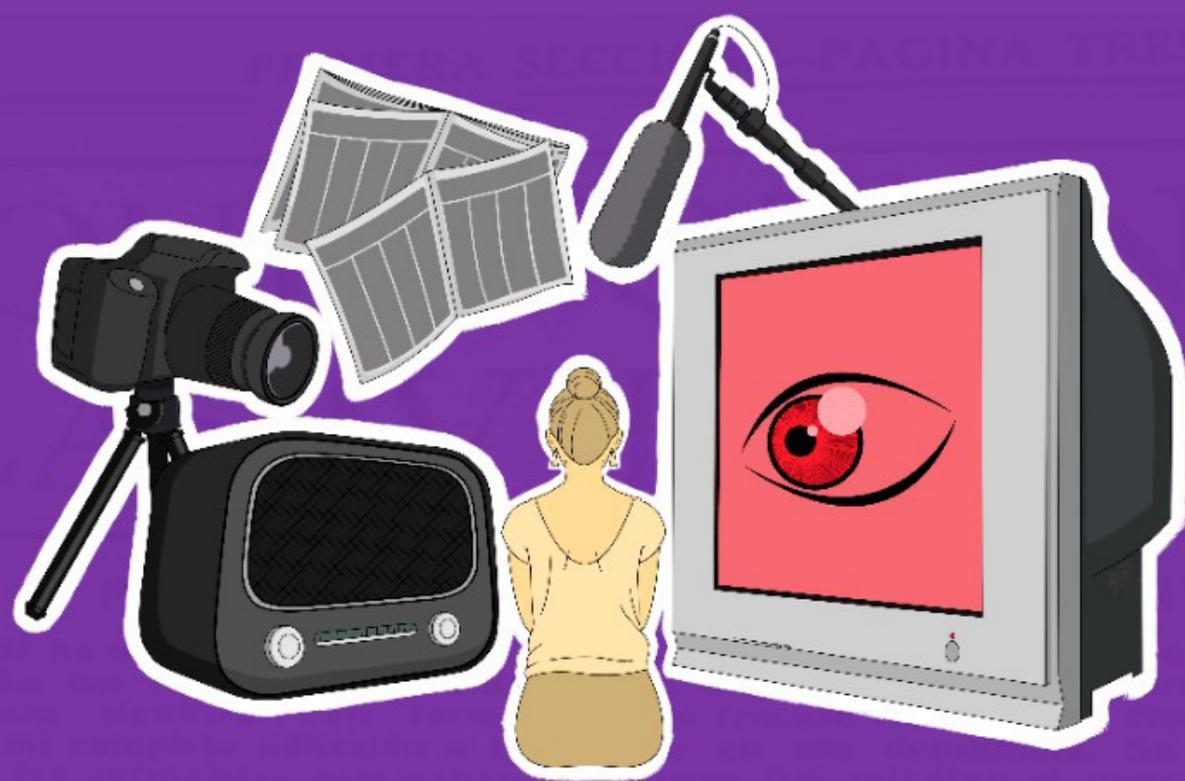


# VIOLENCIA MEDIÁTICA CONTRA MUJERES Y NIÑAS



*SHEILA XOLOXOCHITL GUTIÉRREZ ZENTENO*  
Coordinadora



# VIOLENCIA MEDIÁTICA CONTRA MUJERES Y NIÑAS

**Sheila Xoloxochitl Gutiérrez Zenteno**  
Coordinadora



Diciembre, 2024

## **VIOLENCIA MEDIÁTICA** CONTRA MUJERES Y NIÑAS

Coordinador Editorial: **Luis Adrián Maza Trujillo**

Edición, formación y diagramación: **María Beatriz Arévalo Dorry**

Diseño de forros: **Dorian Flores Reyes**

ISBN Colección: **978-607-561-172-3**

ISBN Volumen: **978-607-561-276-8**

D.R. © 2024 Universidad Autónoma de Chiapas

Boulevard Belisario Domínguez km 1081, sin número, Terán, C. P.  
29050, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana  
con número de registro de afiliación: 3932

La UNACH forma parte la Red Nacional de Editoriales Universitarias  
y Académicas de México, Alttexto y de la Asociación de Editoriales Uni-  
versitarias de América Latina y el Caribe, eulac.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación o de la Universidad Autónoma de Chiapas; la información y análisis contenidos en esta publicación son estrictamente responsabilidad de los autores. Se autoriza la reproducción parcial o total de los textos aquí publicados, siempre y cuando se haga sin fines comerciales y se cite la fuente completa. Las imágenes de portada y de entrada, la composición de interiores y el diseño de cubierta son propiedad de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Hecho e impreso en México

*Made and printed in Mexico*

# CONTENIDO

- 7 INTRODUCCIÓN
- 14 ALCANCE LEGAL DE LA VIOLENCIA DIGITAL Y MEDIÁTICA Y LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO  
*Cándida Areμί Gutiérrez Zenteno*
- 40 PRENSA Y FEMINICIDIO DE MIGRANTES CENTROAMERICANAS: UN CONJUNTO DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES  
*Diana Laura Domínguez Palacios*
- 61 VIOLENCIA MEDIÁTICA HACIA LAS MUJERES, PASADO Y PRESENTE (1960-2020)  
*Claudia Maribel Domínguez Miranda*
- 81 INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS MEDIÁTICAS EN LA ATENCIÓN A VÍCTIMAS: LA HISTORIA DE DEBANHI ESCOBAR  
*Carlos Saldivar Reséndiz*
- 101 ANTE LA VIOLENCIA MEDIÁTICA CONTRA MUJERES Y NIÑAS, FORMAR COMUNICADORAS (ES) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO  
*Sheila Xoloxochitl Gutiérrez Zenteno*
- 126 VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PRÁCTICA DISCURSIVA DE ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHIAPAS  
*Marco Antonio Gálvez Rendón*  
*Roldán Enríquez García*
- 148 SOBRE LAS AUTORAS Y AUTORES



En 1947, la revista *Life* publicó en su portada la fotografía de una joven suicida. En ella se observa el cuerpo intacto de Evelyn McHale, quien se lanzó desde la terraza del *Empire State Building* en Nueva York. Llevaba consigo una nota en la que se leía lo siguiente:

No quiero que nadie dentro o fuera de mi familia vea parte alguna de mí. ¿Podrían destruir mi cuerpo incinerándolo? Les ruego que no me hagan ningún funeral o ceremonia. Mi novio me pidió que nos casáramos en junio. No creo que pueda ser una buena esposa para nadie. Él estará mucho mejor sin mí. Díganle a mi padre que tengo muchas de las tendencias de mi madre (Vallés, párr. 13, 2024).

La última súplica de Evelyn no fue posible. Su cuerpo fue fotografiado por Robert C. Wiles, un estudiante de fotografía, de 21 años de edad, que pasaba por la zona. La fotografía es hermosa por su composición, hasta que comprendes que Evelyn está muerta. Su último deseo, que nadie viese su cuerpo, fue imposible de cumplir. La imagen de su suicidio se volvió un ícono de la fotografía. Es imposible no observar el hermoso

rostro de Evelyn. De no estar sobre un automóvil uno podría pensar que ella duerme.

La fotografía del suicidio de Evelyn McHale fue usada como portada de *Life* y así, incrementar sus ventas. Su muerte ha sido explotada y reinterpretada a lo largo de los años por diversas marcas y artistas como Taylor Swift y el video clip *Bad Blood* (2015), Drew Barrymore y una campaña para Neiman Marcus (2011), la portada del disco *Gilt* de Machines of Loving Grace (1995) o Andy Warhol y su famosa pieza *Suicide* (1962).<sup>1</sup> El sensacionalismo y el morbo parecen ser el aceite que mantienen a la maquinaria mediática funcionando, el problema es que son los cuerpos y las violencias que viven las mujeres y niñas las que les permiten generar ganancias.

El sensacionalismo, el morbo y la estigmatización son conceptos que han formado parte de las discusiones en torno a la comunicación. El sensacionalismo es ese estilo de periodismo en el que se exageran las noticias, ofrece información falsa, exagerada o cita fuentes poco confiables; es el periodismo amarillo el que explota el sensacionalismo, su objetivo es lucrar con historias lascivas y sesgadas que los propios medios de comunicación ofrecen bajo el manto de la “verdad objetiva”; ¿cuál es su meta? Que el morbo incentive sus ventas.

El sensacionalismo explota los sentidos o las sensaciones de las personas mediante la estimulación del oído y la vista, con lo que se incapacita la sensibilidad social y como consecuencia, el análisis crítico.

