

**LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS EN LA ERA
DIGITAL. EL CASO DE LA COBERTURA DE LOS FEMINICIDIOS EN
MÉXICO**

Área de investigación: Estudios de género en las organizaciones

José Carlos Vázquez Parra

Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara
México
jcvazquezp@tec.mx

Florina Guadalupe Arredondo Trapero

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
México
farredon@tec.mx

Elizabeth Tiscareño García

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey
México
A01470053@itesm.mx

Octubre 9, 10 y 11 de 2019

Ciudad Universitaria | Ciudad de México



LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS EN LA ERA DIGITAL. EL CASO DE LA COBERTURA DE LOS FEMINICIDIOS EN MÉXICO



Resumen

No cabe duda que vivimos en una era de información y medios digitales, lo cual, obliga a que las organizaciones dedicadas a la comunicación, pongan mucha atención sobre la responsabilidad y el impacto que pueden llegar a tener en la sociedad. En una región como la Latinoamericana, la forma en que se perciben los problemas tiene una clara relación con la manera en que la sociedad los enfrenta, por lo que la claridad y objetividad de la información que los medios proveen resulta fundamental. La presente ponencia tiene el objetivo de hacer una reflexión desde un enfoque con perspectiva de género, sobre el rol que desempeñan las empresas de comunicación periodística con plataformas digitales, al momento de comunicar situaciones de impacto social, como es el caso de la violencia de género en el país, a partir de un marco de referencia de responsabilidad social. Metodológicamente, se ha realizado un análisis de contenidos periodísticos en línea, considerando tanto las características de cada nota, como las reacciones de las y los lectores. Como conclusión, se consigue identificar que efectivamente la forma en que se da la cobertura de este tipo de sucesos puede influir en la percepción que se tiene de algunos de los casos de feminicidio, por lo que la responsabilidad de las organizaciones de apegarse a protocolos internacionales que mejoren su objetividad es fundamental para verdaderamente decirse socialmente responsables.

Palabras clave: responsabilidad social, violencia de género, medios de comunicación, TIC, plataformas digitales.

Introducción

Como parte de los retos que se han declarado para el 2015 por la Organización de las Naciones Unidas, se encuentra el tema de la igualdad entre los géneros, ya que es difícil que una región pueda salir adelante, cuando no se pone atención al bienestar y la calidad de vida de todos sus miembros. Por ello, el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 5 señala la necesidad de lograr un estado de igualdad



entre hombres y mujeres, así como conseguir un verdadero empoderamiento en todas las mujeres y niñas.



Sin embargo, ¿Cómo es posible que se pueda hablar de igualdad, cuando las mujeres siguen, en algunas partes del mundo, careciendo de los derechos más fundamentales?, ¿Cómo ver cuestiones como la igualdad y el empoderamiento, cuando aún tenemos una brecha de género enmarcada por la violencia y la vejación de millones de niñas y jóvenes?

En respuesta a esto, las empresas parecen estarse sumando a este compromiso internacional, considerando que la realidad que viven sus colaboradoras no debería de variar de la de los trabajadores varones. Así, y según el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, toda empresa debe apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. Esto, de manera lógica, incluye todo lo relacionado con la búsqueda, defensa y promoción de la igualdad entre todas las personas (Global Compact, 2018).

Esto es algo que de igual manera consideran normatividades internacionales como la norma ISO 26000, la cual incluye en sus materias de Derechos Humanos y Prácticas Laborales, amplias consideraciones a la promoción y respeto de la igualdad entre todos los grupos de interés de la empresa (IMNC, 2011).

Aunque sabemos que no toda empresa en México pudiera estar apegada a estas normatividades internacionales, el Decálogo de Empresas Socialmente Responsables del Centro Mexicano de Filantropía, igualmente incluye un apartado relacionado al señalar que toda empresa debe vivir esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana, lo cual incluye tanto sus prácticas laborales como su labor diaria (CEMEFI, 2015).

Por ende, es de esperarse que, dentro de las políticas de responsabilidad social de las compañías de comunicación y los medios impresos, deba considerarse que el manejo de la información que brindan y comunican deba respetar en todo momento los derechos de todos los implicados, ya que solo así, pueden señalar que efectivamente están promoviendo



mejores condiciones de vida para las personas (Bigné, Chumpitaz, Andreu, & Swaen, 2005).



La presente ponencia tiene el objetivo de analizar, desde un enfoque con perspectiva de género, el rol que desempeñan las empresas de comunicación periodística en línea al comunicar la violencia de género en el país, desde una perspectiva de su responsabilidad social.

Por medio de un análisis de contenido, se analizará la manera en que los medios de comunicación periodísticos en línea son responsables de la percepción que se tiene de las víctimas de feminicidio, tanto por parte de los comunicadores, como por los consumidores de dicha información, por ser un espacio abierto para comentarios y reacciones de la población en general.

Cabe señalar, que la presente ponencia no busca atentar contra la libertad de comunicación, prensa o expresión, sino más bien, pretende hacer consciente al lector y a los medios de comunicación de la necesidad de respetar la objetividad que forma parte del quehacer de estas empresas, sobre todo en un tema tan delicado y sensible como la violencia de género y el feminicidio.

Marco teórico

La responsabilidad de las empresas de comunicación en la era digital

En una era en la que la esfera social se alimenta de la información que fluye desde múltiples fuentes, la ciudadanía exige a las empresas de comunicación el que se les valore como interlocutores válidos y que sus intereses sean tomados en cuenta al momento de informar sobre cuestiones que les afectan. Lo anterior tomando como base que la información y la actividad de informar, es considerada como una función pública, por las implicaciones y el impacto social de la misma (Fierros, 2002).

