, que –muchas veces– suelen adoptarlas como propias.

En los últimos años, millones de usuarios se integraron al mundo virtual. De acuerdo con un informe de 2021, hay 4, 200 millones de usuarios en las redes sociales alrededor de todo el mundo; es decir, más del 53% de la población mundial registrada. (We are social, 2021)

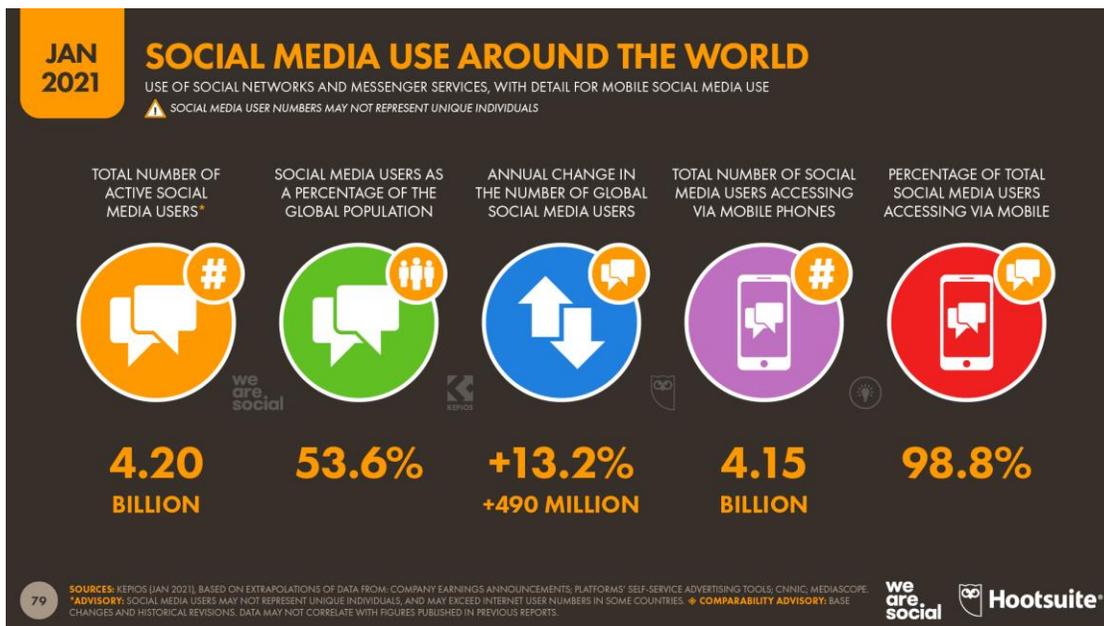


Ilustración 6. Uso de las redes sociales al rededor del mundo

Además, no solo la cantidad de personas ha aumentado; sino también el tiempo total que los usuarios dedican a internet. En promedio, una persona pasa siete horas al día; es decir, una persona promedio pasa dos días de la semana completos en las redes sociales.

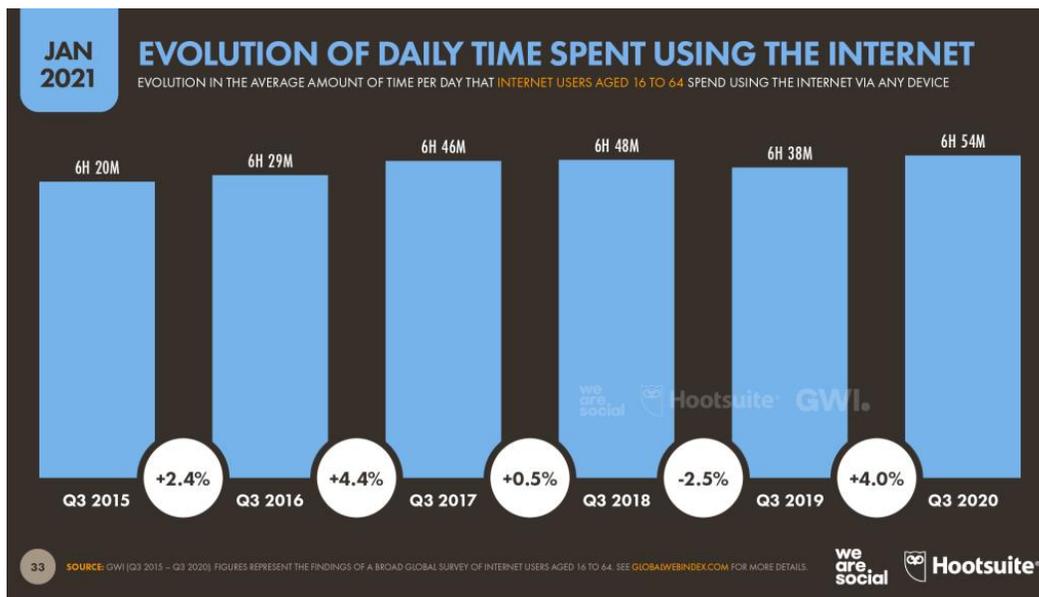


Ilustración 7 Evolución del tiempo promedio usando la tecnología

Las aplicaciones surgen como la nueva interfaz que abre paso a la conformación de la sociedad de la información, de la comunicación y del conocimiento; misma que interactuará con los medios de comunicación, que traerán la novedad de comunicar de forma bidireccional con una oportunidad de acceder en tiempo real a la información. (Ortega, González, & Pérez, 2015)

El tratamiento de la información de forma rápida y –prácticamente– inmediata, condiciona a las personas a consumir pensamientos prefabricados por los autores de la noticia; incluso, se menciona que la objetividad de la información suele ser una utopía que en la actualidad se difumina por las líneas editoriales, los medios y los autores. De igual forma, la temporalidad condiciona la verificación de la información por parte de quien la difunde, pues, las audiencias/consumidores no se

tomarán el tiempo de comprobar la veracidad de la información o el sesgo de las notas periodísticas. (León & Vélez, 2021)

Desde hace años, las revoluciones tecnológicas han influido directamente en el desarrollo social y de los individuos; actualmente, la era tecnológica significa un avance en la calidad de servicios y su diversidad, que propician un gran abanico de posibilidades en la comunicación.

La influencia ejercida por los medios informáticos en todos los procesos y fases de la comunicación de los medios actuales abarca el registro, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la información, ya sea en forma de textos, imágenes fijas o en movimiento, sonido o construcciones espaciales. (Juan Ángel, 2010)

CAPÍTULO SEGUNDO REALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Sumario

2.1 Construcción de la realidad en los medios de comunicación 2.2 Socialización y comunicación 2.3 Semiótica y comunicación 2.4 Estudios de recepción en comunicación 2.5 La ‘Nota roja’, sensacionalismo y amarillismo en la comunicación

2.1 Construcción de la realidad en los medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas actúan como un sistema de transmisión de mensajes y símbolos para los ciudadanos; su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. (Herman & Chomsky, 1990)

Debido a las condiciones geográficas, lingüísticas y a las barreras políticas y sociales que rodean a los miembros de todas las comunidades del planeta, existe una evidente imposibilidad de acceso a la información sin intermediarios que faciliten la comunicación sin barreras. El hecho de encontrarse imposibilitados de conocer de primera mano las situaciones del mundo, implica que se busque el modo de formar parte de un sistema interconectado que permita relacionarse a gran escala, con la utilización de herramientas que hagan posible ese trabajo, de forma rápida y sencilla.

Los medios informativos que sustentan sus contenidos en trabajo periodístico –e incluso los que no– forman parte de este proceso; recogen información de primera mano y la unen para dar a conocer los hechos –con base en la visión propia de los medios–, sus líneas editoriales e interpretaciones personales. Estas herramientas comunicativas son las encargadas de transmitir los hechos y traducciones de los sucesos cotidianos, ayudando a la formulación de representaciones e imágenes de lo que se entiende como **la realidad**.

En la actualidad, medios informativos consideran el marco político, social, cultural y sociolingüístico de la sociedad de origen de los contenidos y la sociedad receptora –es decir– sus audiencias. Esta situación permite modificar los patrones de consumo; tomando en consideración de factores específicos grupales e individuales, dependiendo del **target** de cada medio.

El periodismo es una actividad que manipula, altera y recrea la realidad y le da una nueva dimensión a los acontecimientos. (Pedroso, 1994)

Aunque, si bien es cierto que la información mediática no funciona con una audiencia compuesta por personajes aislados y atomizados que reaccionan individualmente a las órdenes de los medios –como estipula la teoría de la Aguja Hipodérmica establecida por Harold Dwight Lasswell en 1940–, sí existe una influencia directa en las percepciones de la realidad y del mundo en los individuos.

Es importante mencionar que, las concepciones derivadas de las articulaciones entre prácticas de comunicación, movimientos sociales, comprensión de la sociedad y exposición de esta, están condicionadas a las distintas temporalidades y a la pluralidad de distintas matrices culturales.

Evidentemente, los medios de comunicación hacen uso del lenguaje y otros recursos para construir las narrativas de los acontecimientos que exponen. Uno de esos recursos y –posiblemente el más importante– es la **semiótica**, misma que estipula que la comunicación no solo aparece como la emisión y recepción de mensajes y tampoco surge necesariamente vinculada a los medios de comunicación de masas; sino que nace como algo más, como un elemento constructivo y generador de estructuralidad tanto a nivel biológico como a nivel social. (Vidales, 2009)

El lenguaje es fundamental porque por medio de él se construyen imágenes mentales con base en el sistema lingüístico de una cultura. El lenguaje como

sistema social específico, dota de esquemas conceptuales a los seres humanos y les permite catalogar objetos e información del contenido que les es expuesto. (Licona, 2007)

Los contenidos generan gratificaciones cognitivas y afectivas en la audiencia y de estas depende que los miembros de la sociedad adopten esta información y la transformen como una interpretación válida del mundo. Es decir, el público es activo y usa a los medios para lograr objetivos actuando sobre la información, seleccionándola y adoptando la que mejor se adapte a sus intereses y necesidades.

Es aquí donde se introduce la mediación, proponiendo representaciones del tiempo, del espacio y de lo que acontece en el mundo. Por este motivo, los medios adquieren una responsabilidad en la representación y reproducción de sus contenidos.

Las personas no son receptores pasivos de información, sino usuarios intencionales de los medios de comunicación, de manera que gratifican sus necesidades particulares de diversas formas. La comunicación masiva puede percibirse como el conjunto de narrativas que producen patrones culturales creados por quienes exponen los medios. Estos patrones –a su vez– son consecuencia de las estructuras sociales, políticas y económicas. (Fernández F. , 2002)

Los medios de comunicación tienen la labor de lograr comprensión de los contenidos por parte de su audiencia, o –por lo menos– simularla. El propósito, es permitir –y lograr– la comprensión con los otros; –es decir–, implica una comparación entre lo que una persona piensa a lo que otra; además de un entendimiento claro entre lo que se está expresando entre individuos.

En 1973 *Jack McLeod* y *Stephen Chaffee*, establecieron un enfoque dirigido a este aspecto, denominándolo “*coorientación*”. La coorientación muestra la medida en la

que dos personas o grupos comparten la misma orientación hacia los objetos de su medio ambiente.

Los medios configuran la percepción de la audiencia de los acaecidos y moldean actitudes desde diversas posiciones ideológicas y éticas. Para un número elevado de lectores de prensa, el retrato informativo expuesto en los diarios se puede convertir en la única fuente de conocimiento sobre la realidad. (Rodríguez, 2008)

La socialidad se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los seres humanos al juntarse, que –a la vez– se convierte en el lugar de anclaje de la praxis comunicativa y –resultado de los modos y usos colectivos de la comunicación– esto es de interpelación/constitución de los actores sociales y de sus relaciones con el poder. (Barbero J. , 1987)

La mediación surge como el sitio donde se produce el sentido y significado de las interacciones y comprensiones del devenir social. Existe una estrecha relación histórica entre las culturas y los medios a los que son expuestos, los métodos de dominación y los condicionamientos derivados de los contenidos y las acciones que reproducen.

El proceso de la mediación surge con un factor entre la sociedad y lo natural; más allá de solo el medio, si no también de su cultura.

Las mediaciones son los lugares de donde provienen las contradicciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural. (Barbero M. , 1998)

Diversos medios de comunicación suelen narrar y exponer los acontecimientos con narrativas telenovelescas y –hasta cierto punto– excesivamente explícitas y teatralizadas; reproduciendo y contando una realidad *a modo*; con el propósito de generar posicionamientos particulares a los de otros medios y –de este modo–

establecer una consolidación de sus historias, con el propósito de legitimar el medio y el modo con el cual dan a conocer la información, para atraer a una mayor audiencia.

Es importante mencionar que la imposibilidad de enterarse de los hechos de forma inmediata –por esas barreras geográficas, culturales, políticas y sociales– genera la necesidad de estos medios informativos; sin embargo, debe establecerse que su información tienen implícitas un procesamiento y filtración de datos hecho por individuos, gobiernos, Estados o particulares, abriendo la posibilidad de manipulación de los acontecimientos e interpretación influenciada por intereses personales, de líneas editoriales o de contextos culturales distintos.

En sentido deontológico, los medios fungen como actores independientes y tienen la obligación de descubrir la verdad e informar de ella. Sin embargo; quienes ostentan el poder tienen capacidad para fijar los términos del discurso y– de igual forma– tomar las decisiones para determinar lo que la audiencia puede ver, oír y pensar, dirigiendo la opinión pública, con la opinión publicada disfrazada de información. (Herman & Chomsky, 1990)

Los medios se encuentran relacionados directamente con fuentes de información de primera mano; con organismos, instituciones, gobiernos y personajes políticos; ya sea por necesidades económicas de subsistencia o por la reciprocidad de intereses, de este modo, obtienen mucha de la materia prima para la exposición de contenidos; gracias a sus *fuentes*.

No se pueden permitir periodistas y cámaras en todos los lugares donde pueden surgir historias importantes. (McLuhan, 1985)

Sin embargo, es de suma relevancia prestar atención en cuáles son las narrativas en las que se expone la información y el tipo de procesamiento e interpretación que versa en sus líneas.

Para obtener un mayor alcance entre las audiencias, los medios de comunicación buscan exaltar distintos factores en el lenguaje de exposición de los contenidos. Entre esos factores se encuentra el factor morbo, la especulación de la noticia para lograr suposición entre los lectores y generar curiosidad. De igual forma, el uso inadecuado del lenguaje por medio de los procesos de aculturación y la mala influencia –o traducción errónea– de otros idiomas. (Jáquez, 2001)

Las narraciones, escritos y registros de las transformaciones producidas a lo largo de la historia de forma tecnológica, social y cultural han sido plasmados en medios de comunicación e influido en la formación de la opinión pública.

Según en las teorías del impacto directo, en el modelo Hipodérmico de la comunicación de masas, los medios de comunicación masiva y el fenómeno de la opinión pública son inseparables; ya que, el analizar uno sin el otro, sería un absurdo donde no se obtendría la comprensión total del proceso social. (D'Adamo, 2007)

2.2 Socialización y comunicación

La aparición de la comunicación para expresar las necesidades de los miembros de la sociedad se ha conformado por distintas herramientas, fonemas, símbolos y signos que permiten identificar las expresiones dentro de distintas comunidades y generar comprensión entre sus individuos. Regularmente, los grupos humanos han empleado símbolos de manera implícita en las palabras constituidas por el lenguaje, mismo que se conforma por distintos niveles de organización como fonética, sintaxis y semántica. (Boeree, 2007)

Antes de que existiera la posibilidad de plasmar por medio de escritos las narrativas sociales, la oralidad era el soporte privilegiado de la memoria social. (Guarini, 2002). Posterior a la llegada de la escritura –y a su evolución con el paso del

tiempo— los medios de comunicación se han adaptado —junto con la sociedad— a una nueva forma de coexistencia y socialización, en la que ambos dependen entre sí.

El proceso de socialización y acción individual se encuentra condicionado por el contacto con el entorno social, debido a que los individuos no actúan como entes aislados; sino, se construyen a raíz del contexto en el que viven. La invención de la escritura ha permitido registrar los acontecimientos sociales de forma sistemática y un poco más precisa a la remitida únicamente por la oralidad. (Guarini, 2002)

Con el surgimiento de los medios de comunicación y sus narrativas, algunos teóricos comenzaron a estudiar el impacto de los medios en la sociedad. Las primeras aproximaciones teóricas se sitúan desde los principios del siglo XX, hasta finales de la década de 1930; en donde se consideraba que los medios ejercían una poderosa influencia sobre las actitudes y conductas de la población (D'Adamo, 2007)

Sin embargo, con el paso del tiempo, la evolución de las perspectivas teóricas y el aumento de la investigación empírica, el modelo de los efectos directos comenzó a perder vigencia; dejando atrás las ideas del estudio de las Ciencias Sociales a partir del campo de las Ciencias Naturales, para dar paso a otras aproximaciones teóricas inherentes al comportamiento humano.

Estudios como la teoría de los “*Efectos Mínimos*” o “*Limitados*” de la comunicación de masas comprendían a los receptores como seres pasivos que únicamente respondían a los estímulos de manera mecánica, con injerencia de un modelo conductista estímulo-respuesta. De este modo, se consideraba a los medios de comunicación masiva como entidades todopoderosas, capaces de generar manipulaciones individuales entre sus audiencias. (D'Adamo, 2007)

Se dio un salto del esquema lineal estímulo-respuesta al análisis del mensaje transmitido y la reacción de la audiencia al enfocar que los efectos son respuestas específicas a estímulos específicos; se afirmó que el receptor de la comunicación es un sujeto activo capaz de seleccionar los medios y los contenidos de estos, en su afán de encontrar satisfactores a sus necesidades; además, se establece que estos satisfactores de los medios compiten con otros del ambiente, como las circunstancias y los intereses mismos de los receptores. (Flores A. , 2005)

Los teóricos de la comunicación y la sociología comienzan a reconocer que los contenidos mediáticos alcanzan a individuos que tienen actitudes, predisposiciones, creencias e ideologías enfocadas en los mensajes que les son enviados; mismos que influirán en su decodificación y en las actitudes y posturas que adopten con referencia a lo que consumen. (D'Adamo, 2007)

Sus modos de percepción suelen depender entre aquellos que por sus niveles educativos y económicos regularmente pueden acceder a un mayor nivel de contenidos mediáticos, tanto escritos como audiovisuales y –lo que se vive en estratos más bajos– con niveles de educación inferiores y pocos recursos, limitándose a formas homogeneizadas de cultura popular; pues, la información que reciben los hará forjar posturas relacionadas con el contexto en el que viven, ya que no son individuos psicosocialmente aislados. (D'Adamo, 2007)

Cuando las personas comienzan a exponerse a los contenidos mediáticos, se consumen ideas, personajes, eventos, actitudes y opiniones, que –con el paso del tiempo– influirán en las actitudes de las audiencias y, por ende, en su forma de interpretación de la vida.

Marshall McLuhan se encargó de plasmar que todos los cambios sociales son el efecto que las tecnologías digitales ejercen sobre el orden de nuestras vidas sensoriales.

El proceso de avance tecnológico ha sido el parte aguas de profundos cambios en la forma de relación de la sociedad. La posibilidad de interrelación y nuevos canales comunicativos han transformado las formas de interacción de los individuos. Este estado tribal se rompe con la incorporación de la palabra escrita y la interiorización de la tecnología del alfabeto fonético, trasladando al hombre desde el mundo mágico del oído al mundo neutro de lo visual. (McLuhan, 1985)

La distancia y el aislamiento han sido dramáticamente reducidos por los medios y la tecnología. Esta interconexión de individuos, reducción de tiempos y espacios han propiciado un involucramiento directo entre todos los miembros de cierta comunidad conectada por estas tecnologías; mismas, que se han ampliado gracias a la democratización de la difusión de los relatos históricos con la información pública. (McLuhan, 1985)

Los medios de comunicación y tecnología son los ejes donde convergen todos los asuntos y temas de la convivencia social actual. (Flores A. , 2005)

Con anterioridad –en la Edad Media– los súbditos y fieles tenían pocas posibilidades de opinar. No había asambleas –ágoras–, discusiones públicas o diálogos políticos, ni –mucho menos– participación en los asuntos de la comunidad; debido a que, por la configuración de la estructura social, el pueblo estaba constituido por sujetos pasivos e inhabilitados para expresar su opinión. (D'Adamo, 2007)

Teóricos como *Maquiavelo*, *Locke*, *Kant*, *Constant* y *Guizot*, concebían a la opinión pública con la función de conducir a los ciudadanos a una participación en el ámbito político y social; poniéndolos en condiciones de discernir, argumentar y manifestar opiniones propias sobre los temas de interés.

Este avance tecnológico ha propiciado la creación de cientos de fenómenos culturales relacionados con el uso y desarrollo de las tecnologías de la información,

así como su influencia en aspectos como la percepción de los individuos respecto al mundo en el que viven; su espacio, tiempo y relaciones sociales.

Los mensajes diseñados y transmitidos a través de los medios de comunicación masiva –como la prensa, el cine, fotografías, libros, póster, folletos, etcétera– constituyen el principal elemento para persuasión de una opinión pública. (D'Adamo, 2007)

Entre las décadas de 1950 y 1970, se investigaron los cambios que pueden producirse en las actitudes como consecuencia de la comunicación de masas. Los medios de comunicación y –en concreto– sus contenidos, surgen como intermediarios por excelencia de la mirada humana y la sociedad.

Los individuos les han designado un gran poder, dándoles la capacidad de manipular actitudes y opiniones dependiendo del cómo se den a conocer los contenidos; el lenguaje que utilicen y la audiencia a la que se dirigen. Cada individuo, dependiendo de su espacio sociocultural; de sus hábitos de convivencia y de su estado emocional, crea necesidades que requieren satisfacerse por medio de diversos modos o instrumentos. (Flores A. , 2005)

La concepción planteada por McLuhan evoluciona de la **“aldea global”** hacia la conformación de una sociedad de red –es decir– estructuras sociales compuestas por redes activas de tecnologías y nuevos canales de comunicación.

Evidentemente, el ritmo de la información y obtención de conocimiento se hace cada día más acelerado –por lo que– al mismo ritmo las pautas culturales se modifican.

La cultura es un fenómeno esencialmente humano; el ambiente en el cual viven estos seres sociales se encuentra constituido principalmente por la acumulación de

actividades de generaciones anteriores. (Martínez-Salanova, 1998) Estas actividades han dejado registro por medio de la palabra, ya sea escrita o verbal.

Esta evolución cultural –traída con la modificación de los comportamientos de los individuos– comprende la adaptación de los miembros de la sociedad con sus iguales y su contexto, ubicando su papel dentro de la escala social y la comunidad donde vive. Es aquí, donde diversos teóricos de la antropología y sociología, como Melville Herskovits y Margaret Mead, introducen el concepto de **enculturación** o endoculturación; haciendo énfasis en las experiencias de aprendizaje fundamentadas en pautas sociales y culturales que las generaciones más antiguas inculcan a los más jóvenes, es decir, el proceso mediante el cual las personas adoptan los patrones de conducta de su cultura.

Conforme se han presentado avances científicos, no solo en el ámbito tecnológico; sino también en el social, la forma de relación se ha modificado. Al insertar a los medios de comunicación en este proceso de socialización e interacción interpersonal, brindando a las audiencias información procesada que tiene como propósito dar a conocer una versión del mundo con hechos concretos.

Está comprobado que los medios de comunicación y sus contenidos tienen impactos distintos dependiendo de muchos aspectos de las audiencias, ya sea su nivel económico, social, educativo y las edades de los consumidores de contenido.

En los primeros años de vida, los individuos dependen de condicionamientos fundamentales limitados a aquellos que sean responsables de ellos, de este modo, la endoculturación hace que adopten estos comportamientos, los apropien e influyan directamente en su personalidad y futuros hábitos de la vida adulta.

La ideología es la base del pensamiento de una sociedad de clases en el curso conflictual de la historia. Cuando esa ideología pasa por un proceso de legitimación –a lo largo del tiempo– es aceptada. Es así cuando el espectáculo surge como esa

ideología por excelencia que expone y manifiesta la esencia de la cultura en las sociedades. (Debord, 1967)

Sin embargo, este proceso no termina en la infancia, pues conforme el individuo crece, continúa el proceso de endoculturación y choca con otros procesos como la socialización y la **aculturación** al aumentar su contacto con el mundo, por lo que debe decidirse y desempeñar su papel en la reorientación de su cultura. (Martínez-Salanova, 1998)

Actualmente, los medios de comunicación son una herramienta a través de la cual los miembros de la sociedad adquieren información y conocimiento de forma regular, a través de la programación establecida para el entretenimiento de la población. (Pérez M. , 2008) Al estar expuestos a estos datos e información procesados por líneas editoriales fijadas por las empresas de comunicación, se condicionan y repercuten las actitudes de los consumidores y su entorno.

Mientras en las sociedades orales la memoria colectiva ha surgido de forma inestable, sin registros precisos y con modificaciones claras, la posibilidad de registrar los acontecimientos históricos ha permitido la cristalización y el resguardo de una memoria social que nos de antecedentes del pasado, para contribuir al establecimiento de modos de comportamiento con un sustento histórico. (Guarini, 2002)

Desde esta visión, es posible expresar la estética social compuesta por elementos vinculados a la búsqueda de la verdad del pasado y –por ende– de su identidad; para que –de este modo– sea posible generar imágenes que permitan analizar y comprender los acontecimientos históricos que influyen directamente en los modos actuales de socialización.

Los avances tecnológicos que insertan la vida social a una dimensión virtual buscan configurar definitivamente una nueva visión del mundo para las nuevas y viejas

generaciones que se han visto influenciadas por el factor de la globalización. (Gómez V. , 2002)

Este factor no se ha introducido de forma inmediata en la vida cotidiana de los individuos, sino que de una forma gradual se fueron introduciendo elementos y nuevas invenciones en las comunicaciones, generando cambios dentro de la misma dinámica social al adaptarse a las tecnologías digitales. (Molina, 2015)

La inserción de la comunidad virtual gracias a la internet ha propiciado nuevas formas de socialización que van más allá de la interacción física y el contacto directo e inmediato entre los individuos; sin embargo, ha generado un mayor alcance y conectividad, dejando de lado el espacio geográfico e incluso las barreras lingüísticas, conectando a culturas distintas por medio de la red.

De igual forma, se ha generado un sentido de libertad de expresión, gracias a un avance en la democratización de la red, permitiendo a los individuos comentar sus opiniones y hacer públicos sus pensamientos respecto a lo que sucede en el mundo, con mayor facilidad.

A partir de todos estos cambios y la evolución de las formas de relación y comportamiento entre la humanidad, se han producido dificultades e inconvenientes en los procesos democráticos de formación de opinión pública, debido al tratamiento de la información por los intereses empresariales y lucrativos de los medios.

De este modo, los medios de comunicación se vuelven parte de una industria cultural. La información que en ellos es proporcionada se encuentra mercantilizada por la industria del espectáculo; que se encontrará delimitada por el interés capitalista y la ganancia de utilidades; es decir, esta industria se encargará de modelar los comportamientos y configurar el sentido de los contenidos, su

percepción y reproducción de los valores que se adapten al modelo económico que le favorece. (Zafett, 2002)

2.3 Semiótica y comunicación

Para que la comunicación sea efectiva, el mensaje debe tener un significado que los emisores y receptores comprendan e interpreten de la misma forma. Ese trabajo, es el de la semiótica o la llamada “*teoría del signo*”.

La semiótica tiene la labor de brindar una comprensión clara y significativa a los mensajes y la interacción entre los comunicantes. (Centro Universitario de Comunicación, 2019)

Las acciones, palabras y cualquier movimiento que se emitan van a comunicar. El trabajo de la semiótica es ayudar a la comprensión de esos mensajes transmitidos por medio de la oralidad, a escritura, el arte, las imágenes, etcétera.

La semiótica ayuda a comprender cuál es el sentido, el significado –e incluso– el efecto o la relación que se busca establecer con los receptores de los mensajes, siendo una especie de traductora de significantes en el proceso comunicativo. (Centro Universitario de Comunicación, 2019)

Cada fenómeno o contexto debe ser explicado y entendido de la misma forma; de lo contrario, la comunicación no sería posible. De este modo, influye también el contenido gráfico, como las imágenes, videos, o productos visuales en general. La comunicación por medio de estas, se va a producir como un estímulo visual cargado de distintos significados más o menos reconocibles; que el receptor asumirá por la vía emotiva. (Paredes, 20019)

Toda imagen tiene como objetivo emitir un mensaje; sin embargo, ese mensaje depende de la interpretación del individuo o receptor. Aquí, es donde entra la

semiótica, que tiene por objeto el estudio de los signos y su interpretación, explicando cómo percibe el ser humano su entorno y qué significado le otorga. (Huerta, 2014)

La semiosis se convierte en un elemento constitutivo de la percepción y la cognición humana. Es la encargada de orientar las maneras de pensar y las acciones de los individuos por medio de procesos de significación continua. Los signos se encargarán de mediar el pensamiento, la relación y su percepción en torno a contexto de los interpretantes; tomando en consideración circunstancias y discursos. (González D. , 2009)

La comunicación de masas no reside en las organizaciones de los medios o en sus discursos, sino en las prácticas sociales y culturales que constituyen su producción, transmisión y recepción [...] la dualidad de la estructura opera en algo parecido a las materias primas de la vida social y a través de ciertos procedimientos denominados recursos y reglas. (Jensen K. , 1995)

El mundo está lleno de signos; sin embargo, muchos de ellos no son tan simples como las letras del alfabeto, pueden ser más complejos y sutiles que los que se perciben en la cotidianidad de manera rápida, considerando que un sentido nunca puede analizarse de forma aislada.

La tarea de la semiótica ha crecido, derivado de la necesidad de encontrar la significación del mundo. El mundo es dado a conocer por medio del lenguaje y la interacción social, que es permitida gracias a que los signos lingüísticos se asocian en la memoria y se combinan entre sí para generar **sintagmas** y, posteriormente, unidades más complejas como las oraciones. (Diab, 2017)

De acuerdo con distintas posturas semiológicas, se puede establecer que la relación de los signos con el mundo se ve de estas formas:

1. El signo sustituye a la realidad.
2. El signo representa a la realidad.
3. El signo refleja a la realidad.
4. El signo refracta a la realidad.
5. El signo indica a la realidad.
6. El signo constituye a la realidad. (Haidar, 1995)

En medios de comunicación, el uso de imágenes y refuerzos audiovisuales para fortalecer los contenidos mediáticos que exponen se ha convertido en algo cotidiano para generar más audiencia. La semiótica de la imagen explicaría el sentido del signo icónico y los procesos de sentido-significación a través de lo estrictamente pictórico. (Karam, 2014)

En cualquier etapa de la historia es posible afirmar que lo verbal y visual no pueden separarse, pues se conforman por una relación orgánica. (Haidar, 1995) En los medios de comunicación se ha implementado el empleo de fotografías e imágenes que refuercen los contenidos con el objetivo de llamar la atención de los consumidores.

Una noticia mejor ilustrada es más llamativa; es decir, –vende más–; sin embargo, el calificar un contenido como el “*mejor ilustrado*” depende de varios factores.