El amarillismo tiene qué ver con la tendencia de destacar las noticias de crímenes (o catástrofes) brutales como

---

<sup>1</sup> Valles, R. (2024). *¿Sensacionalismo o arte?* La foto de un suicidio que ocupó la portada (entera) de una revista. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/el-grito/2024-05-08/suicidio-foto\\_3879242/](https://www.elconfidencial.com/el-grito/2024-05-08/suicidio-foto_3879242/)

las que se narran en el *giallo* italiano<sup>2</sup>; y el morbo tiene que ver con esa atracción que sentimos hacia lo desagradable, lo cruel o lo prohibido. Gabriel Zaid (2017) explica que el morbo (del latín *morbus* “enfermedad”), nace de la necesidad de saber, de la curiosidad misma; el problema empieza cuando se convierte en algo malsano y llega a ser impertinente, obsesivo, malévolo o bien incentiva el chisme<sup>3</sup>.

Algunos medios de comunicación, incentivan en la información noticiosa el sensacionalismo, el amarillismo y el morbo y son las mujeres quienes terminan, por el manejo de dicha información, juzgadas, señaladas, culpabilizadas y revictimizadas, estén vivas o no. Las discusiones deontológicas y éticas en torno a los límites que los medios de comunicación deben mantener respecto a la forma en que la noticia se construye desde el sensacionalismo al reportar hechos violentos, de sangre o en los que se registren víctimas (sobre todo si son niñas y mujeres) tiene mayor vigencia ante la falta de legislación sobre los medios socio-digitales. La autorregulación es insuficiente y la vulneración de las víctimas es cada vez mayor.

Hay quienes justifican la exhibición de la violencia, en casos como la guerra, porque esto permite crear conciencia entre la población sobre los efectos devastadores en la población civil.<sup>4</sup> La postura del feminismo frente a la manera

---

<sup>2</sup> La trama arquetípica del *giallo* involucra a un misterioso asesino psicópata con guantes negros que acecha y mata a una serie de mujeres hermosas de forma brutal y sanguinaria. Regularmente esas mujeres son prostitutas o encarnan el estereotipo de la *femme fatale*, por lo que asume que de alguna manera merecían morir al traspasar los límites de la moralidad.

<sup>3</sup> Zaid, G. (2017). “Morbo”. Letras Libres. Julio 2017, Pp. 38-39.  
<https://letraslibres.com/wp-content/uploads/2017/07/convivio-zaid-esp.pdf>

<sup>4</sup> “Al inicio de la guerra de Ucrania, The New York Times tuvo un debate sobre si publicaba la imagen de una madre y sus dos hijos, muertos por un obús (proyectil disparado por una pieza de artillería). Decidió publicarla, pero humanizándola, contando la historia de las víctimas. Imágenes como estas, como las de la guerra de Bosnia, los niños del napalm de Vietnam o las del conflicto entre Israel y Palestina, si están bien explicadas, son un vehículo para mostrar al mundo las barbaries que se cometen, fomentar la solidaridad con las víctimas y poner fin a esos conflictos”. Josep Carles Rius, presidente del Consell de la informació de Catalunya. Fuente: [https://www.elconfidencial.com/el-grito/2024-05-08/suicidio-foto\\_3879242/](https://www.elconfidencial.com/el-grito/2024-05-08/suicidio-foto_3879242/)

en que los *media* explotan los cuerpos y las violencias que las mujeres enfrentan ha sido tácita desde 1995 y se asentó en la Declaratoria de Beijing: la proyección constante de imágenes negativas en medios electrónicos, impresos, visuales o sonoros debe parar. Es necesario reflexionar hasta dónde los medios de comunicación deben lucrar con el sensacionalismo cuando se trata de la violencia que las mujeres viven. ¿Por qué YouTube no bloquea la monetización de canales que explotan las crónicas de feminicidios para monetizar? ¿Alguien realmente necesita ver el cuerpo desmembrado de una mujer o de una niña en la portada de un diario?

En Beijing 95 se concluyó que era importante que los medios de difusión se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior, como objeto sexual y bien de consumo, fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivo. ¿Por qué no mostrar a las mujeres como seres humanos creativos, agentes de cambio social o como contribuyentes al proceso de desarrollo? Cuestiona la Declaratoria de Beijing.

La Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, es el marco normativo que tiene por objeto garantizar a las mujeres una vida libre de violencia, lo que obliga a los tres niveles de gobierno a generar acciones puntuales enfocadas en prevenir, sancionar y erradicar las violencias que día con día se viven en distintos espacios. Publicada en 2007, en junio de 2021, tuvo lugar una modificación que hoy contempla dos tipos de violencia adheridas a los Códigos Penales locales y el Federal: la violencia mediática y la violencia digital en México.

La violencia mediática surge directamente desde los medios de comunicación, ya sea que promuevan estereotipos sexistas, se haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, se produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o

desigualdad entre mujeres y hombres, que les cause daño psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida. Mientras que la violencia digital tiene lugar mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación, incluye imágenes, audios, videos reales o simulados de contenido íntimo sexual de una persona que son expuestos o comercializados sin su consentimiento.

Ambos delitos están obligando a quienes ejercen y estudian la comunicación (periodistas, comunicadores y comunicólogos) y otros sectores, a repensar no solo la manera en que gestionan sus procesos y sus productos, sino a comprender cómo, desde la estructura de los medios de comunicación (tradicionales y sociodigitales), se ha gestado una violencia sistemática contra las mujeres. La diferencia es que hoy, las mujeres ya contamos con una Ley contra la violencia mediática que respalda nuestros derechos como personas.

El volumen 2 de la Colección Género y Comunicación, aborda el tema de la violencia mediática contra mujeres y niñas. Es importante llevarlo al debate público ya que son variadas y permanentes las prácticas en los medios de comunicación que se enfocan en violentar los derechos de las víctimas y sus familias. El machismo está tan internalizado que junto con el sensacionalismo y el morbo incentivan la venta o la monetización es usual la explotación de las víctimas por parte de editores, reporteros, locutores, redactores, entre otros, quienes continúan reproduciendo encabezados, escritos o imágenes sexistas y prejuiciosos que generan un estigma social sobre la mujer o niña víctima de violencia.

La violencia mediática está tan interiorizada que no la notamos, porque se ha ejercido durante décadas, es incluso responsabilidad de las mismas audiencias, por ello hay un trabajo de formación que se necesita realizar entre quienes ejercerán la comunicación de manera profesional, estudiantes y quienes ejercen alguna labor en los medios y las propias mujeres, ya que muchas desconocen sus derechos.

Este libro se compone de seis ensayos los cuales abordan el tema de la violencia mediática desde diversas miradas: la importancia de la tipificación del delito y los problemas que enfrenta; un análisis sobre la cobertura que se da en la prensa a los feminicidios de mujeres migrantes; las reflexiones de Rosario Castellanos sobre la violencia que los medios ejercían contra las mujeres de su época; la victimización mediática que enfrentan casos que se tornan virales como el feminicidio de Debhani Escobar; la importancia de formar a los estudiantes de comunicación y a los profesionales de los medios con una perspectiva de género, esto para modificar la manera en que se informa sobre las mujeres y, para terminar, un análisis sobre la forma en que se gesta la violencia desde la práctica discursiva en la prensa local.

Espero que estas reflexiones abonen a un cambio en la estructura mediática y la práctica comunicativa.

SHEILA XOLOXOCHITL GUTIÉRREZ ZENTENO  
**Coordinadora**

En toda violencia feminicida no es casual que las instituciones fallen, porque están hechas para reproducir otra cosa (...) El Estado todavía tiene las estructuras más anacrónicas (...) si algo no se establece como un delito, la sociedad no se hace cargo.

**MARCELA LAGARDE**

# ALCANCE LEGAL DE LA VIOLENCIA DIGITAL Y MEDIÁTICA Y LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

14

CÁNDIDA AREMÍ GUTIÉRREZ ZENTENO  
CECOCISE, UNACH  
ORCID 0009-0001-7547-9349  
candida.gutierrez@unach.mx

## INTRODUCCIÓN

La lucha en México para erradicar la violencia en contra de las mujeres evidencia la necesidad de eliminar estereotipos sexistas que les atribuyen ciertos roles o características que propician un entorno de desigualdad y discriminación ostensiblemente perjudicial.

Es incuestionable que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la construcción de opiniones, discursos e imaginarios y, en consecuencia, resulta pertinente analizar qué tipo de responsabilidad puede generar la producción o difusión de contenidos que promuevan estos estereotipos.

Como parte de las acciones que el Estado ha implementado en torno al tema, se publicó, en el Diario Oficial de la Federación, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida libre de Violencia (LGAMVLV) en la que se definieron sus distintos tipos y modalidades, el 1 de junio de

2021 se le adicionó un capítulo en el que se incluye la violencia digital y la violencia mediática.