La legitimidad de brindar información es una responsabilidad de toda empresa de comunicación, así como de los sujetos que colaboren en sus funciones. Por ende, las empresas de comunicación están obligadas a procurar y respetar la información que brindan, evitando apegarse a ideologías, creencias o intereses particulares que pudieran acentuar o atenuar ciertos acontecimientos (Capriotti, 2007).





De igual manera, es reprochable el que unas empresas de comunicación se presten para publicar noticias exageradas o inclusive falsas (Fake News), mismas que más que informar confunden a la población y no le permiten tener una visión objetiva del problema. Para el caso concreto de los malestares sociales, como el feminicidio, las noticias falsas suelen ser tendenciosas hacia la víctima o el victimario, afectando claramente la percepción que puede tenerse de la noticia (Loteró, Romero, & Pérez, 2018).

Una empresa socialmente responsable, es aquella que genera valor compartido con todos sus grupos de interés, viendo no únicamente por el bienestar y el desarrollo de sí misma, sino también, por el impacto que pueden llegar a tener sus acciones y decisiones sobre la sociedad en general (Raufflet, Lozano, Barrera, & García, 2012). Es una organización que debe velar por el desarrollo de una consciencia colectiva, la cual incluya internamente a sus colaboradores y directivos, como a su vez, externamente, a sus consumidores, acreedores y todo aquel agente con el que tenga injerencia (Arredondo Trapero, Rosas Ferrer, & Villa Castaño, 2011).

La responsabilidad social puede configurarse según el actuar y misión de las empresas, por lo que según Cortina, Martínez y Siurana (2005), el derecho a la información no es propiedad ni del comunicador, ni de la empresa de medios, sino de los ciudadanos, y por ello, la objetividad de la información que se brinda resulta ser una de las mayores responsabilidades que tienen este tipo de empresas.

Aunque las empresas de comunicación deben garantizar el derecho a la libre expresión, deben buscar que la información que se brinda se respalde con señalamientos fundados o interpretaciones razonables, ya que su responsabilidad social también incluye el poder brindar puntos de vista contrastados, mismos que permitan potenciar una opinión pública lo suficientemente argumentada (Cortina, Martínez, & Siurana, 2005).

Además de su función informativa, los medios de comunicación influyen en gran medida en el proceso de adquisición de conocimientos de la realidad, por ello, el hecho de que la información sea clara, concisa, puntual, relevante, precisa y completa, son características que no deben tomarse a la ligera. Cuando se produce información que no se apega a estos atributos, tanto la empresa como el comunicador son





corresponsables de las consecuencias negativas que pudieran tener en los consumidores directos o incluso en la percepción social del hecho (Capriotti, 2007).

Por ello, es que la información que se brinda sobre cualquier malestar que afecta a la sociedad debe tener una cobertura mediática muy cuidadosa, ya que independientemente de la información que se brinda, los medios de comunicación son igualmente responsables de la posible generación de tendencias que pudieran generarse influidas por opiniones o formas de pensar plasmadas en sus productos mediáticos (Iyengar, 1994).

Es lamentable, y contrario a su responsabilidad de informar, que los medios de comunicación tomen posturas sesgadas o tendenciosas sobre situaciones trágicas que se viven en el país, como la violencia, el crimen o las desapariciones forzadas, lo cual puede llegar a gestar, en muchos casos, un conjunto de respuestas que contrastan a la población que, al leer la nota, reproduce opiniones igualmente poco argumentadas.

El feminicidio en México

El feminicidio se define como los asesinatos de mujeres que resultan de la violencia ejercida contra ellas por su condición de género (Carcedo y Sagot, 2002). Existen formas de clasificación del feminicidio: a) íntimo, b) no íntimo y c) conexo. El feminicidio íntimo se presenta cuando el asesinato es cometido por un hombre contra una mujer con quien mantuvo una relación íntima, familiar y/o de convivencia (Carcedo y Sagot, 2002). El feminicidio no íntimo se refiere a los asesinatos cometidos por hombres con quien la víctima no tiene relación íntima, familiar, de convivencia, y, normalmente involucra el ataque sexual a la víctima (Carcedo y Sagot, 2002). Finalmente, el feminicidio por conexión, son mujeres asesinadas por un hombre en el intento de quitarle la vida a otra. Se trata de mujeres que intentan intervenir o que quedan atrapadas en la acción feminicida (Carcedo y Sagot, 2002). Tal es el caso de niñas que intentan defender a la madre ante el agresor o también madres o hermanas que intentan defender a la hija o hermana del daño del agresor.

Las variables que están asociadas con el feminicidio es la cultura patriarcal, que deriva en crímenes de odio contra la mujer. No es sencillo identificar patrones de conducta de un criminal que atenta en contra de



la mujer, quien normalmente es su pareja. Pero sin lugar a dudas, en el problema del feminicidio convergen tres variables: relaciones de poder; estructura patriarcal de la sociedad e inoperancia del Estado (Albarran, 2015).

En el caso de los feminicidios se han identificado siete factores convergentes:

- Es el resultado de un proceso de escalada y no como un acto criminal casual.
- La subordinación económica en la mayoría de las víctimas en su relación con los feminicidas.
- El bajo nivel de escolaridad de los victimarios y la superioridad educativa de las víctimas.
- La nula información sobre prevención de violencia presente en los victimarios.
- La detonación de temas de conflictos en la pareja (celos, relaciones, y situaciones con los hijos).
- El fácil acceso a las armas letales.
- Una historia de vida con castigos físicos recibidos, violencia normalizada, y un apego inseguro del tipo ambivalente y desorganizado (Vera, 2012).