En la dimensión visual, es muy difícil separar la imagen denotada de la connotada, ya que en la recepción de la publicidad el mensaje visual literal es el soporte del mensaje visual connotado simbólico, porque este no se puede dar sin los códigos perceptivos del primero. Despojada utópicamente de sus connotaciones la imagen sería 'objetiva', inocente,

instaurando el mito de la 'naturalidad fotográfica'. La publicidad que utiliza mucho la fotografía implica, por tanto, conjugar dos semióticas: la de la fotografía y la de la publicidad. La imagen denotada naturaliza el mensaje simbólico, lo vuelve inocente, cumpliendo así con la función de enmascaramiento. (Haidar, 1995)

La comunicación y su sentido funge como un ingrediente fundamental para la generación de la identidad individual y la sociedad. No es posible entenderla sin estudiar los signos. Los seres humanos emplean símbolos para describir, comprender e intervenir en el mundo; lo que significa que deben asignarles significados. (Aguado, 2004)

El trabajo de la semiótica es analizar al lenguaje; no solo desde el punto normativo; sino desde la profundidad de la pragmática; sus acciones y consecuencias en el uso cotidiano de este; uno de sus fines es establecer que el lenguaje permite construir una red de acciones significantes.

Para poder realizar ese proceso se menciona la forma de los seres sociales para asignar un significado; en primer lugar, la acción –transformación y manipulación de objetos–; la cognición –selección e integración operativa de información– y la comunicación –coordinación de conductas–.

Uno de los ejemplos más claros de formación de conductas y pensamientos humanos es la religión; que implementa la palabra como hecho creador o transformador. (Aguado, 2004)



Figura 1
Centralidad del significado en la constitución social, cognitiva e individual

Obtenido de (Aguado, 2004)

Algunos autores como Roman Jakobson, Nicolai Trubetzkoy y André Martinet, señalan la importancia de estudiar la lengua como un sistema funcional; estableciendo que los individuos realizaban sus actividades para expresarse y comunicarse; siempre con una intención.

De igual forma, la semiótica cuenta con una función simbólica, que tiene como propósito articular y conceptualizar la realidad preexistente que establece la función instrumental; sin embargo, se menciona que el lenguaje que comúnmente conocemos no es el único medio para efectuar esa función de conceptualización; sino también distintos tipos de “*lenguajes*” escondidos; como el arte, los gestos, las imágenes y los colores. (Aguado, 2004)

Por lo anterior, y ante la enunciación del conjunto de signos que conforman una oración para externar significados, se convierten en actos de discurso; que no emiten palabras completamente transparentes que pueden ir más allá de lo que representan. (Cifuentes, 1986)

Los elementos lingüísticos no poseerán un significado únicamente por su contenido; sino también por la forma en que se dicen; es decir, los modos verbales –como la entonación y el contexto de la enunciación– brindan indicaciones referentes al objetivo de los enunciados y su significación.

2.4 Estudios de recepción en comunicación

La percepción de la población con respecto a la información que reciben de los medios de comunicación es variada. No solo por los tipos de contenido que se exponen; sino por múltiples factores, entre los que destacan el tipo de medio, de información, los usos del lenguaje, la región donde se consuman, y las costumbres de la población.

Los estudios de comunicación se han centrado en los últimos años en el sector fundamental para el cual se crean los contenidos, es decir, las audiencias; todos los acercamientos a la mediación en la comunicación se centran en el plano de la recepción.

La investigación cualitativa reciente indica que las audiencias tienen la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y además, que en el proceso de recepción los medios satisfacen una gama de intereses y placeres legítimos de la audiencia. (Jensen K. , 1993)

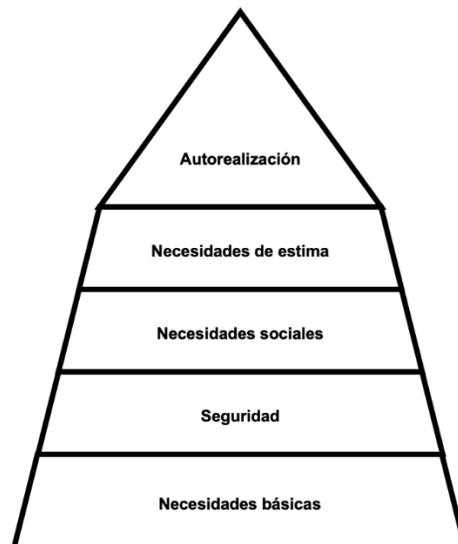
Los modelos de comunicación tradicionales, lograron establecer actuaciones de las audiencias como entes activos y selectivos. Por ejemplo; la **Teoría de los Usos y**

las Gratificaciones también ve a los individuos con una relación entre los individuos y su exposición, consumo, decodificación y uso que le brindan a los contenidos que consumen. (Corominas, SF)

Este modelo establece cinco características:

1. Un público activo.
2. El proceso de comunicación masiva corresponde a la audiencia vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios que consume –es decir, cada persona determina si el medio cubre sus necesidades o no–.
3. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.
4. Los usuarios pueden informar sus intereses y reconocer cuando se ven confrontados –son conscientes de lo que buscan–.
5. Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva es independiente a las orientaciones del público.

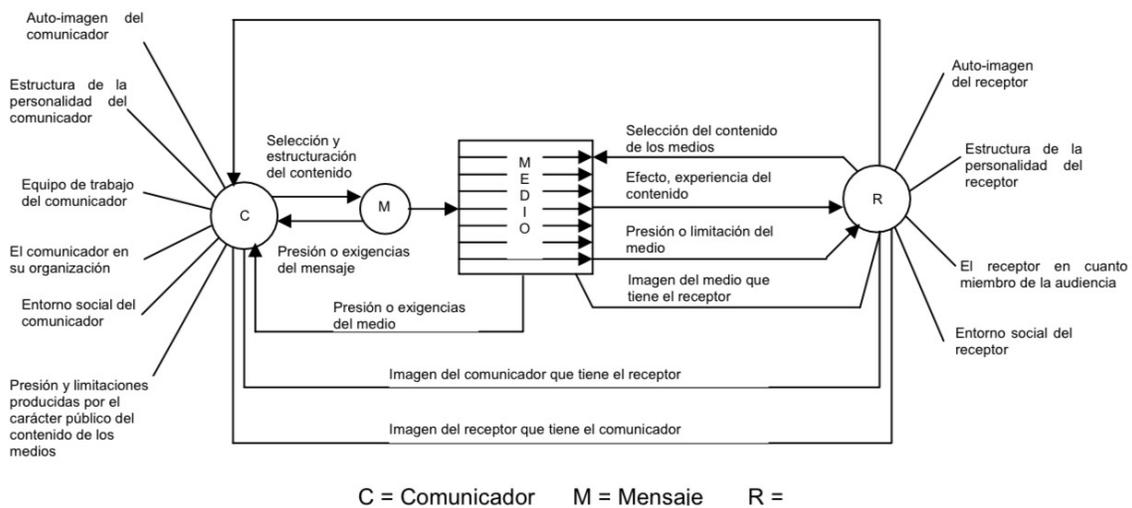
Estas conclusiones se obtuvieron gracias a la investigación empírica y a la pirámide de necesidades de Maslow. (Sánchez E. , La teoría de usos y gratificaciones, 2022)



Pirámide de **Maslow**

Así mismo, existen modelos –como el Modelo de Maleztké– que conciben a la comunicación como un proceso psicosocial; que repercute directamente en las condiciones de influencia, entre aspectos o conceptos básicos, como la recepción del mensaje o las situaciones de la emisión.

En 1965, Gerhard Maletzke publicó un estudio sobre la psicología de la comunicación masiva; en el escrito detalló los procesos de la comunicación colectiva; desarrollando un modelo que parte de los elementos tradicionales de la comunicación. El fin de dicho documento era desglosar las presiones individuales de cada condición psico-social del emisor-receptor-mensaje y medio. (Maletzke y su modelo de comunicación colectiva, s.f)



Modelo de Maletzke; obtenido de (Aguado, 2004)

De acuerdo con este modelo:

La presión ejercida por el medio en función de su naturaleza y contenidos, y la imagen que tiene el receptor del medio. Ambos factores inciden en la selección de contenidos que realiza el receptor y en la experiencia del mensaje que supone la recepción [...] Maletzke considera también aquellos aspectos que configuran la naturaleza

del receptor: su auto-imagen, la estructura de su personalidad, su pertenencia a una audiencia determinada y su entorno social. (Aguado, 2004)

El autor establece una relación entre cómo el comunicador percibe a los receptores y cómo el receptor entiende al comunicador. El fundamento principal de este modelo es establecer que –para hacer posible la comunicación– se funda la unión de dos individualidades sociales; con personalidad propia, emisor –comunicador– y receptor –audiencia–.

Los estudios culturales han comenzado a basarse en la etnografía de las audiencias. Todo esto, con el propósito de comprender y ampliar la perspectiva de la sociedad; por medio de los procesos del entendimiento e interpretación de los mensajes.

La verdadera interrogante sobre la relación entre los medios de comunicación masiva y los receptores –es decir, las audiencias– se enfoca en actividades como ver, escuchar y utilizarlos como herramientas que estructurarán las prácticas de los usuarios, como su toma de decisiones y reglas de acción. (González D. , 2009)

La naturaleza de los medios de comunicación masiva se centra en el contexto social de recepción y producción. Es decir, serán factores fundamentales en el proceso de significación de comprensión de la vida del ser humano; ahora –con su gran alcance– lo harán de forma institucionalizada y amplia, a través de soportes técnicos que en diferentes tiempos y espacios esparcirán las formas simbólicas (González D. , 2009).

Los estudios de las audiencias tendrán en cuenta los contextos donde viven los receptores; ya que permiten comprender que estos formularán los marcos de comprensión, dentro de los cuales los mensajes emitidos admitirían un sentido ideal. El punto es que se moverán en el entorno inmediato de los individuos, sus relaciones directas, familiares, escolares, redes sociales, la vía pública, etcétera.

A lo anterior, es necesario añadir el proceso de infomulticulturalidad; con el intercambio de información y su influencia entre las diferentes culturas y plataformas en un mundo globalizado. Sin embargo, sería un absurdo reducir el proceso de la recepción al momento de la percepción de los mensajes, ni a un proceso característicamente individual.

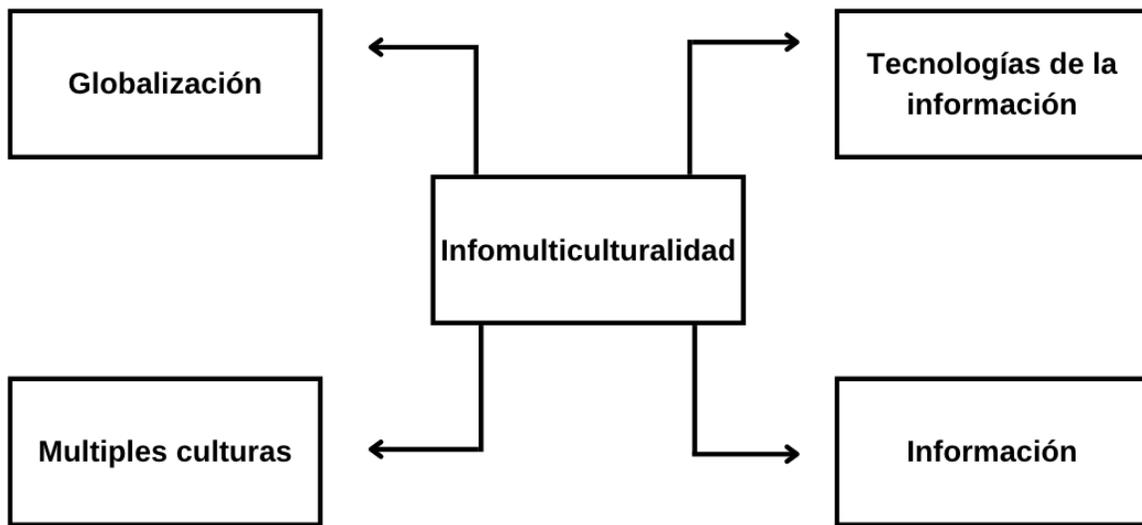


Ilustración 8. Elementos de la infomulticulturalidad, obtenido de (Cancino, 2012)

La recepción en los medios de comunicación y su estudio tienen como propósito analizar los resultados del consumo de referentes comunicacionales; sus formatos y los significantes. Estos estudios consideran múltiples referentes de la información que provienen de manera directa o indirecta; así como distintos referentes culturales, de género; distintas razas, etnias, clases, espacios geográficos, culturas, experiencias, apropiaciones, capacidades, estudios, etcétera.

De igual modo, comprenden a los individuos como seres pensantes que tienen la posibilidad de *negociar* los significados y su producción de sentido, como sujetos sociales y conscientes. A diferencia de otras teorías –como la anteriormente mencionada *Teoría de la aguja hipodérmica*– la recepción reconoce a los sujetos

como miembros activos que van más allá de la reacción a los estímulos; si no también personas con entornos socioculturales recorridos a lo largo de sus vidas; aprendidos y aprehendidos. (Gómez G. , 2003)

Estos estudios consideran que –sin excepción– los procesos comunicativos están mediados desde distintas fuentes, contextos y situaciones.

El patrón de cobertura de las noticias en distintos medios, su lenguaje, las imágenes y el color de su contenido, influyen en la percepción que el público tiene y lo que consideran relevante durante el día. (Cervantes, 2001)

2.5 La ‘Nota roja’, sensacionalismo y amarillismo en la comunicación

La preponderación de la imagen sobre la palabra escrita, o la palabra exagerada y exclamativa, ha generado una jerarquización del mercantilismo de la noticia antes que la función principal de informar a la audiencia; la nota roja, se ha convertido, en la espectacularización de la tragedia y la muerte. (Lara, 2015)

Los orígenes del género más consumido en el mundo –la nota roja– se remontan a 1526; cuando un grupo de hombres alcoholizados agredió a la Preeminencia de la Santa Inquisición. Luego de la agresión, las autoridades eclesiásticas procedieron a ejecutar a más de cuarenta personas y a castigar a otros cientos.

En las puertas de los templos, se colocaron edictos con sellos rojos; con el propósito de dar a conocer a la población la ofensa que se había cometido; símbolo que originó lo que hoy se conoce como *la nota roja*. (Flores & Mendieta, 2012)

En una acepción general, la nota roja es el género informativo por el cual se da cuenta de eventos (o sus consecuencias) en los que se encuentra implícito algún modo de violencia -humana o no- que rompe lo común de una sociedad determinada y, a veces también, su

normatividad legal. Ahí caben los relatos acerca de hechos criminales, catástrofes, accidentes o escándalos en general, pero expuestos según un código cuyos elementos más identificables son los encabezados impactantes, las narraciones con tintes de exageración y melodrama, entre otros. (Arriaga, 2002)

El periodismo con tintes sensacionalistas ha existido desde el surgimiento de la prensa como medio de comunicación informativo. De acuerdo con registros, el surgimiento de la nota roja en México se dio desde el periodo del expresidente Porfirio Díaz. Con todos los conflictos armados que atormentaban al país, la sangre se configuraba como el principal centro de interés ante la guerra que vivía México.

En aquel entonces, circulaban medios de comunicación con una línea editorial cercana al régimen porfirista, y apuntaban a las clases más marginadas de ser responsables de los acontecimientos sangrientos que se vivían en el país. De acuerdo a una aseveración del periódico *'El Imparcial'* los pobres eran los responsables de la gran mayoría de los crímenes que ocurrían en el país, esto debido a la creciente desigualdad que surgió en aquella época. (Álvarez, 2016)

Incluso, la creación del sensacionalismo como medio de venta para las empresas de comunicación surgió para asegurar los intereses comerciales de las mismas; así como para atender las crisis políticas en los estados, con estrategias planteadas por los mismos gobernantes.

Los excesos en el uso del lenguaje con propósito de exaltar la información con textos sumamente descriptivos e imágenes teñidas de rojo, han propiciado que la información de tintes policíacos sea duramente criticada por diferentes sectores sociales, académicos y periodísticos; grupos que consideran la venta de esta información manipulada muy por debajo de los estándares éticos del periodismo. (Ham, 2016)

Los medios informativos han incluido el sensacionalismo como el medio más rentable para atraer lectores. Este tipo de prensa resalta y apela dimensiones con función lúdica, de entretenimiento, exponiéndolo por encima de la veracidad; además de enfoques transgresores que dejan de lado principios éticos, morales o de valores.

Las empresas de comunicación con un evidente éxito financiero; una notoria modernización empresarial y una reconocida editorial, son considerados como periódicos de prestigio. Sin embargo, la percepción social de ese prestigio es relativa; puede medirse en las ventas, los lectores, la cantidad de anuncios publicitarios y el reconocimiento de su marca; independientemente de la situación que los caracterice, todos coinciden en el uso de procedimientos técnicos e ideológicos para una explotación comercial. (Pedroso, 1994)



Ilustración 9. Periódico Alarma

El amarillismo en los medios de comunicación surge como un apartado popular; escrito para el ciudadano común, para las clases bajas con lenguajes coloquiales, exagerados y llamativos. Incluso, algunas empresas de comunicación han tenido que recurrir a él para darse a conocer. (De Fleur & Ball Rockeach, 1993)

Ejemplo de ello, es el surgimiento del término *amarillismo* en la comunicación.

Fue 1895 cuando **The New York World** estrenó las famosas tiras amarillas; con un personaje creado por R.F. Outcauld, **The Yellow Kid**. Fue la primera tira cómica comercialmente exitosa en todo el mundo. Tenía como propósito tener una repercusión e impacto directo en la población con sus publicaciones.

Al inicio, la historia de *The Yellow Kid* se centraba en críticas a la pobreza en las grandes ciudades; ahogado por una cultura consumista y materialista. (Esquire, 2017)



Ilustración 10. *The Yellow Kid* en *New York World*

Tras el surgimiento de *El niño amarillo*; los dueños de *The New York Journal* (TNYJ) buscaban competir para inmiscuirse en el mercado más de lo que había hecho *The*

New York World (TNYW), lo que generó una gran tensión y rivalidad entre ambos medios; buscando tener mayores ventas y posicionarse como el mejor de Nueva York y todo Estados Unidos.

En búsqueda de la competitividad TNYJ comenzó a comprar a editores, periodistas y demás colaboradores de TNYW; lo que generó la necesidad de crear una nueva estrategia para seguir posicionándose como el número uno. Fue entonces, cuando TNYJ comenzó con los titulares amarillistas y sensacionalistas, así como imágenes explícitas y *más llamativas* en sus primeras planas; lo que otros medios comenzaron a replicar.

Esta situación comenzó a generar que la competencia se centrara en quién obtenía la cabeza periodística más amarillista o la imagen más impactante; sin importar si estas eran crueles u obsenas. (González M. , 2020)

De igual forma, a nivel mundial –y específicamente en México– la prensa ha sufrido falta de financiamiento y solvencia; lo que ha propiciado un alza en los enfoques sensacionalistas, que promuevan el consumo de este tipo de contenidos, para poder cubrir los gastos de los medios de comunicación.

Existen distintos registros que relatan los orígenes de la nota roja en México; algunos desde la época porfirista y, otros más situándolos a mediados de la década de los noventa; atribuyendo estos contenidos no al contexto de violencia en el país; sino a la transición social, política y económica referente a la democratización y a la liberación económica. (Hallin, 2000)

El origen de los medios es fundamental para comprender el tipo de contenidos que difunden; pues, durante esa época, la mayor parte de los medios de comunicación estaban integrados dentro de un sistema “*semi-autoritario*” de la clase política en el poder.

La narrativa de los acontecimientos cotidianos –específicamente de sucesos relacionados con la nota policiaca– se detallaban por medio de crónicas que daban continuidad a las historias hasta esclarecerlas. En estos hechos, participaban criminólogos, ilustradores, periodistas y testigos; sin embargo, la dinámica de la nota roja ha evolucionado a lo largo de los años. El aumento en la violencia y la normalización de la misma, han generado una efímera durabilidad de los sucesos, ante la multiplicación de los mismos. (Ham, 2016)

En este momento los medios y sus contenidos ocupan un lugar importante en la problemática nacional y a su vez estos cada vez alcanzan mayor poder e influencia sobre los lectores, quienes rodeados de toda esta prensa sensacionalista y de contenidos morbosos, amarillistas, polémicos e intrascendentes eligen, de cierto modo qué consumir de los medios, pero a su vez dejan de hacerlo en el momento en que lo único que la agenda de medios ofrece es periodismo de este tipo. (Berti, 2010)

Distintos medios de comunicación han mezclado los textos periodísticos; convirtiéndolos en reduccionismos. Los relatos de los hechos y los asuntos de la opinión se han visto integrados como uno mismo; lo que no solo no es el objetivo fundamental de los géneros creados en la dinámica periodística; sino también, incurren en la violación de la norma ética y la deontología del periodismo. (Casals, 2005)

La nota roja no es más que una reducida parte de los conflictos sociales que existen; su imaginario periodístico se destina al delito y pretende explicar la inseguridad histórica consolidada en los discursos mediáticos; se limita a la violencia, al señalamiento penal, no al social que –también– padece una gran parte de la población. (Barata, 2010)

La sangre, el morbo, la exageración, son el objeto predilecto de la atención mediática; recibiendo la cobertura periodística y conquistando los espacios públicos.

La dinámica efímera y multiplicada ha propiciado que sean los encabezados escandalosos y las fotografías extremadamente descriptivas, las herramientas implementadas para propiciar mantener a los medios en la memoria colectiva. (Ham, 2016)

Hay demasiado dolor silenciado para que los medios de comunicación y las instituciones sociales reduzcan la inseguridad al territorio del delito. (Berti, 2010)

Las empresas comunicacionales surgen como los grandes mediadores entre la sociedad y el mundo del delito, de los hechos, de la sangre. La percepción social con respecto a los crímenes y a los acontecimientos cotidianos tienen que ver –en gran medida– por las imágenes difundidas en los medios de comunicación; que se han encargado de formular un imaginario social. El propósito de los contenidos no pretende tanto informar como llamar la atención, apelando a las emociones y a los sentidos de quienes lo consumen. (Arriaga, 2002)

CAPÍTULO TERCERO

VIOLENCIA DE GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Sumario

3.1 Violencia de género 3.1.1 El feminicidio 3.2 El papel de los medios de comunicación en la violencia de género

3.1 Violencia de Género

La conceptualización del género se remonta a décadas anteriores. En 1962 el teórico social Talcott Parsons se encontraba estudiando los roles sociales entre hombres y mujeres de su época; este discurso se encontraba fundado principalmente en las actitudes que adoptaban los miembros de una familia. De este modo, se justificaba que esos comportamientos se encontraban relacionados directamente con el sexo biológico de los individuos, aseverando que el comportamiento y el sexo eran directamente proporcionales. (Lamas, 2000)

Con anterioridad, se pensaba que aquellas sociedades en las que estos roles de género preestablecidos por la biología no funcionaran de este modo, estaban destinadas al fracaso de sus miembros y del grupo en general. Sin embargo, con el paso de los años y el aumento de las investigaciones referentes al tema se enriquecieron los supuestos teóricos e introdujeron distintos factores en la discusión sobre los comportamientos sociales fundados en el sexo.

La sociedad en general se ha encontrado estructurada por medio de relaciones de poder con énfasis en lo económico, la lucha de clases, lo político, ideológico y –de forma relacionada directamente– la vida cotidiana y sus relaciones condicionadas por el género.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define al género como:

Los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. Las diferentes funciones y comportamientos pueden generar desigualdades de género, es decir, diferencias entre los hombres y las mujeres que favorecen sistemáticamente a uno de los dos grupos. (OMS, 2020)

Ahora bien, Organización Panamericana de la Salud, retoma en su Informe mundial sobre la violencia y la salud del 2002 el concepto de la OMS para violencia:

El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones. (OPS, 2002)

Mientras que el Instituto Mexicano del Seguro Social la define como:

Toda conducta o amenaza que se realiza de manera consiente y que causa daño físico, psicológico, sexual o económico. Se conoce como violencia de género al maltrato que ejerce un sexo hacia el otro, que puede ser de hombre hacia la mujer o viceversa. (IMSS, 2015)

La discusión sobre los comportamientos sociales va más allá de lo dictado por la naturaleza y la idea centrada en la dualidad ‘hombre-mujer’. De este modo, comienzan a influir y a analizarse como fenómenos culturales que son fundamentales para el establecimiento del sistema social.

La eliminación e invisibilización de las relaciones de poder de las mujeres o su nula participación en los espacios, es otra forma de configurar al género, con las actitudes preestablecidas socialmente, para uniformar la actitud y el papel de las mujeres en la vida pública.

Los procesos de educación y aculturación son los encargados de crear los patrones de comportamiento sociales marcados por costumbres, entre ellos la normalización de la discriminación de género y sexo, derivados de la violencia machista.

Desgraciadamente –con anterioridad– era posible observar una invisibilización de las problemáticas relacionadas con este tipo de violencia, aunado a un desinterés formativo sobre el tema. (Colás, 2007)

Normalmente, los comportamientos que ahora son adoptados como violentos o agresivos no figuraban como tal, debido a las tradiciones y desigualdades que eran socialmente aceptadas. Conforme los estudios evolucionaron, la sociedad emprendió un proceso de cambio, no solo en sus usos, costumbres y tradiciones; sino también en los marcos normativos que regulaban el comportamiento de los individuos, estableciendo nuevas normas de convivencia en la sociedad.

Estas normas de comportamiento derivan en roles de género; es decir, tareas y funciones designadas a los individuos en función de su sexo biológico, y –además– normas que regulan esos roles; mismas que de ser rotas generan descontento e incluso la exclusión social. Las normas de convivencia propician un grado de aceptación social en el que los individuos que conforman los grupos humanos son integrados al resto, o bien, son rechazados.

Sigue existiendo una socialización diferencial en función del sexo con una asignación de roles diferentes para hombres y mujeres según los estereotipos sexuales. (Monjas, Begoña, & Valle, 2005)

El proceso de aceptación de violencia de género encuentra similitud con el proceso de erradicación de la esclavitud; ambos se encontraban aceptados por las sociedades donde se practicaban y –de la misma forma– se encontraban legitimados por los miembros de la sociedad. Se argumentaba que –estaba bien– e incluso, que era algo bueno. En estos casos, se pretendía buscar acciones positivas para justificar los actos desiguales y denigrantes; incluso, algunos autores como manejan puntos de la violencia de género como un tipo de esclavitud moderna. (García A. , 2019)

La violencia sexista es una de las manifestaciones más claras de la desigualdad, subordinación y relaciones de poder a lo socialmente aceptado. A pesar de que esta aceptación social se ha ido modificando, el sistema patriarcal fundado en la dominación de los hombres heterosexuales sobre las mujeres u hombres con preferencias sexuales diferentes sigue presente en la cultura machista que se vive hoy en día; y –aunque pueda plantearse que– dentro de las relaciones de poder, los sujetos que interactúan dentro de las estructuras no carecen totalmente de este, se evidencia una clara subordinación que impide visibilizarlos. (Villareal, 2001)

La producción de formas culturalmente apropiadas respecto al comportamiento de los hombres y las mujeres es una función central de la autoridad social y está mediada por la compleja interacción de un amplio espectro de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas. (Lamas, 2000).

En la actualidad hay resurgencias particulares de esta memoria que están ligadas a las transformaciones sociales y económicas impuestas; es decir, se puede considerar violencia algo que con anterioridad no estaba visualizado como tal, (Testa, 2009).

La violencia de género surge como un concepto relativamente moderno, debido a los movimientos sociales que han propiciado su visibilización como un conflicto histórico y estructural que persiste en las sociedades actuales. Específicamente,

muchos se refieren de manera errónea a los conflictos de género, atribuyéndolos directamente a las mujeres, configurándolo como un tipo de violencia unidimensional.

Sin embargo, haciendo énfasis a este tipo de violencia, nos referimos a las agresiones que se producen en un esquema de poderes desiguales, que busca someter y controlar a las mujeres, dañándolas y transgrediendo sus derechos humanos. (Vega, 2007) Este tipo de violencia puede surgir en todos los ámbitos, tanto en el público como el privado.

La asignación cultural de los roles sociales fomenta la creación de estereotipos para hombres y mujeres; los primeros –normalmente– están condicionados a ser fuertes, protectores y responsables de las decisiones que deben tomarse, pues, tienen el control de las situaciones y ciertas personas; sin embargo, las mujeres –normalmente– deben ser frágiles, protectoras, cuidadoras, vulnerables. (Perela, 2010)

La conformación de este concepto fundado en las violencias históricas que han vivido las mujeres en torno al sistema social en el que se desarrollan y normalizando la dominación de los hombres sobre ellas, han influido directamente en la definición de violencia de género.

Las relaciones de opresión atraviesan el tejido social y operan en los distintos campos de acción.

Los poderes de dominio son sociales, grupales y personales, permiten explotar y oprimir a personas y grupos y todo tipo de colectividades. Se concretan en procesos concatenados de formas de intervenir en la vida de otras/os desde un rango y una posición de superioridad (valor, jerarquía, poderío)” (Lagarde,

Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia, 1996)

Sin embargo, la percepción en los conceptos de violencia de género tiene trasfondos más profundos; además de una carga psicológica y de poder que difiere de otros tipos de violencia. Esta puede definirse como una conducta instrumental que va a generar desigualdad o a propiciar su aumento en las relaciones interpersonales.

La violencia y el género se destinan a estar unidos, siendo la primera el instrumento para forjar los comportamientos sociales configurados con base en el sexo. (Expósito, 2011)

La violencia de género ha sido y sigue siendo una de las manifestaciones más claras de la desigualdad, subordinación y de las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres. Este tipo de violencia se basa y se ejerce por la diferencia subjetiva entre los sexos. En pocas palabras, las mujeres sufren violencia por el mero hecho de ser mujeres, y las víctimas son mujeres de cualquier estrato social, nivel educativo, cultural o económico.

La violencia de género es aquella que se ejerce sobre las mujeres por parte de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones de afectividad (parejas o ex-parejas). El objetivo del agresor es producir daño y conseguir el control sobre la mujer, por lo que se produce de manera continuada en el tiempo y sistemática en la forma, como parte de una misma estrategia. (Gobierno de España)

La violencia contra la mujer comprende toda aquella violencia física, sexual y psicológica que se produce en los distintos ámbitos de la vida; desde palizas, abuso

sexual, las *dotes*, violación marital, mutilación genital, explotación, acoso, intimidación, hostigamiento, el tráfico de mujeres, prostitución, y todas aquellas violencias perpetradas o toleradas por el Estado. (Perela, 2010)

La violencia contra las mujeres es un fenómeno multicausal que está sustentado por determinadas estructuras de poder y dominación en las que todos y todas estamos inmersos y que conforman el orden social patriarcal. De él se deriva, en lo esencial, la condición de inferioridad con que se trata a las mujeres en las familias y en la sociedad, tanto en la vida privada como pública. (Perela, 2010)

Normalmente, en situaciones relacionadas con la violencia de género se presenta un vínculo afectivo entre el agresor y la víctima. Situación que está íntimamente relacionada con la tipificación de la máxima expresión de la violencia de género, el feminicidio.

3.1.1 El feminicidio

El delito de feminicidio corresponde a una violación grave a los derechos humanos de niñas, adolescentes y mujeres. El concepto tiene una amplia historia fundada en la tradición inglesa que se remonta a los inicios del siglo XIX; cuando era utilizado para denominar el *asesinato de una mujer* y se consideraba un femicidio; sin embargo, corrientes feministas apropiaron el término e incorporaron el elemento fundamental, la misoginia. (Iribarne, 2005-2016)

Los asesinatos misóginos se limitan a aquellos motivados por el odio hacia las mujeres, en tanto que los asesinatos sexistas incluyen a los asesinatos realizados por varones motivados por un sentido de tener derecho a ello o superioridad sobre las mujeres, por el placer o

deseos sádicos hacia ellas, o por la suposición de propiedad sobre las mujeres. (Russel, 2006)

Para la mexicana Marcela Lagarde fue fundamental incluir a un actor más dentro de la conceptualización del feminicidio, el Estado.