Las reformas legislativas en las denominadas ley Olimpia y ley Ingrid<sup>5</sup> han sido ampliamente difundidos como sucesos de violencia digital; sin embargo, se pierde de vista que estas modalidades de violencia no pueden ni deben estudiarse de manera aislada. En este ensayo reflexionamos cuál es la diferencia y/o relación existente entre violencia digital y violencia mediática y cómo ha sido su regulación en la LGAMVLV y en los Códigos Penales, con el fin de generar claridad sobre su alcance legal como hechos constitutivos de delitos.

### **Medios de comunicación y tecnologías de información**

La libertad de expresión se aborda en el Artículo 6º constitucional y ha sido históricamente un derecho exigido para manifestar ideas y expresiones sin censura, lo que no implica que su ejercicio deba ser irresponsable. De ahí que sus limitantes constitucionales le impidan atacar la vida privada, la moral o los derechos de terceros y en su práctica se provoque algún delito o se perturbe el orden público (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2024).

Esta libertad se ha ejercido de manera cotidiana a través de diversos medios de comunicación como la televisión, la radio y la imprenta, en los últimos años se agregó la tendencia digital que, también se ha reconocido, en el orden constitucional, como la obligación estatal de garantizar a las personas el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación

---

<sup>5</sup> La Ley Olimpia tiene su origen en la denuncia de Olimpia Coral Melo Cruz, una joven cuyas fotos íntimas fueron compartidas por su expareja, lo que generó graves consecuencias emocionales que la llevaron a promover la implementación de medidas legales que sancionaran ese tipo de conductas. Por otro lado, el feminicidio de Ingrid Escamilla, en la Ciudad de México, reveló la vergonzosa práctica al interior de las Fiscalías y dentro de los procesos de investigación, al exponer la filtración de imágenes, videos e información relacionada con la investigación de delitos, lo que obligó a regular estas conductas en el Código Penal. Ambos casos fueron dados a conocer en diversos medios de comunicación.

(TIC), así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet.

En la Convención Americana de Derechos Humanos de 1969, en los Artículos 8, 13 y 25, es importante advertir que, la integración a la sociedad de la información y el conocimiento, a través de una política de inclusión digital universal, determina inviolable la libertad para difundir opiniones y prohíbe el abuso de controles para limitarlas, pero eso no implica que la libertad de expresión ideas, información y opiniones sean derechos absolutos pues, como antes señalamos, hay limitantes que deben observarse (Borowsky, 2021). En este orden de ideas el derecho al acceso y uso de las TIC:

Comprende la libertad de las personas de acceder y usar eficazmente las tecnologías, navegar por la banda ancha y adquirir información de calidad por los diversos medios digitales, radiofónicos y televisivos. Asimismo, difundir cualquier contenido por los medios mencionados, interactuar y formar parte integral de la Sociedad de la Información, sin importar condiciones sociales o económicas (Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2015, p. 11).

Lo anterior determina que el uso de la tecnología, el acceso a internet y la difusión de contenidos se constituyen como un derecho. Con ello el uso y consumo de herramientas digitales como teléfono móvil, tabletas y las diversas aplicaciones, plataformas o programas facilitan la producción y distribución de diversos contenidos.

Esta circunstancia ha obligado a los medios de comunicación tradicionales a migrar a la internet, pues si bien se encuentran vigentes los periódicos impresos, las revistas, la televisión y la radio, también es cierto que, para satisfacer la demanda social, todos ellos han acudido a la tecnología y a los entornos digitales y en razón de ello es que, actualmente,

no podemos concebir el término medios de comunicación sin incluir el de tecnologías de la información.

Este acelerado cambio, producido por el uso de internet, resalta las nuevas formas de consumo de la información como una innovación social (Peña, Lazkano y Larrondo, 2020), por lo que resulta innegable que la búsqueda de impacto y la inmediatez, como estándar en la difusión de información, propicia una excesiva omisión de cuidado para evitar transgredir los límites que impone la libertad de expresión.

De ahí que en esta reciente sociedad de información resulte trascendente conocer y comprender que, al producir y difundir contenidos en medios de comunicación (asociados o no a tecnologías de información), podemos incurrir en conductas constitutivas de delito, como veremos a continuación.

### **Violencia digital y violencia mediática**

La llamada Ley Olimpia<sup>6</sup> tuvo su origen en el caso de una joven (Olimpia Coral Melo) quien fue víctima de un video de contenido íntimo sexual sin su consentimiento en una plataforma digital, lo que la llevó a iniciar una batalla para que este tipo de acciones pudieran ser sancionadas. Como ha manifestado en diversos medios<sup>7</sup>, cuando sus imágenes se hicieron públicas, intentó denunciar ante las autoridades, las cuales además de revictimizarla, le dijeron que las acciones que acusaba no constituían delito, por lo que trabajó durante años impulsando su tipificación. Su objetivo se logró cuando, finalmente, el Congreso del Estado de Puebla reformó el código penal de esa entidad para incorporar el delito de violación a la intimidad sexual con una sanción que va de 3 a 6 años de prisión (Gobierno de Puebla, 2018).

---

<sup>6</sup> Los medios de comunicación denominan erróneamente el trabajo realizado por Olimpia Coral Melo como una Ley, lo que genera, entre la población, desinformación ya que esta es, en realidad, una adición que sanciona el acto de compartir imágenes, pero no la violencia digital per sé.

<sup>7</sup> Pueden encontrarse múltiples entrevistas en diversas plataformas digitales.

En este orden de ideas, destaca la importancia de mencionar que la ley Olimpia no es en realidad una ley, sino una adición al código penal por medio de la cual se incluyó un delito que no estaba contemplado en la norma. Lo anterior es así porque el procedimiento de creación de una Ley reviste características especiales y lo que ocurrió es que se agregó a un código existente, una figura que no existía y en consecuencia no estaba penalizada.

La razón por la cual es importante precisar los conceptos radica en la delimitación de las figuras legales y su trato, para generar claridad cuando en la práctica ocurra algún hecho que pueda ser constitutivo de delito, es decir, el caso Olimpia tuvo como resultado una adición o reforma a un Código penal que se replicó en el resto de las entidades federativas y en el Código Penal Federal, en estas legislaciones recibió distintas denominaciones tales como violación a la intimidad sexual; violación a la intimidad personal; violación a la privacidad sexual y/o violación a la intimidad corporal.

En el caso de Puebla, el texto del Artículo 225 del Código Penal, publicado en el Periódico Oficial, señala que:

(...) comete el delito de violación a la intimidad sexual, quien con el fin de causar daño o la obtención de un beneficio: I. Divulgue, comparta, distribuya, publique y/o solicite la imagen de una persona desnuda parcial o totalmente de contenido erótico sexual, por cualquier medio ya sea impreso, grabado o digital, sin el consentimiento de la víctima. II. Divulgue, comparta, distribuya, publique y/o solicite por cualquier medio el contenido íntimo o sexual, sin el consentimiento de la víctima (Gobierno del Puebla, 2018, p. 8).

El último párrafo del precepto legal establece que:

En caso de que este contenido sin consentimiento sea difundido o compilado por medios de comunicación o

plataformas digitales, la autoridad competente ordenará a la empresa de prestación de redes sociales o medio de comunicación a retirar inmediatamente el contenido (Gobierno de Puebla, 2018).

Como se desprende de la sola lectura de la LGAMVLV, Artículo 20 Quáter, la conducta que se sanciona es la difusión del contenido íntimo, el cual puede llegar a compartirse o publicarse por cualquier medio. No es un elemento o requisito del delito que para la difusión del contenido se hayan usado tecnologías de información, entendidas éstas como “aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 12).

Debemos entender en consecuencia que la violación a la intimidad sexual puede o no ocurrir en entornos digitales y dado el caso, el Código Penal señala que se ordenará retirar el contenido, sin que ello genere responsabilidad expresa para la empresa, plataforma digital o medio de comunicación.

No pasa inadvertido que, en la exposición de motivos de estas reformas, se reflexione sobre el creciente uso de medios digitales para realizar estas conductas e incluso se utilicen términos como ciberviolencia o *ciberbullying* desde la tribuna legislativa. No obstante, debemos enfatizar que el uso del ciber espacio es un derecho y el problema real emerge cuando se utiliza para ejercer violencia contra las mujeres.

En este orden de ideas, cuando una persona es denunciada por publicar en una plataforma digital cierto contenido sexual, el delito que se presume que cometió es el de violación a la intimidad sexual y no un delito de violencia digital, pues esa figura no existe en esos términos.

Es por ello que resulta indispensable tener claridad sobre los conceptos y su alcance legal. Esta delimitación no

solo se da en el Código Penal del Estado de Puebla, basta leer el texto del Código Penal Federal que establece:

Artículo 199 Octies.- Comete el delito de violación a la intimidad sexual, aquella persona que divulgue, comparta, distribuya o publique imágenes, videos o audios de contenido íntimo sexual de una persona que tenga la mayoría de edad, sin su consentimiento, su aprobación o su autorización.