Hablar de violencia de género en nuestros días sigue siendo tan complejo como solía serlo el siglo pasado. Lamentablemente, poco ha cambiado desde que Simone de Beauvoir, declaraba la necesidad de poner atención al entorno en el que la niña se formaba y desarrollaba, ya que es en su infancia y juventud cuando define la manera en que el mundo la percibe (De Beauvoir, 2014). En países como México, y de manera general en la región Latinoamericana, la realidad que viven millones de mujeres y niñas no solo sigue siendo la misma, sino que ahora se ve a la luz del ámbito público, dejando en claro que el ser mujer en este país es considerablemente más peligroso que ser hombre.

Un entorno violento que inicia desde sutiles casos de micromachismo, puede terminar en privaciones de libertad, tortura, violación y feminicidio, lo cual va desde la privacidad del hogar, hasta la mayor cobertura por parte de los medios de comunicación. Y aunque parece ser que las instituciones gubernamentales y la sociedad se ve interesada por los casos expuestos a la luz pública, en muchos casos es mayor el malestar de lo sucedido que realmente un interés por comprender que

esto se dio y sigue dándose como consecuencia de la cultura de violencia de género en el país (Amorós, 1992).



A nivel Internacional, el feminicidio comenzó a reflejarse en la literatura académica a finales de la década de los años 70, sin embargo, fue hasta los 90 en que se acuñó el término y se hizo una categorización del fenómeno (Zavaleta, 2018). Russell fue el primero en utilizar el término feminicidio en 1976, aunque fue hasta 1990 en que, en un texto con Caputi, lo conceptualiza como el asesinato de mujeres realizado por hombres motivados por odio o desprecio hacia las mujeres (Russell, 2006).

En México, Wright (2011) considera este mismo concepto para explicar las muertes de mujeres que durante décadas venían dándose en el desierto de Ciudad Juárez, apreciando que la narrativa que se planteaba sobre los homicidios podía hacer variar la percepción que se tenía de los mismos. Wright señala que muchos de los casos de feminicidios de Ciudad Juárez eran abordados por las autoridades y los medios de comunicación desde dos enfoques, uno que culpabilizaba a las víctimas, etiquetándolas la mayoría de las veces como prostitutas que habían sido asesinadas como consecuencia de su profesión. La otra era una visión que minimizaba la muerte, considerándola como una más de las que se venían dando por la lucha entre los carteles de la droga de la frontera. Sea cual sea, en ambos casos la víctima pasaba a un segundo plano.

Ravelo (2017), no vio como suficiente la versión que la mayoría de los medios tenían de las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez, investigando su vida y señalando que, contrario a lo que las autoridades reportaban, la mayoría de los casos eran trabajadoras de la maquila, adolescentes y madres jóvenes, quienes habían sido secuestradas, maltratadas, violadas y asesinadas.

Algo interesante es que a pesar de esta información, la percepción de los medios de comunicación no varió demasiado, surgiendo términos como *maquilocas* (Centeno, 2016), haciendo referencia a mujeres jóvenes del centro y sur del país que vinieron a enloquecerse por la vida nocturna de la ciudad, generándose así un estigma sobre las mujeres de la maquila.

Según el informe “México Feminicida” del Instituto Nacional de las Mujeres, durante el 2017 se cometieron 12 mil 811 casos de feminicidio,



siendo el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, el periodo de gobierno en que mayor tasa de feminicidios se dio por año (ONU Mujeres, 2017). De esta manera, aunque los feminicidios no son algo nuevo en nuestra región, las cifras son cada vez más alarmantes, pasando de ser un crimen fronterizo-migrante a prácticamente presentarse en todos los estados del país e incluir a todo tipo de victimarios (Berlanga, 2015), mismo que ha hecho que la cobertura mediática cada vez sea más extensa.

Sin embargo, y a pesar de los años, las notas periodísticas han seguido bifurcándose entre aquellas que ven a las víctimas como mujeres pasivas y débiles, o las que las catalogaban como fuertes e independientes que eran asesinadas como consecuencia de vivir fuera de los paradigmas de su género (Sánchez, Ravelo, & Melgoza, 2015). Sea cual sea, ambas califican a las mujeres desde estereotipos de género y prejuicios culturales ignorantes, irracionales y poco objetivos.

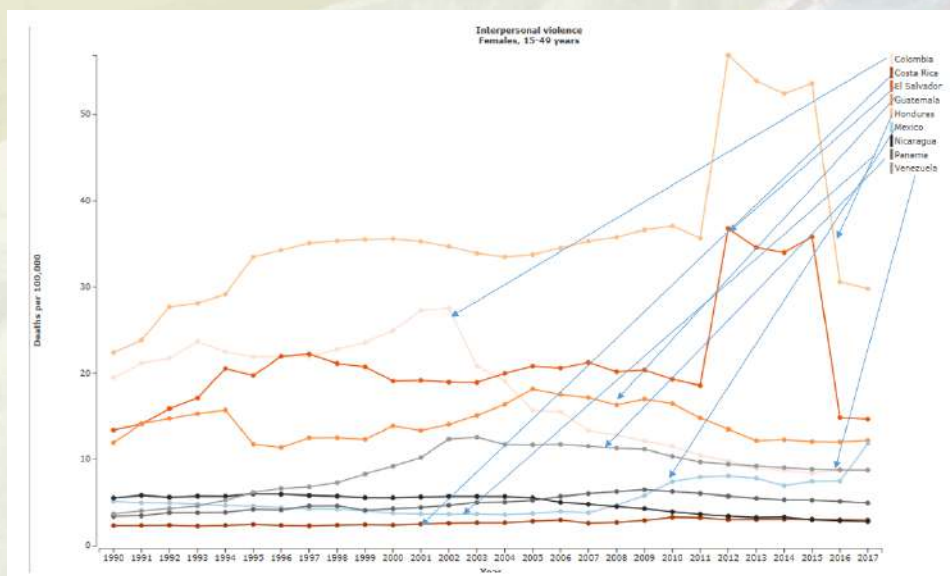
Este grave problema social lamentablemente no solo es exclusivo de México, es un mal que también se extiende a diversas partes de Latinoamérica. De acuerdo a la CEPAL (2017) el femicidio (o feminicidio) es la expresión más dramática de la violencia contra las mujeres.