Identifico algo más que contribuye a que crímenes de este tipo se extiendan en el tiempo: es la inexistencia del Estado de derecho, en el cual se reproducen la violencia sin límite y los asesinatos sin castigo. Por eso, para diferenciar los términos, preferí la voz feminicidio para denominar así el conjunto de delitos de lesa humanidad que contienen los crímenes, los secuestros y las desapariciones de niñas y mujeres en un cuadro de colapso institucional. Se trata de una fractura del Estado de derecho que favorece la impunidad. El feminicidio es un crimen de Estado. (Russel, 2006)

El origen de su reconocimiento en México se remonta a noviembre de 2009, cuando la Corte interamericana de los derechos Humanos emitió una sentencia referente al caso *González y Otras VS. México*; conocido popularmente como “*Campo algodonero*”.

Para comprender la magnitud del término y su importancia como un delito; se comprende que al referirse al término feminicidio no es posible simplificar a los homicidios de mujeres; si no a la privación de la vida de una mujer, con base en las creencias que buscan –directa o indirectamente– reproducir los actos de violencia y desigualdad. (Delgadillo, 2022)

Es importante mencionar que México fue el primer país en proponer la tipificación del delito; además de ser el Estado con mayor cantidad de iniciativas de ley federales y estatales referentes a la conformación de este delito.

El caso estaba relacionado con la desaparición y muerte de tres mujeres –dos de ellas menores de edad– en Ciudad Juárez, Chihuahua. Los cuerpos de las mujeres fueron encontrados algunas semanas después de su desaparición, con evidentes rasgos de violencia sexual, en un campo algodonerero en el 2001 –aproximadamente ocho años antes de la sentencia de la Corte Interamericana–.

El punto medular de la investigación se fundó en una serie de irregularidades para efectuar la investigación; pues, se encontraron con juicios de valor por parte de las autoridades responsables del caso, quienes revictimizaron y juzgaron a las mujeres implicadas, sin realizar acciones concretas para encontrarlas con vida.

Desde 1998 el Estado mexicano fue señalado públicamente por la evidente necesidad de emprender acciones ante los preocupantes casos de homicidios a mujeres en el norte del país.

La violencia de género es un tema prioritario en las agendas políticas, sociales y mediáticas, debido a la gran cantidad de casos y crímenes cometidos en razón de género, teniendo como víctimas principales a mujeres. La violencia ejercida es el resultado de una desvalorización social que ha prevalecido con una cultura machista y que –claramente– se representa en los medios de comunicación. (Sánchez de los Monteros, 2020)

El problema de la violencia contra las mujeres es una situación constante dentro de la sociedad mexicana –sin embargo– con el paso del tiempo, los estudios de género se han ampliado en torno a la diferencia de valoración de los sexos, modificando la percepción de la discriminación, abuso y violencia en contra de ellas.

La violencia sufrida en el hogar es uno de tantos escenarios que representan la situación de desigualdad estructural en el que se encuentran las mujeres en México y el mundo.

La explicación del feminicidio se encuentra en el dominio de género: caracterizado tanto por la supremacía masculina como por la opresión, discriminación, explotación y, sobre todo, exclusión social de niñas y mujeres como propone Haydee Birgin. Todo ello, legitimado por una percepción social desvalorizadora, hostil y degradante de las mujeres. La arbitrariedad e inequidad social se potencian con la impunidad social y judicial en torno a los delitos contra las mujeres. (Lagarde, ¿A qué llamamos feminicidio?, 2005)

Históricamente, los hombres se han colocado en una situación de superioridad con base en los roles de género; mientras que las mujeres han sido condenadas a vivir subordinadas en la relación de poder, generando la legitimación del machismo y la misoginia; es decir, la violencia contra las mujeres ha fungido como un mecanismo que pretende mantener el orden social a favor del varón. (Bejarano, 2014)

3.2 El papel de los medios de comunicación en la violencia de género

En 2020, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos hizo un llamado a medios de comunicación para “*no lesionar la dignidad de las mujeres víctimas de feminicidios*”. El comunicado de prensa especificaba que es obligación evitar la difusión de imágenes o detalles que promuevan el morbo y no protejan la identidad de las víctimas. Además, invita a los periodistas a realizar coberturas con enfoque en los derechos humanos.

Con la cobertura mediática en temas referentes a crímenes en contra de mujeres y con mujeres como actoras de los crímenes, se pasó a convertir en un tema público y relativamente “nuevo” para la población que estaba acostumbrada a mantenerlo privado. (Pérez T. , 2008)

Sin embargo; ante el proceso de mercantilización de la información, la valoración de las empresas para con la información que designaban en sus agendas, reflejaba la necesidad de recurrir al sensacionalismo en su lenguaje; entendido como el de mayor interés el referido a la sexualidad y a la violencia. (Pedroso, 1994)

Los *mass media* son mecanismos a través de los cuales se transmiten ideas a enormes audiencias. (D'Adamo, 2007) La comunicación se constituye como un factor inherente a la humanidad –incluso– tienen como fundamento el persuadir o inducir a su audiencia a realizar una acción; y a conformar una relación grupal, por lo que los sujetos adquieren información sobre su audiencia y entorno. (Abarca, 2012)

Debido a la seriedad del tema, el rol que emplean los medios de comunicación debe estar enfocado en elaborar directrices adecuadas de difusión, no solo que expongan los acontecimientos de violencia, sino que también impulsen y contribuyan a la erradicación de este problema; sin embargo, el contexto de la difusión de la información en México, sigue apostando por la representación de la noticia misma, exaltando los detalles y apelando a las emociones.

Las instituciones mediáticas de forma histórica han tendido a representar a las mujeres por medio de estereotipos que las retratan como víctimas, objetos sexuales, sexo débil o figuras dominadas. Encapsulando las relaciones hombre-mujer en una lucha de dominación y subordinación.

Los periodicos populacheros lucran con la divulgación de escándalos y crímenes. En lugar de vender los hechos vestidos, venden los hechos desnudos. Son periódicos hechos para ser leídos por el lector masculino de las clases populares. Las cabezas, titulares, notas y fotografías son mensajes pornográficos,

violentos y fuertes, como los hechos que reproducen.
(Pedroso, 1994)

La cobertura sensacionalista que emplean diversos medios de comunicación tiene por objetivo ser un fenómeno mediático que –explotando la violencia y la crueldad– genera buenas ganancias, banaliza los actos violentos e insensibiliza al público.
(Sánchez J. , 1997)

La representación de descripción de los sucesos se realiza en la búsqueda de llamar la atención de los lectores.

Evidentemente, la manera en la que los medios exponen la información depende directamente de la línea editorial que plantean. Un medio también puede conformar su ideología a través de los hechos que visibiliza o –por el contrario– silencia. Los distintos enfoques que adopta ante la imperiosa actualidad, o la relevancia que les otorga, ya sea a través del espacio, tiempo o seguimiento que les presta.

Los medios de comunicación han provocado una hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad. La comunicación se ve convertida en el más eficaz motor de desenganche e inserción de las culturas en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales. La aparición de estas herramientas de comunicación han generado nuevos modos de conformación de la memoria de la vida cotidiana del mundo global. (Guarini, 2002)

El machismo y el sistema que ha propiciado el aumento de la violencia de género también ha construido las narrativas referentes a las mujeres en torno a una sexualidad que se exhibe de modo exasperado y sumamente explícito configurando y reafirmando la posición de mujeres como objetos de consumo masculino.

Existe por parte de estos medios una especie de fascinación por lo exótico, lo exaltado y exagerado, convirtiendo la información y los hechos en espectáculo,

forzando la estereotipación de los crímenes, víctimas y victimarios, mezclando la teatralización con la realidad en una operación que subordina lo segundo con lo primero.

Se comienza a establecer una simbolización mitificada por medio de los relatos establecidos en los textos de la prensa, ya que son esas letras las encargadas de dar imagen y voz a los acontecimientos con el propósito de dar a conocer e incitar al consumo de esos contenidos.

El dominio de los medios de comunicación por parte de miembros de los estratos más altos de la sociedad económicamente hablando; es decir, las élites. Estos individuos regularmente utilizan los contenidos para acercarse a mayores audiencias y obtener el monopolio de la información. Los adelantos tecnológicos y la expansión del mercado libre propiciaron una industrialización de la prensa.

Las empresas líderes dominantes sobre estos medios los manejan como negocios; debido a esto, regularmente los accionarios principales son personas con un poder económico importante que buscan regular el trabajo del medio dependiendo los beneficios del mercado, lo cual, afecta decisivamente a la selección y exposición de noticias. (McLuhan, 1985)

Muchas de las grandes empresas de medios de comunicación están totalmente integradas en el mercado, las restantes son también objeto de fuertes presiones por parte de accionistas, directores y banqueros, para que se concentren en cuestiones secundarias o poco comprometidas. Por otro lado, quienes de manera real o potencial poseen bienes televisivos o periodísticos pueden capitalizar el incremento de los niveles de la audiencia y los ingresos publicitarios, convirtiéndolos en valores que multiplican la imagen de marca de los medios de comunicación y les proporcionan abundantes riquezas. (Herman & Chomsky, 1990)

La violencia es uno de los principales factores por los cuales los individuos se acercan a los contenidos mediáticos. La necesidad de estar informado y de conocer el estatus de su contexto le asegura –o le da la sensación– de que conoce lo que acontece en su entorno inmediato y está preparado para seguir desarrollándose en ese medio.

Estas empresas mediáticas ante los fenómenos y hechos de violencia fungen como un factor determinante para su reproducción y su prevención. Las atribuciones que se le han asignado a los medios de comunicación es contribuir al desarrollo de mejores formas de convivencia humana (Pérez M. , 2008), exponiendo la información de forma veraz, oportuna y, sobre todo, con un lenguaje neutro y racional; sin embargo, no siempre es así.

Existen medios de comunicación enfocados directamente a temas específicos, como política, economía, temas sociales, **nota rosa** y nota roja. Esta última, más allá de exponer de forma objetiva y clara los acontecimientos, son el género periodístico que se dedica a cubrir los hechos de sangre; la materia prima de esta rama sensacionalista de la prensa son los accidentes, asesinatos, robos, linchamientos, violación de personas, actos de tortura, y demás sucesos que violentan la vida cotidiana.

Las matrices culturales suelen activar y moldear los hábitos de comportamiento que conforman los receptores –es decir– sus audiencias. Cada medio remite a los múltiples métodos de lectura condicionados por el gusto, los niveles y calidades de la educación.

Dentro de la prensa gráfica, existe la necesidad de escribir de manera detallada lo que sucede, para que los individuos puedan generar una imagen mental con base en lo que están leyendo. Sin embargo, de forma histórica, algunos medios de comunicación han empleado la exaltación de rasgos violentos haciendo uso del lenguaje exagerado, con el objetivo de generar morbo entre sus audiencias.

Las condiciones del comportamiento social expuesto en la prensa impactan directamente en sitios relacionados con la violencia, al convertirse en algo normalizado y cotidiano, el consumo de textos que comparten un mundo conflictivo y delictivo va en aumento. Por este motivo, el lucro de la venta de información propicia un conflicto de intereses entre las élites comunicativas y los receptores.

Al exponer historias relacionadas con crímenes, los medios de comunicación hacen alusión a acciones y/u omisiones entre particulares, que tienen como consecuencia la alteración en la convivencia humana de acuerdo con las normas previamente establecidas en los marcos legales de las sociedades (Pérez M. , 2008).

Específicamente, el hablar de la exhibición del cuerpo agredido y violentado se volvió una constante en los medios de información; conjugando el rojo carmín de la primera plana, los restos humanos desmembrados, fotografiados de forma individual y la deshumanización de los cadáveres para provocar una exacerbación del cuerpo.

El lector permite la entrada a sus sentidos y a sus hogares de las imágenes de la muerte violenta el cadáver que ya había invadido los espacios públicos ahora ocupa un lugar en la mesa, la habitación y la cotidianidad del lector. (Ham, 2016)

Aquellas conductas que atentan de forma intencional en contra de la integridad de los individuos y los vulneran mediante distintos tipos de abuso, pueden ser objeto de análisis para los medios de información.

Sin embargo, las empresas de comunicación no tienen la capacidad de tener cobertura mediática en todos los acontecimientos de interés social. Deben satisfacer una demanda diaria de noticias, así como unos horarios apremiantes para su emisión, y es un hecho que no pueden permitirse tener periodistas y cámaras en

todos los espacios en los que pueden surgir historias importantes. (Herman & Chomsky, 1990)

La violencia en contra de las mujeres es una problemática de interés nacional; los reflectores se han centrado en el análisis de esta a raíz de la visibilización y el hartazgo social ante los crímenes de género. Los medios influyen en la percepción que construimos de la realidad y son agentes de socialización; por lo que el manejo de la información sensible y debe ser apegado a la ética y deontología de la comunicación. (Wolf, 1994)

CAPÍTULO CUARTO ÉTICA Y COMUNICACIÓN

Sumario

4.1 Responsabilidad social y ética en los medios informativos; la libertad de expresión 4.2. Las víctimas 4.3 Legislación y normatividad en materia de libertad de expresión

4.1 Responsabilidad social y ética en los medios informativos, la libertad de expresión

La importancia de la responsabilidad social en los medios de comunicación es un tema que se encuentra en constante discusión dentro y fuera de los mismos medios; no solo desde un marco legal, sino también social, en el que se inmiscuyen factores como la libertad de expresión, de prensa y discursos de odio o incitaciones a la reproducción de la violencia de cualquier tipo.

Los medios de comunicación funcionan como entes que promueven el desarrollo y la construcción de comunidad. Es por medio de la comunicación donde surge el diálogo, la tolerancia, comprensión y el entendimiento; además de ser el medio donde se promueve el desarrollo de creencias, opiniones, actitudes y la reproducción de ideologías. (Vásquez, 2012)

De este modo, el lenguaje empleado en los medios de información debe ser usado cuidadosamente, considerando los efectos que este puede tener en su audiencia. Los y las consumidores de los medios pueden emplear esa información para ver y formular su concepción de realidad y comprensión del mundo.

Con el uso de las palabras y la semántica que se les asigna es muy posible que genere estereotipos; dependiendo de la pragmática. Combinando estas características y trasladándolos al uso mediático, se condena los acontecimientos y a los actores a reproducir –en gran medida– esos estereotipos. (Navarro, 2011)

Esta información propicia –por ende– distintas formas de interacción entre las relaciones sociales, posicionando a estos medios de comunicación como genuinos gestores de procesos sociales y conocimiento; así como cultura y comunidad. (Vásquez, 2012)

Cualquier actuación que se emprenda, además de ser realizada, tiene que ser comunicada. Y después evaluada en sus efectos. Es lo que hemos llamado ‘comunicación por objetivos. (Costa, 1999)

Una vez entendiendo cómo funciona el sistema cultural del lenguaje, los medios de comunicación deben adaptar sus contenidos, entendiendo su rol e importancia. El cuidado de los productos expuestos funcionará para evitar la teatralización o distorsión de los hechos periodísticos, las noticias, los acontecimientos, etcétera, pues esta tendrá una repercusión en la opinión pública; como la normalización y legitimación de actos que califiquen, vulneren y expongan de manera sensacionalista a distintos miembros de la comunidad; las repercusiones y consecuencias de la legitimación de las narrativas deben estar siempre protegidas por el ámbito de la responsabilidad social. (Fernández F. , 2002)

De igual forma, es importante mencionar la importante influencia de los medios de comunicación en la creación de pensamiento crítico y construcción del conocimiento histórico. Ahora bien, la prensa surge como el reflejo de las experiencias cotidianas con las que los individuos se relacionan y conectan; pues promueven interrelaciones complejas, que juegan de forma interconectada con otras instancias sociales, como la familia, las escuelas y distintos grupos. (Vásquez, 2012)

A pesar de los avances tecnológicos, la prensa –en sus distintas presentaciones– continúa siendo el principal informante de la mayoría de la población; además de fungir como un medio que debe fortalecer la rendición de cuentas y el monitoreo del actuar de los servidores y actos públicos. (Salazar, 2018)

Para que esto pueda ser posible, deben existir distintos códigos compartidos entre las personas que participan en el proceso comunicativo de la información; es aquí, donde la pragmática surgirá para analizar el contexto de la situación para su entendimiento.

Los medios de comunicación, como parte del sistema social –y como característica cultural de las comunidades a donde pertenecen– deben tener presente la responsabilidad de alcanzar el objetivo de los grupos, que es el bien común. En esa búsqueda, radica la importancia de utilizar la comunicación para mejorar las condiciones de vida de los individuos, democratizar las sociedades y empoderar a todos los grupos de manera heterogénea. (Hernández M. , 2018)

Los medios de comunicación –que en su mayoría– funcionan como entes independientes, tienen bajo su responsabilidad la autorregulación de sus contenidos, rigiéndose por medio de la ética dictada por la sociedad y sus propias normas; sin embargo, los conflictos de intereses pueden nublar el propósito deontológico del periodismo para producirlo como una mercancía, sin importar el respeto a los involucrados en la información.

Utilizando los derechos a la información, libertad expresión y libertad de prensa, se ha generado un poder desmedido en los medios informativos, mismo que ha buscado ser limitado por los marcos legales; pero no puede ser controlado en su totalidad, por lo que es ahí cuando la conciencia ética debe prevalecer en los comunicadores. Este sistema tiene como fin central asumir marcos éticos por medio de la norma en el ejercicio profesional. (Martínez O. , 2016)

Las audiencias suelen confirmar en los medios para la transmisión de información; por lo que, estos tienen la responsabilidad de dar a conocer los datos de manera honesta, justa y precisa.

Conforme se consolidan las profesiones, se generan códigos de ética y principios deontológicos que pretenden regir el ejercicio y comportamiento en el ámbito profesional y que este se realice de forma correcta –en este caso– para los profesionales de la información y la comunicación. (Barroso, 2011)

De acuerdo con los primeros registros de códigos establecidos para la labor periodística, se ha tenido claro la importancia de la difusión de la verdad, objetividad y exactitud. La formación de las y los profesionales de la información debe estar dotada de conocimientos sobre ética, moral y deontología; y –sobre todo– de la reflexión personal y colectiva sobre el bien social basado en los valores de la comunidad. (Pantoja, 2012)

De acuerdo con los principios del **Code of Ethics for Journalists (US)** perteneciente a **The Society of Professional Journalists**, los **Principles of Ethical Conduct for Newsrooms (US)** y el **Press Code of Ethics (Associated Press)**, la deontología periodística debe basarse en al menos los siguientes puntos.

- Buscar la verdad e informar sobre ella.
- Asegurar una cobertura precisa, equilibrada e imparcial de las noticias.
- Asegurarse de brindar contenido preciso, completo, importante y contextualizado.
- No dar nada por hecho.
- Revisar las historias y tratar de conseguir los comentarios de las personas u organizaciones involucradas antes de publicar la información.
- Buscar soluciones y exponer problemáticas.
- Usar un lenguaje neutral e imparcial, procurando la objetividad.
- Ser cuidadosos con la terminología técnica, el análisis de datos y fechas límites.
- Evitar la manifestación de emociones ante temas controversiales, a través de un manejo objetivo.
- Exponer opiniones calificadas, limitar las opiniones.

- Presentación clara de la propaganda –evitar la confusión con noticias–.
- No plagiar historias.
- No alterar archivos fotográficos o estadísticos para engañar al público.
- Minimizar los eventuales daños.
- Ser honestos y transparentes con los lectores.
- No exponer la vida privada de los ciudadanos sin razón.
- Mostrar sensibilidad al realizar entrevistas y conocer la consecución de los daños e inconformidades.
- Respetar los derechos de las personas involucradas en las noticias.
- Trato con decencia, dignidad, respeto y compasión a todas las personas involucradas.
- Equilibrar el derecho a un juicio de los acusados con el derecho a la información del público.
- Evitar los conflictos de intereses.
- Evitar la influencia de los anunciantes.
- No otorgar privilegios a la propaganda política.
- No dar dinero por fuentes o historias.
- Ser responsables ante el público por la libertad y precisión de lo que se escribe.
- Corregir errores.
- Responsabilizarse de las decisiones y considerar las consecuencias.
- Promesas de honor y confidencialidad a las fuentes.
- Ser responsable ante cómo se comparte y se consigue información.
- Obedecer la ley.
- Los editores determinan cuáles noticias serán publicadas, el lugar donde serán ubicadas en el periódico, y cuando serán puestas en circulación. Tienen la responsabilidad especial como guardián de las noticias para asegurarse que las historias sean precisas, equilibradas e importantes.
- Entender los hechos y el contexto de las historias.
- Evitar las suposiciones.

- Protegerse de la manipulación de intereses especiales.

Obtenido de (ACE, S.F)

El poder de los medios de comunicación varía dependiendo de sus audiencias y la importancia otorgada por las mismas; sin embargo, es un hecho que estas herramientas son capaces de modificar el comportamiento y la mentalidad de sus espectadores.

Algunos medios de información comenzaron a cumplir nuevas funciones dentro del ejercicio del poder y el control de las masas; el papel que comenzaron a jugar dentro de la nueva dinámica ha llegado a incluir la apelación a la parte emocional de sus audiencias, produciendo miedo o construyendo ‘realidades’ en el imaginario social para plantear distintos escenarios a los espectadores. (Robinson, 2009)

Estas empresas de comunicación deben considerar su participación e influencia dentro del sistema político y su funcionalidad en la toma de decisiones. La democratización de los países y la formación de opinión pública crítica se desprende de esa funcionalidad.

Incluso, las erratas en los usos del lenguaje en cuanto al fondo de la información y a la presentación de la forma del mismo pueden provocar conflictos, aún sin pretenderlo.

Por ejemplo; en el surgimiento de los medios de comunicación y en la normalización de su uso en la cotidianidad, durante 1938 con la radio en funcionamiento, algunos locutores dedicaban sus programas a narrar historias y contenido literario a sus radioescuchas. Un día antes de la tradicional ‘noche de brujas’ en Estados Unidos el locutor Orson Welles comenzó a narrar la dramatización de la obra ‘La guerra de los mundos’; Welles acostumbraba a realizar dramatizaciones de este tipo, –ya había realizado algunas obras como El Conde de Montecristo o Drácula–. Sin

embargo, Welles realizó una adaptación de la obra simulando la narración de un boletín informativo que explicaba la invasión de los marcianos como si fuese una noticia.



Ilustración 11. New York Times, periódico estadounidense.

A pesar de explicarle a los oyentes que se trataba la adaptación de una obra literaria, otros medios de comunicación comenzaron a compartir información de última hora referente a la transmisión sobre la 'llegada de los marcianos'; reproduciendo los contenidos sin contrastar lo que se estaba difundiendo. Esta situación provocó que habitantes de Nueva York salieran a las calles llenos de pánico. Algunos medios de comunicación retomaron el caso un día después.



Ilustración 12. Periódicos estadounidenses

En este caso, el locutor se limitó a explicar que era una adaptación en pocas ocasiones, situación que no fue escuchada por algunos radioescuchas que se incorporaron posterior a que fuera especificado.

Este fue un caso de la histeria y pánico colectivo que se puede dar en los medios de comunicación; por lo que es de suma importancia la claridad en lo que se narra.

Dentro de la ética periodística es importante mencionar que cada medio de comunicación –dependiendo de su línea editorial– debe ofrecer una aproximación a los distintos temas de la vida cotidiana, de la manera más objetiva posible y brindando los detalles adecuados para permitirle a las audiencias formular un imaginario de la situación con la mayor información posible.

La responsabilidad individual parte de la premisa de la ética, aunque los individuos no funcionen como entes aislados, sino que corresponden a las elecciones y decisiones de sus semejantes. En cuanto a la responsabilidad colectiva, es importante mencionar que se parte de una sociedad ‘en riesgo’, es decir, un conjunto de individuos que es responsable de sus propios actos y además de las consecuencias de estos para con los demás. (Burgueño, 2019)

Dentro de cualquier sociedad, la mayoría de los aportes individuales de sus integrantes tendrán correlación con el resultado de las actitudes de terceros. Existe una responsabilidad por las cosas que otros individuos han realizado, aun cuando uno no participase activamente en ellas.

La discusión en torno en la ética periodística ha ido evolucionando a lo largo de los años, sistematizándose y añadiendo nuevos aspectos de la vida y su contexto. Es necesario implementar un ejercicio de responsabilidad; así como la valoración de efectos del contenido, separando y reduciendo a lo mínimo el morbo y fortaleciendo el rigor de las fuentes y la contextualización personal. (Jiménez, 2009)

Los medios de comunicación han fungido como el sitio de mediación entre la sociedad y el gobierno, vinculando ambos sectores, desde las acciones de los entes gubernamentales, hasta las peticiones, quejas y sugerencias de los ciudadanos; – por ende– también se observa su participación en los asuntos de interés común. Por otro lado, fungen de modo referencial y de convocatoria, por medio de la búsqueda de verdad y atención de los asuntos más relevantes socialmente. (Casas, 2005)

Es primordial defender la libertad de expresión, información y crítica. En ningún caso se puede permitir ejercer presión sobre los medios de comunicación, pero también se debe incrementar el sentido de responsabilidad en la investigación periodística, pues,

existen deberes en el cuidado de lo que se publica, se registra y la forma de hacerlo. (Aulestia, 2020)

4.2 Las víctimas

A lo largo de los años, las víctimas han surgido como un grupo de personas que han sido afectadas directa o indirectamente: en diversas ocasiones; han tenido que sufrir el impacto del daño y también enfrentar la insensibilidad del sistema legal; y la poca solidaridad de la comunidad en la que viven. (Sampedro, 2008)

Todas aquellas personas físicas que hayan sufrido algún daño o menoscabo económico, físico, mental, emocional o cualesquiera que haya puesto en peligro sus derechos o bienes jurídicos reconocidos en la Constitución y Tratados Internacionales, son consideradas como víctimas directas; sus familiares o personas físicas a cargo de la víctima directa, que tengan una relación inmediata. (Ley General de Víctimas, 2013)

Históricamente, las leyes y los propios medios de comunicación han relegado a las víctimas en los estudios referentes a su análisis; las víctimas indirectas –e incluso las directas– pasaron a desarrollar un rol limitado, para fungir como simples testigos, difuminando su dolor y eliminando la consideración para el estudio del delito y –principalmente– su exposición mediática.

La revictimización, es el reforzamiento del daño en contra de las personas que ya han sido agraviadas a través el comportamiento de los individuos, instituciones o empresas. Las víctimas sufren al ser dañadas por el delito, pero también emocional, familiar, y socialmente a causa del impacto de la revictimización del hecho; esta situación es el ejemplo claro del fracaso del Estado de Derecho, del sistema de justicia y el sistema social y mediático.

En los últimos años, la figura de las víctimas ha tomado mayor relevancia en la sociedad, considerando sus características, sus tipos y las necesidades de atención; sin embargo, no ha sido suficiente. Las actividades de cuidado y protección a las víctimas y –sobre todo– las políticas públicas de prevención de los hechos delictivos han sido ineficaces.

La difusión de material sensible, como imágenes o vídeos lesiona la dignidad humana e intimidad de las víctimas. Además de alentar el sensacionalismo, el morbo y hacer apología del delito. Las noticias relacionadas con los crímenes de violencia extrema de género, normalmente representan la construcción de la noticia en función de la víctima; como el punto central que busca exaltar sentimientos y emociones. Todo esto, volviendo a la víctima no solo afectada por el crimen; sino de los procedimientos para usar el acontecimiento como forma mercantil de los medios para lograr reacciones emotivas en los lectores. (Muñoz-González, 2016)

El dilema ético se ha entablado entre la decisión de exponer los contenidos gráficos, como son videos o imágenes violentas en los medios de comunicación masiva. Por un lado; se encuentra el debate entre presentar las imágenes sin ningún tipo de censura para que la gente se aproxime a la realidad que se expone, o bien, la exposición e inmunización al sufrimiento ajeno; en este caso, los encargados de la impartición de justicia deben ser la primera institución en tomar conocimiento de la situación de las víctimas; pero también quien –debería– establecer contacto con las demás víctimas y evaluar sus necesidades.

En el sentido etimológico, se considera a las víctimas como “*ser el objeto de un sacrificio*” y el proceso de revictimización surge de la reproducción de una situación de victimización anterior; una reproducción de violencias con quien ya fue agredido (Dupred & Unda, 2014).

La humillación producida por el delito y el acto que vulnera a cualquier tipo de víctima, puede generar miedo y angustia hacia los sobrevivientes; que pueden llegar

a causar estragos en su confianza y comunicación con sus medios de interacción social y cultural. (Marchiori, 1990)

Las personas pueden ser víctimas de distintos tipos de agresiones y –de este modo– convertirse en víctimas aún sin siquiera saberlo.

Áreas	Impacto
1. Físicas	Lesiones leves, graves y gravísimas que pueden incluir la pérdida de la vida de la víctima.
2. Emocionales	Difíciles de determinar por su grado de complejidad, pero incluyen las secuelas del profundo estrés y la conmoción que causa y deja el delito en la víctima.
3. Socio-cultural	Repercuten en las relaciones interpersonales de la víctima y en sus esferas psicosociales.
4. Económicas	Son todos los daños que ocasiona el delito, entre los que se cuentan pérdidas materiales, físicas, emocionales, etc.

Obtenido de (Mantilla, 2015)

Normalmente; cuando se hace de conocimiento público la existencia de un delito u acto criminal; el primer pensamiento es sancionar al causante de la ofensa o el agravio; motivo por el cual surgen distintas leyes; sin embargo, hay actores secundarios que pueden impulsar a la victimización de los involucrados (Carranco, 2020).

Los estudios de la victimología han permitido analizar, desde la sociología, que la complejidad del ser humano es tan amplia; que dificulta el proceso de formulación de políticas públicas que protejan de forma efectiva a las víctimas; por lo que se hace necesario formular protocolos con enfoques multidisciplinares para protegerlas. (Carranco, 2020)

En el caso de los medios de comunicación; en distintas ocasiones se supera el principio de provisión de información; que puede producir desenfocos en la opinión pública, dañando la dignidad e integridad de las víctimas. Por este motivo, es necesario plantearse el abordaje de la información, respetando la sensibilidad de quien sufre; y cumpliendo la función de servicio a quien lo padece y a la sociedad misma. (Jiménez, 2009)

Es aquí, donde se inmiscuye el concepto de apología, una situación que genera la revictimización de los involucrados y reproduce las conductas violentas.

De acuerdo con la Real Academia Española, la apología se puede definir como:

f. Discurso de palabra o por escrito, en defensa o alabanza de alguien o algo. (Real Academia Española, 2022)

La apología radica desde la exposición de ideas que exalten los crímenes o a sus autores en cualquier medio de difusión. Incluso, algunos de los contenidos pueden ser constitutivos de delito si su difusión conlleva una responsabilidad o incitación directa a cometer un crimen.

Algunas empresas de comunicación amparan este tipo de material bajo la consigna de la libertad de expresión; sin embargo, esta no puede amparar la lesión de los bienes jurídicos, o bien, del daño social. (Millán, 2017)

Un medio informativo tiene la capacidad de dar cobertura a manifestaciones en pro de la igualdad de género, violencia o distintas expresiones de malestar social; y, al

día siguiente, exponer sin censura contenido gráfico que vulnera la intimidad, dignidad y el respeto de los involucrados.