Así como quien videograbé, audiograbé, fotografíe, imprima o elabore, imágenes, audios o videos con contenido íntimo sexual de una persona sin su consentimiento, sin su aprobación, o sin su autorización (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 62)

En este supuesto de la norma no debe acreditarse la intención de causar daño y tampoco se menciona si la publicación de ese contenido debe realizarse en un medio impreso o digital, por lo que para fincar responsabilidad basta el hecho de compartir ese tipo de contenido.

Podríamos analizar el texto de todos los Códigos en relación a este tipo penal, pero lo que pretendemos establecer en este punto es que la conducta que en ellos se sanciona es la difusión de contenido íntimo.

Cierto es que, en la era digital, obtener una imagen, producir o grabar un video o un audio son actos que se concretan a través de herramientas digitales como es un teléfono o una tableta y que el grueso de la población utiliza plataformas o aplicaciones para difundir contenidos. Sin embargo, no debemos confundir la comisión del delito de violación a la intimidad sexual con la violencia que se ejerce en medios o entornos digitales o la violencia mediática, lo que nos parece ocurre debido a la forma en que se ha abordado el

caso Olimpia y otros como la llamada Ley Ingrid que mencionaremos más adelante.

Los conceptos de violencia digital y violencia mediática, como ya explicamos, no figuran de manera específica en los códigos penales, sino que se encuentran incorporados en el texto de la LGAMVLV y su adición ocurrió con fecha posterior a la integración de la figura de violación a la intimidad sexual en el contexto punitivo. Así mismo su inclusión en esta Ley se ubicó en el título relacionado con las modalidades de violencia.

Esto es importante de comprender porque la LGAMVLV, Artículo 5, fracción 5 distingue entre tipos y modalidades de violencia, definiéndolas como “las formas, manifestaciones o los ámbitos de ocurrencia en que se presenta la violencia contra las mujeres” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 3). Leído de esta manera, podemos entender que a través de las TIC utilizadas en entornos digitales puede producirse violencia en contra de las mujeres; esto es que los medios de comunicación y las plataformas digitales son espacios en los que se ejercen distintas violencias, son ámbitos de ocurrencia como dice la propia Ley, sin que constituyan propiamente un tipo de violencia o delito. La LGAMVLV define a la violencia digital como:

Toda acción dolosa realizada mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación, por la que se exponga, distribuya, difunda, exhiba, transmita, comercialice, oferte, intercambie o comparta imágenes, audios o videos reales o simulados de contenido íntimo sexual de una persona sin su consentimiento, sin su aprobación o sin su autorización y que le cause daño psicológico, emocional, en cualquier ámbito de su vida privada o en su imagen propia.

Así como aquellos actos dolosos que causen daño a la intimidad, privacidad y/o dignidad de las mujeres, que se cometan por medio de las tecnologías de la información y la comunicación. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 12).

Mientras que la violencia mediática se define como:

Todo acto a través de cualquier medio de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida.

La violencia mediática se ejerce por cualquier persona física o moral que utilice un medio de comunicación para producir y difundir contenidos que atentan contra la autoestima, salud, integridad, libertad y seguridad de las mujeres y niñas, que impide su desarrollo y que atenta contra la igualdad. (Cámara de Diputados del Ho. Congreso de la Unión, 2024, p. 12).

Si comparamos estos Artículos podemos notar que en el fondo son similares. En ambos se aborda el daño psicológico, emocional, sexual o en cualquier ámbito de la vida que puede provocarse en las mujeres; sin embargo, mientras que en el concepto de violencia digital se habla de uso de tecnologías de información, en el concepto de violencia mediática se refiere al uso de medios de comunicación, como si se tratara de fenómenos aislados.

Lo cierto es que no podemos concebir actualmente el término medios de comunicación sin incluir el de tecnologías de la información y si consideramos que a través de las diversas plataformas digitales se tejen redes sociales

en donde se comparte información, la realidad es que todas estas redes sociodigitales y plataformas se constituyen como medios de información y, en consecuencia, de comunicación, es decir, una mujer puede ser víctima de violación a la intimidad sexual al compartirse un video íntimo sexual que se obtuvo utilizando un teléfono celular y se compartió en una plataforma digital de la misma forma que otra mujer puede ser víctima de violencia política, en razón de género, al compartirse en un periódico digital una imagen en la que se incluyen comentarios despectivos de su aspecto que se obtuvo utilizando también un teléfono celular y se compartió en una plataforma digital.

En ambos casos el ámbito de ocurrencia y los medios de ejecución se asocian a tecnologías de información y medios de comunicación y, por ello, podemos hablar de violencia digital o violencia mediática; sin embargo, la conducta que se regula como delito y, finalmente, se sanciona en el primer caso es la violación a la intimidad sexual y en el segundo caso, la violencia política en razón de género.

Si utilizamos plataformas digitales como *Facebook*, *Instagram* o *X* podemos encontrar en ellas la cuenta oficial de prácticamente todos los periódicos de mayor circulación en México, a través de estas cuentas se difunden noticias, opiniones, contenidos. De igual forma con un teléfono celular podemos acceder a estaciones de radio en las que se transmite toda clase de contenidos o podemos leer un mensaje de *WhatsApp* que se hizo viral. Esto significa que de innumerables maneras medios de comunicación y tecnologías de la información están vinculados.

Hablar de violencia digital y violencia mediática en la LGAMVLV nos permite sensibilizar y comprender que existen espacios o ámbitos de ocurrencia de violencia, pero de ninguna manera debe entenderse que estas modalidades son conductas que se sancionan de manera directa, es decir, los medios de comunicación y las tecnologías de información

pueden ser instrumentos utilizados para ejercer violencia en sus diversos tipos, por lo que es indispensable que se comprenda el alcance de los conceptos violencia digital y violencia mediática en la Ley.

La LGAMVLV, como su denominación lo indica, es una Ley general, por lo que su objeto es la distribución de competencias entre los distintos niveles de gobierno y el establecimiento de las bases de regulación de la materia que corresponda, por lo que no es la norma en la que se definen delitos y penas (Semana Judicial de la Federación, 2010).

En razón de ello, su creación y difusión es de vital importancia para que las personas y, en particular las mujeres, reconozcan la existencia de los tipos de violencia y los ámbitos en los que esta puede ocurrir, pero es de igual o mayor importancia que puedan reconocerse las conductas que los códigos penales establecen como delitos asociados a violencia contra las mujeres, todo esto con la mayor claridad posible.

En relación con el caso Ingrid, debido a la publicación de imágenes relacionadas con un feminicidio,<sup>8</sup> se promovieron acciones para sancionar a aquellas personas servidoras públicas que difundan o compartan información o contenido asociado a un procedimiento penal y que para el caso del Código en la materia en la Ciudad de México se adicionó, como parte de los llamados delitos en el ámbito de la procuración de justicia, conductas que suelen ocurrir en entornos digitales e inciden en la réplica de estereotipos de género y violencia en contra de las mujeres.

Por otro lado, en el Manual sobre violencia política contra las mujeres en la esfera digital y mediática del Instituto Nacional Electoral (INE, 2024) se reflexiona del aumento de

---

<sup>8</sup> Al hacerse público el feminicidio de Ingrid Escamilla, en la Ciudad de México, en el año 2020, las imágenes de su cuerpo desmembrado acompañaron la nota en diversos medios, lo que generó indignación de varios sectores que visibilizaron la necesidad de prohibir que las personas, relacionadas con la investigación y primer contacto, filtraran cualquier tipo de información o documentación.

estas modalidades de violencia y la dificultad que representa identificar a las personas que crean el contenido denigrante u ofensivo contra las mujeres y refuerzan estereotipos discriminatorios (Instituto Nacional Electoral, 2024).

De acuerdo con este Instituto, al corte de noviembre de 2023, se reportaron 358 registros de personas sancionadas por violencia política en razón de género, de las cuales, en 126 casos la sanción procedió por cometer violencia digital o violencia mediática, siendo la plataforma más utilizada *Facebook* y los mayores infractores personas usuarias de redes sociales y medios digitales (Instituto Nacional Electoral, 2024, p. 7).

Lo que parece medianamente claro en esta información es que las conductas mayormente sancionadas fueron las publicaciones en medios de comunicación impresos y digitales, red social, portal de internet; seguida de expresiones en redes sociales y la difusión de imágenes o videos a través de *WhatsApp*.