De acuerdo con el organismo 1,903 mujeres fueron asesinadas por su condición en 15 países de América Latina y el Caribe en 2014. Los países con más alto nivel de feminicidio son Honduras, El Salvador, República Dominicana y Guatemala. Resulta alarmante que mueren en promedio al menos 12 latinoamericanas y caribeñas por el solo hecho de ser mujer. En el caso de México, en el 2014, ocurrieron 2,289 casos de defunción femenina con presunción de homicidio, un promedio 6.3 al día (BBC, 2017).



Gráfica 1

Muertes de mujeres jóvenes entre 15 y 49 años por violencia interpersonal por cada 100,000 habitantes



Fuente: Institute for Health Metrics and Evaluation (2019).

En la gráfica anterior se presenta la triste realidad histórica que se vive en diversos países de Centro América. Se trata del número de muertes de mujeres jóvenes entre 15 y 49 años por violencia interpersonal por cada 100,000 habitantes. México es el único país que repunta en el último año, ya que del 2016 al 2017 la cifra incrementó (IHME, 2019).

Por otra parte, Honduras, El Salvador y Guatemala bajaron sus índices sustancialmente en el último par de años. Aunque se trata de muertes por violencia interpersonal y no necesariamente de feminicidios en especial, es evidente que hay una agenda social por delante en este tema. Si bien la violencia ha sido un flagelo recurrente en la región latinoamericana, este problema puede reducirse (IHME, 2019). Los medios de comunicación pueden sumar esfuerzos a otras instancias gubernamentales para revertir la tendencia de la violencia, y la vía es ejerciendo un mayor sentido de responsabilidad social.

Medios de comunicación y feminicidios

Como parte de esta reflexión sobre la cobertura que se da de los feminicidio en México, diferentes autores como Monárrez (2010), Bonavitta y Garay (2011), Rojas (2014), Alcocer (2014), Gallur (2014) y



Danés (2017), han señalado que los medios de comunicación nacionales suelen estigmatizar a las mujeres y las víctimas, usando un lenguaje culpabilizador, enmarcado por una clara ignorancia hacia temas como el feminismo o los estereotipos de género, tanto por los periodistas, editores y reporteros.

Rodríguez (2008), expone que un problema que suele darse de manera generalizada en los medios de comunicación mexicanos es el hecho de ver los feminicidios como casos aislados, dando la posibilidad de analizarlos como resultado de cuestiones concretas, y no como parte de una violencia generalizada y normalizada por la propia sociedad.

Por si esto no fuera poco, los estudios de Bonavitta y Garay (2011), así como los de Alcocer (2014), presentan que muchas ocasiones los agresores llegan a ser justificados por los medios de comunicación basando las notas de prensa en construcciones sociales estereotipadas que condenan a la mujer, justificando la agresividad y la violencia como una parte natural de los hombres. Se juzga a las mujeres por vivir fuera de los cánones de su género siendo víctimas propiciatorias de lo que les ha sucedido.

De manera adicional, Gallur (2014) y Danés (2017) destacan la visión masculina en la cobertura mediática de los feminicidios, clasificando estos casos como parte de la nota roja o policiaca, y enmarcándolos con titulares que suelen ser prejuiciosos o estereotipados.

Sin embargo, en los últimos años, la atención mediática que se ha puesto a la violencia de género a nivel internacional, con movimientos feministas como He for She o #Metoo, han llevado a que la sociedad sea partícipe de la información que se comparte en los medios. Este hecho ha obligado a que las empresas dedicadas a la comunicación deban poner mayor atención a los señalamientos que hacen en torno a estas temáticas. Más allá de las notas que se comparten, la percepción narración y cobertura que hacen de un feminicidio, puede ser parte de la percepción social que se tiene sobre dicho medio de comunicación en temas de igualdad de género (Plaza & Delgado, 2007).

Casos como los de Lesvy Berlín Rivera Osorio o Mara Fernanda Castilla, dejaron en claro que la participación de los medios de comunicación en la era digital resulta influir significativamente en la manera en que un delito es percibido por la sociedad, pudiendo variar desde el





amarillismo de una cobertura policiaca, la objetividad de una nota periodística, hasta los cientos de columnas de opinión que lamentaban, rechazaban, juzgaban o incluso, justificaban, la muerte de estas jóvenes. Aunque, según Flores (2017), los medios de comunicación no siempre se enfocan en el hecho de que una persona, sea hombre o sea mujer, fue asesinada, sino más bien, en las implicaciones morales y sociales que pudieron suscitar el acto delictivo. En razón de lo anterior, la era digital exige a las empresas mediáticas recuperar el balance y objetividad que parecen no haber tenido en décadas anteriores sobre este tema, considerando las amplias repercusiones y la participación social que se tiene hoy en día en los medios de comunicación digital.

La información objetiva, como elemento de la responsabilidad social

Con el fin de responder a este llamado por la objetividad y responsabilidad mediática, y buscando apoyar a las empresas de comunicación con una herramienta confiable para el manejo de información relacionada con la violencia de género, la Oficina Regional para América Central del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH) con el apoyo de la Oficina Regional para las Américas y el Caribe de la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres), dentro del marco de la Campaña del Secretario General de las Naciones Unidas ÚNETE para poner fin a la violencia de género, publicaron el Modelo de Protocolo Latinoamericano de Investigación de las Muertes de Mujeres por Razones de Género (OACNUDH & ONU-Mujeres, 2014), mismo en el que se pone especial atención a la responsabilidad que tienen los medios de comunicación y las autoridades de dar a conocer objetiva y verazmente toda información relacionada con presuntos casos de feminicidio.