En agosto de 2021, el gobierno de Michoacán exhortó a la comunidad y a los representantes de los medios de comunicación a eliminar los contenidos audiovisuales que violentaran los derechos de seguridad y dignidad de cualquier infante; pues, según expresaron, no se mostraba un respeto debido a las personas, así como a su dignidad e integridad.

Los medios de comunicación realizan una importante labor de comunicación, por ello deben conducirse con estricto apego a derecho, respetando la dignidad de las personas y vigilando que sus contenidos garanticen los derechos humanos de la víctima y sus familiares. (Observatorio de Medios de Comunicación en Materia de Perspectiva de Género y Derechos Humanos en Michoacán, 2021)

4.3 Legislación y normatividad en materia de libertad de expresión

Históricamente, la libertad de prensa y la presunción de inocencia se han consolidado como logros sociales irrenunciables. La libertad y el derecho a la información se consideran como uno de los aportes más relevantes del pensamiento ilustrado en todo el mundo. La democratización de la información se ha consolidado como una conquista social y se ha normalizado en la mayoría de la población, que tiene acceso a ella gracias a distintas tecnologías.

Los derechos a la información y a la libertad fomentan el bien común y se consolidan como piedras angulares en la comunicación y en la política social. Sin embargo, es importante mencionar que el derecho fundamental de unos a la

libertad de expresión puede recaer en la afectación de terceros que ven menoscabado su honor o inimizad. (Sánchez-Ostiz, 2021)

El respeto y la defensa que cada sociedad muestre hacia la libertad de expresión y de información dirá mucho de sus principios democráticos y de su implicación en la defensa de las libertades. (Barata, 2010)

En México existen ordenamientos jurídicos que pretenden velar por la dignidad de las víctimas de crímenes e implicados en ellos; algunos de ellos se expresan de forma íntegra a continuación.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece en su artículo sexto que:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos,

el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

[...]

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

I. El Estado garantizará a la población su integración a la sociedad de la información y el conocimiento, mediante una política de inclusión digital universal con metas anuales y sexenales.

II. Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias.

III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.

IV. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión.

VI. La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección.

(Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917)

Y en su artículo séptimo:

Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.

Es decir, la Carta Magna establece como uno de los derechos humanos la posibilidad de la libre expresión y difusión de opiniones por cualquier medio; sin embargo, como cualquier ley, tiene especificaciones que la conforman, con el objetivo de evitar interpretaciones alternas; pese a esta situación, los actos de

reproducción de la violencia y el daño a las víctimas de los crímenes continúa sin reparo alguno.

Por otro lado, también en México se implementó la modificación de Códigos penales para regular las prácticas y disminuir los agravios de cualquier tipo.

En septiembre de 2008; fue publicada en la Gaceta del Senado de la República, la iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona el artículo 209 del Código Penal Federal y el artículo 2º de la Ley Federal contra la Delincuencia Organizada, en materia de apología del delito; donde se estableció que:

La libertad de expresión es un derecho a través del cual se proyecta inicialmente la libertad ideológica en su vertiente positiva; es decir, expresar libremente los propios pensamientos e ideas. Se trata, en definitiva, de un derecho que tiene por objeto exteriorizar pensamientos, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del cual deben incluirse también las creencias y los juicios de valor.

Pero este derecho fundamental a la libertad de expresión, aunque debe de ser interpretado extensivamente, tiene algunas cortapisas que la propia Constitución establece. Entre ellos está la prohibición de que a través de su ejercicio se cometan hechos punibles, como es la comisión de un delito o, inclusive, hasta su simple provocación o exaltación. De manera que, el hecho punible bien podrá llevarse a cabo de modo implícito, pero también mediante actos igualmente concluyentes.

En otras palabras, sin llegar a ser propiamente un acto delincencial, expresar alguna forma de apoyo o solidaridad moral con los mismos o sus autores, y

manifestada públicamente igualmente es constitutiva de un delito. (Iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona el artículo 209 del Código Penal federal y el artículo 21 de la Ley Federal contra la delincuencia organizada, 2008)

La libertad de expresión ha sido objeto de numerosos estudios con el propósito de delimitarla y resguardar el debido ejercicio de este derecho –sin violentar las posibilidades de las personas para ejercerlo y con el propósito de no caer en la censura–, siempre tratando de evitar discursos de odio y de no vulnerar el derecho de otros.

Derivado de esto, distintos pactos y tratados internacionales también han buscado integrar y especificar la normatividad de este. Por ejemplo:

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos –Carta Internacional de Derechos Humanos– artículo 19.

1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo, entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

a) asegurar el respeto a los derechos o a la libertad de los demás;

b) a protección de la seguridad nacional, el orden público, o la salud o la moral públicas.

(ONU, 1976)

El Pacto de San José de Costa Rica –Convención Americana sobre Derechos Humanos– que dice en su artículo 13:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que debe estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección

moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional. (Convención Americana sobre Derechos Humanos, Pacto de San José, 1969)

A pesar de los avances en la conformación de los marcos legales para la regulación de los contenidos públicos con el objetivo de promover la protección a la integridad de las víctimas, el daño ha ido en aumento. El contenido de la legislación pertinente no ha sido suficiente para garantizar la actuación de los medios de comunicación y su reproducción de narrativas violentas y exageradas, denigrando a los actores de las historias. (Pérez M. , 2008)

En 2007, siendo presidente de México, Felipe de Jesús Calderón Hinojosa, fue publicado el decreto en dónde se expide la Ley General de *“Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia”*.

El documento establece los siguientes incisos referentes a contenidos mediáticos y su regulación para con la exposición de noticias y hechos relacionados con la violencia en sus distintas formas, específicamente hacia las mujeres.

Facultades y obligaciones de la Federación

VIII. Vigilar que los medios de comunicación no fomenten la violencia contra las mujeres y que favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia, para fortalecer el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las mujeres;

X. Vigilar y promover directrices para que los medios de comunicación favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia y se fortalezca la dignidad y el respeto hacia las mujeres;

XI. Sancionar conforme a la ley a los medios de comunicación que no cumplan con lo estipulado en la fracción anterior;

XVIII. Vigilar que los medios de comunicación no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y eliminen patrones de conducta generadores de violencia.

El derecho a la información se encuentra delimitado por un conjunto de normas jurídicas –algunas de ellas narradas previamente– sin embargo, el daño causado por las empresas de comunicación y la reproducción de actos machistas con el propósito de mercantilizar la información, han propiciado que el daño continúe.

De acuerdo con la normatividad aplicable se establecen los derechos de las víctimas de la siguiente forma en la Ley General de Víctimas.

CAPÍTULO I DE LOS DERECHOS EN LO GENERAL DE LAS VÍCTIMAS

Artículo 7. Los derechos de las víctimas que prevé la presente Ley son de carácter enunciativo y deberán ser interpretados de conformidad con lo dispuesto en la Constitución, los tratados y las leyes aplicables en materia de atención a víctimas, favoreciendo en todo tiempo la protección más amplia de sus derechos.

Las víctimas tendrán, entre otros, los siguientes derechos:

I. A una investigación pronta y eficaz que lleve, en su caso, a la identificación y enjuiciamiento de los responsables de violaciones al Derecho Internacional de los derechos humanos, y a su reparación integral;

II. A ser reparadas por el Estado de manera integral, adecuada, diferenciada, transformadora y efectiva por el daño o menoscabo que han sufrido en sus derechos como consecuencia de violaciones a derechos humanos y por los daños que esas violaciones les causaron;

III. A conocer la verdad de lo ocurrido acerca de los hechos en que le fueron violados sus derechos humanos para lo cual la autoridad deberá informar los resultados de las investigaciones;

IV. A que se le brinde protección y se salvaguarde su vida y su integridad corporal, en los casos previstos en el artículo 34 de la Ley Federal contra la Delincuencia Organizada;

V. A ser tratadas con humanidad y respeto de su dignidad y sus derechos humanos por parte de los servidores públicos y, en general, por el personal de las instituciones públicas responsables del cumplimiento de esta Ley, así como por parte de los particulares que cuenten con convenios para brindar servicios a las víctimas;

VI. A solicitar y a recibir ayuda, asistencia y atención en forma oportuna, rápida, equitativa, gratuita y efectiva por personal especializado en atención al daño sufrido desde la comisión del hecho victimizante, con independencia del lugar en donde ella se encuentre, así

como a que esa ayuda, asistencia y atención no dé lugar, en ningún caso, a una nueva afectación;

VII. A la verdad, a la justicia y a la reparación integral a través de recursos y procedimientos accesibles, apropiados, suficientes, rápidos y eficaces;

VIII. A la protección del Estado, incluido el bienestar físico y psicológico y la seguridad del entorno con respeto a la dignidad y privacidad de la víctima, con independencia de que se encuentren dentro un procedimiento penal o de cualquier otra índole. Lo anterior incluye el derecho a la protección de su intimidad contra injerencias ilegítimas, así como derecho a contar con medidas de protección eficaces cuando su vida o integridad personal o libertad personal sean amenazadas o se hallen en riesgo en razón de su condición de víctima y/o del ejercicio de sus derechos.

IX. A solicitar y a recibir información clara, precisa y accesible sobre las rutas y los medios de acceso a los procedimientos, mecanismos y medidas que se establecen en la presente Ley;

X. A solicitar, acceder y recibir, en forma clara y precisa, toda la información oficial necesaria para lograr el pleno ejercicio de cada uno de sus derechos;

XI. A obtener en forma oportuna, rápida y efectiva todos los documentos que requiera para el ejercicio de sus derechos, entre éstos, los documentos de identificación y las visas;

XII. A conocer el estado de los procesos judiciales y administrativos en los que tenga un interés como interviniente;

XIII. A ser efectivamente escuchada por la autoridad respectiva cuando se encuentre presente en la audiencia, diligencia o en cualquier otra actuación y antes de que la autoridad se pronuncie;

XIV. A ser notificada de las resoluciones relativas a las solicitudes de ingreso al Registro y de medidas de ayuda, de asistencia y reparación integral que se dicten;

XV. A que el consulado de su país de origen sea inmediatamente notificado conforme a las normas internacionales que protegen el derecho a la asistencia consular, cuando se trate de víctimas extranjeras.

XVI. A la reunificación familiar cuando por razón del tipo de victimización su núcleo familiar se haya dividido;

XVII. A retornar a su lugar de origen o a reubicarse en condiciones de voluntariedad, seguridad y dignidad;

XVIII. A acudir y a participar en escenarios de diálogo institucional;

XIX. A ser beneficiaria de las acciones afirmativas y programas sociales públicos para proteger y garantizar sus derechos;

XX. A participar en la formulación, implementación y seguimiento de la política pública de

prevención, ayuda, atención, asistencia y reparación integral;

XXI. A que las políticas públicas que son implementadas con base en la presente Ley tengan un enfoque transversal de género y diferencial, particularmente en atención a la infancia, los adultos mayores y población indígena;

XXII. A no ser discriminadas ni limitadas en sus derechos;

XXIII. A recibir tratamiento especializado que le permita su rehabilitación física y psicológica con la finalidad de lograr su reintegración a la sociedad;

XXIV. A acceder a los mecanismos de justicia disponibles para determinar la responsabilidad en la comisión del delito o de la violación de los derechos humanos;

XXV. A tomar decisiones informadas sobre las vías de acceso a la justicia o mecanismos alternativos;

XXVI. A una investigación pronta y efectiva que lleve a la identificación, captura, procesamiento y sanción de manera adecuada de todos los responsables del daño, al esclarecimiento de los hechos y a la reparación del daño;

XXVII. A participar activamente en la búsqueda de la verdad de los hechos y en los mecanismos de acceso a la justicia que estén a su disposición, conforme a los procedimientos establecidos en la ley de la materia;

XXVIII. A expresar libremente sus opiniones e intereses ante las autoridades e instancias correspondientes y a que éstas, en su caso, sean consideradas en las decisiones que afecten sus intereses.

XXIX. Derecho a ejercer los recursos legales en contra de las decisiones que afecten sus intereses y el ejercicio de sus derechos;

XXX. A que se les otorgue, en los casos que proceda, la ayuda provisional;

XXXI. A recibir gratuitamente la asistencia de un intérprete o traductor de su lengua, en caso de que no comprendan el idioma español o tenga discapacidad auditiva, verbal o visual;

XXXII. A trabajar de forma colectiva con otras víctimas para la defensa de sus derechos, incluida su reincorporación a la sociedad;

XXXIII. A participar en espacios colectivos donde se proporcione apoyo individual o colectivo que le permita relacionarse con otras víctimas, y

XXXIV. Los demás señalados por la Constitución, los Tratados Internacionales, esta Ley y cualquier otra disposición aplicable en la materia o legislación especial. (Ley General de Víctimas, 2013)

De igual forma, dicha Ley establece en su capítulo primero “*De la federación*”, artículo octavo:

VIII. Vigilar y promover directrices para que los medios de comunicación fortalezcan la dignidad y el respeto hacia las víctimas;

IX. Sancionar conforme a la ley a los medios de comunicación que no cumplan con lo estipulado en la fracción anterior. (Ley General de Víctimas, 2013).

Actualmente, es posible reconocer que la falta de regulación entre los contenidos y la evolución de los medios de comunicación –gracias al avance de las tecnologías digitales– ha provocado un flujo desmedido de la información que ha sido difícil de controlar. La regulación de las propias plataformas y la normatividad aplicable ha significado un avance que no ha sido suficiente.

Entre los documentos internacionales que ha retomado México para su estudio; se encuentra:

Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder; que establece que, las víctimas serán tratadas con compasión y respeto por su dignidad.

Tendrán derecho al acceso a los mecanismos de la justicia y a una pronta reparación del daño que hayan sufrido, según lo dispuesto en la legislación nacional.

Se establecerá y reforzarán, cuando sea necesario, mecanismos judiciales y administrativos que permitan a las víctimas obtener reparación mediante procedimientos oficiales u oficiosos que sean expeditos, justos, poco costosos y accesibles. (Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder, 1985)

CAPÍTULO QUINTO

ESTUDIO DE CASO “FEMINICIDIO DE INGRID ESCAMILLA”

Sumario

5.1 El caso. La ‘Versión oficial’ 5.2 Contenidos escritos y visuales 5.2.1 Diario pásala 5.2.1.1 Caso Ingrid 5.2.2 Animal Político 5.2.2.1 Caso Ingrid 5.3 Entrevistas 5.3.1 Entrevista con víctimas indirectas del feminicidio de Ingrid Escamilla 5.4. Grupos de enfoque

En febrero de 2020 la atención nacional –e incluso internacional– se volcó sobre un caso brutal de feminicidio que fue viralizado en redes sociales y medios de comunicación digitales, visuales e impresos, el feminicidio de Ingrid Escamilla.

La información difundida describía a detalle el asesinato y –peor aún– distribuía fotografías del cuerpo desollado de Ingrid, sin censura alguna. Derivado de esta situación, se hizo uso del análisis de la narrativa de dos medios de comunicación y su efecto en las audiencias, el diario impreso Pásala y el medio digital Animal Político; dos empresas de comunicación que trabajaron de manera opuesta el caso.

El objetivo del análisis es poner en el centro de estudio la consideración a las víctimas del delito como el eje central de la exposición de un hecho en el contenido periodístico. En este caso, observar a un medio queda prioridad a la designación de calificativos y juicios de valor sensacionalistas, que al rigor o seriedad con el que debería tratarse el asesinato de una mujer.

En el siguiente capítulo se dividirán los elementos metodológicos en tres elementos narrativos que se toman a consideración.

Visibilidad. El medio da cuenta del evento o acontecimiento y lo distribuye por medio de su alcance.

Situación. La descripción y representación del hecho por medio de narrativas visuales y escritas.

Efecto: La percepción social de la audiencia al consumir el contenido.

Los estudios de recepción de los contenidos se dividirán en dos grupos de enfoque, por medio de comunicación. Se entrevistará a personas cuyo conocimiento del caso sea nulo.

- Al grupo de enfoque A se le compartirá información del medio de comunicación *Pásala*, –con el propósito de analizar su respuesta a los contenidos mediáticos–.

Grupo de enfoque “Pásala”	Sexo	Edad	Ocupación
G. E. “A”	Mujer	10 a 15 años	Estudiante
G. E. “A”	Mujer	16 a 30 años	Estudiante / profesionista
G. E. “A”	Mujer	31 a 60 años	Profesionista / jubilado
G. E. “A”	Hombre	10 a 15 años	Estudiante
G. E. “A”	Hombre	16 a 30 años	Estudiante / profesionista
G. E. “A”	Hombre	31 a 60 años	Profesionista / jubilado

- Al grupo de enfoque B se le compartirá información del medio de comunicación *Animal Político*, con el mismo fin.

Grupo de enfoque “Animal Político”	Sexo	Edad	Ocupación
---------------------------------------	------	------	-----------

G. E. “B”	Mujer	10 a 15 años	Estudiante
G. E. “B”	Mujer	16 a 30 años	Estudiante / profesionista
G. E. “B”	Mujer	31 a 60 años	Profesionista / jubilado
G. E. “B”	Hombre	10 a 15 años	Estudiante
G. E. “B”	Hombre	16 a 30 años	Estudiante / profesionista
G. E. “B”	Hombre	31 a 60 años	Profesionista / jubilado

Cada grupo de enfoque constará de seis personas, tres hombres y tres mujeres; todos de nacionalidad mexicana y de diferentes grupos de edad; con el propósito de realizar una comparativa entre la perspectiva de las personas de mayor edad con las más jóvenes, además del sexo.

5.1 El caso. La versión oficial.

La Secretaría de Seguridad Ciudadana de la Ciudad de México informó que la mañana de un domingo –9 de febrero de 2020– recibió la notificación de alerta de agresión a una mujer.

Erick Francisco Robledo de 46 años, fue encontrado lleno de sangre frote al cuerpo desollado de Ingrid Escamilla, por lo que fue detenido mientras portaba un cuchillo, estaba manchado de sangre e intentaba deshacerse del cuerpo.

De acuerdo con la Fiscalía General de Justicia de la Ciudad de México, seis personas, policías y fiscales filtraron imágenes de la escena del crimen y del cuerpo mutilado de Escamilla.

El comunicado de prensa externaba lo siguiente:

Efectivos de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de la Ciudad de México, detuvieron a un hombre quien tras una discusión, posiblemente asesinó a su esposa.

Los hechos ocurrieron en la calle Tamagno, colonia Vallejo, alcaldía Gustavo A. Madero, cuando los policías fueron informados vía radio sobre la agresión a una mujer.

De acuerdo con un comunicado, al llegar al lugar, los elementos tuvieron contacto con un sujeto de 46 años, con visibles manchas hemáticas en su ropa y cuerpo, por lo que de inmediato fue detenido.

En el lugar fue encontrado el cuerpo de una mujer de 25 años de edad sin signos vitales y visibles huellas de violencia.

En un video grabado por un policía de la Ciudad de México, se puede visualizar a Francisco Robledo, sin playera, con una venda en la cabeza, algunos golpes en la cara y manchas de sangre por todo el cuerpo.

En el video se aprecia el siguiente interrogatorio.

Francisco Robledo (FR): ¡Suélteme!

Policía de la CDMX (PCDMX): Me das [este...] tu nombre completo.

FR: Francisco Robledo Rosas...

PCDMX: Fecha de nacimiento

FR: 22 de septiembre de 1973

PCDMX: ¿De dónde eres originario?

FR: De Huachinango, Puebla.

PCDMX: ¿El motivo [...] por el cual estás lleno de sangre?

FR: Por la herida en la cabeza.

PCDMX: ¿Te sangraste la cabeza? ¿Con qué?

FR: Por la discusión con mi esposa anoche.

PCDMX: ¿Discutiste con tu esposa a noche? ¿Por qué motivo?

FR: Porque se enojó de que andaba yo tomando.

PCDMX: [inaudible] andabas tomando tú, [...] ¿tú en qué trabajas?

FR: Le digo que soy ingeniero civil.

PCDMX: ¿Eres ingeniero civil? ¿Dónde desempeñas tu trabajo?

FR: [...] Es que... yo trabajo [...] ora sí que cuando tengo trabajo, trabajo y a veces, pues, simplemente no...

PCDMX: No trabajas.

FR: No.

PCDMX: ¿Cómo se llama tu esposa?

FR: Ingrid [...] Escamilla Vargas

PCDMX: Ingrid Escamilla Vargas, ¿cuántos años tiene?

FR: Veinticinco.

PCDMX: ¿Y tu hijo?

FR: ¿El que estaba? ¿El chiquito? Tiene 14 años.

PCDMX: Tiene 14 años.

PCDMX: ¿Y por qué fue el motivo que le hiciste eso a tu esposa?

FR: Te digo que empezamos a discutir [...] y seguimos discutiendo, nos empezamos a forcejear, entonces me dijo que me quería matar y, pues le dije, mátame.

PCDMX: ¿Y luego?

FR: Y le digo, pues, mátame. Y estábamos ahí en la cocina y le digo pues, de una vez y que saca un cuchillo y le digo de una vez. Y fue cuando primero como que me lo enterró y le digo ¡Dale más fuerte! De una vez. Y me pegó como dos veces más [...]

PCDMX: ¿Y por qué la destazaste?

FR: Eh [...] no quería que nadie se diera cuenta.

PCDMX: ¿Cómo fue que la mataste?

FR: Con ese mismo cuchillo que me golpeó, se lo enterré por el cuello.

PCDMX: ¿Y dónde tiraste todas sus partes [...] sus piezas?

FR: Le digo...

PCDMX: ¿La carne que le quitaste.

FR: Le digo que al drenaje

PCDMX: ¿Al drenaje lo aventaste? ¿Por qué querías ocultar los hechos?

FR: [...] Por vergüenza, miedo.

PCDMX: ¿Tienes más familiares por aquí cerca?

FR: ¿Quién?

PCDMX: Tú.

FR: Pues aquí, aquí [...] sí, pues acá vivimos en la ciudad.

PCDMX: ¿Qué familiares tienes?

FR: Mis hijos.

PCDMX: ¿Tienes tus hijos? ¿Y ella tenía más familiares por aquí?

FR: No.

PCDMX: ¿Estaba sola?

FR: Pues sí.

FR: Sí tiene familiares, pero están en Ecatepec.

PCDMX: Ah, en Ecatepec, ¿ahí viven sus familiares?

FR: Ajá.

PCDMX: [Inaudible] te agradezco.

5.2 Contenidos escritos y visuales.

5.2.1 Diario pásala

El Diario Pásala es perteneciente al Grupo Editorial Notmusa; empresa mexicana dedicada a la industria del entretenimiento desde 1955. De acuerdo con su página de internet (Grupo Editorial Notmusa, 2020) esta casa editorial tiene como propósito

“enriquecer la vida de los lectores a través de contenidos que informan, entretienen y son de gran difusión”.

Dentro de los contenidos que pretenden hacer distinta la marca, los factores clave para comprender el modo de trabajo de la editorial son:

- **Alcance:** más de 15 millones de personas que consumen los contenidos multiplataforma de modo mensual.
- **Contenido:** Generando contenido que genere tendencia y opinión.
- **Impacto publicitario:** Se definen como la fuente de información más utilizada en México con hombres y mujeres de 19 a 44 años **AB/C+/C**.
- **Crecimiento**
- **Segmentación:** Nichos específicos para diferentes marcas.
- **Distribución Más de 15 mil puntos de venta**
- **Engagement:** Los lectores se identifican e involucran con los contenidos (6 de cada 10 revistas en México son de este grupo editorial)

Los valores son enlistados de la siguiente forma:

- Actitud positiva y optimista
- Innovación continua de la metodología
- Consistencia y congruencia en la manera de actuar
- Trabajo eficiente y responsable, que minimice la necesidad de supervisión
- Colaboración en equipo, con armonía y respeto
- Honestidad e integridad en todos nuestros actos
- Ambición de superación diaria
- Pensamiento creativo, novedoso y propositivo
- Visión y perspectiva hacia el futuro

Específicamente, para el producto *“¡Pásala!”* hay una cantidad de 2 millones 451 mil 152 impactos al mes –de acuerdo con su portal de internet–.

En su versión impresa registran los siguientes parámetros:

Consumidores de la versión impresa

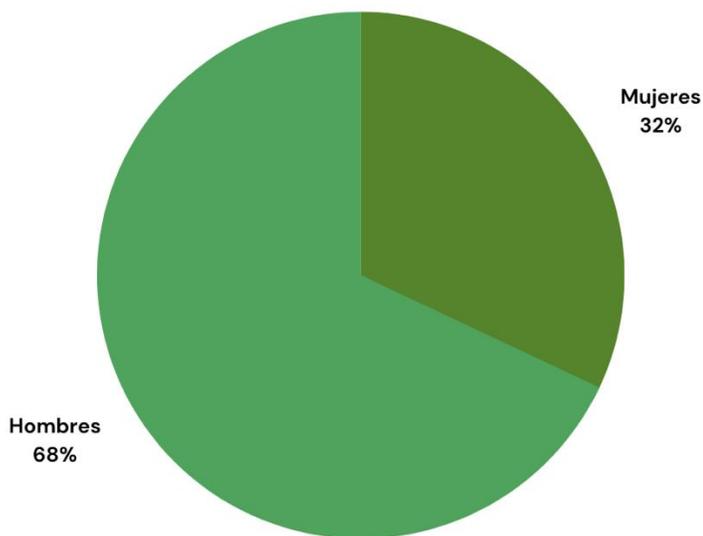


Ilustración 13. Consumidores versión impresa, obtenido de (Grupo Editorial Notmusa, 2020)

Edad de los consumidores

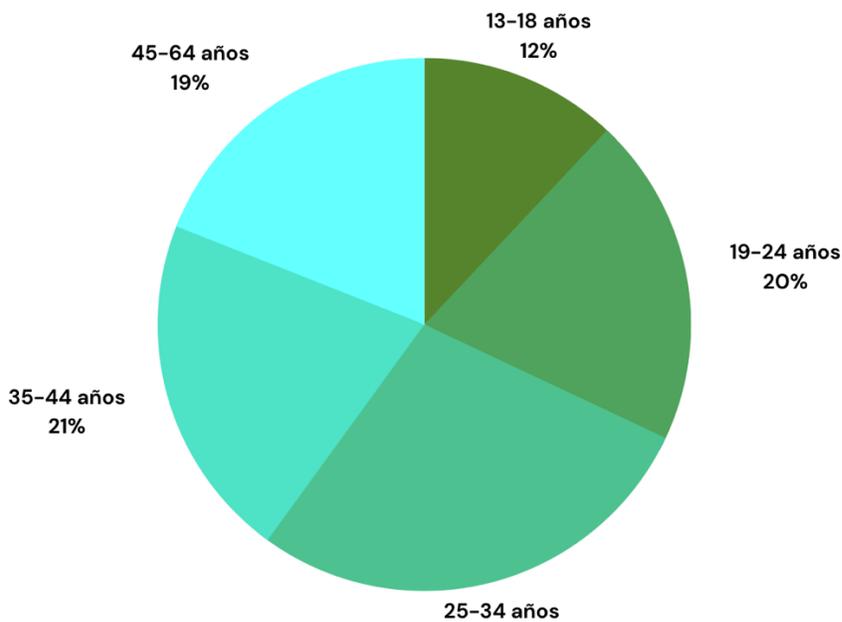


Ilustración 14. Edad de los consumidores, obtenido de (Grupo Editorial Notmusa, 2020)

De estos, la mayoría tienen entre 25 y 34 años, seguidos de los adultos de 35 a 44 años y los jóvenes de 19 a 24. Según los datos, un gran número de jóvenes de 13 a 18 años –el 12 por ciento– consumen este contenido.

El nivel socioeconómico de los lectores está medido de acuerdo con la Asociación Mexicana de Agencias de la Investigación y Opinión Pública A.C (AMAI). El sistema se mide por medio de un algoritmo desarrollado por el Comité de Nivel Socioeconómico, para estimar el nivel de satisfacción de las necesidades en los hogares. (AMAI, 2020)

De acuerdo con esta clasificación que considera:

- Escolaridad del jefe del hogar.
- Número de dormitorios.
- Número de baños completos.
- Número de personas ocupadas de 14 años y más.
- Número de autos, camionetas y vans.
- Tenencia de internet fijo en la vivienda.

Nivel socioeconómico

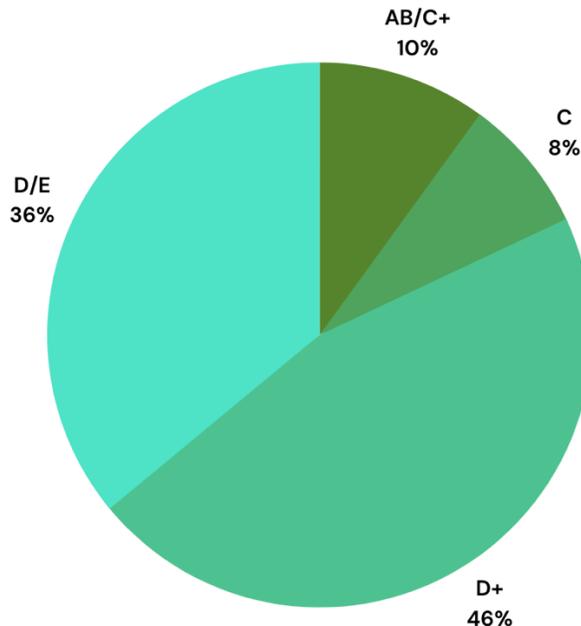


Ilustración 15. Nivel socioeconómico de los consumidores, obtenido de (Grupo Editorial Notmusa, 2020)

El nivel socioeconómico de los principales consumidores es el D+.

D+: En poco más de 6 de cada 10 hogares de este nivel (62%), el jefe del hogar tiene estudios mayores a primaria. Solamente el 22% de los hogares cuenta con conexión fija a internet en la vivienda. El gasto en alimentación se incrementa a 42% y el gasto en educación es del 7%. (AMAI, 2020)

De igual forma, una gran cantidad de sus consumidores se concentra en el nivel D/E, que es una mezcla entre el nivel D y E.

D: En el 56% de los hogares de este nivel el jefe del hogar tiene estudios hasta primaria. El acceso a internet en la vivienda en estos hogares es muy bajo, de solamente 4%. Cerca de la mitad del gasto (46%) se

dedica a la alimentación y solamente el 16% al transporte y comunicación.

E: La gran mayoría de los hogares de este nivel (95%) están dirigidos por un jefe de familia con estudios de hasta primaria. La tenencia de internet fijo en la vivienda es prácticamente nulo (0.2%). Poco más de la mitad del gasto del hogar (52%) se destina a alimentación y solamente el 11% se utiliza para transporte y comunicación, porcentaje similar al que se destina a vivienda. (AMAI, 2020)

La principal cobertura del Diario Pásala es en:

- Ciudad de México.
- Guadalajara.
- Estado de México.
- Guanajuato.
- Hidalgo.
- Morelos.
- Puebla.
- Querétaro.
- Tlaxcala.

La frecuencia es diaria y hay un tiraje aproximado de 166 mil 860, con una audiencia de 675 mil lectores. (Grupo Editorial Notmusa, 2020)

5.2.1.1 Caso Ingrid

La primera nota emitida en la versión impresa del Diario *¡Pásala!* referente al asesinato de Ingrid Escamilla, se emitió el lunes 10 de febrero de 2020, un día después de que se hiciera público el crimen.

La noticia se compartió en la primera plana del periódico, con una fotografía que ocupaba el espacio central de la página; debajo de la imagen de una mujer en poca ropa y otra noticia con un título sugestivo.