Es decir, aun cuando se mencionan 126 casos clasificados como violencia digital o mediática la sanción, en ellos hubo conductas específicas que la norma contempla como delito. Esto es así porque la violencia política contra las mujeres en razón de género más allá de reconocerse como una modalidad de violencia en la LGAMVLV, se contempla como un delito en la Ley General en Materia de Delitos Electorales (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2021).

El Artículo 20 Bis de esta última Ley establece — entre varios supuestos — que comete el delito de violencia política contra las mujeres en razón de género quien por sí o por interpósita persona:

VIII. Publique o divulgue imágenes, mensajes o información privada de una mujer, que no tenga relación

con su vida pública, utilizando estereotipos de género que limiten o menoscaben el ejercicio de sus derechos políticos y electorales;

XIV. Realice o distribuya propaganda político electoral que degrade o denigre a una mujer, basándose en estereotipos de género, con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos y electorales. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión 2021, p. 10)

Nuevamente encontramos que, si bien estas conductas se ejercen haciendo uso de tecnologías de información y comunicación, las califican como violencia digital o mediática, el delito que, en realidad, se sanciona trasciende al medio utilizado para difundir el contenido. El delito legalmente se denomina violencia política contra las mujeres en razón de género.

Más aún, el Artículo mencionado no detalla la forma o el medio en que se haga la difusión, no señala que sean necesarias tecnologías de información o comunicación —aunque podría deducirse— por lo que la conducta principal que se persigue es la publicación de ciertos contenidos que se basan en estereotipos de género, empero, de manera limitada a las mujeres que se encuentran en el ámbito político electoral.

En otras palabras, estos delitos y sanciones solo ocurren en ese espacio llamado público o político electoral, por lo que no aplican para el caso de aquellas mujeres que no participan en ese medio.

En consecuencia, tanto la violencia digital como la violencia mediática deben comprenderse como espacios o ámbitos de ocurrencia en los que se desarrollan conductas que pueden ser sancionadas bajo las condiciones que establezca la norma penal o en su caso, la ley en materia electoral.

El uso de las TIC es un derecho, pero los contenidos que a través de estos se difunde pueden generar responsabilidad personal, sin que deba suponerse la existencia de un delito denominado violencia digital o violencia mediática porque la LGAMVLV los menciona. Aunque en el caso de la violencia política en razón de género sí exista la coincidencia en su denominación tanto en la LGDE como en la LGAMVLV.

No todas las violencias que se ejercen en línea, en medios de comunicación o usando tecnologías de información constituyen delito. Menos bajo la denominación exacta con la que se identifican en la LGAMVLV.

### **Los estereotipos sexistas**

Un estereotipo es una visión generalizada o una preconcepción sobre los atributos o características de los miembros de un grupo en particular o sobre los roles que tales miembros deben cumplir. En opinión de Cook y Cusack los estereotipos cercenan excesivamente la capacidad de las personas para construir y tomar decisiones sobre sus propios proyectos de vida (Cook y Cusack, 2010, p. 14).

Esto es así porque cuando construimos estereotipos basados en lo que corresponde a cada sexo, llámense hombre y mujer, etiquetamos las características de uno y otra y a partir de ello hacemos críticas o comentarios acerca del actuar de una persona. Algo así como que si una mujer tiene una relación extramarital es una cualquiera porque las mujeres deben ser fieles y recatadas o si un hombre siente atracción por otro hombre es objeto de burlas y descalificativos por no cumplir la expectativa de masculinidad.

Estos estereotipos sexistas provocan conductas violentas y discriminatorias y, es por ello que, debe procurarse la erradicación de estas prácticas del cómo deberían comportarse idealmente las mujeres.

En el Artículo 5 de la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación en Contra de las Mujeres (CEDAW) publicado por la Organización de las Naciones Unidas, los Estados manifiestan que:

Tomarán todas las medidas apropiadas para: a) modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres. (ONU, Artículo 5, 1979).

De igual modo en el Artículo 8 b de la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Convención de Belem Do Para” los Estados Parte convienen en adoptar medidas para:

Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, incluyendo el diseño de programas de educación formales y no formales apropiados a todo nivel del proceso educativo, para contrarrestar prejuicios y costumbres y todo otro tipo de prácticas que se basen en la premisa de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en los papeles estereotipados para el hombre y la mujer que legitiman o exacerban la violencia contra la mujer (OEA, 1994).

En diversas normativas se replica la necesidad de modificar estos imaginarios por medio de los cuales se considera a las mujeres como seres inferiores o con menor capacidad, por lo que se hace necesario que se tomen medidas que cumplan con el objetivo de su erradicación.

Los medios de comunicación y las tecnologías de información tienen un rol preponderante en la construcción de los discursos y las opiniones de la sociedad, por lo que

intentar regular la difusión de contenidos con estereotipos sexistas y de género es todo un reto.

Cuando abordamos los conceptos que contempla la LGAMVLV encontramos que la promoción directa o indirecta de estereotipos sexistas, a través de cualquier medio de comunicación, constituye violencia mediática, mientras que el ejercicio de actos dolosos que causen daño a la dignidad de las mujeres constituye violencia digital.

Lo cierto es que la promoción de estereotipos causa daño a la dignidad de las mujeres y el medio a través del cual estos se promueven es importante, pero no definitivo, por lo que resulta necesario más que definirlo como violencia digital o violencia mediática, determinar si su difusión se encuentra de alguna manera sancionada.

Si recurrimos de nuevo a una revisión de los Códigos Penales no encontraremos un delito en particular que contenga como elemento la promoción de estereotipos sexistas, excepto el caso del delito de violencia política en razón de género (VPG) que contempla la Ley General en Materia de Delitos Electorales, que ya se dijo está concebida para un entorno específico.

Así las cosas, podemos encontrar una serie de acciones y medidas que pretenden promover la eliminación de los estereotipos de género. De esta manera se han desarrollado guías, manuales, recomendaciones y, recientemente, en 2023, la Comisión Nacional de Víctimas (CONAVIM) hizo un llamado a evitar la difusión de contenidos sexistas y machistas exhortando a los medios de comunicación y a todas las personas que usan redes sociales al respeto a la imagen de mujeres y niñas libres de roles y estereotipos.

Estos esfuerzos se reconocen, sin embargo, cuando resultan insuficientes es pertinente reflexionar sobre la posibilidad para sancionar a aquellas personas que insisten en

producir y difundir estos estereotipos, sobre todo cuando tienen un impacto masivo.

Si regresamos al delito de violencia política en razón de género encontramos que, por ejemplo, en el hipotético de que alguien realice una publicación en la que se difunda información privada de una mujer utilizando estereotipos de género siempre que ésta se encuentre en el ámbito político electoral, el delito se actualiza.

Una situación real: a través de una cuenta de *Facebook* se publicó un video que mostraba semidesnuda a una candidata para ocupar un cargo público y se hacían comentarios sexuales y denigrantes para descalificarla por haber sido modelo. La autoridad administrativa electoral determinó que el material cosificaba sexualmente a la candidata generándole un daño psicológico y emocional y ordenó retirar las publicaciones, mientras que la autoridad jurisdiccional consideró la existencia de violencia política en razón de género al utilizarse expresiones que refuerzan estereotipos y roles de género.

En este sentido la pregunta que debemos responder es ¿por qué únicamente se sancionan estas expresiones que promueven estereotipos sexistas cuando la mujer afectada se desarrolla en un espacio político electoral?

Si el Estado Mexicano asumió el compromiso de implementar acciones para erradicar la violencia y discriminación en contra de las mujeres y la política de prevención y sensibilización resulta insuficiente para abatir la producción y reproducción de estereotipos, valdría la pena ponderar la posibilidad de sancionar esta conducta desde los códigos penales.

Se puede hablar mucho sobre violencia mediática, se puede tratar de sensibilizar sobre la necesidad que a través de medios de comunicación se eviten los estereotipos, pero es evidente la necesidad de generar limitaciones punitivas como ocurrió en el caso de la violación a la intimidad sexual.

Es una realidad que en la regulación de estos delitos se pretenda sancionar a las personas físicas y no a las empresas que hasta ahora han sido objeto de una “autorregulación” y que, como señaló el INE, en ocasiones es difícil identificar al autor (a) de ese contenido. No obstante, si existe el precedente de castigo hacia personas que difundieron contenido que promueve estereotipos sexistas contra mujeres en el ámbito político electoral, es posible que la medida se extienda hacia el resto de las mujeres que no incursionamos en ese espacio.

En un estudio realizado por Pibernat-Vila (2020) sobre tres jóvenes youtubers cuyo contenido se basa en un humor misógino donde las mujeres son ridiculizadas e insultadas a partir de la producción de contenido con estereotipos de género concluyó que “(...) el humor machista y misógino no sólo es directamente funcional a los youtubers para conseguir audiencia, sino que indirectamente también es funcional a las marcas que luego utilizan dichas audiencias para publicitarse a través de los youtubers que las han conformado” (p. 55).