Como parte del protocolo, se espera que todo medio de comunicación, considere 4 aspectos fundamentales al momento de informar sobre un presunto caso de feminicidio:

1. **La víctima es una persona:** No se debe olvidar en todo tipo de comunicación que la víctima es una persona, por lo que se le debe tratar con respeto y jamás cosificarla.
2. **La víctima era un agente social:** Una parte fundamental de la víctima era su pertenencia a grupos, los cuales la hacían un





agente social que convivía con otros. Por consiguiente, la comunicación que surja sobre el caso, debe siempre considerar los grupos a los que la víctima pertenecía. Es necesario tener la sensibilidad de respetar a sus familiares y allegados, incluyendo sus necesidades, sus intereses y posibles emociones (indignación, miedo, temor, vergüenza, etc.) que pudieran sentir ante el acontecimiento.

3. **Evitar juicios de valor:** La información que surge de este tipo de casos, no solo es delicada por el tema delictivo, sino también por las implicaciones sociales, morales y privadas que salen a la luz. Por consiguiente, la autoridad debe ser muy cauta al momento de sacar conclusiones o hacer cierto juicio si no cuenta con los argumentos para sostenerlos.
4. **Ver siempre por la víctima:** La violencia de género es un problema que, como se ha mencionado anteriormente, no solo es delictivo, sino también que refleja un malestar social. Los victimarios no necesariamente son personas ajenas a las víctimas, por lo que la información puede ser delicada o altamente sensible sobre la vida de la persona. Por consiguiente, la autoridad debe velar por los intereses de la víctima y sus grupos de interés. El hecho de haber sido víctima de un feminicidio no impide que pueda ser siendo afectada su dignidad humana después de muerta.

Lamentablemente, y como se ha analizado en anteriores apartados, no siempre estos cuatro puntos son respetados por los medios de comunicación al momento de informar de un caso de feminicidio. Se dan diversas situaciones que atentan directamente contra la dignidad de las víctimas, y que falla al sentido de responsabilidad en cuanto al manejo de la información.

A continuación, se analiza un caso concreto de feminicidio y la cobertura que se dio por una empresa de medios de comunicación, reflexionando sobre la manera en que la dirección que se daba a las notas periodísticas, pudiera no ser del todo correcta. Aunque no se presenta un ataque o juicio directo por parte del reportero o redactor, basta el enfoque que se da de la información para que, en algunos casos, se desencadenen reacciones por parte de los lectores que llegan a juzgar y culpabilizar a la víctima.

Estudio de caso: Mara Fernanda Castilla



Con base en notas de prensa, Mara Fernanda Castilla desapareció en la ciudad de Puebla el 8 de septiembre del 2017 al abordar una unidad del servicio de taxis Cabify, en el trayecto de un bar a su domicilio. Se encontró en estado de desaparecida durante 8 días, hasta que su cuerpo fue localizado en un paraje. La versión dada, señala que el chofer del taxi la asesinó en un motel y se deshizo posteriormente del cuerpo (Camhaji, 2017).

A partir de un análisis de textos informativos y los comentarios de los lectores, se ha utilizado un análisis de contenido, el cual, según Berelson (1959) se define como una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

Los criterios para la elección del caso fueron tres elementos:

- Femicidio,
- Víctima identificada
- Victimario identificado

Estas características permiten un análisis de ambas partes. La elección del periódico Milenio como fuente de información se justifica con base en el acceso digital abierto que tiene de sus noticias, así como la visibilidad de los comentarios de los lectores y sus réplicas. El periodo que abarca el estudio general de revisión de información se da a partir del 12 de septiembre, que se da a conocer el femicidio, hasta el 31 de diciembre del 2017.

A partir de esto, se presenta la siguiente información de 21 notas informativas que se localizaron en 10 secciones distintas (Tabla 1).

Tabla 1
Clasificación de la información

Sección	No. De notas
Policía	9
Estados	6
Región	3
Negocios	1
Política	1
Varias	1

Fuente: Creación propia (Milenio, 2018)



Primeramente, se hizo una revisión de la tendencia masculina en la cobertura de la nota. Aunque el 45% de la responsabilidad de los reportajes son por parte de la redacción de Milenio, el 31% son reporteros masculinos, en contraste al 12% de reporteras mujeres. El 7% restante se firmaban por Notimex, sin identificar género del corresponsal.

En un segundo momento se revisó el lenguaje usado, considerando que en todas las notas se mencionaba el nombre de la víctima. Aunque la mayoría de las veces también se le describía como joven, estudiante, universitaria y de 19 años. Según López (2017) los descriptores podrían buscar construir la identidad de la víctima, haciendo que los lectores pudieran identificarse con ella. Sin embargo, existen algunas otras palabras que de igual manera se repiten en las notas: violada, estrangulada y desaparecida. Estas palabras no solo se presentan como parte de la narrativa de los hechos, sino que se utilizan reiteradamente buscando que el lector ponga especial atención en lo que le sucedió a la víctima. De igual manera, pero de manera menos recurrente, se utilizan las palabras: cuerpo, sábana y motel.

Es interesante señalar que en el caso de la palabra cuerpo, en varias notas la víctima deja de ser llamada por su nombre al momento de narrar su muerte, siendo calificada posteriormente como “el cuerpo”, mismo que fue “envuelto en una sábana” y “tirado en un paraje”. Según Wright (2011), esta reasignación de la víctima en un cuerpo que es desechado o tirado, es muy usual en los casos de feminicidio, haciendo semejanza a cuando se desecha lo que ya fue usado.