Primera plana



Ilustración 16. Primera página diario pásala 10 de febrero

Cuerpo de la nota

EL GUARDIÁN EL DATO **36** horas de arresto propone Paula Soto, diputada de Morena, para quien invada el vagón exclusivo para mujeres. **iPásala!** Lunes 10 de febrero de 2020

Diario Pásala @DiarioPasala Pásala Diario @diario_pasala www.pasala.com.mx

• LE AVISÓ A SU EX DE LO QUE HABÍA HECHO

INGE 'FILETEA' A SU NOVIA

Drogado le arrancó la piel y las vísceras con un cuchillo; la carne e intestinos los fue a tirar a unas cuerdas de su depa en GAM

Luis Alcántar

SANGRIENTO

AQUÍ OCURRIÓ EL HECHO:

1 LUGAR DONDE ASESINÓ A LA MUJER

2 LUGAR DONDE HALLARON LOS RESTOS

1 'Carnicería'. El cadáver de la mujer fue encontrado en uno de los cuartos del departamento.

SE QUISO DESHACER DE ELLA

Removiendo con un cuchillo los últimos pedazos de carne del cadáver de su novia, fue hallado un hombre en un departamento, en la colonia Vallejo, alcaldía Gustavo A. Madero.

Al parecer su exnovia, quien minutos antes habría recibido la confesión del hombre, fue quien lo delató, por lo que el sanguinario sujeto fue detenido cuando terminaba de desollar el cuerpo de su actual pareja, de apenas 25 años de edad.

Según vecinos, fue cerca de las 6:00 de la mañana de ayer, cuando varios policías acudieron a la calle Francisco Tamagno, donde al ingresar al departamento 502, fueron recibidos por el ingeniero civil Erick Francisco, de 46 años de edad, quien con las manos ensangrentadas intentaba impedir que los oficiales entraran a uno de los cuartos, donde estaba el cuerpo cercanado de Ingrid, con quien dijo que había discutido, además comentó que ingirió drogas, por lo que no recordaba todo.

En bolsas ecológicas
Antes de ser detenido, Erick había tratado de deshacerse del cuerpo de la joven, cortándolo en pedazos pequeños, los cuales metió en varias bolsas ecológicas de supermercado, siendo una de éstas hallada más tarde, desparramada sobre una banqueta a sólo seis cuerdas del lugar del asesinato, sobre la calle P. Luis Ogazón, casi esquina con la calle León Cavallo, donde se podían apreciar algunos órganos, piel y cabello de la joven asesinada.

Cobarde. Discute con su novia y la acuchilla.

La 'desaparece'. Echa carne y tripas en bolsas.

En el acto. Es detenido cuando la seguía desollando.

Ilustración 17. Cuerpo de la nota, diario pásala

5.2.2 Animal Político

El medio digital Animal Político forma parte de un grupo de medios nativos digitales conformados por la Editorial Animal; mientras tanto, Editorial Animal forma parte del Grupo Editorial Criterio; como medio de comunicación se fundó en 2010 como medio independiente; es de acceso gratuito y se ha consolidado como un periódico digital con un ámbito de distribución nacional.

Su casa editorial se describe de la siguiente forma:

En editorial Criterio creemos en la transparencia, acceso a la información, rendición de cuentas y el combate a la corrupción.

Nuestro objetivo es llevar hasta nuestros lectores información exclusiva, veraz, que responda a la nueva definición de rapidez que marca la tecnología, con miras a observar a los actores, procesos políticos, fomentar la participación ciudadana y una mejor toma de decisiones. (Grupo Editorial Criterio, 2020)

De acuerdo con el Media Kit de Animal Político las bases centrales de su trabajo periodístico se concentran en:

- Llevar a los lectores información exclusiva, veraz y que responda a la nueva definición de rapidez tecnológica.
- Observar actores y procesos políticos.
- Fomentar la participación ciudadana y la toma de decisiones.

Es un medio que, a diferencia de otros, ofrece periodismo fidedigno y de calidad.

No tiene intereses políticos, sólo publica lo que informativamente le interesa al lector.

Los contenidos que publica Animal Político, responden a noticias que marcan la Agenda Nacional, así como investigaciones periodísticas de fondo que han dado al medio la primer posición en relevancia y prestigio a nivel nacional y regional. (Grupo Editorial Criterio, 2022)

Animal Político es un medio nativo digital que reúne a periodistas, diseñadores, programadores y editores de video para crear contenido con rigor, precisión y pensado para servir a los ciudadanos.

Es un medio que pone en el centro a la ciudadanía, privilegiando el diálogo con ellos y la cobertura de temas que los afectan como la corrupción, la inseguridad, la desigualdad en el país, la violencia de género y la discriminación.

Animal Político entiende que la información no es lo que dicen y hacen los actores políticos, sino también la que surge de las iniciativas de aquellos que ejercen su ciudadanía y no aceptan pasivamente las decisiones de la clase política.

Le apostamos a la información generada por nuestro propio equipo, al periodismo de investigación y a los proyectos multimedia para ofrecer a nuestros lectores un servicio que incluya lo más destacado del acontecer nacional e internacional, humor y debates.

No somos ajenos a las batallas de la ciudadanía, tampoco somos indiferentes a los temas que propician la desigualdad y la discriminación. Denunciamos

violaciones a derechos, señalamos opacidad y exigimos rendición de cuentas.

Queremos que este espacio ofrezca contexto, que permita entender el acontecer nacional, y que use la memoria para no olvidar hechos informativos que se quedan sin explicación ni investigación.

Esto es Animal Político y aspiramos a ser un espacio de referencia, de consulta obligada para quienes se interesen por saber lo que ocurre en el país. (Animal Político, 2019)

Las fuentes de ingresos

De acuerdo con la información de transparencia compartida por (Animal Político, 2019), sus fuentes de ingresos se dividen en:

- Capacitación, consultoría, verificación: 20%
- Contenidos comerciales: 25%
- Publicidad: 20%
- Programa de suscripciones: 15%
- Donativos: 20%

La audiencia

El medio Animal Político cuenta con:

- 7.5 millones de usuarios únicos al mes
- 8.5 millones de páginas vistas al mes
- +2.5 millones de seguidores en Twitter

- +1.4 millones de fans en Facebook
- +90 mil seguidores en Instagram
- +145 mil seguidores en YouTube

Por medio de un análisis de mercado realizado por dicha casa editorial; es posible identificar que los consumidores de Animal Político son hombres, con 52%; sin embargo, la cifra de mujeres es muy similar, con 48%; es decir, una audiencia equilibrada entre ambos sexos.

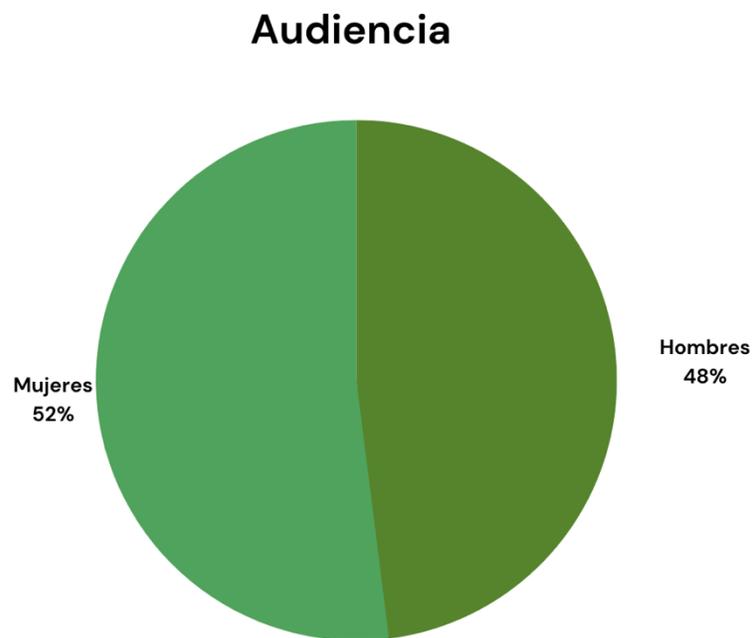


Ilustración 18. Sexo de la audiencia de Animal Político, obtenido de (Grupo Editorial Criterio, 2022)

La audiencia de animal político prefiere consumir sus contenidos por medio de la versión móvil; mientras que el 18% lo hace desde computadoras.

Usuarios

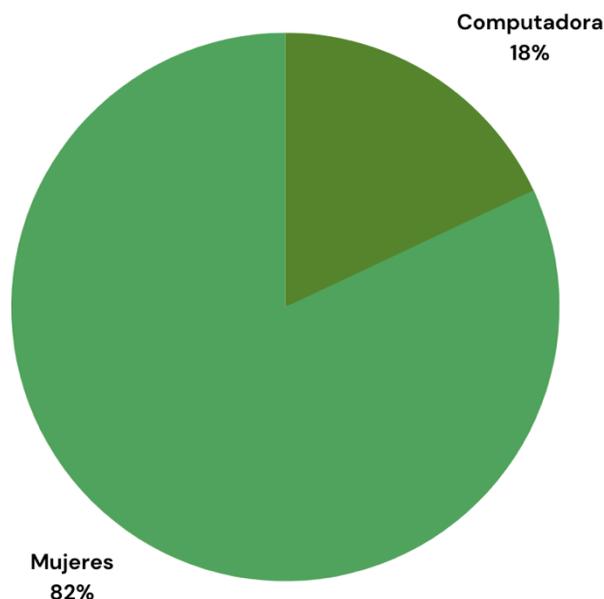


Ilustración 19. Dónde consumen los usuarios la información, obtenido de (Grupo Editorial Criterio, 2022)

En las características específicas de los consumidores de este medio, es posible observar que los niveles socioeconómicos identificados para los lectores son en su mayoría se concentran en el NSE ABC+.

Nivel Socioeconómico A/B

Está conformado en su mayoría por hogares en los que el jefe de familia tiene estudios profesionales o posgrado (80%). Siete de cada diez viviendas (72.5%) tienen al menos 3 dormitorios y un 67% cuentan con al menos dos automóviles. Prácticamente todos cuentan con internet (99%). (AMAI, 2020)

Nivel socioeconómico C+

El 72% de los jefes de hogar tiene al menos estudios de preparatoria. El 54% de las viviendas cuentan con al menos 3 dormitorios, el 30% tienen al menos dos

automóviles y el 97% tiene internet fijo en la vivienda. Poco más de la tercera parte del ingreso lo utiliza en alimentación (34%). (AMAI, 2020)

Nivel socioeconómico de los consumidores

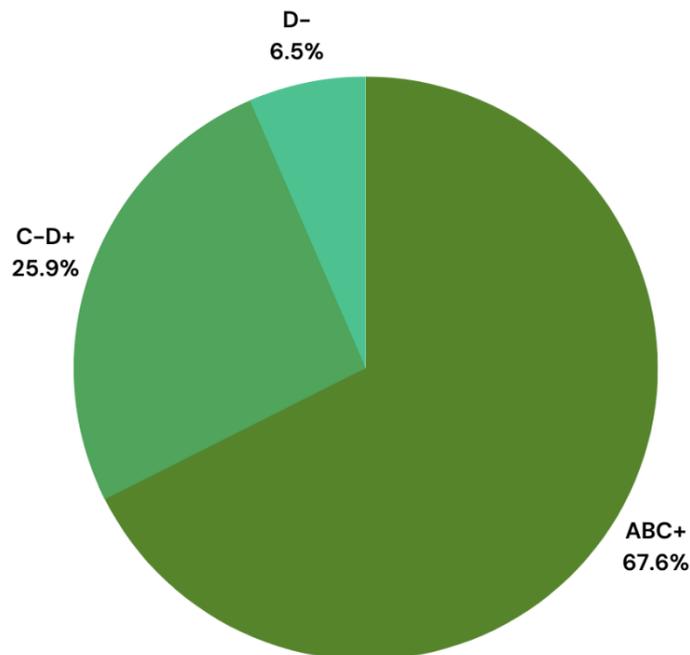


Ilustración 20. Nivel socioeconómico de los consumidores, obtenido de (Grupo Editorial Criterio, 2022)

Por otro lado, los rangos de edad de los consumidores de Animal Político son variados; sin embargo, la población de 35 a 44 años es la que se encuentra más presente en la interacción con los contenidos de la página; posteriormente, la población de 25 a 34 años, seguida de los de 17 a 24 años. Un gran grupo de personas de edad variada fuera de estos rangos también consume la página (22,22%)

Edad de la audiencia

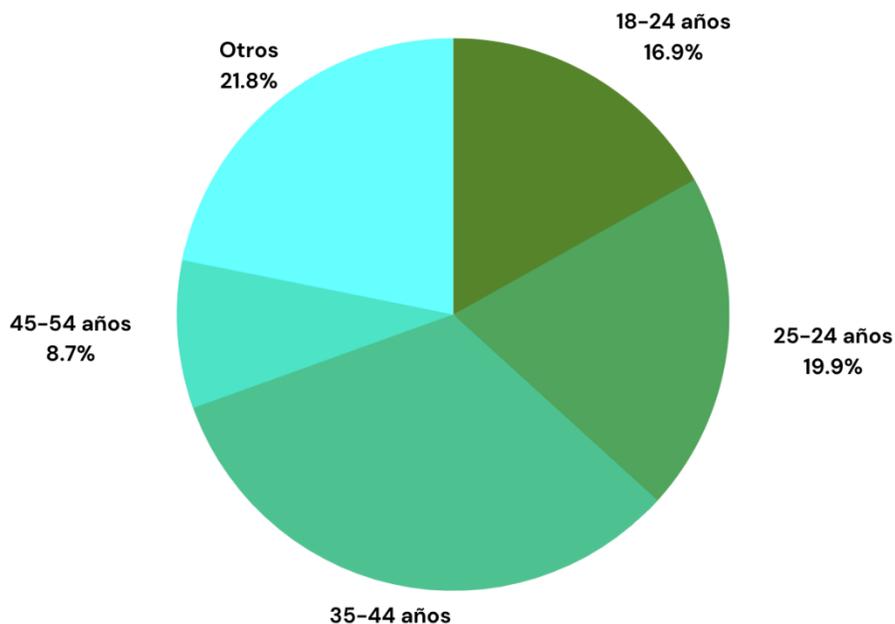


Ilustración 21. Edad de la audiencia, obtenido de (Grupo Editorial Criterio, 2022)

El medio Animal Político expone a la vista un código de ética que rige los contenidos expuestos en el medio.

Código de Ética

Animal Político enfrenta el compromiso de ser un medio veraz, sin compromisos, ataduras, ni intereses inconfesables, además de responder a las necesidades de los nuevos medios, la definición actualizada de rapidez, y por ello expone las bases que rigen su ejercicio diario, a través de este Código de Ética.

Los directivos, escritores, reporteros, columnistas, editores, productores, editorialistas, fotógrafos, diseñadores, directores de arte, caricaturistas, animadores gráficos, investigadores, becarios, asistentes, así como todo el personal involucrado en el proceso de creación y transmisión de la información,

estarán sujetos a este código y de aquí en adelante serán llamados COLABORADORES, incluyendo internos y externos.

El Código de Ética debe regir en todos los medios en los que se publique la visión, opiniones, noticias y trabajos especiales de Animal Político, incluyendo redes sociales y aplicaciones como Facebook, twitter, entre otros.

Animal Político pretende ser un referente en la vida política del país, un medio de consulta obligada de gran relevancia a nivel nacional con base en los siguientes valores:

Libertad

Las presiones en la práctica del periodismo están fuera de nuestro sitio. No respondemos a ningún interés partidista, religioso, político o de cualquier orden que coarten, obliguen, u obstruyan nuestra misión periodística.

Los periodistas, colaboradores, directivos y miembros de la mesa de redacción tienen la responsabilidad de manejarse con imparcialidad a fin de garantizar que las entrevistas, noticias, y cualquier trabajo periodístico está sujeto únicamente al interés público.

Los puntos de vista personales, sentimientos o preferencias políticas y morales de los integrantes de la redacción no deben prevalecer por encima de la objetividad y del criterio editorial de Animal Político.

Respondiendo a la Honestidad, Responsabilidad, e Independencia con la que el sitio se maneja, todos los actores de Animal Político se sujetan a las siguientes normas:

Los colaboradores de Animal Político se mantienen al margen de cualquier interés que vaya en detrimento de su credibilidad o de la integridad del medio.

Los colaboradores deberán rechazar dádivas, regalos y en caso de existir algún conflicto de interés, habrán de informarlo al equipo editorial, o al Comité de Ética.

Los gastos derivados del trabajo periodístico de los colaboradores deberán ser asumidos por Animal Político en su totalidad con miras a evitar conflictos de interés.

Toda información tratada en Animal Político habrá de apegarse a la verdad, y no dará lugar a distorsiones deliberadas, procurando en gran medida privilegiar el contexto de los hechos y los puntos de vista de los actores involucrados.

Los colaboradores tienen la obligación de utilizar fuentes confiables, indagando sobre los motivos y las intenciones que éstas tienen para revelar información, lo cual evitará se incurran en la publicación de información falsa.

Tratándose de fuentes de información, no se recurrirá al engaño para conseguir información. Por lo que ningún colaborador de Animal Político podrá grabar conversaciones privadas sin el consentimiento de todos los participantes en la conversación. Sólo el Comité de Ética podrá autorizar una excepción a esta norma y únicamente de manera justificada. Asimismo, Animal Político tampoco usará cámaras ocultas, siendo el

Comité de Ética el encargado de autorizar y justificar una excepción a este punto.

Animal Político no se hace responsable por los contenidos publicados en los sitios externos. Ninguna opinión reflejada en sitios o por autores externos representa la opinión institucional de Animal Político.

Ningún colaborador de Animal Político podrá hacer uso del material generado durante su labor, ya sea texto, imagen, audio o video, antes de que sea publicado en el portal. Posteriormente, el material podrá ser usado como referencia y en pleno respeto a los derechos de autor propiedad de Animal Político.

Dada la facilidad para la búsqueda en internet, incluso un blog privado de alguno de los colaboradores podría ser fácilmente asociado por la audiencia con la reputación de Animal Político. Por lo anterior, dichos blogs y páginas externas, creadas por colaboradores, deberán guardar ciertos estándares de moderación.

Podrán incorporar reflexiones sobre el periodismo, pero no podrán divulgar información confidencial o privada obtenida a través de su labor para Animal Político.

La reproducción de las declaraciones deberá ser exacta y en caso de ser cambiada, no deberá alterarse su sentido primordial.

Se deberá respetar la privacidad de los personajes públicos, siempre y cuando ésta no afecte la función pública que desempeñan.

Se respetará el secreto profesional y la identidad de las fuentes, cuando éstas así lo soliciten.

Los periodistas asumirán los errores en los que pudieran incurrir y los corregirán puntualmente, publicando una Fe de erratas únicamente cuando el contexto lo marque necesario.

Animal Político dará especial énfasis al Derecho de Réplica cuando los actores mencionados en algún trabajo periodístico consideren se está cayendo en alguna mentira o descalificación infundada, de modo que no haya lugar para malas interpretaciones.

La forma para tomar posición sobre algún tema, a favor o en contra, será por medio de la sección editorial, sin comprometer la objetividad e imparcialidad obligatorias para otras secciones.

Se evitará recurrir a la alteración de imágenes, noticias o videos con la intención de modificar su esencia o naturaleza. No se realizarán fotomontajes, ni se removerán o insertarán elementos o personas. Únicamente se podrán modificar las imágenes en cuestiones menores que involucren el color, la exposición, el encuadre o la corrección de defectos técnicos. En caso de publicar imágenes artísticas o deliberadamente modificadas, la imagen será claramente identificada como tal. Además, toda ilustración fotográfica deberá ser autorizada por el editor en jefe de cada sección.

No se incurrirá en plagios y en caso de utilizar el trabajo periodístico de algún otro medio o algún otro periodista se señalará de manera clara y puntual.

Se deberá distinguir puntualmente a las noticias de la publicidad, incluso de los publlirreportajes.

Los colaboradores deberán ser cuidadosos y actuar con tacto cuando se trate de cubrir hechos tales como: accidentes, desastres naturales, muertes, y no identificar víctimas menores de edad, de abuso sexual o cualquier otra cuestión que pudiera causar malestar emocional a las personas involucradas o sus familiares.

Ningún colaborador podrá usar para beneficio personal, ni con fines diferentes a los establecidos por Animal Político, ningún tipo de información no pública generada durante su labor en Animal Político.

Todos los colaboradores deberán resguardar la reputación de Animal Político, absteniéndose de usar, denotar o connotar, cualquier símbolo de apoyo a algún partido político o parte en disputa al reportar una noticia.

Todo colaborador interno, externo o invitado, deberá leer cuidadosamente los rubros contenidos en éste código que apliquen para su ámbito de acción. Animal Político será responsable de proporcionarles esta información.

En caso de que surja una duda sobre la aplicación o interpretación del código, se deberá consultar inmediatamente con el Comité de Ética.

El Código de Ética no es exhaustivo, por lo que cualquier circunstancia no contemplada en sus lineamientos será sometida a la consideración del Comité de Ética.

De la interactividad y las aplicaciones propias de internet

Los comentarios, opiniones y mensajes de los usuarios publicados a través de animal político no son responsabilidad del mismo, y deberán ser publicados sin alteraciones ni correcciones. Animal Político se reserva el derecho de eliminar, modificar o corregir cualquier colaboración o comentario de sus usuarios cuando éstos no tengan relación con el tema tratado, utilicen el espacio como excusa para el insulto fácil, personal, o sean identificados como forma de promoción o publicidad explícita o implícita.

El lenguaje de los comentarios de los usuarios se respetará en su totalidad, salvo cuando, a consideración del editor responsable, resulten ofensivos en exceso, o utilicen palabras altisonantes sin justificación.

Cualquier colaboración de los usuarios, fotos, imágenes, audio o video, solicitada o no, será identificada como tal y Animal Político no tendrá responsabilidad sobre su veracidad, aunque sí la obligación de someterla al criterio editorial antes de su publicación.

El lenguaje utilizado en Facebook, twitter y otras aplicaciones deberá ser institucional, aunque tenga un tono más relajado.

Las opiniones, colaboraciones y comentarios vertidos a través de twitter, facebook o cualquier aplicación de internet no son responsabilidad de Animal Político, sin embargo, también se reserva el derecho de no publicar o eliminar aquellos que obstaculicen o contraríen la labor informativa y periodística de animal político.

La información de gente ligada a personajes públicos que se encuentre disponible en internet, en

cualquier red social, o aplicaciones propias del medio, será respetada y no podrá publicarse sin que represente un hecho de interés público.

Las opiniones, colaboraciones o comentarios hechos por menores de 13 años, no se publicará para proteger cualquier aspecto de la integridad del autor.

No es tarea fundamental de Animal Político atender denuncias ciudadanas. Sin embargo tendrá la obligación de tomar en cuenta y dar seguimiento a cualquier denuncia que resulte de interés público y que se haya hecho a través de este medio.

Animal Político no utilizará enciclopedias en internet como wikipedia como fuentes de información confiables, salvo en el caso que pueda acreditar las fuentes de origen de dicha información.

Todas las fuentes de Animal Político deben acreditarse. Las fuentes en internet tendrán que ser identificadas con dirección URL, además de guardar una impresión de la pantalla en caso de que la fuente original sea borrada o no se encuentre disponible.

Del uso del lenguaje

El uso del lenguaje en Animal Político debe respetar las normas ortográficas y de redacción para la correcta transmisión del lenguaje. El uso de palabras coloquiales, altisonantes, de otros idiomas, o que estén fuera de las normas deberán ser justificadas por el contexto de las mismas.

Recuperado de (Animal Político, s.f.)

5.2.2.1 Caso Ingrid



Cuartoscuro



A sus 25 años Ingrid disfrutaba de sus mascota y viajar, hasta que fue asesinada por su pareja

Por *Redacción Animal Político*
11 de febrero, 2020

Comparte



Ingrid Escamilla, una joven de 25 años amante de los animales, la lectura y la música, fue asesinada el pasado sábado al interior de un departamento de la alcaldía Gustavo A. Madero, por quien fuera su pareja, Érick Francisco "N", quien confesó el crimen tras ser detenido.

Originaria de Puebla, Ingrid se definía como "amante de la gran aventura llamada vida". Era maestra en Administración y le gustaba compartir fotos de sus viajes, sus mascotas y su familia.

En un video tomado al momento de su detención, el presunto agresor relató haber asesinado a Ingrid con un cuchillo luego de discutir con ella.

Para entender mejor

Veracruz, Morelos y Nuevo León, tienen las tasas más altas de feminicidio



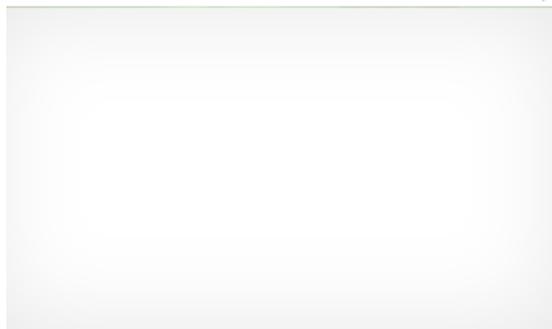
FGR propone tipificar como feminicidio cualquier asesinato de una mujer



Te puede interesar: Incompetencia, misoginia y manejo político afectan el registro de feminicidios en los estados, alertan expertas

El hombre de 46 años la mató a puñaladas para luego desollar su cuerpo y tirar sus órganos por el drenaje, “por vergüenza y miedo”.

PUBLICIDAD



De acuerdo con reportes del diario *Reforma*, elementos de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de la Ciudad de México tomaron conocimiento de los hechos la mañana del domingo, y al acudir al domicilio de Erick Francisco “N”, en la colonia Vallejo, hallaron en su interior el cuerpo de Ingrid parcialmente desollado.

El presunto feminicida se encontraba en el lugar, con manchas de sangre en la ropa y cuerpo, por lo que fue detenido y puesto a disposición ante la Fiscalía Central de Investigación para el delito de Homicidio.

La tarde de este martes 11 de febrero, **un juez de control vinculó a proceso al presunto feminicida**, tras calificar que su detención fue legal, por lo que se le impuso la prisión preventiva oficiosa, como medida cautelar, y un plazo de tres meses para el cierre de la investigación complementaria.

A través de redes sociales, la jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum, condenó el feminicidio de la joven, y aseguró que la fiscal de la Ciudad de México, Ernestina Godoy, dijo que exigirá la máxima condena para el presunto responsable.

“El feminicidio es un crimen absolutamente condenable. Cuando el odio llega a los límites como el de Ingrid Escamilla es indignante”, expresó.



The image shows a screenshot of a tweet from Dra. Claudia Sheinbaum (@Claudiashein) dated February 11, 2020. The tweet text reads: "El feminicidio es un crimen absolutamente condenable. Cuando el odio llega a los límites como el de Ingrid Escamilla es indignante. La SSC detuvo al presunto responsable y la Fiscal ha declarado que exigirá la máxima condena." Below the tweet, there is a reply from the same user: "Nuestro compromiso de trabajar todos los días por erradicar la violencia hacia las mujeres. Mi pésame sentido a la familia de Ingrid Escamilla." The tweet has 1,400 likes and 258 replies. The interface includes icons for liking, replying, and sharing, along with a 'Leer 258 respuestas' button.

En 2019, en la Ciudad de México se iniciaron 68 carpetas de investigación por el delito de feminicidio, de acuerdo con datos del **Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública**.

Lee más: [Fiscalías indagan como feminicidio solo 1 de cada 5 asesinatos de mujeres](#)

Desde noviembre pasado, Sheinbaum **decretó Alerta por Violencia en contra de las Mujeres** en la Ciudad de México.

Con información de **Reforma (suscripción necesaria)**.

*Lo que hacemos en Animal Político requiere de periodistas profesionales, trabajo en equipo, mantener diálogo con los lectores y algo muy importante: independencia. Tú puedes ayudarnos a seguir. Sé parte del equipo. **Suscríbete a Animal Político**, recibe beneficios y apoya el periodismo libre.*

#YoSoyAnimal

5.3 Entrevistas

5.3.1 Entrevista con víctimas indirectas del feminicidio de Ingrid Escamilla

Entrevista con dos de las tres víctimas indirectas del feminicidio. Madre y hermana de Ingrid Escamilla.

E. ¿Cuál es su parentesco con Ingrid Escamilla?

V 1. Pues [...] yo soy su mamá

E. Tengo entendido que xxxx ²es su hermana, ¿verdad?

V 2. Sí [...] yo soy su hermana.

E. Bueno [...] ¿cómo ha sido su vida desde el nueve de febrero de 2020?

V 1. Mire [...] la mía, pues, de cierta forma, ha sido difícil [...] más que nada, pues es una hija. Pero, sobre todo, pues por el proceso que se [...] que ha sido muy largo. Entonces, quiera que no pues es el estar recordando, recordando, recordando y [...] pues, o sea, todos esos detalles que a uno de cierta forma le reviven el momento [...] de mi parte, ahora, no sé mi hija qué, cómo lo vea ella.

V2. La vida después de [...] como dice mi mamá, ha sido difícil. Por un lado, por llevar el proceso, por otro lado, como familia, por tratar de cuidar a los miembros más pequeños para que no [...] no, no, no se enteraran de ciertos detalles. Eh [...] al principio fue más difícil por el acoso de los medios que no [...] pues que no respetan, de cierta forma, la privacidad de la situación y del momento en el que se está viviendo. Ya en el entorno familiar, general, pues sí, algo complicado; por

² Nombre de la hermana de Ingrid Escamilla. (No se menciona por solicitud de la familia)

diferentes emociones que puedes estar viviendo, cada persona es diferente a como viven su duelo, las situaciones que enfrentas, que pasas y [...] pues el vacío que te deja una situación como la que pasamos [...] pero pues también de cierta forma trae ventajas porque la familia se une [...] la familia pues tiene un [...] un papel importante en el apoyo para lograr [...] llevar superar la situación.

E. Entiendo, en este sentido, la parte que me comentabas sobre los medios de comunicación, ¿cómo fue para ustedes? ¿Se enteraron de lo que pasó directamente por los medios? ¿Cómo fue su acercamiento directamente con la prensa?

V1. De hecho, nosotros en todo momento o sea [...] para empezar [...] aquí en el Distrito nadie, nadie, nadie de medios se nos acercó. ¿Por qué? Pues porque ellos ya tenían el material de donde sacaron provecho [...] el material que difundieron y todo eso, o sea, a ellos no les importó lo que dijera la familia o la opinión de la familia. No les importó absolutamente nada. [...] posteriormente, pues ya fue el sepelio de Ingrid y ahí ya, sí, los medios quisieron y anduvieron [...] pidiendo entrevistas a personas que ni siquiera venían al caso [...] el, la familia cercana a ella, el núcleo cercano siempre se abstuvo de dar entrevistas porque allá en el sepelio lo que ellos querían era sacar prácticamente el morbo, o sea el [...] el tener la nota. No, porque pues ya se había difundido demasiado y nosotros en ese aspecto decidimos guardarnos, replegarnos y no dar absolutamente ninguna entrevista y rechazar a los medios que [...] incluso, se metieron a la propiedad.