Estas conductas no pueden ni deben ser toleradas. La producción y reproducción de estereotipos sexistas es dañina, la normalización de comentarios y bromas que dañan la imagen y dignidad de las mujeres perpetúa la violencia y es deber del Estado escalar acciones que le pongan fin.

### **Las medidas de protección**

Cuando hablamos de violencia en contra de las mujeres es necesario reflexionar acerca de las acciones que deben implementarse de manera pronta para intentar detener o reducir el daño y evitar la re victimización. En el caso de la ocurrencia de violencia digital o mediática la LGAMVLV prevé que

(...) para garantizar la integridad de la víctima, la o el Ministerio Público, la jueza o el juez, ordenarán de manera inmediata, las medidas de protección necesarias, ordenando vía electrónica o mediante escrito a

las empresas de plataformas digitales, de medios de comunicación, redes sociales o páginas electrónicas, personas físicas o morales, la interrupción, bloqueo, destrucción, o eliminación de imágenes, audios o videos relacionados con la investigación previa satisfacción de los requisitos de Ley (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Art. 20 Sexies, 2024, p. 12).

Es importante, en primer término, mencionar la diferencia que existe entre las medidas de protección y las órdenes de protección que se mencionan en diversos artículos de la misma Ley.

Por lo que hace a las medidas de protección se detalla de forma específica que serán dirigidas a las empresas a fin de que “desaparezcan” las imágenes, audios o videos mientras que las órdenes de protección pretenden evitar que la persona agresora tenga contacto con la víctima.

En otras palabras, la intención de las medidas de protección es que el contenido íntimo deje de ser disponible para el público y esto debe hacerlo el medio a través del cual se hizo la difusión que, obviamente, no es la persona que lo compartió con la intención de hacerlo público.

Es menester señalar también que aun cuando el Código Nacional de Procedimientos Penales (CNPP) concibe a las medidas de protección como un mecanismo dirigido al imputado para evitar un riesgo en contra de la seguridad de la víctima, el mismo ordenamiento legal establece que “en la aplicación de estas medidas, tratándose de delitos por razón de género, se aplicará de manera supletoria la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (Artículo 137, último párrafo, 2024, p. 42).

Podemos decir nuevamente que la terminología utilizada en las distintas Normas puede generar confusión, ya que la LGAMVLV aborda la violencia digital y mediática;

los Códigos penales sancionan los delitos de violación a la intimidad sexual o corporal y la Ley General en Materia de Delitos Electorales (LGDME) tipifica el delito de violencia política en razón de género mientras que el CNPP precisa el concepto de delitos en razón de género. Cabe señalar que para solicitar estas medidas de protección en términos de la LGAMVLV:

(...) se deberá identificar plenamente al proveedor de servicios en línea a cargo de la administración del sistema informático, sitio o plataforma de Internet en donde se encuentre alojado el contenido y la localización precisa del contenido en Internet, señalando el Localizador Uniforme de Recursos<sup>9</sup> (Artículo 20 Sexies segundo párrafo, 2024, p. 13).

Así mismo, el artículo señala que la empresa está obligada a dar aviso inmediato a la persona que haya compartido el contenido informándole que la inhabilitación obedece al cumplimiento de una orden judicial. Al respecto, es pertinente apuntar que, de acuerdo con el texto de la Ley antes transcrito, la medida de protección puede venir del o la Ministerio público, por lo que no necesariamente existirá una orden judicial.

Más aún, mientras que entre las medidas de protección se prevé la interrupción, bloqueo, destrucción o eliminación de las imágenes, audios o videos –que son los elementos de prueba en caso de una investigación, denuncia o querrela– el párrafo cuarto del mismo artículo establece el resguardo del contenido. En cuanto al último párrafo de este artículo sobre medidas de protección, la LGAMVLV precisa que

Dentro de los cinco días siguientes a la imposición de las medidas de protección previstas en este artículo deberá celebrarse la audiencia en la que la o el juez

---

<sup>9</sup> El localizador Uniforme de Recursos es conocido por sus siglas como URL.

de control podrá cancelarlas, ratificarlas o modificarlas considerando la información disponible, así como la irreparabilidad del daño (2024, p. 13).

Lo cierto es que en la práctica existen diversas complejidades para que se ordenen las medidas de protección y el plazo que se señala de cinco días para la audiencia en la que se determinará si estas se cancelan, modifican o ratifican es difícil creer que sea suficiente dada la complejidad que conlleva la investigación.

Esto es así porque para efecto de solicitar estas medidas la víctima debe dirigirse a una fiscalía para ser atendida por el o la ministerio público. Ciertamente es que en algunos lugares se han generado mecanismos como denuncias electrónicas o digitales; sin embargo, no siempre se tiene claridad sobre el proceso o se desconoce de manera específica el delito que se quiere denunciar.

Es conocido que los procesos de denuncia requieren mucho tiempo y pareciese que la carga de la prueba recae sobre las víctimas que son quienes aportan la información sobre el medio en el que se difundió el contenido, su localización precisa y hasta el URL, enfrentando en muchas ocasiones falta de conocimiento técnico y capacitación sobre plataformas digitales.

Según la investigación realizada por la Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México, hay datos recabados por la organización Luchadoras (2021, p. 103) de la existencia de 2143 carpetas de investigación, en 18 estados de la República, por la difusión de imágenes íntimas sin consentimiento, de las cuales, el 83 % que se formaron como carpetas de investigación siguen en trámite y no se judicializan. Así mismo, menciona únicamente el inicio de 28 causas penales.

Es evidente que estos procesos resultan complejos y aunque la solicitud de medidas de protección se sugiere como una acción inmediata, lo cierto es que debido a que existen mecanismos dentro de las plataformas digitales que permiten eliminar el contenido o denunciarlo, muchas mujeres optan por usar esta vía. Parece más sencillo agotar esas instancias con el objeto de eliminar el contenido de las plataformas digitales que acudir ante una fiscalía para que se finque responsabilidad a la persona responsable de difundirlo.

Aunque existen opiniones diversas como la de Agneris Sampieri (citada en Díaz, 2023) que expone el peligro de las políticas punitivas y apuesta a la prevención, la educación digital y la reparación del daño, es verdad que existe abundante trabajo en torno a la prevención y orientación sobre lo que debe hacerse frente a la violencia digital y mediática, en nuestra opinión, no debe ignorarse la importancia de erradicar la impunidad y lograr el pleno acceso a la justicia.

No se trata de castigar a diestra y siniestra, sino de generar mecanismos que se complementen. Sensibilizar, promover nuevos modelos educativos con enfoque de género y capacitar es indispensable, pero también lo es la necesidad de sancionar cuando, a pesar de ello, se sigue promoviendo la discriminación contra las mujeres.

## CONCLUSIONES

Las plataformas digitales, empresas de tecnología, medios de comunicación en entornos digitales y todo aquello que podamos asociar a tecnologías de información y comunicación son el medio a través del cual la sociedad actual se encuentra conectada, se comunica, se comparte información y con ello construye opiniones y norma conductas.

Los contenidos que desde estos espacios se difunden ejercen influencia en las formas y pautas humanas de comportamiento y en consecuencia se convierten también en un medio para ejercer violencia.

En la lucha para erradicar la violencia y la discriminación en contra de las mujeres se ha procurado evidenciar que a través del uso de las TIC se realizan conductas que causan daño a las mujeres y que deben regularse, por lo que se han reformado y adicionado figuras a la LGAMVLV con el fin de visibilizar modalidades de violencia como la digital y la mediática que no podemos concebir aisladas y se ha hecho lo propio en los códigos penales para tipificar algunos delitos asociados a estas acciones.

El esfuerzo debe continuar. Es necesario que la difusión de la información en torno a la violencia y los delitos que esta genera sea clara y permita a las víctimas comprender el alcance de las conductas. La violencia digital, la violencia mediática y la promoción de estereotipos no constituyen delitos *per se*, es indispensable que así se comprenda.

La promoción de estereotipos es altamente perjudicial, prolonga y perdura el estigma de inferioridad y la cosificación de las mujeres. Es prioritario implementar medidas efectivas para erradicar su promoción y difusión masiva. La libertad de expresión y la libertad para difundir opiniones no son derechos absolutos, es deber del Estado proteger y garantizar el derecho a la dignidad de las mujeres.