En un tercer momento, se hizo una clasificación de la atención que ponían las notas a diferentes momentos o hechos, considerando el número de palabras dedicadas al hecho. El 18% de las notas dedicaron gran parte de su espacio a hablar de la vida de Mara, poniendo especial atención en sus estudios, familia y amistades. Un 23% se orientaron en narrar la manera en que desapareció, enfocándose, en varias de las notas, en el hecho de que ella había ido a un bar, y que había salido del mismo a las 05.06 de la mañana. El 38% de las notas se encauzaron en ser muy claros en el proceso de muerte de la víctima, narrando los señalamientos del fiscal Víctor Carrancá, sobre el momento del secuestro y traslado a un motel, en el que víctima y victimario estuvieron de las 06.47 a las 08.15 de la mañana, para posteriormente el





victimario trasladarse a la autopista Puebla-Orizaba en donde se deshizo del cadáver. Por último, el 21% ponía la mayor atención a las reacciones de la población y la sociedad en general sobre este trágico suceso, señalando en algunos casos, opiniones que iban desde la preocupación, hasta el juicio y culpabilización de la víctima por lo sucedido.

Algo interesante a señalar, es que, por ser notas de la plataforma digital del diario, se podía apreciar cierta tendencia en la respuesta de los lectores a partir del foco de atención que ponían las notas. En la primera clasificación, aquellos que ponían atención en la vida de Mara, la tendencia era lamentar lo sucedido y culpabilizar a la sociedad violenta en la que viven los jóvenes.

No merecía morir, el mundo está lleno de pervertidos y locos que solo buscan cómo hacer daño (Milenio Digital, 2017b)

En la segunda clasificación, las notas que se enfocaban en la desaparición, se podrían apreciar varios comentarios que culpabilizaban deliberadamente a la víctima, poniendo atención al hecho de que el horario no era “correcto” o que ella se había puesto en ese riesgo

Pues sí, ya borrachita, sola y mujer, y a las cinco de la mañana, resulta una tentación para los gañanes. El culpable. El chofercillo que vio su oportunidad, ya sea porque la tonta se durmió, o andaba balbuceando (López, 2017).

Muchos dirán, que todos tienen derecho a divertirse, pero pues también andar a esas horas sola, es muy inconsciente...Y no la estoy responsabilizando (Agustín, 2017).

En el tercer caso, las notas enfocadas en el secuestro y muerte de la víctima, los comentarios igualmente se enfocaron en culpabilizar a la víctima, pero poniendo atención en el actuar y comportamiento de la víctima, más allá de los hechos que la llevaron a su muerte.

A ustedes mujeres, si les gusta salir de noche a bares o a antros y tomar alcohol o drogarse, no se vayan solas, no regresen solas, vayan en compañía de alguien de preferencia un hombre, hay monstruos allá afuera esperando mujeres solas, alcoholizadas o semi-inconscientes para saciar sus más diabólicas pasiones. Y si pueden dejen el alcohol, las drogas y vayan con un psicólogo traten su depresión, sus traumas, su soledad, no se entreguen a una muerte esperada! No lo permitan. Nunca estaremos seguras en ninguna parte del mundo. El feminicidio se incrementó en todo el mundo! No estamos seguras! (Milenio Digital, 2017).



En la última clasificación de notas, aquellas que señalaban la reacción de la población, los comentarios se encontraban divididos, ya que las notas en sí mismas eran de opinión.

De manera adicional a este análisis, se hizo una búsqueda de referencias a los derechos de la víctima, como su derecho a la vida, el respeto a su dignidad, su seguridad o libertad.

En la nota *Un año sin justicia: el feminicidio de Mara Fernanda Castilla*, Hazel Zamora (2018), hace referencia varias ocasiones a la privación de la libertad de Mara, así como al hecho de que fue incomunicada y asesinada. Como parte de la narración de hechos, se señala como su cuerpo fue abandonado y arrojado en el camino.

Por su parte, en la nota *Vinculan a proceso a chofer de Cabify por feminicidio*, firmado directamente por la editorial de Milenio (2017b), se hace referencia a la necesidad de hacer justicia a favor de la joven, aun así, no se hace referencia a ningún tipo de derecho de Mara, salvo narrar lo que le sucedió ese día.

En la nota *En Chilpancingo marchan mujeres; exigen justicia en caso de Mara*, Rogelio Agustín (2017), hace referencia a consignas hechas por una manifestación en Chilpancingo, entre las cuales se hace referencia al derecho de las mujeres a divertirse, a usar transporte público, a estar seguras. Sin lugar a duda, este es el texto que tiene un enfoque bastante pronunciado a los derechos que toda mujer debe tener y que le fueron privados a Mara al ser privada de su libertad, violada y asesinada.

De esta manera, es que podemos notar como la tendencia o atención que ponían las notas en el caso de Mara Fernanda Castilla pudieron ser determinantes en la información que recibían los lectores y, por ende, su calificación, juicio y reacción ante la noticia y el caso en general. Además, se puede apreciar que los reporteros pusieron, en la mayoría de los casos, poco interés en los derechos que le fueron privados a Mara, ya que se enfocaron primordialmente en hacer una narración casi de estilo policial.

Cabe señalar que toda la reflexión generada a partir del análisis de contenido de las múltiples notas seleccionadas, nos permiten señalar que: a. Efectivamente se pueden encontrar tendencias sobre la manera en que se plantean las noticias y se cubren los hechos relacionados con



los feminicidios; b. Esta tendencia influye en la forma en que la noticia es percibida; y c. En la mayoría de los casos no hay una consideración real por la dignidad y los derechos de la víctima, lo que puede considerarse una falla al Modelo de Protocolo Latinoamericano de Investigación de las Muertes de Mujeres por Razones de Género (OACNUDH & ONU-Mujeres, 2014)

No se pretende hacer un juicio de valor hacia el medio de comunicación seleccionado. Se busca arrojar luz sobre la posible responsabilidad que tienen las tendencias al momento de brindar información sobre casos de feminicidio, los cuales, suelen ya venir acompañados de emociones, juicios de valor y creencias que no siempre están argumentadas o son racionales. El presente texto deja para futuras investigaciones la posibilidad de ampliar el análisis e incluir a otros medios y otros casos de feminicidio.