E. Ok. [...] ¿y para ti, xxxx?

V2. Este [...] ¿cómo fue que nos enteramos? [...] la primera parte fue por [...] ahora sí que, por medio de la Fiscalía, que nos enteramos de lo sucedido. De cierta forma fue [...] información incompleta, solamente fue lo básico, no sabíamos en sí qué es lo que había pasado, solamente que [...] pues que había [...] había sido asesinada; eso, es lo que nosotros nos enteramos. [...] posteriormente, dentro de las

autoridades no nos dieron detalle de qué es lo que había pasado, nos enteramos por las redes sociales [...] porque un día después, cuando estábamos haciendo trámites y todo [...] que todavía no nos entregaban el cuerpo [...] mi mamá se [...] le empezaron a llegar, si no mal recuerdo, mensajes de [...] pues de que lamentaban la pérdida, que, este, o sea, pues, todos ese, esos detalles y, y nos sacamos de [...] de onda porque dijimos, o sea ¿cómo se enteraron? ¿No?, ¿quién les dijo? Porque, pues, no eran de repente personas así tan allegadas a la familia [...] o, o personas [...] simplemente amigos, y fue cuando mi mamá empezó a entrar en Facebook, en redes y se dio cuenta de todo lo que estaba pasando y así fue cuando nosotros nos enteramos de que es lo que realmente había pasado. Las autoridades en parte hicieron [...] ese detalle pues, de no lastimarnos, de no darnos detalles que [...] al menos en ese momento no estábamos preparadas [...] que resultó contraproducente porque al ver los medios todo lo que estaba pasando, o sea, y darte cuenta por [...] por ese medio, o sea, lo que realmente había pasado, y todo lo que estaba ocasionando [...] o sea, este, los encabezados todas las imágenes que estaban circulando y uno sin enterarse [...] o sea, se siente muy [...] una si... [...] yo creo que no es la forma en la que una persona debe de enterarse, así de sencillo; o sea, si de por sí la noticia era de gran impacto, todo eso la convirtió en [...] en mucho más doloroso, mucho más fuerte y pues, que en esos momentos, al menos yo en la situación en la que estaba no [...] no estaba preparada para enterarme de esa forma, yo creo que nadie debería de enterarse [...] de esa forma.

E. Y después, contigo [...] ¿Se acercaron los medios de comunicación? ¿Ninguno de ellos se acercó contigo para, como comentaba tu mamá, buscar la nota, aprovechándose de eso?

V.2 Yo soy hermana mayor de [...] de Ingrid, y como dice mi mamá, aquí, estando en el Distrito, mi mamá y yo fuimos las que [...] las que hicimos todos los trámites, en ningún momento, y eso de cierta forma también se agradece que no fuimos [...] no nos buscaron ni fuimos acosadas ni nada, estuvimos de cierta forma tranquilas, libre de eso; todo comenzó ya cuando llegamos a [...] al municipio de Juan Galindo

que fue donde [...] donde se realizaron los... bueno, se realizó el funeral, ahí sí. Como mi mamá ya lo comentó, hubo muchos medios que buscaban la nota, que buscaban [...] estar presentes en el funeral o tener información [...] de hecho tuvimos que tener de cierta forma hasta resguardo de [...] de la policía, porque sí [...] como dice mi mamá, llegaron a la casa, en todo este proceso entraron sin autorización a nuestra casa [...] hicieron [...] sacaron la nota como bien pudieron con información [...] no verificada, y de cierta forma [...] hasta en cierta parte información no verídica [...] y fue eso, o sea, simplemente [...] yo comprendo que o sea, son medios de comunicación y que quieren tener la noticia [...] quieren informar, pero pues a veces son muy [...] sus maneras no son tan propias, ¿no?, o sea, no hay respeto, no, no, no conocen los límites y de cierta forma pues aunque tú les digas que no, que no quieres dar entrevistas, no nada, ellos no, pues es su trabajo a fin de cuentas, no se rinden y siguen buscando y buscando y [...] y pues hasta que logran, en este caso pues, como dice mi mamá, con la familia directa que fue mi mamá y hermanas no, no lo obtuvieron, pero lo obtuvieron con otras personas que a lo mejor ni [...] ni familia, ni amigos, que ni amigos fueron [...] ¿no?.

E. ¿Ustedes recuerdan algún medio de comunicación que haya abordado el caso de forma correcta, por así decirlo?

V1. No, ninguno. De hecho, todos se dedicaron [...] periódicos, redes sociales [...] hasta tengo entendido que también conocidos que, o sea, salieron en televisión, que estuvieron divulgando las imágenes, o sea en sí, pues de buena forma que ellos hayan documentado eso, pues no. O sea, todo fue [...] todo fue nota roja, todo fue, o sea, todo fue lo que no debía de ser [...] porque pues, ya no, ya habían tomado las fotografías, ya las vendieron al mejor postor y todo eso pues, o sea, creo que ya en ese momento se, se hubieran ellos [...] pues, o sea, no sé, ya, detenido, porque [...] o sea en sí en sí, que alguien hablara y dijera de muy buena manera, o sea, lo que había sucedido, como dice mi hija, para nada, no.

E. ¿Ustedes, sé que parece una pregunta muy obvia, pero, quisiera ver su opinión con respecto a que si consideran que Ingrid fue revictimizada? ¿No? Al exponerla de este modo en los medios.

V1. Claro que sí, claro que sí ¿por qué? y no nada más ella, sino toda la familia en sí, porque de cierta forma, o sea, aunado a que es mi hija, y nos lo dijeron su momento, fue todo un caso; fue algo único, muy impactante, no nada más a nivel nacional. Entonces, o sea [...] pues yo digo que [...] de cierta forma pues sí, sí, o sea [...] los medios no tuvieron ninguna, ninguna consideración con [...] ni en [...] ni en ningún momento; o sea, nunca dedicaron una nota de disculpa o [...] que, no, ya no de disculpa sino pues algo [...] algo, más que nada [...] pues sí, más que nada sí disculpa; porque después de todo lo que había sucedido y el impacto que había ocasionado, entonces, o sea, [...] pues no, en ningún momento ellos [...] dijeran algo bueno, pues no.

V2. De hecho, yo creo que [...] el colmo fue de [...] de [...] de que no bastó con sacar las imágenes, exhibirla; sino que [...] meter información, bueno [...] revolver toda esa información y decir cosas que ni siquiera tenían que ver con ella [...] como, por ejemplo, así, de una forma muy superficial [...] de que ella tenía, había interpuesto una demanda por agresiones; o sea que, ni al caso, no era su caso de ella. O sea que, revolver ese tipo de información y, como dice mi mamá, darle más pie a la gente que [...] que leía las notas, o sea, de morbo, de [...] de darles más elementos para juzgarla, para criticar lo que fue su vida y de hecho hasta culpabilizarla ¿no?, decir es que, pues, ella ya sabía; ella pa' qué se metió en eso, o sea, no, es [...] es algo que dices [...] cómo es posible que no les baste con [...] con dar ese tipo de noticias, sino que todavía quieren enlodar a la persona [...] a la víctima ¿no?, para decir: ella tuvo la culpa [...]

E. ¿Y no comenzaron alguna acción legal en contra de algún medio de comunicación que expuso las imágenes?

V1. Pues no, este, de poner una denuncia, no, no la hicimos; sí se hizo con los policías que [...] que fueron los que ellos tomaron las fotografías, pero [...] pues de cierta forma, tu bien sabes [...] y mejor que nadie, mejor que nosotros, que eso, aun para la Ley, no estaba penado, entonces [...] pues ¿qué íbamos a lograr? Al final de cuentas pues, pues nada [...] ¿por qué? Porque dentro de la Ley eso, eso todavía no tiene penalización. Ahorita pues supuestamente con lo de la Ley Ingrid que están, que se promulgó pues hay, hay ya sanción, pero [...] no [...] cuando sucedió este caso no, no había ninguna sanción ¿por qué? porque de cierta forma las leyes siguen siendo obsoletas, y la Ley en este caso protege más al delincuente que a la víctima.

E. Y aquí, ¿ustedes creen que la muerte de Ingrid marcó un precedente para evitar que se sigan difundiendo imágenes de este tipo?

V1. [...] pues [...] de cierta forma, con la Ley que promulgaron y las sanciones que ya eh [...] se [...] pues ellos se [...] impusieron [...] pues se puede decir que sí. [...] pero pues, o sea, vamos, te vuelvo a repetir, o sea, las leyes son obsoletas, o sea, no castigan como debe de ser. Y la verdad, o sea, pues, ahorita, como todavía es un poco reciente [...] pues yo digo que la Ley Ingrid la están [...] tratando de que todos los estados la [...] pues la [...] se podría decir, la ejerzan, pero, pues yo digo que también la Ley en ese aspecto debe de modificar su forma de castigar.

E. ¿Qué opinan ustedes de la campaña que comenzó posterior a la divulgación de las fotografías? Donde la gente buscaba subir fotos de ella feliz o subir fotos de paisajes, etiquetaron su nombre en imágenes de cosas hermosas para que se viralizara algo más que las fotos del crimen.

V1. Pues xxxx tú contesta.

V2. Pues, fue algo muy, muy bonito [...] y que realmente se agradece como familia, que se haya hecho, porque sí, de cierta forma te [...] te da un confort y ver que sí

funcionó de cierta forma, de [...] de que ya se minimizara un poco la difusión de las imágenes; que [...] pues, de cierta forma el daño ya estaba hecho [...] ya, ya, como dice mi mamá, no solamente a nivel nacional se habían visto todas esas [...] esas imágenes, sino a nivel internacional la noticia también ya estaba con todo eso [...] pero, pues sí, en su momento se agradeció y ver el apoyo de mucha gente que lo hacía [...] pues, fue algo muy bonito.

E. Ok. ¿Creen que su duelo habría sido algo distinto si no hubieran intervenido los medios de comunicación?

V1. Pues, en mi caso [...] un duelo siempre va a ser un duelo. [...] Pero [...] más que nada no es el que si hubieran intervenido [...] los medios o no, simple y sencillamente por la forma en la que le quitaron la vida, pues es aún [...] más doloroso [...] más difícil de superar, [...] y, pues, de cierta forma, también [...] pues a uno hace que le de coraje, mucho coraje ¿por qué? Porque pues era una persona joven, con toda una vida por delante, [...] una profesionista que tenía mucho futuro. Y nadie, haya sido lo que haya sido, o sea, nadie, absolutamente nadie tenía el derecho de quitarle la vida y menos de esa forma. [...]

E. ¿Y para ti, xxxx?

V2. Pues sí, sí afecta. Sí cambia, porque, cuando tú pierdes a alguien [...] como dice mi mamá, el dolor, pues ahí va a estar ¿no? El proceso para superar, para sanar esa pérdida, lo vas a vivir, pero cuando se hace todo tan público [...] no tienes a lo mejor ese tiempo de [...] de estar con [...] viviendo ese dolor, esa pérdida, sino que [...] tienes que cambiar esos sentimientos, en este caso por, estar a la defensiva; quizás defendiéndote, quizás con ansiedad de pensar que [...] que en cualquier momento alguien te [...] te puede pues abordar y decirte cosas, o quererte preguntar cosas [...] y pues todavía el llevar un proceso penal por la situación y estarlo recordando y [...] y viviendo otra vez y, y tener que [...] ahorita llevamos ya dos años, dos años y medio y [...] y no puedes terminar a lo mejor etapas del duelo,

como debería de ser, porque sigues en [...] en esa instancia y sigues [...] sigues escuchando, sigues viendo y necesitas cerrar, cerrar un ciclo, un proceso, para [...] para tu continuar con tu duelo, porque ¿cómo puedes llegar a estar tranquila, a estar bien? Si tú todavía, si todavía no cierras, tú todavía [...] en nuestro caso, no tienes justicia [...] no, no estás en paz, ¿por qué? Porque esto todavía sigue y, aunque los medios ya no atacan, ya no, ya no se meten tanto, pues siguen esperando el [...] el buscarte y decir ¿Cómo va el proceso?, ¿qué esperan?, ¿qué ayuda han recibido? Esto y aquello y [...] y [...] y siguen, al igual que nosotros, esperando que [...] que haya justicia, que haya una sentencia y que cada año [...] o sea y no es malo pero [...] que cada año tengas que, que seguir recordando [...] lo que pasó por, digo, no es malo pero, [...] ser un feminicidio, pues sabes que cada año los movimientos feministas van a estar recordando a [...] en este caso a mi hermana [...] y entonces, por el simple hecho de [...] de haber sido un feminicidio queda como una etiqueta, queda marcado [...] y no solamente en nosotros, si no, como te digo, cada año lo sacan [...] y pues cada año las personas de cierta forma reviven esa historia [...] y tú lo ves en las redes ¿no? Siguen preguntando ¿qué pasó con este tipo?, ¿qué pasó con el caso de Ingrid?, ¿por qué? Porque pues, se vuelve a revivir [...] entonces, pues, yo creo que esa es la gran diferencia que marca entre [...] un duelo [...] de cierta forma, “normal”, por así decirlo, por darle un nombre y, pues un duelo de [...] de un feminicidio que, pues en su momento fue una noticia.

E. ¿Han recibido algún tipo de terapia o atención psicológica?

V.1 En un principio, sí. Pero nada más, por decir [...] en este caso las que estamos como [...] como víctimas indirectas, que es su hermana gemela, su otra hermana y yo. [...] pero pues, por realmente, ya no se hizo como se tenía que hacer, porque, pues realmente también ellos [...] manejan cierto número de terapias, no [...] no se guían por el tipo de feminicidio, en este caso un feminicidio tan grave [...] el feminicidio que fue. Ellos no se manejan así, ellos nada más por “equis”, por decir, no sé, unas 20 terapias y hasta ahí. [...]

E. Entonces, ¿consideran que la “reparación del daño” que le llaman, no ha sido integral?

V.1 ¿De qué tipo?

E. Como me comentaba usted, que son víctimas indirectas, pues, todo lo que implica serlo, que se hayan acercado con ustedes, que les hayan ofrecido apoyo, la protección, ¿creen que la justicia lo hizo de manera adecuada? Entendiendo también todo lo que pasó con los medios y como ellos abordaron la situación.

V.2 Como mi mamá ya lo había mencionado [...] esto, la justicia no [...] la justicia no está [...] en forma para reparar todo, todas estas situaciones, en primera, como decía mi mamá, ni una disculpa, ni el hecho de [...] de disculparse con nosotros por la situación [...] no hubo. Las terapias que te ofrecen son muy pocas, no [...] no te dan, no están preparados, no hay suficiente presupuesto para ayudar a las víctimas, tanto directas como indirectas, de, de algún [...] de algún delito, víctimas de algún delito. Se esfuerzan, sí, ¿por qué? Porque [...] pues te brindan esa atención ¿no? Esa atención psicológica, quizás no es una forma muy integral y completa, pero, te dan un poco [...] en otras situaciones, apoyos [...] pues, sí, sí te lo brindan, pero es muy [...] ¿cómo es la palabra? [...] restringido se podría decir, no recuerdo qué institución te mandan también para que, supuestamente se complemente esa ayuda, pero no, o sea, no, no está bien establecida, porque, en este caso [...] este, a pesar de, de que, xxxx , mi otra hermana, es víctima indirecta, ella no está viable para, recibir ese tipo de ayuda, en este caso solamente, solamente mi mamá fue la que se lo dieron y, son muchos, muchos trámites y hasta te piden pues tener abogado para poder acceder a esos apoyos, a esas ayudas. Y, te digo, a lo mejor ellos sí tienen esa intención de lograr todo eso, de ayudarte lo más que puedan, pero es tanta la burocracia, es tan poco el presupuesto y no hay un plan tan establecido que todavía no se logra. [...] y, y, yo te hablo con base en nuestra experiencia y al delito que es el feminicidio, en otros delitos pues, a lo mejor ya está,

pero esto, como es algo nuevo que están intentando implementar todo este tipo de cosas, pues realmente todavía no está, no está bien establecido.

E. Ok y, para ya ir finalizando. ¿Cómo les gustaría que la gente recordara a Ingrid?

V1. Esa yo no la voy a contestar, que te la conteste xxxx, yo, lo único, quería ahondar en lo que dijiste en el apoyo psicológico, [...] de cierta forma, fue incompleto, solo fue una de las que estamos registradas como víctimas indirectas, en ningún momento ellos ofrecieron para toda la familia, porque debido al caso y más en el pueblo hubo sí [...] pues [...] de cierta forma, como [...] le sucedió a una de mis nietas, en la propia escuela [...] la maestra dirigiéndose [...] hablando del tema y dirigiéndose sobre que Ingrid había tenido la culpa y no sé qué [...] o sea, dañándola y pues yo digo que en esa parte sí debería haber habido apoyo psicológico para la familia completa, o sea, el núcleo familiar [...] y no fue así.

E. ¿Las personas se mal informaban y se lo llevaban a ustedes?

V1. Ajá, sí, y más en el pueblo con toda la gente [...] bueno, allá, en el municipio de Juan Galindo y el Huachinango, pues [...] así en todos los lugares, pero, pues, de cierta forma, te digo, a una de mis nietas en la propia escuela habló del caso refiriéndose a Ingrid, pues, como salió todo en los periódicos, pues les empezó a [...] pues díjeme a platicar y, de cierta forma, pues hablando mal de Ingrid. Y eso [...] pues de cierta forma sí, se trataba de proteger a los más pequeños [...] ella en ese entonces iba en primer de secundaria y, obviamente, para ella fue saber cosas que no sabía y, viendo que [...] culpándola de cierta forma, que le había sucedido lo que le había sucedido porque [...] por su culpa. En ese aspecto sí hubo un daño a la familia completa y a nosotros nos habían ofrecido apoyo para todas, sobrinas y nietas y no, no se hizo. No sé qué, ellas, el daño que decidieron, pero [...] no tuvieron atención.

E. Con respecto al recordar a Ingrid, ¿qué podría decirme?

V1. El recordar [...] pues, recordar [...] pues [...] es algo [...] de cierta forma [...] bueno, más que nada, no de cierta forma, el recordarla pues, o sea, [...] pues, sí, siente uno el vacío, siente uno el que el por qué ¿por qué le tocó vivir esa situación [...] Pues, se siente uno [...] pues mal [...] bueno, yo en mi aspecto, pues mal, ¿por qué? pues te lo vuelvo a repetir, ella era una joven, profesionista, porque tenía una vida por delante [...] uno de cierta forma, cuando ella quiso volar con sus propios medios pues [...] se le dio el apoyo [...] y pues a mí me hubiera seguido gustando que pues [...] ella siguiera, ahí donde tenía que seguir [...] no acabar de esa forma, pero pues sí, un recuerdo bonito de ella [...] muy corto... pero bonito. No sé xxxx cómo lo vea.

V2. [...] Yo solamente me quedo con lo bueno [...] fue mi hermana, sigue siendo mi hermana y todo lo que vivimos y lo que pasamos como familia [...] como hermanas, [...] es lo que yo me quedo y quiero que se recuerde de ella, que era una [...] una joven muy alegre, muy entusiasta [...] sobre todo que le gustaba ayudar y trabajar, a mí me gustaría recordarla así; sin embargo, yo sé que [...] que no va a ser así porque, ya el haber surgido una Ley con su nombre, es algo que te quedas, y muchos pueden decir, pues es algo bueno; y sí, [...] tiene su lado bueno mientras que sea una Ley que se siga difundiendo y [...] como dice mi mamá, que, que lo respeten y no solamente nosotros como ciudadanos, sino también instituciones como son los medios de comunicación, los periódicos, todo esto; porque, de nada sirve que haya una Ley con el nombre de mi hermana si yo sigo viendo cómo se transgreden los derechos de las personas [...] cuando tienen un accidente, cuando difunden sus [...] sus imágenes sin autorización de ellos mismos, [...] de, de la familia, en este caso. Entonces, es lo que yo digo ¿de qué sirve que haya una Ley que me recuerde lo que le pasó a mi hermana cuando no [...] no tiene validez ni respeto la sociedad para [...] para con ella? Entonces, pues, prefiero quedarme con lo bonito que fue la vida con mi hermana y [...] solamente eso.

Resumen de la entrevista.

La entrevista central del presente trabajo de investigación se realizó con dos víctimas indirectas del caso de estudio el 17 de julio de 2022, por medio de la plataforma de videoconferencias Zoom; la conversación fue grabada, sin embargo, por respecto a las víctimas y a su solicitud no se mencionarán nombres de los involucrados, más que el central que es Ingrid.

Legalmente, el sistema de justicia mexicano otorgó el título de víctimas indirectas a la madre de Ingrid Escamilla y a sus dos hermanas. Madre e hija fueron entrevistados con el propósito de estudiar la recepción de los contenidos mediáticos referentes a su familiar.

Durante la entrevista, ambas mujeres coincidieron en lo difícil que ha sido su vida a raíz de la muerte de Ingrid, no solo por el haber perdido a un ser querido; sino también por la magnitud del delito y la carga mediática que las ha perseguido desde entonces. Los medios de comunicación se han encargado de hacerles recordar con suma frecuencia la forma en la que Ingrid fue asesinada. Incluso, fueron los medios de comunicación quienes se encargaron de difundir las imágenes antes de que la Fiscalía explicara la magnitud del crimen a los familiares o que ellas pudieran ver – de cuenta propia– los restos.

Incluso, algunos medios de comunicación difundieron información falsa y errónea, que propiciaba la revictimización y culpabilización de Ingrid por lo que le había sucedido.

Para ellas, según relataron, la situación mediática se agravó por la difusión de las imágenes del asesinato de Ingrid. A raíz de su viralidad, su trabajo se centró en proteger a los miembros más pequeños de la familia –que legalmente no fueron considerados como víctimas indirectas– pero la sensibilidad de la información causaba un daño directo a la familia.

El acoso de la prensa se centró en faltas de respeto a la privacidad de la familia, sobre todo en un momento tan difícil y crucial. La familia tuvo que unirse para que, en conjunto, superaran lo que estaba sucediendo. A pesar de que fue una situación mediática a nivel local, nacional e internacional, resalta que ningún medio de comunicación verificó la información difundida con la familia; lo que significó la difusión de contenidos erróneos y revictimizantes referentes al crimen. Además, buscaron entrevistas con personas lejanas a la familia, que únicamente buscaban, como ellos, aprovecharse de la situación.

La familia decidió, en el momento del crimen, no dar ninguna entrevista a medios de comunicaciones, quienes incluso, irrumpieron en su domicilio; era tal el acoso de la prensa que debieron protegerse con elementos de seguridad.

Para la familia, absolutamente ningún medio de comunicación abordó el caso de forma correcta, tuvo consideración ni, mucho menos, se disculparon con ellos.

Con respecto a las propuestas legales para tipificar la difusión de imágenes explícitas de víctimas, denominada como Ley Ingrid, la familia consideró que es inútil nombrar una legislación con su nombre si se continúan difundiendo imágenes así todos los días. Para las víctimas, el acoso de los medios, la difusión y la situación no les ha permitido vivir el duelo; pues se vieron obligadas a cambiar el dolor de la pérdida, por la necesidad de defenderse.

La familia ha sido víctima de acoso, de revictimización, de difusión de información falsa y mal intencionada que dañó la dignidad no solo de Ingrid, sino de todos los familiares y amigos cercanos. Los medios de comunicación no tuvieron la más mínima consideración con los familiares, únicamente se encargaron de reproducir información, incluso sin verificarla; situación que, evidentemente, es un claro ejemplo de falta de deontología y ética en las empresas de comunicación y los periodistas que centraron su cobertura en la venta de la información y no en la difusión de la verdad.

5.4 Grupos de Enfoque Entrevista No. 2

Hombre de 10-15 años (Pásala).

Soy Luis Arturo Chaparro Calderón, tengo 12 años y me dedico a estudiar [...] recuerdo que un joven que estaba drogado asesinó a su novia, por un comentario [...] que había [...] cometido como algún delito, como algún crimen y, como estaba drogado, como la chava lo delató [...] para que no hubiera muchos testigos –según yo– la asesinó.

Opino que estuvo mal, porque no, no es la manera correcta, y [...] que, pues sí tenía una manera de pagarlo, debió haber sido la cárcel o una pena así. La chica se llamaba Ingrid.

Ingrid era la chava que fue asesinada, no recuerdo nada más de su vida, solo que tenía 25 años.

No, creo que ella no se lo merecía [...] creo que él lo hizo para que no hubiera testigos [...] o sea, le comió los hechos que había, ahora sí, que hecho y pues, ahora sí que la asesinó, así para que nadie se enterara.

Creo que el periódico está escrito [...] para mí está como que muy bien, muy bien contado, relatado [...] el periódico nos manda un mensaje como [...] pues yo lo veo como un mensaje de que hay que tener cuidado, como que hay que siempre estar prevenidos [...] si yo lo veo me da miedo y no, porque no puedes vivir con miedo de que te pase algo [...] o sea, porque si no no estás viviendo y pues, también, o sea [...] nada más hay que cuidarse; bueno, yo lo veo así [...] hay que cuidarse y tener cuidado con las personas que te juntas. Sobre las fotos, creo que están feas,

aunque eran necesarias para ver lo que le hizo [...] sí y no, sí para que vean lo que le hizo el tipo y no porque están violando como un derecho de privacidad.

Yo sí leería noticias como estas para estar enterado, ya he visto otras así [...] recuerdo mucho las fotos, es una chica tirada en el suelo [...] sin piel, que se le ven los huesos, o sea, nada más la carne [...] y con un zapato en la mano por aquí, y todavía con un poco de carne.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 21 de agosto de 2022 de manera presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el menor se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Regularmente, los menores tienen menos contacto con situaciones o contenidos relacionados con la violencia; sobre todo si esta es extrema. Sin embargo, gracias a la gran divulgación de los contenidos en los espacios virtuales y públicos, pueden acceder a ellos con gran facilidad.

Luis, un niño de 12 años, leyó la nota y, para él, lo más relevante fue el sujeto. Consideró que Ingrid no se lo merecía, la información la tomó como una advertencia, un mensaje para tener cuidado y prevenirse; pero también con miedo de que pudiera pasarle algo similar.

Vio las fotos, las recuerda, el nombre de ella, sus restos, la sangre, pero nada más, solo un cuerpo sin vida, cercenado, y a un sujeto del que no dio más detalles.

Entrevista No. 3

Hombre de 10-15 años (Animal Político).

Hola, mi hombre es Kefas Alnilam Barbosa García, tengo 10 años.

[...] leí que una pareja asesinó... su otra pareja y después la acuchilló y la apuñaló y sus órganos los mandó al drenaje, después investigaron y encontraron el cuerpo de [...] de Ingrid, creo que así se llamaba, lo encontraron desollado y pues, ya [...] ¿abierto?

Opino que eso está mal [...] por qué no sé, [...] no sé, yo creo que él le hizo eso a ella por ser amantes, [...] no sé, porque tenía muchos animales, porque viajaba mucho, no recuerdo cómo se llamaba el hombre.

Yo creo que ella sí pudo haberlo evitado [...] porque, cómo se llama [...] ella pudo haber, pudo haber [...] ido con la policía antes de eso. No sé, nunca había leído una noticia como esa.

Lo que más recuerdo es que la desolló a [...] a la mujer. Creo que la familia de ella se debió haber sentido mal, no sé.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 25 de septiembre de 2022 de manera presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el menor se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Kefas tiene 10 años, leyó la nota y recordó cómo la mataron, aunque no entiende muy bien qué significa ser desollado, se da una idea y pasa por su cabeza.

Él recuerda detalles sobre la vida de ella, lo que le gustaba, animales, viajes; pero no los recuerda como algo bueno; sino como un posible motivo de su asesinato. Afirma que pudo haberlo evitado, como si algo de ese modo pudiera prevenirse. Piensa en la familia, aunque la nota no la menciona, no da detalles, trata de entender, pero lo calla.

Entrevista No. 4

Mujer de 10 a 15 años (Pásala)

Hola, yo me llamo Donantzi Robles Ubaldo y tengo 10 años, me dedico a estudiar.

Recuerdo que una pareja se peleó y, ahora sí, que [...] pues recuerdo que el novio asesinó a su mujer por tener una discusión [...] creo que eso está mal y antes que nada, la muchacha antes de que le hicieran algo hubiera llamado a la policía.

Creo que ella pudo haber hecho algo antes de que él le hiciera eso, creo que ella podría haber tenido tiempo para poder llamar a la policía. Él le hizo eso porque tuvieron una discusión muy fuerte [...] no recuerdo como se llamaban ni ella ni él.

Le entendí a la nota, nunca había leído antes una así. De todo lo que más me acuerdo es que cuando fueron al departamento [...] cuando la policía fue al departamento del chico [...] el chico no los dejaba pasar al cuarto donde estaba, donde estaba la mujer.

La mujer [...] no sé [...] se murió. Alcancé a ver las fotos, se veía a la mujer como tenía arrancada su piel [...] creo que no está bien que estén publicadas, no sé, porque [...] porque las fotos son cosas que algunos niños no pueden ver, yo sentí feo cuando las vi.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 23 de septiembre de 2022 de manera virtual, a través de la plataforma de videoconferencias Zoom, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la menor se encontraba en un cuarto sola y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Donantzi tiene 10 años, nunca había hablado de feminicidio con su familia o alguien cercanos, tal vez no había escuchado el término siquiera o entendido su magnitud. Ella sabe que él la asesinó, que discutieron, pero cree que ella pudo evitarlo llamando a la policía.

No recuerda sus nombres, pero dice entender la nota. Recuerda que él evitaba que ingresaran al departamento y ella solamente se murió. La memorizó sin piel, aunque cree que no debe verlo, pues no es apto para niños.

Entrevista No. 5

Mujer de 10 a 15 años (Animal Político)

Mi nombre es Fátima Chaparro Calderón, tengo diez años y me dedico a estudiar.

La nota es sobre el feminicidio de una joven llamada Ingrid [...] que, que fue un feminicidio y la [...] la mataron a puñaladas con un cuchillo.

Opino que fue muy cruel, por haberla matado a cuchilladas, era una joven que le gustaba compartir sus viajes y fotos y adoraba a sus mascotas. Creo que le pasó lo que le pasó por hacer eso, por enseñar mucho su vida, era novia del que la asesinó, por eso la mataron.

Creo que la nota está bien escrita [...] sí leería otra noticia de ese estilo; recuerdo que asesinaron a una joven de 26 años, por un hombre de 46, en un departamento

[...] y fue matada, fue asesinada con un cuchillo a puñaladas, y sus órganos los arrojó en el drenaje.

Ella no se merecía eso.

Sobre las fotos, [...] eran cruces con nombres de personas asesinadas, no la vi a ella, pero entendí lo que pasó.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 21 de agosto de 2022 de manera presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la menor se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Fátima tiene 10 años, se imagina el cuchillo y su muerte. Sabe que es cruel y recuerda que le gustaban los viajes, las fotos y las mascotas, aunque cree que por hacerlo público fue que la mataron.

Tiene en mente sus edades. Pero no los nombres. Sabe cómo la mataron, y a dónde fueron a parar sus órganos. Sabe que no se lo merecía, no vio su foto, no sabe cómo era, pero vio cruces moradas, pero entendió lo que pasó.

Entrevista No. 6

Hombre de 16 a 30 años (Pásala)

Mi nombre es Javier Del Villar Camacho y tengo 22 años y trabajo en una empresa de comunicación como diseñador audiovisual.

¡Ala! [...] Las fotos y los títulos [...] son fotos muy gráficas, de hecho creo que sí recuerdo la noticia, esa, donde [...] donde se [...] bueno, más que la nota; bueno, en sí la nota es fea, pero se habló mucho de los peritos, bueno de quién dejó que se tomaran esas fotos y se publicaran ¿no?; porque, o sea, esas fotos como muy

gráficas sí [...] toda la página se me hizo muy fea, o sea, de que es como, es mucha información muy dispar.

Viene con unos slack como intentando ser chistosos, como en doble sentido; después ponen esa nota súper seria y están tratándola como si fuera un chiste, como si fuera cualquier cosa.