## REFERENCIAS

- Borowsky, M. (2021). Derechos absolutos y proporcionalidad. *Revista Derecho del Estado*, (48), 297-339. Epub. Universidad de Colombia. <https://doi.org/10.18601/01229893.n48.11>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia, [LGAMVLV], Reformada, 26 de enero de 2024 (México). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). Código Penal Federal, Reformado, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.], 07 de junio de 2024, (México) <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPF.pdf>
- Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México (2021). Violencia digital contra las Mujeres en la Ciudad de México. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6650/7.pdf>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos (2015) Derecho de Acceso y Uso de las Tecnologías de Información y la Comunicación. (México) [https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/foff\\_DerAccesoUsoTIC.pdf](https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/foff_DerAccesoUsoTIC.pdf)
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, (C.P.E.U.M.), (2024) Reformada, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.], 22 de marzo de 2024, (México).
- Convención Americana de derechos Humanos (1969, noviembre 22) Organización de Estados Americanos [OEA]. [https://www.oas.org/dil/esp/1969\\_Convenci%C3%B3n\\_Americana\\_sobre\\_Derechos\\_Humanos.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convenci%C3%B3n_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf)
- Cook, R. y Cusack, S. (2010). Estereotipos de género. Perspectivas legales transnacionales (Trad. A. Parra). Editorial Profamilia. (Trabajo original publicado en 2009). [https://www.law.utoronto.ca/utfl\\_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf](https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf)
- Díaz, A. (2023). “¿Cómo denunciar violencia digital? La guía para hacerlo vía internet”. La cadera de Eva. 5 de agosto de 2023. <https://lacaderadeeva.com/actualidad/como-denunciar-violencia-digital-la-guia-para-hacerlo-via-internet/8042>
- Gobierno de Puebla (2018). Código Penal para el Estado Libre y Soberano de Puebla, Reformado, Periódico Oficial del Estado [P.O.] 10 de diciembre de 2018, (México). [https://periodicooficial.puebla.gob.mx/media/k2/attachments/T\\_9\\_10122018\\_C.pdf](https://periodicooficial.puebla.gob.mx/media/k2/attachments/T_9_10122018_C.pdf)

- Instituto Nacional Electoral [INE] (2023), Manual Sobre Violencia Política contra las Mujeres en la Esfera Digital y Mediática. (México). [https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2024/02/Manual\\_sobre\\_violencia\\_politica\\_contra\\_las\\_mujeres\\_en\\_la\\_esfera\\_digital\\_y\\_mediatica.pdf](https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2024/02/Manual_sobre_violencia_politica_contra_las_mujeres_en_la_esfera_digital_y_mediatica.pdf)
- OEA (1994). Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la Mujer “Convención Belem Do Pará”. Departamento de Derecho Internacional de la Organización de Estados Americanos, 09 de junio de 1994. <https://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>
- ONU (1979). Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación en contra de las Mujeres [CEDAW]. Organización de las Naciones Unidas [ONU]. Derechos Humanos. Oficina del Alto Comisionado <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-elimination-all-forms-discrimination-against-women>
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I. y Larrondo Ureta, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16 (40), 351-372. Publicado el 18 de mayo de 2020. <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>
- Pibernat Vila M. (2021). Misoginia youtuber: conseguir audiencia con humor sexista. *Investigaciones Feministas*, 12(1), 47-56. <https://doi.org/10.5209/infe.69376>

Las víctimas de feminicidio continúan siendo culpabilizadas por los medios de comunicación (...) la repetición constante de las mismas explicaciones refuerza la idea de que las mujeres asesinadas son un tipo de mujer, lo que produce una discriminación real contra las víctimas de violencia de género que es una tendencia global.

**MARIANA ALDRETE**

# PRENSA Y FEMINICIDIO DE MIGRANTES CENTROAMERICANAS: UN CONJUNTO DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

40

DIANA LAURA DOMÍNGUEZ PALACIOS

Comunicadora e investigadora independiente

ORCID 0009-0008-4360-6973

diana\_laura99@hotmail.com

## INTRODUCCIÓN

En 1995, en el marco de la IV Conferencia Internacional de la Mujer, 125 países, incluido México, firmaron, ante la ONU, la Declaratoria y Plataforma de Acción de Beijing, un acuerdo internacional en el que se exhortaba a los medios de comunicación a fomentar la participación de la mujer con una imagen equilibrada y no estereotipada. Hoy en día, a casi tres décadas de la firma de dicho acuerdo los avances en los medios aún quedan a deber, en algunos casos, la prensa, la radio, la televisión y los nuevos medios digitales siguen difundiendo imaginarios sociales que perpetúan la violencia de género.

Los constantes casos de feminicidio son un fenómeno social que se ha polemizado desde los medios, según ONU Mujeres (2024) en nuestro país en promedio 10 mujeres son asesinadas al día por cuestiones de género y la cobertura sesgada y sexista de estos casos contribuye a la

naturalización de la violencia, la información que se provee de las víctimas y cómo se les retrata las vulnera doblemente.

En el contexto chiapaneco, en 2016, se declaró la Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres (AVGM), un mecanismo de acción de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para que el gobierno genere condiciones que contribuyan a la disminución y cese de la violencia feminicida. En ese año, la AVGM fue emitida para algunos municipios por la incidencia de actos de violencia de género que podían derivar en feminicidio; de acuerdo con el Colectivo de Encuentro entre Mujeres, A. C. (COLEM) para 2016, a través del seguimiento de los medios, se habían registrado 136 casos de muertes violentas de mujeres con presunción de feminicidio.

La violencia sabemos se manifiesta de diversas formas e independientemente de su tipo denota una relación de poder en que una persona o colectividad domina a otra (Reguillo, 2012); es así que algunas mujeres de acuerdo con su falta de poder político y económico en la sociedad eran más propensas a ser victimizadas, tal era el caso de niñas y mujeres migrantes, el análisis del perfil sociodemográfico de las mujeres asesinadas y retomadas por la prensa permitía confirmarlo.

Chiapas al ser un estado fronterizo es paso obligatorio de personas migrantes, en el año en que se realizó la investigación, el desempleo, la inestabilidad política y la inseguridad ciudadana eran las causas que mantenían en incremento la migración, en su mayoría de personas guatemaltecas, salvadoreñas y hondureñas en situación de tránsito hacia Estados Unidos de América de América.

En 2018, desde el interés particular en estudios de género y consciente del compromiso ético y académico para optar al título de Licenciada en Comunicación por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), decidí analizar los casos de feminicidio de migrantes centroamericanas que

fueron publicados por la prensa chiapaneca a partir de que fue declarada la AVGM, la intención principal del trabajo fue identificar si existieron avances con perspectiva de género.

Para ello retomé el diario *El Orbe*, que se publica desde hace más de 40 años en la ciudad de Tapachula de Córdova y Ordoñez y que, en su momento, según el Padrón Nacional de Medios Impresos (2005), llegó a ser el segundo con mayor tiraje en el estado de Chiapas. Este periódico conserva su mayor penetración en la zona fronteriza y además ha mantenido una fama labrada de explotación sensacionalista, dedica 16 de sus 65 páginas a su sección más consumida, la nota roja.

La nota roja en el periodismo mexicano ha sido desde hace siglos el espectáculo de la violencia, en esta sección, aunque se rompa el código ético del periodismo las malas noticias se convierten en las mejores. Es común que la redacción destaque del resto por toques de exageración, titulares y contenido impactante cuya finalidad es atraer lectores; la reproducción de las imágenes con lujo de detalle y exceso de información contribuye a la revictimización de quienes sufren hechos delictivos, catástrofes naturales o accidentes.

Precisamente, en los medios mexicanos los casos de feminicidio se ponen en conocimiento de la sociedad en la nota roja, en ella se permite sancionar moralmente y culpar a las víctimas, de manera directa o indirecta, con prejuicios de género muy arraigados en la sociedad. Siguiendo a autoras que analizaron el contenido de la nota roja mexicana en casos de feminicidio (Alcocer 2014; Berlanga, 2015), reportan que en estos crímenes se comportan como jueces: condenan o compadecen, según el comportamiento socialmente inaceptable de las víctimas o las ignoran, según sus características.

Si bien el feminicidio es la muerte de una mujer resultado de la violencia extrema ejercida en su contra por uno o varios sujetos, es también producto del sistema de valores de una

sociedad que lo permite, guarda silencio y lo justifica; especialmente en aquellas mujeres que están en una situación de vulnerabilidad, ya sea por falta de recursos económicos, situación migratoria, situación laboral, edad, color de piel, etc.

El acto de feminicidio da cuenta de esa precariedad, estética y condición específica: el cuerpo de las mujeres se vuelve lugar de escritura de un conjunto de violencia en que la prensa contribuye: en él enuncian tanto los asesinos como lo medios (Berlanga, 2015).

Analizar los casos de feminicidio de migrantes centro-americanas, retomados por la prensa en la frontera sur de Chiapas, es de interés porque los datos oficiales no permitían constatar su muerte. En la mayoría de los casos, como migrantes<sup>10</sup> sin papeles o migrantes no documentadas, no se tenía registro del ingreso de estas mujeres al país y la prensa pasaba a tomar un papel muy importante, pero asumido, en muchas ocasiones, sin responsabilidad social y perspectiva de género.