Conclusiones

El medio de comunicación tiene la responsabilidad social de salvaguardar la dignidad de las personas que forman parte de un feminicidio al momento de cubrir una nota y al momento producirla. Aunque en ocasiones las emociones intervienen en la forma de juzgar la situación, víctima y victimario tiene dignidad humana. Este concepto es una condición inherente a su existencia y se cuenta con ella por el simple hecho de ser persona, no es posible ignorarla, renunciar a ella o quitarla.

Ni la víctima es “bulto” ni el victimario es “monstruo” o “chacal”. La dignidad en esta en ellas, aunque en el caso del victimario la haya irrespetado al cometer ese crimen. La dignidad de uno y otro no se gana ni es otorgada por alguien; se adquiere al iniciar la vida y es un valor que nadie puede quitar o mermar, incluyendo los propios actos cometidos. Se manifiesta al reconocer el respeto propio y hacia los demás.

Se entiende también que la dignidad es un valor supremo que tiene todo ser humano independientemente de cualquier contingencia, en ese caso, el haber cometido un crimen. En ese sentido, la dignidad humana exige respetar las diferencias de los demás, ya que la dignidad del otro es igual a la propia. Al respetar las diferencias entre los seres humanos, se garantiza la convivencia en sociedad.





En el tema del feminicidio, hay un sentido de superioridad del agresor hacia la víctima. La superioridad no solo es concebida a nivel físico, sino ontológico. Un ser se siente superior al otro, incluso el otro no existe, sino solo en cuanto a objeto. Por otra parte, una persona que es consciente de su propia dignidad humana, respetará la dignidad humana de los demás. En este caso, se pudiera afirmar que el victimario, aunque posee dignidad, la irrespeta. En relación con la empresa como medio socialmente responsable no debería tratar a víctima y victimario como un medio para conseguir más lectores. Mediatizar al ser humano y verlo como objeto para generar ventas es ir contra el respeto a la dignidad humana de las personas, así como permitir agresiones en los lectores hacia víctima o victimario y no hacer intervención alguna. Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de informar de manera objetiva la realidad y, en estos casos concretos, desde una perspectiva de género y no violencia. Sin embargo, ser un medio de comunicación socialmente responsable implica ir más allá para ir generando una conciencia colectiva de mayor respeto a la dignidad de la persona. El verdadero reto que tienen los medios no solo es cubrir noticias de feminicidios siguiendo un protocolo, sino también crear conciencia en los lectores del respeto a la dignidad de la persona, tanto en la cobertura, la producción de la nota, así como el seguimiento a los comentarios de los lectores. Esa es la manera en la que una empresa de medios puede responder socialmente al tema del feminicidio en México y revertir la tendencia que en materia de feminicidios está presentando el país.

Referencias bibliográficas

- Agustín, R. (18 de septiembre de 2017). En Chilpancingo marchan mujeres; exigen justicia en caso de Mara. Recuperado el 14 de junio de 2018, de Milenio: <http://www.milenio.com/estados/chilpancingo-marchan-mujeres-exigen-justicia-caso-mara>
- Albarran, J. (2015). Referentes conceptuales sobre femicidio/feminicidio. Su incorporación en la normativa jurídica venezolana. *Comunidad y Salud*, 13(2), 75-80.
- Alcocer, M. (2014). Prostitutas, infieles y drigadictas. Juicios y prejuicios de género en la prensa sobre las víctimas del feminicidio. *Antípoda*(20), 97-118.



Amorós, C. (1992). Notas para una teoría nominalista del patriarcado. *Asparkia: Investigación feminista*(1), 41-58.



Arredondo Trapero, F., Rosas Ferrer, J., & Villa Castaño, L. (2011). Comportamiento ciudadano organizacional y RSE. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 221-239.

BBC. (2017). País por país: el mapa que muestra las trágicas cifras de los feminicidios en América Latina (consultado el 25 de mayo, 2017). Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37828573>

Berelson, B. (1959). The State of Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, 23(1), 1-2.

Berlanga, M. (2015). El espectáculo de la violencia en el México actual: Del feminicidio al juvenicidio. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 15(4), 105-128.

Bigné, E., Chumpitaz, R., Andreu, L., & Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *UCJC Business and Society Review*(5), 14-27.

Bonavitta, P., & Garay, J. (2011). De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos. *Anagramas*, 9(18), 30-65.

Camhaji, E. (15 de septiembre de 2017). Un viaje de Cabify, el último rastro de Mara Fernanda Castilla. Recuperado el 15 de junio de 2018, de EL País: https://elpais.com/internacional/2017/09/13/mexico/1505327661_790292.html

Capriotti, P. (2007). La responsabilidad social corporativa de las empresas españolas en los medios de comunicación. *ZER: Revista de estudios de comunicación*, 12(23), 61-74.

Carcedo, A. y Sagot, M. (2002) *Femicidio en Costa Rica 1990-1999*, Instituto Nacional de las Mujeres, Colección Teórica N° 1, San José (consultado el 25 de mayo, 2017). Disponible en: <http://mujeresdeguatemala.org/wp-content/uploads/2014/06/Femicidioen-Costa-Rica.pdf>





CEMEFI. (2015). Centro Mexicano de Filantropía. Recuperado el
Noviembre de 2015, de Noticias RSE:
<http://www.cemefi.org/esr/index.php>

Centeno, R. (12 de febrero de 2016). Ciudad Juárez: todo el poder a las
maquilocas. Obtenido de El Barrio Antigo:
<http://www.elbarrioantigo.com/ciudad-juarez-todo-el-poder-a-las-maquilocas/>

CEPAL (2017) Femicidio (consultado el 25 de mayo 2017). Disponible
en: <http://www.cepal.org/es/infografias/femicidio>

Cortina, A., Martínez, E., & Siurana, J. (2005). Ética de las profesiones.
Monterrey: ITESM.