Es una falta de respeto para la persona que se murió, está muy feo. Desde las imágenes, son muy, muy, pero muy gráficas. Creo que la nota está horrible, no sé, lo trata como si fuera una broma, un chistesillo; sí, no, se me hace horrible; se me hace como una broma como está en la portada, se me hizo como muy mal tratada, y le dan como este espacio, como de noticia, como de importancia a la nota ya en el desarrollo; pero no, no me gusta que le den, que sea tan gráfico hacia la persona [...] que estén tan ahí; no sé. No piensan en sus familiares, en la persona afectada [...] o sea la chavita de 25 años [...] no recuerdo su nombre, ni recuerdo el de él.

Dejaron muy claro que el hombre ingería drogas, pero no sé su nombre. Creo que no hay un por qué le pasó; no debería haberle pasado, al parecer fue por alguna discusión que tuvieron [...] pero ni siquiera un golpe está justificado, ni siquiera un grito más allá en una discusión, no tiene un por qué; no creo que ella haya hecho algo tan grave como para que [...] ¡nadie, no creo que nadie haya hecho algo tan grave como para merecer un trato así!

No leería algo así otra vez. Recuerdo periódicos como el Pásala, el Metro, la Prensa [...] periódicos que se encargan como de [...] de ese estilo de notas rojas, pero [...] es que una cosa es la nota roja pero esta es como una [...] como súper amarillista, como súper intentar llamar la atención, pero a tal grado que es, no sé [...] en mi caso repulsivo; esto es ignorante, repulsivo y desagradable.

Del crimen creo que fue [...] lo que hizo el chavo, no solo la mató, la desmembró, le quitó la piel e intentó desaparecer el cuerpo en bolsas ecológicas [...] de la chava,

imposible, no puedo describirla, solamente se ve su cuerpo sin piel, no sé quién era, solo cómo la mataron, no parece una persona, es horrible.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 23 de agosto de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el entrevistado se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Javier tiene 22 años; tiene conocimiento en medios de comunicación y sobre contenidos audiovisuales. Desde que comenzó a leer la nota y ver las imágenes se sorprendió, es expresivo, no lo disimula.

Desde el inicio señaló a las personas que tomaron las fotografías –fue el único entrevistado que cuestionó de dónde salieron, que pensó que no era normal–; para él la nota se trató como si fuera cualquier cosa, una falta de respeto.

No recordaba los nombres, pero sabe que es una falta de respeto para la víctima y su familia. Recuerda que el hombre ingirió drogas, sabe que no fue culpa de ella, no justifica.

Calificó todo como repulsivo y desagradable, de ella no habla más que para lamentar los hechos. Recuerda a otros periódicos con una línea similar a Pásala, usa el término amarillista.

Javier ni siquiera puede imaginar a la víctima como una persona.

Entrevista No. 7

Hombre de 16 a 30 años (Animal Político)

Hola, mi nombre es Roberto Mondragón Pérez y tengo 19 años.

Nunca había leído esta nota. Pues, [...] yo creo que sí está muy, muy muy mal, muy grave la situación en la que está nuestra sociedad, como para [...] llegar a esa, a esa altura de matar a tu pareja, yo creo que es algo muy muy fuerte con lo que desgraciadamente tenemos que vivir todos los días; pero [...] no debemos normalizarlo porque está mal y es algo que como sociedad nos está pudriendo.

Un hombre, un chavo, mató a su pareja y sí, resumirla como un feminicidio, como un asesinato. Recuerdo que, decía que, ella era una maestra de administración y que le estaba la música, le gustaba disfrutar de la vida y que pues, él la asesinó por una discusión [...] con un cuchillo y que la desolló [...] y a él básicamente lo detuvieron en su departamento con todas las pruebas pues, en la mano, porque estaba lleno de sangre [...] y cateando su departamento pues, encontraron toda la sangre, el cuerpo [...] y lo, lo detuvieron.

Ella se llamaba Ingrid Escamilla... él, ah, caray, ¿Erik?, algo así. Creo que lo que le pasó no fue su culpa, obviamente, yo creo que fue más [...] le pasó por él, porque pues, es una persona que no está bien, es una persona que si tú llegas a la capacidad o tu llegas [...] a asesinar a una persona pues, no estás bien [...] yo creo que él tenía problemas de ira, quizás él no estaba bien psicológicamente y eso fue lo que lo llevó a hacer eso.

Creo que ella sí pudo prevenirlo, pero no en ese momento, si no antes. Yo creo que si tu estás con una pareja, observas sus actitudes, su forma de actuar, su forma de ser y más en situaciones de enojo, en situaciones de celos, quizás ella pudo ver,

ella pudo darse cuenta de cómo era él en esas situaciones y quizás pudo haberse alejado de él antes de que llegara a ese extremo.

Me parece la nota bastante clara, bastante resumido, pero es lo más importante, lo más relevante, lo que más recuerdo es que dice o afirma que la mató con un cuchillo, eso es lo que recalca más. Yo creo que sí leería una noticia como esta, quizás no por gusto, porque no son noticias que le agraden a nadie, pero quizás pues, si me la encuentro pues, la lea.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 19 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el entrevistado se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Roberto no había leído algo así antes. En primer lugar, culpa a la sociedad y su situación; sabe que es común, pide no normalizarlo. Él lo llama feminicidio, como se expresa en la nota. Habla un poco sobre ella, recuerda lo que ahí dice, su profesión y algunos de sus gustos.

No menciona muchos detalles del asesino, pero sabe que es el único culpable, aunque posiblemente se relacione su culpa con problemas psicológicos. Menciona que no es responsabilidad de Ingrid –sí, la llama por su nombre–; pero también dice que pudo haberlo prevenido mucho antes del crimen, que ella debió haberlo conocido, de cierta forma responsabilizándola un poco.

Roberto dice que no leería una noticia así por gusto, pero de encontrársela podría hacerlo.

Entrevista No. 8

Mujer de 16 a 30 años (Pásala)

Mi nombre es Luz América Mondragón Pérez, tengo 22 años y soy estudiante del noveno semestre de la licenciatura en medios alternos y solución de conflictos.

Acabo de leer el feminicidio de Ingrid, fue unos días antes de San Valentín [...] se supone que estaba bajo sustancias ilícitas el que era su pareja, que aun cuando ya habían llegado a detenerlo, él se seguía deshaciendo del cadáver [...] de sus vísceras, la piel, fue muy cruel con ella y [...] y ya, creo que es eso.

Creo que la noticia es muy fuerte, la veo muy despectiva y es muy detallada [...] como si fuera cualquier cosa, como si fuera un animal el que hubieran encontrado [...] siento que no es la manera correcta de, de escribir el feminicidio de una mujer que fue brutalmente asesinada. Creo que es injusto, muy, muy, muy injusto.

Creo que por más que haya estado bajo el efecto de las drogas o lo que sea [...] no era justificación para ese tipo de agresiones o ese impulso que tuvo y, y, más la forma en la que lo hizo.

No la culpo a ella porque le haya pasado lo que le haya pasado; simplemente yo me centraría más en él, por qué lo hizo, creo que al final de cuentas la víctima y ahora, en este caso, sus familiares, tienen el derecho a la verdad, ¿no?, a saber qué fue lo que le pasó, por qué lo hizo, cuál fue el antecedente de si él sufrió hasta cierto punto violencia o tiene algún punto de odio contra alguna persona, alguna mujer, algún familiar, su mamá, no sé.

Yo no la culparía a ella por lo que él le hizo, sino buscar qué fue lo que pasó en el, adentro de su cabeza para poder, [...] para que lo hiciera. Creo que leer una noticia así como está redactada, no, ni siquiera me atrevería a comprar un periódico, una revista que esté redactado así.

Las imágenes están mal, son muy explícitas y no es una forma de exponer el cuerpo de una mujer así y más como fue brutalmente asesinada y torturada [...] yo no las vería por respeto y, yo creo que más, por dignidad.

Lo que más recuerdo es el cómo lo, a pesar de, que ya lo habían encontrado, no sé en su mente qué estaba pasando, se seguía deshaciendo del cuerpo pese a que ya estaba ahí con ellos. El periódico, de sus planas, recuerdo más sus imágenes, creo que captan mucho, son muy [...] te atrapan.

No he visto más periódicos con imágenes así, tan explícitos no. Yo creo que yo como familiar me hubiera ofendido y me habría sentido así, ver la imagen de mi hija, mi hermana, de mi sobrina, así, yo creo que bastaba con la nota y tal vez una imagen de un recuerdo de ella, pero yo creo que así, no.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 19 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la entrevistada se encontraba en un cuarto sola y fue interrogada posterior a su exposición con los contenidos.

América tiene 22 años, estudia los últimos semestres de una licenciatura relacionada directamente con los ámbitos legales, pero sustentada en el principio de la mediación. Ella recuerda la época –San Valentín– y que el responsable estaba bajo el efecto de sustancias ilícitas.

Lo califica como algo cruel y despectivo, detallado, como si se hablara de un animal, no de una mujer. Dice que es injusto y no tiene justificación. Afirma que no es culpa

de Ingrid, pero no quiere hablar tanto de ella; sino de él, saber por qué lo hizo, sus motivos, si también sufrió violencia.

Para América no existiría la posibilidad de comprar un periódico como Pásala, reprueba el texto, cómo se escribe, pero más la imagen, las ilustraciones rojas llenas de faltas de respeto. Ella no había visto algo así, piensa en la familia, pero no habla mucho de Ingrid.

Entrevista No. 9

Mujer de 16 a 30 años (Animal Político)

Hola, mi nombre es Georgina Estefani Aldana Flores, tengo 24 años y me dedico a ser reportera en una revista que se llama Escaparate.

Leí que él [...] bueno, Ingrid fue asesinada por su pareja [...] y, [...] el [...], el chico, bueno el, el masculino [...] eh [...] la mató con un cuchillo a puñaladas y después desolló su cuerpo para [...] posteriormente [...], meter los restos del cuerpo de Ingrid por el drenaje [...] esto lo hizo por miedo e inseguridad de lo que había hecho, y arrepentimiento.

Creo que a ella le pasó eso porque es un problema sistémico, la violencia contra las mujeres [...] es un problema de todos y [...] principalmente de la seguridad pública, de el sistema patriarcal y [...] de esta idea de que los hombres son [...] pueden tener bajo su control a las mujeres.

Yo creo que ella no pudo haber evitado lo que le pasó, o sea, creo que [...] sería como un error decir que, que pudo haberse dado cuenta o [...] o que lo pudo haber evitado, porque, ella pues no sabía con qué clase de persona se estaba metiendo.

Creo que la noticia me gusta, me gusta mucho porque no solo son los hechos ni la información como tan lineal, sino que te habla de sus gustos e intereses de la chica, te habla como, un poquito de su vida también para [...] para que el lector se sienta un poquito como más cercano a ella ¿no?

Lo que más recuerdo es una frase que ella [...] que ella dijo que es, este [...] ay no lo recuerdo exactamente pero, era como [...] enamorada de esta aventura llamada vida, algo así.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 26 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la entrevistada se encontraba en un cuarto sola y fue interrogada posterior a su exposición con los contenidos.

Estefani recuerda su nombre, Ingrid, quién la mató y cómo. Ella menciona más a detalle el problema, la violencia contra las mujeres, el sistema patriarcal y la idea de control de hombres sobre mujeres.

Ella también afirma que no pudo haberlo evitado, calificaría decirlo como un error. Se siente cercana a Ingrid, leyó qué le gusta, qué hacía, una frase célebre, piensa en quién era más que en cómo murió o quién la mató.

Entrevista No. 10

Hombre de 31 a 60 años (Pásala)

Hola, mi nombre es José Eugenio Castorena Flores [...] tengo 51 años de edad, trabajo en el campo de la seguridad [...]

El marido mató a la mujer y la destazó, la cortó en tiras [...] todo esto cerca, bueno, el departamento estaba cerca de la [...] bueno, de lo que dice, de la delegación Gustavo A. Madero. La noticia es muy sangrienta [...] pero lamentablemente son cosas que han estado pasando, con personas que pues no sabemos cuáles son sus [...] sus facultades mentales [...] pues a fin de cuentas, porque eso no es de una persona que esté bien [...] lamentablemente en el distrito pues se sigue viendo mucho todo esto, bueno, pues en la CDMX.

La muchacha se llamaba Ingrid, el hombre no sé, no me llamó mucho la atención, pero la chica sí, se llamaba Ingrid. Yo creo que a la chica le pasó lo que le pasó porque se enteró de cosas que estaba haciendo su novio y lo quiso delatar [...] yo creo que ella sí pudo haber prevenido lo que le pasó, sí. No creo que no haya visto su [...] su comportamiento del novio, yo siento que a lo mejor él fue agresivo con ella, pero no [...] ella no pensó que le fuera [...] que la fuera a lastimar al grado de matarla.

Creo que las fotos son muy sangrientas, la forma de la redacción de la noticia está muy clara [...] pero sí, las fotos sí están muy sangrientas, creo que no está bien que publiquen ese tipo de fotos [...] la noticia sí.

Sí leería de nueva cuenta, como tal, una noticia como esa [...] las imágenes son muy impactantes, en ese tipo de noticias eso es lo que más te llama, las imágenes [...] porque son muy sangrientas [...] he visto más noticias así.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 15 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el entrevistado se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

José Castorena es un hombre de 51 años, un guardia de seguridad privada. Sabe que fue un crimen violento, pero que es común. Señala que las facultades mentales del asesino están dañadas; pareciera que es normal en la Ciudad de México.

La nombra, sabe que se llama Ingrid, a él le resta importancia, no recuerda su nombre; piensa que ella pudo prevenirlo, la culpa.

Recuerda las fotos, son sangrientas, no comparte la idea de que estén publicadas, el texto le gusta, lo comprende, le parece adecuado.

Entrevista No. 11

Hombre de 31 a 60 años (Animal Político)

Hola, mi nombre es Francisco Javier González Orduño, tengo 45 años.

Recuerdo que un hombre mató a su mujer en la Ciudad de México [...] fue con [...] con un cuchillo [...] la apuñaló y la desolló o sea, o sea, él, [...] él le quitó la piel y después quiso tirarla a la calle, el drenaje.

Recuerdo que [...] era su pareja, ella tenía 25 y le gustaban los animales [...] eso decía primero la nota, le gustaban las aventuras y [...] vivir, pero [...] pero la mataron.

La nota dice que fue un feminicidio [...] yo creo que eso estuvo mal [...] pobre, nadie se lo merece [...] ni aunque hagas algo malo, el señor se llamaba Erick, fue en la Ciudad y, creo que no alcanzó a cortarla, creo que fue importante porque habló la [...] la gobernadora [...] Claudia, la jefa de Gobierno.

Me sorprende [...] él, él casi le doblaba la edad [...] y dice que era su pareja [...] y que discutieron.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 15 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; el entrevistado se encontraba en un cuarto solo y fue interrogado posterior a su exposición con los contenidos.

Para Francisco no había tantos detalles; solo se enteró del feminicidio sin tantos detalles. Recuerda que la noticia inició por quién es ella, su edad y qué hacía. Sabe dónde fue y cómo la mataron.

Se sorprendió por la edad del victimario y la diferencia entre las víctimas. Cree que es importante porque una autoridad salió a pronunciarse.

Entrevista No. 12

Mujer de 31 a 60 años (Pásala)

Mi nombre es Virginia Guzmán Sánchez, tengo 60 años y soy ama de casa.

¡Ay, buey! Pero es pura sangre [...] ¡Ay, buey!

¡Qué descomposición, eh! [...] *sonidos de admiración* [...] y era como mis hermanos, chingao' (ingeniero) [...] ay, no, está horrible [...]

Es una [...] en sí [...] es una persona [...] un, un profesional mató a una [...] mató a su novia y la desolló completamente, la, la, la [...] casi la quería desaparecer, como una seña inaudita, como animal, peor que animal.

Es la descomposición de la sociedad [...] que ha llegado a tal grado de [...] de deshumanizarse completamente la persona, ¿no? [...] yo creo que también infiere en que las [...] las muchachas se relacionan con gente que no sabe nada [...] ahora el tipo decía que no se acordaba de nada [...] yo creo que no hay droga que [...] como decían antes, no hay borracho que trague lumbre.

Yo creo que el fulano sabía perfectamente lo que hacía [...] a la mejor para armarse más de valor, optó por la droga, yo creo que para tener más fuerzas para desollar [...] hacer lo que hizo, una sanguinaria [...] yo creo que ni los animales hacen eso.

Yo creo que ella se puso en suerte [...] se puso en suerte [...] yo creo que este tipo debió de haber tenido [...] ciertos, bueno, si tú, si tú tratas a una persona, desde el primer trato que tratas a una persona que se trata de relacionar contigo [...] tu sabes qué cultura tiene, cuáles son sus raíces, cuál [...] cuáles van a ser sus metas, qué perspectivas tiene al porvenir y si tú ves que esa persona ya va torcida, pues, pa' que [...] pa' que te metes; yo creo que esa chica tuvo ya ciertos avisos de que ya tenía antecedentes o [...] quizá, algo, algo que le tuvo que haber puesto en el chip que ese tipo ya [...] que ese tipo no era [...] no era sujeto de confianza alguna.

Creo que el periódico está escrito mal [...] yo creo que ese tipo de noticias por muy buenas e ilustrativas que son para la gente yo creo que no es bueno ver eso [...] en los kioscos de periódico ves esa sangre ya como algo natural, ya nos estamos haciendo [...] por ejemplo, tú ves las series de narcos, droga, sexo, sangre por lo que ya es natural para la gente [...] los jóvenes ya ven eso natural y eso no es natural [...] lo natural es que vivamos en sociedad, que enseñen más cosas [...] sabemos que eso ya existe y que no con taparlo lo vamos a eliminar, pero yo creo que exhibiéndolo tampoco lo vamos a eliminar; sino, antes lo vamos a fomentar.

Si un muchacho ve eso, ve eso en el kiosco, ya no se le hace raro verlo en persona, ¿me entiendes? Sí es bueno que se enseñe, sabemos que eso existe, pero no en páginas centrales, un cachito chiquito, no toda la portada de un periódico.

Lo que relata ahí [...] lo que está ahí, es que la [...] que la desolló, le abrió, la abrió [...] le sacó todo, la hizo, pues pedazos y la fue en unas bolsas como basural, la fue a tirar a unas cuantas cuerdas de su casa [...] ella no sé cómo se llama, pero el muchacho Eric. No volvería a leer algo como esto, como que te trauma.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 21 de agosto de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la entrevistada se encontraba en un cuarto sola y fue interrogada posterior a su exposición con los contenidos.

Virginia es una mujer mayor, desde que comenzó a leer demostró su sentir. Fue muy expresiva, leía las líneas y emitía algún sonido de admiración o sorpresa. Recuerda que él era un profesionista que asesinó a alguien, dice que, peor que un animal.

Señala a la sociedad y su descomposición, desde el inicio la culpa, afirma que debió saber con quién se estaba relacionando. Ella dice que él sabe lo que hacía, no pone en duda sus facultades mentales, pero reafirma, ella debió saberlo.

Usa su intervención para señalarla, para ella, todo pudo haber sido distinto si Ingrid entraba en razón; la revictimizó.

Habla de los puestos de periódico, sabe que cualquiera que pase puede verlo, hace mención –no explícita– a la apología del delito en series; además, afirma una

normalización, menciona el nombre del asesino, no de la víctima, a quien siempre manejó como culpable.

Entrevista No. 13

Mujer de 31 a 60 años (Animal Político)

Tengo 35 años, trabajo en intendencia y me llamo Adriana. De lo que acabo de leer recuerdo que la apuñaló, ella era amante de las mascotas, le gustaba mucho la música y él al sentirse [...] creo que atrapado fue a tirar el cuerpo, lo cortó y lo tiró [...] es algo feo, está muy feo eso [...] la forma en que murió es muy fea, un feminicidio dice, yo me imaginó que ella confiaba en él y es muy feo [...] recuerdo que ella se llamaba Ingrid y el tipo se llamaba [...] ¿Erick? creo, ¿no?.

Ingrid [...] es [...] se me fue, se me fue [...] supongo que es una hija de familia, no sé si tenga hijos, pero sí, ya el simple hecho de tener papás es doloroso ¿No? Yo creo que le pasó todo lo que le pasó porque a veces [...] yo creo que las mujeres no, pues no podemos poner un alto cuando tenemos a un hombre violento y [...] pues yo me imagino que él fue violento pues para terminar haciendo lo que él hizo.

Yo creo que su relación fue tóxica, igual [...] creo que ella pudo haberlo identificar antes, muy probablemente, pero a veces nos gana el amor [...] creo que la noticia es clara, sí me pareció clara, pues yo digo que está bien, a veces la gente lee nada más por enterarse, o sea, pero no para saber la noticia, sino más bien por [...] sino por el hecho de estar de morbosos ¿no?.

Yo creo que sí leería algo como eso otra vez, recuerdo la forma en la que la mataron, en cómo fue a dar en algún lugar, es muy probable que los animales anden por ahí, o sea, es una muerte muy fea.

Resumen de la entrevista.

La entrevista se realizó el 26 de septiembre de 2022 de forma presencial, la conversación fue grabada para su posterior transcripción; la entrevistada se encontraba en un cuarto sola y fue interrogada posterior a su exposición con los contenidos.

Adriana menciona primero su muerte, luego un poco de la vida de Ingrid, después menciona por qué el asesino se deshizo de los restos, recuerda con dificultad los nombres de ambos.

Ella dice que es culpa de las mujeres, al no poner un alto a un hombre violento, para Adriana él debió haber mostrado señales que Ingrid pudo haber visto, lo justifica por el amor. Lo leyó y se informó; sin embargo, sabe que muchos leen por el morbo, pese a que la noticia no incluya fotografías o tenido gráfico.

CONCLUSIONES

Como conclusiones del presente trabajo de investigación se resaltan los siguientes hallazgos:

Los contenidos mediáticos referentes al feminicidio de Ingrid Escamilla dañaron y afectaron de forma irreparable a las víctimas indirectas del crimen, así como a la propia víctima directa; pues, la recepción del contenido mediático y el impacto de las narrativas empleadas reflejó que este carecía de cualquier ética y deontología en el periodismo. La información difundida no recurrió a la verificación y el contraste y se limitó a reproducir narrativas erróneas y revictimizantes que afectaron a las involucradas.

Es claro que los medios de comunicación han surgido como instrumentos que permiten a los individuos relacionarse y obtener información sobre su entorno y su historia. Su aparición radica en la inminente necesidad de información; así como de relación entre sujetos, facilitándola y propiciando que las distancias territoriales no sean un impedimento para conocer lo que acontece en el mundo. Los avances tecnológicos han propiciado un acelerado desarrollo de las herramientas que facilitan todos estos procesos.

Las empresas de comunicación y el mundo globalizado adoptaron estas herramientas y las apropiaron para comenzar a distribuir la información con distintos objetivos, como informar o entretener a los consumidores. A pesar del auge de las tecnologías de la información y la comunicación, los medios tradicionales continúan formando parte de la vida cotidiana y siguen siendo el canal de comunicación entre distintas personas en el mundo; la prensa gráfica, la radio y la televisión no han perdido vigencia; sino que han encontrado la forma de evolucionar y abrise paso en la vida diaria conforme el fenómeno de la internet se apoderaba de los nuevos espacios; la población continúa consumiéndolos.

Cada medio de comunicación adapta sus contenidos a las necesidades de su audiencia, considerando su contexto, el sexo de su población, sus niveles socioeconómicos, su grado de estudios, territorialidad y demás características sociodemográficas; en pocas palabras –conocen a su audiencia– saben a quién le hablan y cómo deben hablarle para llamar su atención.

La población satisface sus necesidades, conoce y adopta –gracias a los medios– nuevos valores, creencias y formas de pensamiento; consumen la información procesada por ellos y generan una opinión personal con base en ella. La forma de percepción de los contenidos y las narrativas que emplean basada en su línea editorial, sus criterios y valores y su –no siempre implícita– intención, influyen directamente en la audiencia; sin embargo, esta tiene la capacidad de desechar o apropiarse de dicha información, dependiendo de qué tan consciente sea de su entorno.

Normalmente, los contenidos buscarán –y lograrán– provocar gratificaciones cognitivas y afectivas en la audiencia, afinidades que propiciarán su consumo; sean éticas o no. Los medios buscarán la comprensión – o la simulación– de la audiencia a sus contenidos, esto dependiendo de los intereses que a sus necesidades o gustos convengan.

Para lograr esos cometidos, los medios hacen uso del lenguaje, de la semántica, pragmática y sintáctica, constituyen redes de comunicación de fácil comprensión que buscan llegar a la memoria social y, por ende, propician actos de socialización, le dan sentido a la información y, principalmente, exaltan sus sentidos con el propósito de captar su atención.

Ahora bien, es claro que las empresas comunicativas –sobre todo con la tecnología actual– buscan acaparar la atención haciendo uso de distintas narrativas, escritas, gráficas y audiovisuales; recurren al color, a los rostros, a la emoción, y –en este caso– al dolor de las víctimas.

Es un hecho que el periodismo sensacionalista no es algo nuevo; al contrario, podría considerarse como una de las características fundacionales de la difusión masiva de la información. En el contexto de un país marcado por la violencia, la sangre ha conquistado los espacios públicos y se ha convertido en la fórmula más rentable para que distintos medios de comunicación puedan vender sus productos; sin embargo, también han surgido aquellos medios que pretenden dar una visión distinta al tratamiento de la información y buscar la imparcialidad de sus contenidos, en pro de la sociedad y –sobre todo– incluyendo la perspectiva de género en sus líneas editoriales.

La teatralización de la violencia en los encabezados de periódicos daña directamente a las víctimas del delito y quebranta el orden social para continuar distribuyendo y legitimando los actos de violencia normalizados dentro del sistema patriarcal que ha conformado en la sociedad a lo largo de la historia. Las desigualdades, asesinatos, y cualquier tipo de violencia contra las mujeres se reproducen de forma banal, cómica y con el fin de entretener y alimentar el morbo de los consumidores; es decir, estas instituciones refuerzan el sexismo y la supremacía masculina, restándole importancia a un crimen y justificándolo con la reproducción de narrativas carentes de ética.

Tras el asesinato de Ingrid Escamilla, comenzaron a evidenciarse distintos actos que promovieron su victimización, humillación, vulneración y ataque; no solo a ella como víctima directa, sino también a las víctimas indirectas del delito. Todo partió del brutal crimen que –con la magnitud del acto– generó un patrón de reproducción que llegó a escalas internacionales.

Ingrid fue asesinada, víctima de un feminicidio; posteriormente, las personas dependientes de la institución que era encargada de impartir justicia e investigar el caso violentaron su integridad y dignidad, difundiendo imágenes sensibles que debían ser de uso judicial exclusivo; fue tan grande la difusión, que los medios de

comunicación comenzaron a reproducir la narrativa del hecho; sin embargo –en su mayoría–, de la manera errónea.

Tres instituciones le habían fallado a Ingrid, el Estado al no brindarle seguridad, la justicia, al revelar información sensible; y los medios de comunicación, al reproducir las narrativas revictimizantes y centrándose únicamente en la difusión de los restos y su sangre; además, la sociedad que privilegió su necesidad de entretenimiento al dolor de las involucradas.

De acuerdo con el análisis comparativo de los medios de comunicación *Pásala* y *Animal Político* fue posible observar que ambos medios de comunicación cuentan con gran alcance mensual en sus respectivas plataformas; *Pásala* tiene una audiencia aproximada de cinco millones de lectores al mes; mientras que *Animal Político* tiene siete; a pesar de esto, la noticia publicada por el medio *Pásala* trascendió a niveles históricos, generando una reacción colectiva de rechazo, pero también un consumo desmedido del contenido que ponía en riesgo la integridad, dignidad y el respeto de las víctimas.

La hipótesis del presente trabajo de investigación fue comprobada; pues, con base en la investigación cualitativa en la que se realizaron entrevistas semidirigidas con víctimas del feminicidio se puede aseverar que el uso exagerado del lenguaje y la asignación de calificativos promueven la teatralización de la realidad y deshumanización de las víctimas de violencia extrema de género; además, los periódicos de nota roja enfocan la narrativa a elementos complementarios del crimen –como la época y las relaciones personales– y no el hecho mismo, para exaltar el acontecimiento, provocando un efecto de revictimización y violando la dignidad de las víctimas directas e indirectas.

De igual forma, con base en las entrevistas realizadas a los miembros del grupo de enfoque, es posible observar que el lenguaje empleado y los contenidos gráficos de

reforzamiento modifican la percepción de los hechos en los consumidores de contenidos mediáticos.

Con referencia a los entrevistados que consumieron el contenido del medio de comunicación *Pásala*, podemos observar que:

- Cinco de los seis entrevistados han observado contenidos similares a este y –aunque no con la misma magnitud– algunos de ellos reconocen el nombre de otros periódicos de alcance nacional que se encargan de la cobertura de la nota roja.
- Uno de los menores consideró que el contenido causó alarma en su persona y miedo; pues nota refleja algo que podría pasarle.
- La mayoría de los entrevistados coincidieron en que la víctima pudo haber prevenido su feminicidio, situación que evidencia el contexto revictimizante, otorgándole una responsabilidad a la víctima de lo ocurrido; siento esto culpa total del victimario.
- En su mayoría, los entrevistados coincidieron en que las fotografías son una violación a la privacidad de la víctima; sin embargo, las imágenes *atrapan* la atención, propiciando el interés de consumo.
- El medio de comunicación no brindó información que pudiera dar a los lectores elementos para humanizar a la víctima; pues, no contaban con información sobre ella, más que su nombre y edad.
- Solo uno de los entrevistados condenó la publicación del contenido de forma severa.
- Solo una entrevistada reconoció el crimen como un feminicidio.
- Los entrevistados dan más carga de importancia al contenido gráfico de las planas del periódico, más que al texto o el propio encabezado de la nota.
- Dos de los entrevistados afirmaron que se debe a la situación que se vive en el país, incluso, uno de ellos consideró que eso era algo normal en la Ciudad de México.

El encabezado de la nota, titulado “*La culpa la tuvo cupido*” teatraliza la situación, banaliza, resta importancia y vulnera completamente la seriedad de la información que se presenta. La narrativa visual marcada de color rojo y las imágenes ilustrativas –no solo del cuerpo– sino también de una supuesta recreación de los hechos, atentan contra los derechos humanos de las víctimas, dañan su honor, su memoria y su persona.

Mientras tanto, con referencia a aquellas personas que consumieron el contenido de Animal Político se puede concluir que:

- Los entrevistados recuerdan los detalles de la vida personal de Ingrid que se exponen en la nota, pueden hacerse a la idea de quién es y qué le gustaba; saben que es una persona, aunque no se exponen fotografías de su rostro.
- La mayoría de ellos consideran que ella pudo haber evitado que su pareja le hiciera daño.
- Saben cómo la asesinaron y con qué, recuerdan el cuchillo y afirman que su muerte fue injusta.
- Los entrevistados mencionan como un factor importante la relación amorosa que existía entre los involucrados.
- Uno de los entrevistados menciona como consecuencia de la nota a la sociedad y a la violencia que se vive en ella. Menciona que es algo que ve todos los días.
- La mayoría de los entrevistados menciona el término feminicidio.
- La mayoría de los entrevistados afirman que ella pudo haberlo prevenido.
- Los entrevistados recuerdan cómo la asesinaron y su nombre, sin necesidad de algún refuerzo visual, como imágenes de ningún tipo.
- Los entrevistados no necesitaron contenido gráfico para entender la magnitud de la noticia.

Por otro lado, con respecto a la percepción de las víctimas, se puede concluir qué.

- Ningún medio de comunicación verificó o contrastó la información del asesinato con las víctimas.
- La familia decidió alejarse de la prensa por el acoso mediático que sufría la familia y el mal manejo de la información.
- Ningún medio de comunicación que compartió las fotografías compartió una disculpa pública con las víctimas.
- Para las víctimas no hubo ningún medio de comunicación que tratara con ética el tema.
- La exposición de los contenidos mediáticos provocó una revictimización que afectó directamente a la familia, provocando reacciones de distintas personas que culparon a Ingrid de haber perdido la vida.
- La intención de la familia se concentró en proteger a los más pequeños de los contenidos y la respuesta de la sociedad.
- La libertad de expresión en este caso violentó los derechos y la consideración a las víctimas.
- El medio de comunicación *Pásala* hizo uso de juicios de valor que dañaron los derechos de terceros y perturbaron el orden público.
- La difusión de esos contenidos es el reflejo de la falta de atención de la federación en la difusión del fomento de la violencia contra las mujeres.
- El medio de comunicación *Pásala* reprodujo imágenes generadoras de patrones de conducta violentos.
- Los medios de comunicación violaron el derecho de las víctimas a conocer adecuadamente la verdad de lo ocurrido y los hechos que privaron de la vida a Ingrid Escamilla.
- Los medios de comunicación no respetaron la humanidad, dignidad ni los derechos humanos de las víctimas.

El medio de comunicación Animal Político se limitó a poner una fotografía referente a cruces; simbolizando a las mujeres muertas por feminicidio, con el color morado identificado y apropiado en el feminismo. El medio de comunicación no hizo uso de imágenes de refuerzo y la percepción de los entrevistados se limitó a recordar lo

expreso con palabras. La casa editorial no hizo uso –en ningún momento– de adjetivos calificativos, limitándose a exponer la noticia.

En México –durante los primeros seis meses 2020, año en el que se cometió el crimen– 1 mil 844 mujeres fueron asesinadas (García A. , 2021); esta situación significa que en México 10 mujeres son asesinadas diariamente; situación crítica en el país, que implica la imperante necesidad de fomentar acciones que disminuyan y combatan la violencia contra las mujeres. En este sentido, los medios de comunicación hacen uso de la pragmática, condicionando su lenguaje a este contexto y aprovechándose de él para apelar a la emoción de sus audiencias.

Los medios de comunicación deben fungir como entes que concienticen a las masas para generar el bienestar social y, en este caso, de las mujeres, el feminicidio de Ingrid Escamilla fue atroz; y el papel de los medios de comunicación fue fundamental en la existencia de una revictimización.

La familia sufrió un daño irreparable gracias a la difusión de narrativas que atentaron en contra de las víctimas, la información de los medios carecía del contraste con la familia. El medio Animal Político demostró que no es necesario teñir las páginas rojo o retratar el cuerpo de la víctima –atentando contra su integridad– para poder dar a conocer los hechos de manera veraz y oportuna.

El diario *Pásala* evidenció la profunda necesidad de modificar las narrativas amarillistas y sensacionalistas que prevalecen en los medios de comunicación. Sin duda alguna, el haber sido el ejemplo de lo erróneo de las empresas comunicativas y el parte aguas para la implementación de leyes que regulen la difusión de imágenes de víctimas de feminicidio es un avance, pero la sistemática violencia que se vive en México y en el ámbito comunicacional prevalece.

EPÍLOGO

En México, la promoción de políticas públicas y de formación periodística profesional fundada en principios básicos con perspectiva de género sigue siendo escasa y deficiente; las empresas de comunicación continúan privilegiando el mercantilismo antes que los principios deontológicos de la actividad informativa.

Las agendas mediáticas permanecen abiertas como parte de los principios de la libertad de expresión; sin embargo, algunas empresas se aprovechan de eso y continúan lucrando con la situación crítica del país, así como con la violencia, pobreza, las crisis y la desigualdad. Es necesaria la creación e implementación de nuevos planes de estudio y de trabajo que incluyan la sensibilización de los profesionales de la comunicación y la consideración de las víctimas de los hechos que se exponen.

Desgraciadamente, la muerte se ha convertido en la noticia del día; la sangre se ha apoderado de las primeras planas y la crueldad se ha entrañado en la sociedad. No vemos a las personas como seres humanos, sino como *uno* o *una más* que muere como producto del contexto trágico y violento en el que vivimos.

Si bien, es necesario atender de raíz el problema de la crisis de inseguridad, es fundamental considerar el papel de las empresas de comunicación para exponer los contenidos mediáticos y dar a conocer el día a día de la forma más objetiva posible a todos sus consumidores. No es necesario ocultar o deformar información para respetar a las víctimas; sin embargo, sí es fundamental considerarlas al momento de redactar o narrar los hechos que las involucran.

El feminicidio de Ingrid Escamilla fue la pauta para generar la conocida Ley Ingrid; una serie de reformas legislativas que pretenden evitar la exposición de víctimas para proteger su intimidad y dignidad.

A pesar de su surgimiento, la normatividad solo contempla la sanción a servidores públicos, no a empresas de comunicación que lucren con el sufrimiento y dolor de las víctimas. Ante esta situación es necesario promover políticas públicas que protejan los derechos de los involucrados y respeten su integridad, intimidad, dignidad y vida; además de que no promuevan actos violentos por medio de la apología del delito y el morbo.

Lo ideal se centra en asumir la responsabilidad periodística y omitir completamente la divulgación de cuerpos de víctimas, su sangre, sus rostros y cualquier contenido audiovisual que pueda causar cualquier daño o perjuicio.

El medio Animal Político fue el ejemplo de que es posible dar a conocer la información de forma oportuna, limitándose a dar a conocer datos verificados, además de contextualizar el nivel de violencia que se vive en el país, no tratando el crimen como un caso aislado, De igual forma, humanizaron a Ingrid, hablando un poco de ella y su vida, de la persona y no de la sangre y el dolor, todo esto sin faltar a los principios informativos.

Para finalizar me permito considerar un párrafo sobre quién es Ingrid Escamilla, escrito por una mujer joven de su familia que ha luchado por años para que se haga justicia ante su muerte.

Ingrid Escamilla Vargas, de 25 años, nació el 3 de octubre de 1994, era una persona muy auténtica, amorosa, extrovertida, sociable, trabajadora y emprendedora. Estudió la licenciatura en Administración de Empresas Turísticas, y una Maestría en Administración Financiera; le gustaba mucho disfrutar de su vida, viajar era uno de sus planes a seguir, conocer diferentes países y ciudades, ella era de la idea de que la vida se trataba de superar nuestros propios límites día con día, y estar agradecida siempre.

"Amante de la vida"

BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, M. (Julio-diciembre de 2007). Telerrealidad y aprendizaje social. *Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, V(1), 1-21.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45-86.
- Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid, España: Madrid: Hojas y horas.
- Lagarde, M. (2005). *¿A qué llamamos feminicidio?* Recuperado el Septiembre de 2022, de LIX Legislatura Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión: https://xenero.webs.uvigo.es/profesorado/marcela_lagarde/feminicidio.pdf
- Lamas, M. (2000). *El género La construcción cultural de la diferencia sexual*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*(63), 287-293.
- Cancino, J. (2012). *Infomulticulturalidad, comunicación y tecnologías de la información*. Recuperado el septiembre de 2022, de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/infomulticulturalidad-comunicacion-tecnologias-informacion/>
- Lara, E. (2015). Significados de la nota roja. Un acercamiento a los consumidores de La Roja, suplemento del Diario de Chiapas. En E. L. Morales, *Significados de la nota roja. Un acercamiento a los consumidores de La Roja, suplemento del Diario de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Carranco, D. (2020). La no revictimización de las mujeres en México. *Revista Digital Universitaria*, 21(4).
- Larrea, A., & Mantilla, P. (2018). *Periodismo digital: Tras las comunidades sostenibles en el ciberespacio*. España: Egregius.

- Casals, M. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua.
- Casas, M. (2005). *Los medios de comunicación y la construcción de la democracia*. Recuperado el Septiembre de 2022, de https://www.ceenl.mx/educacion/certamen_ensayo/sexto/MariadelaluzCasa s.pdf
- Cebrián, M. (2009). Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar, XVII*(33), 10-13.
- Centro Universitario de Comunicación. (05 de Febrero de 2019). *Semiótica y la comunicación*. Obtenido de Centro Universitario de Comunicación: <https://cuc.edu.mx/2019/02/05/semiotica-y-comunicacion/>
- Centro Virtual Cervantes. (S.F). *Aculturación*. Recuperado el 01 de 2022, de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/aculturacion.htm
- Cervantes, C. (enero-abril de 2001). "La sociología de las noticias y el enfoque Agenda-Setting". *Convergencia*, 49-65.
- León, W., & Vélez, G. (2021). Inmediatez y veracidad de los hechos, un compromiso desdibujado desde el periodismo. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*,(148), 309-326.
- Ley General de Víctimas. (<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/html/wo83189.html> de DOF 03-05-2013 de 2013).
- Licona, E. (2007). *Habitar y significar la ciudad*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Cifuentes, J. (1986). Espacio y enunciación en la dinámica textual de la lengua española. *ELUA Estudios de Lingüística Universidad de Alicante*, 209-235.
- Colás, P. (2007). La construcción de la identidad de género: Enfoques teóricos para fundamentar la investigación e intervención educativa. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 151-166.
- Codina, L. (1 de Noviembre de 2021). *Periodismo y cibermedios*. Obtenido de <https://www.lluiscodina.com/cibermedios/>

- Congreso Nacional de Investigación Educativa. (S.F). *Procesos de socialización y enculturación de niños de diez años. Hijos de familias migrantes desde dos ámbitos diferentes: familiar/comunitario y escolar en una comunidad zapoteca*. Recuperado el 01 de 2022, de https://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_01/ponencias/1782-F.pdf
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (1917). Art. 6. *Const.*
- Convención Americana sobre Derechos Humanos, Pacto de San José. (1969). *Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José)*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Corte Interamericana de Derechos Humanos: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/17229a.pdf>
- Corominas, M. (SF). *Los estudios de recepción*. Obtenido de <http://cv.udl.cat/cursos/elsmijtjans/t3/docs/estudiosrecepcion.pdf>
- Costa, J. (1999). *La comunicación en acción*. Barcelona: Paidós.
- Álvarez, R. (3 de Marzo de 2016). *La Nota Roja mexicana: más de cien años del periodismo más escabroso que puedas imaginar*. Recuperado el 12 de 2021, de Magnet: <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/la-nota-roja-mexicana-mas-de-cien-anos-del-periodismo-mas-escabroso-que-puedas-imaginar>
- ACE. (S.F). *Enciclopedia ACE, Administración y Costo de Elecciones*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Integridad Electoral: <https://aceproject.org/main/espanol/ei/eig02a.htm>
- Abarca, R. (Enero-Diciembre de 2012). Ontología y deontología en los medios de comunicación social. *Correspondencias & Análisis(2)*, 259-270.
- Aguado, J. (2004). La comunicación humana como producción, transformación y reconstrucción de sentidos. En J. M. Aguado, *Introducción a las teorías de la comunicación y la información* (págs. 88-110). Murcia, España: Universidad de Murcia.
- AMAI. (2020). *Niveles socioeconómicos AMAI*. Recuperado el Agosto de 2022, de AMAI: <https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=preguntas>
- Anda, F. (2011). *La radio un gigante dormido*. México, México: Trillas.

- Animal Político. (s.f.). *Código de Ética*. (G. E. Criterio, Productor, & Grupo Editorial Criterio) Recuperado el Septiembre de 2022, de Animal Político: <https://www.animalpolitico.com/codigo-de-etica/>
- Animal Político. (2019). *Quiénes somos*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Animal político: <https://www.animalpolitico.com/quienes-somos/>
- Arriaga, J. (2002). "Colombianización" o "mexicanización" periodística. *La nota roja en los noventa*. Recuperado el Julio de 2022, de Razón y palabra: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/jarriaga.html
- Aulestia, X. (12 de Junio de 2020). *Los medios de comunicación y su responsabilidad*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Criterios digital: <https://criteriosdigital.com/debate/xaulestia/medios-de-comunicacion-y-responsabilidad/>
- Barata, F. (2010). Retos pendientes en el periodismo de nota roja. *Revista Latinoamericana de Comunicación*(110), 54-61.
- Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Universidad de Texas: G. Gili.
- Barbero, M. (1998). *De los medios a las mediaciones: comunicación, hegemonía y cultura* (Vol. 5ta Edición). Santafé de Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Barroso, P. (2011). Códigos de deontología periodística: análisis comparativo*. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 141-176.
- Batista, M. (2018). Introducción a la comunicación de masas. En M. B. Géigel, *Comunicación y medios masivos* (págs. 16-52). Culiacán, Sinaloa.
- Bejarano, M. (2014). El feminicidio es sólo la punta del iceberg. *Región y Sociedad*(4).
- Bernabeu, N. (2002). *Breve historia de la prensa*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Catedra naranja: http://www.catedranaranja.com.ar/taller3/notas_T3/Breve_historia_de_la_prensa.pdf

- Berti, F. (2010). Sensacionalismo y amarillismo en los medios de comunicación. En *Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]* (pág. 43.45).
- Bolter, D., & Grusin, R. (2011). Inmediatez, hipermediación, remediación. *Redalyc, Cuadernos de Información y Comunicación*, 29-57.
- Boeree, G. (2007). *Los orígenes del lenguaje*. Obtenido de <https://webpace.ship.edu/cgboer/origenesesp.html>
- Burbules, N., & Callister, T. (2001). Hipertexto: El conocimiento en la encrucijada . En N. Burbules, & T. Callister, *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información* (pág. 75). España: Granica.
- Burgueño, L. (2019). Responsabilida colectiva. En L. B. Burgueño Duarte, *Autoría penal por responsabilidad colectiva. Más allá del injusto individual*. México, Ciudad de México, México: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- D'Adamo, O. (2007). Las teorías del impacto directo: El modelo Hipodérmico de la comunicación de masas. En O. D'Adamo, *Medios de comunicación y opinión pública* (págs. 29-40). Virginia: Mc Graw Hill.
- Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder. (1985 de 1985). *Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder*. ONU.
- Delgadillo, C. (2022). *Iniciativa que Reforma y adiciona los artículos 199 octies y 208 del Código Penal Federal, a cargo de la diputada Claudia Delgadillo González, del grupo parlamentario del PVEM*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Cámara de Diputados del Congreso de la Unión LXV Legislatura: http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2022/04/asun_4351951_20220407_1649351837.pdf
- De Fleur, L., & Ball Rockeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Pre-textos.

- Diab, P. (2017). La perspectiva estructuralista. Ferdinand de Saussure, iniciador de la lingüística moderna. En C. Donoso, *Semiología. Cuadernillo 1. En torno a los signos* (Vol. I).
- Domínguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. Tlalnepantla, Estado de México, México: Red Tercer Milenio. Obtenido de Aliat: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf
- Dupred, M., & Unda, N. (Julio-diciembre de 2014). Revictimización de niños y adolescentes tras denuncia de abuso sexual. *Universitas, XI*(19), 101-128. EcuRed. (s.f.). *Telégrafo*. Obtenido de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Tel%C3%A9grafo>
- Escudero, L., & Gabelas, J. (1 de Enero de 2016). La realidad de la telerrealidad: escáner de una sociedad (híper) televisiva. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 1-27.
- Esquire. (2017). *¿Sabes cuál fue el primer cómic de la historia?* Recuperado el Julio de 2022, de Esquire: <https://www.esquire.com/es/actualidad/libros/a12033472/primer-comic-de-la-historia-the-yellow-kid/>
- Expósito, F. (2011). Violencia de Género. *Mente y cerebro*(48), 20-25.
- Flores, L., & Mendieta, A. (Marzo de 2012). La percepción de la nota roja periodística en primera plana. Un estudio de caso. *Revista de Comunicación de la SEECI, ISSN:1576-3420*(27), 1-13.
- Flores, A. (2005). Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles. *Comunicar*(25).
- Fernández, C. (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México: McGraw-Hill.
- Fernández, F. (2002). La responsabilidad de los medios de comunicación,. *El Colegio de Sonora, XIV*(25), 193.
- Fernández, T., & Tamaro, E. (2004). *Biografía de Abraham Maslow*. Recuperado el agosto de 2022, de Biografías y vidas. La enciclopedia biográfica en línea: [https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/maslow.htm#:~:text=\(Abraha](https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/maslow.htm#:~:text=(Abraha)

m%20Harold%20Maslow%3B%20Nueva%20York,autorrealizaci%C3%B3n%20que%20lleva%20su%20nombre.

Fundación Gabo. (22 de Septiembre de 2016). *¿Qué es la línea editorial de un medio de comunicación?* Obtenido de Fundación Gabo: <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/888>

Fundéu Rae. (19 de 02 de 2020). *teléfono inteligente, preferible a smartphone*. Obtenido de Fundeu: <https://www.fundeu.es/recomendacion/smartphone-telefono-inteligente/>

García, A. (24 de 02 de 2019). La esclavitud moderna de género: explotación sexual, trabajo doméstico y matrimonio forzado. *El Economista*(<https://www.economista.com.mx/economia/La-esclavitud-moderna-de-genero-explotacion-sexual-trabajo-domestico-y-matrimonio-forzado-20190224-0002.html>).

García, A. (13 de Febrero de 2021). Sólo en los primeros seis meses del 2020 fueron asesinadas 1,844 mujeres en México: Inegi. *El Economista*.

Gil, P. (2021). *Comunicación rupestre. De cueva en cueva*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/Terrorios/terri_ene_cueva.html

Gobierno de España. (s.f.). *Instituto de la mujer y la igualdad de oportunidades de España*. Recuperado el Agosto de 2020, de Inmujeres: https://www.inmujeres.gob.es/servRecursos/formacion/Pymes/docs/Introduccion/02_Definicion_de_violencia_de_genero.pdf

González, D. (Junio de 2009). Los medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XV(29), 37-68.

González, M. (2020). *El origen de la prensa amarillista en EE.UU*. Recuperado el Julio de 2022, de Chiqaq News: <https://medialab.unmsm.edu.pe/chiqaqnews/el-origen-de-la-prensa-amarillista-en-ee-uu/>

Grupo Editorial Criterio. (2020). *Editorial Criterio*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Editorial Criterio: <https://editorialcriterio.com/>

- Grupo Editorial Criterio. (2022). *Media Kit Animal político*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Editorial Criterio: <https://editorialcriterio.com/media/ap.pdf>
- Grupo Editorial Notmusa. (2020). *Grupo Editorial Notmusa*. Recuperado el agosto de 2022, de notmusa: <https://www.notmusa.com.mx/>
- Guarini, C. (2002). Memoria Social e imagen. *Cuadernos de Antropología Social*(15), 113-123.
- Guerrero, L. (Junio de 2018). *Definición MX*. Recuperado el 2021, de Definición de Prensa Gráfica: <https://definicion.mx/prensa-grafica/>
- Gómez, G. (2003). LOS ESTUDIOS DE RECEPCION: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a mucho modos. *Intexto*, II(9), 1-13.
- Gómez, V. (2002). Las nuevas tecnologías y los medios de comunicación y su incidencia en el consumo de los niños y los jóvenes. *Eticanet*(0).
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporanea española. *2010*, 268-285.
- Guzmán, G. (s.f). *Semiótica: qué es y cómo se relaciona con la comunicación*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/social/semiotica>
- Hallin, D. (Agosto de 2000). La nota roja: Periodismo popular y la transición a la democracia en México. *América LatinaHoy*(25), 35-43.
- Haidar, J. (1995). El campo de la semiótica visual. En A. Gimarte-Welsh, & J. M. López, *Semiótica Memoria Del Primer Curso* (pág. 189). Azcaptzalco, México, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ham, R. (Agosto de 2016). Nota roja, entre la vorágine y la imagen. *Zócalo*, XVI(198).
- Herman, E., & Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica.
- Hernández, M. (02 de Febrero de 2018). *Medios de comunicación para el desarrollo social*. (Telos, Productor) Recuperado el Septiembre de 2022, de Telos, fundación telefónica: <https://telos.fundaciontelefonica.com/participacion-y->

colaboracion-como-motores-del-cambio-medios-de-comunicacion-para-el-desarrollo-social/

Hernández, P. (2015). Consideración teórica sobre la prensa como fuente historiográfica. *Historia y comunicación social*, 2(22), 463-477.

History. (30 de Noviembre de 2019). *Alexander Graham Bell*. Recuperado el Agosto de 2021, de History: <http://www.history.com/topics/inventions/alexander-graham-bell>

Huerta, J. (23 de 11 de 2014). Semiótica de la imagen: depende del ojo con que se mire. (F. México, Ed.) México.

IMSS. (26 de 11 de 2015). Obtenido de Gobierno de México: <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/violencia-genero>

Iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona el artículo 209 del Código Penal federal y el artículo 21 de la Ley Federal contra la delincuencia organizada, e. m. (2008). *Cámara de Senadores*. Obtenido de Gaceta del Senado LX/3PPO-249/17802: https://www.senado.gob.mx/64/gaceta_del_senado/documento/17802

Iribarne, M. (octubre-marzo de 205-2016). Feminicidio (en México). *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*(9), 205-223.

Jáquez, J. (02 de 2001). La prensa amarillista en México. *Revista Latina de Comunicación Social*, 4(38).

Jensen, K. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.

Jensen, K. (1995). *The Social Semiotics of Mass Communication*. Londres: Sage.

Jiménez, L. (2009). Periodismo, Sociedad, Victimología. El deber de informar ante la indiferencia en los medios de comunicación; el respeto al dolor y víctimas del terrorismo desconocidas en España. *I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Madrid: Universidad de la Laguna (Tenerife). Obtenido de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/26146/periodismo_jimenez_CILC_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Juan Ángel, J. (febrero-abril de 2010). La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*(71).
- Karam, T. (2014). *Introducción a la semiótica de la imagen*. Recuperado el 01 de 2022, de Portal Comunicación: <http://investigacionsocial sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/SEMIOTICA-KARAM.pdf>
- McLuhan, M. (1985). *La Galaxia Gutenberg. Génesis del “Homo Typographicus”*. Barcelona: Planeta- De Agostini S.A.
- Maletzke y su modelo de comunicación colectiva. (s.f). *Teoría de la Comunicación I*. Recuperado el Julio de 2022, de Teorías UNAM: <http://teoriasunam2203.weebly.com/maletzke-y-su-modelo-de-comunicacioacuten-colectiva.html>
- Mantilla, S. (2015). La revictimización como causal del silencio de la víctima. *Revista de Ciencias Forenses de Honduras*, 6.
- Marchiori. (1990). Los procesos de victimización. Avances en la asistencia a víctimas. *Victimología*.
- Maraboto, M. (2 de Abril de 2014). Los colores del periodismo. *Forbes*.
- Martínez, L. (2005). La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos en la red. En G. López, *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (págs. 269-332). Universitat de València.
- Martínez, O. (2016). Introducción. En Martínez, *Ética y Autorregulación Periodísticas en México. Conceptualización, historia, retos y documentos* (pág. 11). México D.F: Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal.
- Martínez-Salanova, E. (1998). Educación familiar y socialización con los medios de comunicación. *Redalyc*, 41-52.
- Millán, A. (2017). *Narcoserries - Apología del delito*. Ciudad de México, México: Colegio Anglo Mexicano de Coyoacán.
- Molina, A. (17 de 09 de 2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *Medisur*, 13(4), 481-493.

- Monfort, N. (2013). Internet: de la rapidez a la inmediatez. *ADComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*(5), 269-271.
- Monjas, M., Begoña, J., & Valle, M. (2005). Aceptación social y género en la infancia y adolescencia. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 383-393.
- Muñoz-González, R. (2016). "Más allá de la sangre: procesos de revictimización y periodismo sensacionalista. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 829-845.
- Navarro, L. (2011). ¿Para qué sirve la semiótica? Una propuesta de resignificación de la mujer a través de la comunicación para el cambio social. (U. d. Norte, Ed.) *Investigación & Desarrollo*, 19(1), 166,195.
- Observatorio de Medios de Comunicación en Materia de Perspectiva de Género y Derechos Humanos en Michoacán. (2021). *Exhorta Observatorio de Medios a no difundir imágenes de menores y adolescentes víctimas*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Gobierno de Michoacán: <https://michoacan.gob.mx/observamich/exhorta-observatorio-de-medios-a-no-difundir-imagenes-de-menores-y-adolescentes-victimas/>
- OMS. (2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/topics/gender/es/>
- ONU. (1976). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Naciones Unidas: <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>
- OPS. (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud: resumen*. Organización Panamericana de la Salud. Washington, D.C: Organización Mundial de la Salud.
- Ortega, F., González, B., & Pérez, M. (2015). Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes. *Revista Latina de Comunicación Social*(70), 627-651.
- Pantoja, L. (2012). Deontología y código deontológico del educador social. *sips - pedagogía social. revista interuniversitaria*, 65-79.

- Paredes, S. (20019). *Codigos De La Imagen*. Recuperado el 12 de 2021, de Slideshare: https://es.slideshare.net/elpilardecefiro/codigos-de-la-imagen1?qid=10df94fa-3f9b-494b-8c1c-e082c36e7212&v=&b=&from_search=1
- Pellicer, M. (2013). La importancia de la tecnología para el ámbito de la comunicación. *Historia y comunicación social*, 18(Especial Octubre), 481-489.
- Pedroso, R. (1994). Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista. *Comunicación y sociedad*(21), 139-157.
- Perela, M. (2010). Violencia de género: Violencia psicológica. *Nueva época*(11-12), 353-376.
- Pérez, M. (Enero-Abril de 2008). Infancia y violencia en medios de comunicación. Aproximación a un aspecto de la educación informal. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*(121), 315-356.
- Pérez, T. (2008). *Diagnóstico sobre la violencia de género y social en la Ciudad de México*. Obtenido de INDESOL; Observatorio de Violencia de Género y Social en la Ciudad de México: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/159755/2010_OVSyG_DF_3_CIPE.pdf
- poder, Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de. (1985). *Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder*. Obtenido de Orden Jurídico: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/TratInt/Derechos%20Humanos/INST%2028.pdf>
- Ramos. (2015). Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo. *Opción*, 31(4), 758-774.
- Razón y Palabra. (Julio de 1997). *El Pensamiento de McLuhan y el Fenómeno de la Aldea Global*. Recuperado el 01 de 2022, de Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/aldjav.htm>

- Real Academia Española. (10 de 2014). *Clic*. Recuperado el 01 de 2022, de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/clic>
- Real Academia Española. (2022). *Apología*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/apolog%C3%ADa>
- Redacción. (11 de Febrero de 2021). *Realidad*. Obtenido de Concepto definición de : <https://conceptodefinicion.de/realidad>
- Redacción Perú 21. (13 de Febrero de 2020). *¿Quién era Ingrid Escamilla, la mujer que fue brutalmente asesinada en México?* Obtenido de Perú 21: <https://peru21.pe/mundo/quien-era-ingrid-escamilla-la-mujer-que-fue-brutalmente-asesinada-en-mexico-fotos-nnda-nnlt-noticia/>
- Robinson, S. (2009). La nueva estrategia de control social. Miedo en los medios y terror en los espacios emergentes. *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires,.*
- Rodríguez, M. (2008). Tratamiento de la violencia de género en la prensa Vasca. *Cuestiones de género*, 317-346.
- Romero, L. M., & Rivera, D. (2019). *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas* (Vol. I). Perú, Perú: Pearson.
- Russel, D. (2006). Definición de feminicidio y conceptos relacionados. En *Feminicidio: una perspectiva global*, (págs. 73-96). México: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México.
- Scolari, C. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *ANUARIO AC/E DE CULTURA digital* , 71-81.
- Sánchez de los Monteros, A. (Julio-Agosto de 2020). La violencia de género en México, ¿en qué vamos? *Revista Digital Univeritaria*, 21(4).
- Sánchez, E. (13 de 12 de 2021). *La teoría de los usos y gratificaciones*. Recuperado el Enero de 2022, de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>

- Sánchez, E. (22 de junio de 2022). *La teoría de usos y gratificaciones*. Recuperado el agosto de 2022, de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-usos-y-gratificaciones/>
- Sánchez, J. (1997). De la crónica roja al morbo mediático. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*.
- Sánchez-Ostiz, P. (Enero de 2021). La apología del delito. *Persona y Derecho*, 619-652.
- Salazar, M. (2018). ¿Cuarto poder? Mercados, audiencias y contenidos en la prensa estatal mexicana. *Política y gobierno*, XXV(1), 125-152.
- Sampedro, J. (2008). Los derechos humanos de las víctimas: Apuntes para la reformulación del sistema penal. *Revista Colombiana de Derecho Internacional*(12), 353-372.
- Significados.com. (s.f.). *Significados*. Recuperado el 06 de 2022, de Significado de Target: <https://www.significados.com/target/>
- SPJ. (S.F). *Étics*. (S. o. EEUU, Productor) Recuperado el Septiembre de 2022, de Society of Professional Journalists: <https://www.spj.org/ethics.asp>
- Testa, S. (2009). *Memoria de la esclavitud y debate racial: la cuestión de la "identidad negra" en Cuba*. Recuperado el Abril de 2021, de Open Edition Journals: <https://journals.openedition.org/nuevomundo/58153>
- Thompson, J. B. (1997). La transformación de la visibilidad. En J. B. Thompson, *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (págs. 161-187). Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Uncuyo, C. (23 de Marzo de 2012). *La Televisión Su Impacto Social*. Recuperado el Agosto de 2021, de Scribd: <https://es.scribd.com/document/86515368/LA-TELEVISION-SU-IMPACTO-SOCIAL>
- Unión. (22 de 09 de 2020). *Invención de la escritura y las primeras ciudades. Aprende en Casa II*. Obtenido de Unión : <https://www.unionpuebla.mx/articulo/2020/09/22/educacion/invencion-de-la-escritura-y-las-primeras-ciudades-aprende-en-casa-ii>
- Universidad de Puerto Rico. (11 de Febrero de 2016). *La radio tiene un impacto social y proporciona acceso a la información*. Recuperado el Agosto de 2021,

- de Cadena Radio Universidad de Puertorico:
<https://www.wrtu.pr/2016/02/11/la-radio-tiene-un-impacto-social-y-proporciona-acceso-a-la-informacion/>
- Universitat Jaume I. (S.F). *Historia de la escritura*. Recuperado el septiembre de 2022, de UJI: <https://www3.uji.es/~ruiz/0903/Lects/HistoryOfWriting-TRAD.pdf>
- Vásquez, V. (2012). *El papel de la comunicación en la construcción de comunidad*. Recuperado el Septiembre de 2022, de Pontificia Universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/11313/VasquezEspitiaVanessa2012.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Vázquez, M. (2014). *Historia y Comunicación Social*. La Habana, Cuba: Pablo de la Torriente.
- Vega, A. (2007). Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 123-137.
- Villareal, A. (enero-junio de 2001). Relaciones de poder en la sociedad patriarcal. *Revista Electrónica “Actualidades Investigativas en Educación”*, 1(1).
- Vidales, C. (2009). La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. *Comunicación y Sociedad*(11), 37-71.
- We are social. (27 de 01 de 2021). *Digital report 2021: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. Obtenido de We are social: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Zafett, A. (Junio-Agosto de 2002). Teoría de la cultura, *Industria Cultural*. *Contexto*(04), 34-35.