Danés, S. (2017). La representación del feminicidio en la prensa
regiomontana. Monterrey: Tecnológico de Monterrey.

De Beauvoir, S. (2014). El Segundo Sexo. México: Crítica.

Fierros, A. (2002). Fátima Fernández Christlieb. La responsabilidad de
los medios de comunicación. *Región y Sociedad*, 14(25), 227-231.

Flores, P. (2017). Cubrimiento periodístico y visibilidad del feminicidio
en el Heraldo: estudio de caso. *Investigación y Desarrollo*, 25(1),
23-48.

Gallur, S. (2014). CIMAC y la cobertura del feminicidio de Ciudad
Juárez, 1999-2009. Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de
Ciudad Juárez.

Global Compact. (Enero de 2018). UN Global Compact. Recuperado el
Mayo de 2018, de Our Participants:
<https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>

IHME (2019). Interpersonal Violence. Institute for Health Metrics and
Evaluation. Recuperado de <https://vizhub.healthdata.org/gbd-compare/>

IMNC. (2011). Guía de Responsabilidad Social ISO 26000:2010. México:
INMC.



Iyengar, S. (1994). Televisión y opinión pública: el poder de los medios de comunicación. Madrid: Gernika.



López, V. (12 de septiembre de 2017). Mara viajó en Cabify en Puebla... y desapareció. Recuperado el 14 de junio de 2018, de Milenio: <http://www.milenio.com/policia/mara-viajo-en-cabify-en-puebla-y-desaparecio>

Lotero, G., Romero, L., & Pérez, M. (2018). Fact-checking vs. Fake news: Periodismo de confirmación como componente de la competencia mediática contra la desinformación. *Index Comunicación*, 8(2), 295-316.

Milenio. (junio de 2018). Grupo Milenio. Recuperado el 14 de junio de 2018, de Portada: <http://www.milenio.com/>

Milenio Digital. (16 de septiembre de 2017). #SiMeMatan, el hashtag que deberíamos dejar de usar. Recuperado el 11 de junio de 2018, de Milenio: <http://www.milenio.com/estilo/simematan-el-hashtag-que-deberiamos-dejar-de-usar>

Milenio Digital. (18 de septiembre de 2017b). Vinculan a proceso a chofer de Cabify, acusado de matar a Mara. Recuperado el 11 de junio de 2018, de Milenio: <http://www.milenio.com/policia/vinculan-proceso-chofer-cabify-acusado-matar-mara>

Monárrez, J. (2010). Las diversas representaciones del feminicidio y los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, 1993-2005. Recuperado el 12 de junio de 2018, de *Violencia contra las mujeres e inseguridad ciudadana en Ciudad Juárez*: http://www.cieg.unam.mx/lecturas_formacion/relaciones_genero/modulo_8/M8_S1_L5.pdf

OACNUDH, & ONU-Mujeres. (2014). Modelo de Latinoamericano de Investigación de las Muertes Violentas de Mujeres por Razones de Género. Panama: ONU.

ONU Mujeres. (2013). Modelo de protocolo latinoamericano de investigación de las muertes violentas de mujeres por razones de género (femicidio/feminicidio). Ciudad de México: Organización de las Naciones Unidas.





ONU Mujeres. (diciembre de 2017). La violencia feminicida en México. Aproximaciones y tendencias 1985-2016. Recuperado el 14 de junio de 2018, de <http://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2017/12/violencia-feminicida>

Plaza, J., & Delgado, C. (2007). Género y comunicación. Marid: Editorial Fundamentos.

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., & García, C. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. México: Pearson.

Ravelo, P. (2017). Cuerpos marcados por la violencia sexual. Niñas y mujeres jóvenes migrantes en la frontera norte. *Sociológica*, 32(91), 2-20.

Rodríguez, C. (2008). Del crimen pasional a la violencia de género: Evolución y su tratamiento periodístico. *Ámbitos*(17), 171-188.

Rojas, M. (2014). La violencia contra las mujeres en las noticias en México: el tratamiento acrítico y dispar de una grave problema social. *Acta Sociológica*, 65, 37-64.

Russell, D. (2006). Definición de feminicidio y conceptos relacionados. En D. Russell, & R. Harmes, *Feminicidio: una perspectiva global* (págs. 73-98). Ciudad de México: CEIICH-UNAM.

Sánchez, S., Ravelo, P., & Melgoza, J. (2015). Violencia en la ciudad, en el trabajo maquilador y la subjetividad de obreras y obreros en Ciudad Juárez. *El Cotidiano*(191), 87-96.

Vera, R. (2012). Feminicidio, un problema global. *Jurídicas CUC*, 8 (1), 35 - 56. (consultado el 25 de mayo 2017). Disponible en: http://revistascientificas.cuc.edu.co/index.php/juridicascuc/article/view/432/pdf_18

Wright, M. (2011). Necropolitivs, Narcopolitics adn Femicide: Gendered Violence on the Mexico-U.S. Border. *Signs*, 36, 707-731.

Zamora, H. (16 de 09 de 2018). Un año sin justicia: el feminicidio de Mara Fernanda Castilla. Recuperado el 31 de enero de 2019, de Milenio:



<https://www.milenio.com/policia/ano-justicia-feminicidio-mara-fernanda-castilla>



Zavaleta, J. (2018). Elementos para la construcción del concepto de campo de la violencia. *Sociológica*, 33(93), 151-179.