### **Los puntos de análisis en la prensa y el feminicidio de migrantes**

El enfoque de la comunicación para el análisis de los casos de feminicidio fue la denominada teoría de los marcos interpretativos o encuadres noticiosos, en inglés *Frame Analysis*. Para este enfoque multidisciplinario, también conocido como teoría del *framing*, el interés central es la manera en que el emisor describe el acontecimiento y el esquema interpretativo que se activa en el receptor para procesarlo.

Para comprenderlo, en mis años de estudiante universitaria, me fue útil la analogía planteada por Gaye Tuchman (en Ardévol-Abreú, 2015), quien, desde una mirada sociológica,

---

<sup>10</sup> Es importante mencionar que diversos medios de comunicación han decidido no usar más el término 'migrante ilegal', entre ellos la agencia de noticias Associated Press. Se hace esta aclaración ya que en la tesis de licenciatura en su momento se acuñó este término.

decía que las noticias presentadas por los medios son ventanas con vista al mundo exterior, por las cuales las personas aprenden acerca de sí mismas y de los demás, el tamaño y composición de los marcos de esas ventanas limitan lo que las personas pueden ver o no del mundo exterior. De este modo, la noticia se convierte en una construcción de la realidad, pero desde la mirada periodista, de alguna manera condicionará la interpretación de los hechos.

Así, la teoría del *framing* (Gregory Bateson, 1972) otorga la posibilidad de acercarme al objeto de estudio a través de una investigación cualitativa y cuantitativa, empírica e interpretativa, psicológica y sociológica a la vez; todas bondades del estudio de la comunicación que se nutre de varias ciencias porque el acto comunicativo es inherente a todas a las actividades humanas.

Como herramienta metodológica empleé el análisis de contenido, primeramente, obtuve una muestra de las noticias publicadas por *El Orbe* durante un año (2017) y posteriormente construí un manual de código conformado por tres encuadres noticiosos enfocados en el lenguaje, el contexto y las fuentes de información, además de un encuadre de las fotografías con que los casos eran presentados. En cuanto al lenguaje, analizo si en la redacción de las notas periodísticas se culpaba directamente a la víctima exonerando al victimario, si se culpaba indirectamente a la víctima justificando las acciones del victimario o si, por el contrario, se culpaba a la violencia social.

Respecto al contexto, analizo si los casos de feminicidio se vinculaban a la violencia de género suscitada en el entorno o si se normalizaba y se trataba como un caso aislado, porque los estudios feministas advierten que desvincular el suceso de la violencia de género lo cataloga como homicidio, delito que no comparte las mismas características que un feminicidio (Danés, 2017).

Sobre las fuentes de información, analizo a quiénes recurría el periodista para obtener información, busco conocer si tenían perspectiva de género o no. Investigaciones acerca del tratamiento mediático de los casos de feminicidio, revelan que familiares cercanos a la víctima y expertos en violencia de género proveen una perspectiva de género al caso, ya que lo vinculan con los antecedentes de las relaciones entre víctima y agresor o lo contextualizan bajo el concepto de la violencia de género.

En cambio, las fuentes de autoridades oficiales, vecinos o testigos, pueden no ofrecer dicha perspectiva ya que reproducen una versión sesgada y muchas veces basada en prácticas patriarcales del suceso (Danés, 2017). Por último, para analizar el contenido de las fotografías busqué qué o quiénes aparecían en las imágenes, si eran presentadas en blanco y negro o a color y cuál era el plano y ángulo de las fotos; ya que la elección de cada una de estas categorías lleva también un mensaje implícito.

### **La presentación de los casos de feminicidio**

Durante un año, el periódico *El Orbe* presentó nueve casos de feminicidio de migrantes centroamericanas acontecidos en la frontera sur del estado de Chiapas, los demás casos retomados fueron de mujeres mexicanas y suscitados en otra parte del país; en total, de esos casos, pudieron analizarse 13 notas informativas. Todas se acompañaron de fotografías, lo cual permitió reconocer la importancia del elemento visual sobre el texto. Un caso de feminicidio fue retomado hasta en tres ocasiones en días siguientes, aportando nuevos datos e intimidades de la víctima, porque la espectacularidad del caso lo convertía en un acontecimiento atractivo a los lectores y traducible en ventas del periódico.

#### *a) El lenguaje culpabilizador*

En más de la mitad de las notas periodísticas se manejó un lenguaje que culpaba directamente a la víctima (67 %), el resto fue indirecto justificó al victimario (11 %) o se culpó a

la sociedad, el crimen organizado y las pandillas (22 %). Un lenguaje culpabilizador indirecto se reflejó en titulares como “Ejecutan a balazos a mujer integrante de la Mara Salvatrucha”, “Cae presunto asesino de mesera” y como se observa en la figura 1, “Lapidan a mesera”; siendo la actividad u oficio de las migrantes lo que se resalta a lo largo de las notas y lo que, finalmente, las condujo a su muerte.

Figura 1  
Ejecutan a balazos a una mesera



Nota. La imagen presenta un caso de feminicidio en el Cantón Buenaventura, municipio de Tapachula, Chiapas. La nota se titula “Lapidan a mesera”. Ella es una mujer de Honduras, madre de un menor de edad e integrante de la Mara Salvatrucha MS 13. Tomado de El Orbe, 17 de julio de 2017. <https://elorbe.com/rojas/2017/07/13/lapidan-a-mesera.html>

En una ocasión en que se justificó al victimario se redactó “Ordenó el homicidio de la joven por no pagar el derecho de piso para que trabajara como mesera” y “el detenido era el líder de la banda delictiva MS 13”, lo que excusó que la causa del feminicidio fue por problemas financieros entre ambos.

De las veces que se culpó directamente a la víctima por su muerte, lo más recurrido fue mencionar que el comportamiento de la víctima es moralmente inaceptable por el

uso de drogas, alcohol y su tipo de trabajo, por ejemplo: “algunos vecinos dijeron que la habían visto con otras tres personas ingiriendo bebidas embriagantes” o “se supo extraoficialmente que trabajaba como mesera en un bar”.

A la postura de que tenía la culpa parcial de su muerte la tenía la víctima correspondía a argumentos como: “la víctima vivía con una persona de origen salvadoreño en unión libre, pero nadie lo ha visto y no se sabe de su paradero” y “se presume que estaba acompañada y pudo haber discutido”. De las ocasiones en que se culpó a la violencia social, el 100 % hacía referencia al crimen organizado y las pandillas, por lo que la ola de violencia social generada por este fenómeno servía de justificación del acto feminicida. En definitiva, conforme aumentaba la extensión de las notas periodísticas y en los casos en que se dedicó más de una nota al caso hubo una mayor tendencia a emplear un lenguaje culpabilizador.

#### b) La contextualización con la violencia de género

Con base en las notas analizadas se determinó que existía una tendencia por desvincular los casos de la violencia de género, encuadrándolos como casos aislados; en un 60 % el feminicidio se relacionó como un suceso inesperado que no se venía venir, en un 30 % como una situación rutinaria de homicidio y en un 10 % como un crimen pasional.

Entre los casos desvinculados de la violencia de género, destaca la nota en que se menciona “como la víctima trabajaba de mesera de un bar, las autoridades no descartan que la joven vio o escuchó algo, o que surtía a sus clientes de droga” y que, por lo tanto, “se siguen dos líneas de investigación, ya que se puede tratar de un crimen pasional o bien un ajuste de cuentas entre las bandas antagónicas de la Mara Salvatrucha MS 13 y Barrio 18.

Con lo anterior, se comprueba que existía una tendencia de la prensa por usar mecanismos de legitimación para justificar los actos de violencia de género, desvincularlos de la

problemática social de violencia de género contra las mujeres que se vive en Chiapas, y peor aún, reproducir declaraciones de autoridades oficiales que los consideraban como crímenes pasionales. Lo más cercano, como se observa en la figura 2 a la contextualización de esta violencia, fueron dos casos en que solo se hizo mención del crimen como feminicidio.

*c) Las fuentes de información y el género de los reporteros*

Se comprobó que existía una alta dependencia de los periodistas hacia las fuentes de autoridades oficiales, ningún caso recurrió a fuentes expertas en violencia de género. Entre dichas fuentes se consultaron: la Fiscalía Especializada en Delitos Cometidos en Contra de Inmigrantes (14 %), autoridades policiacas (65 %), agentes de emergencia (14 %) y autoridades no especificadas (7 %). Las otras fuentes fueron cercanas a las víctimas, entre ellas: un familiar (20 %), el cónyuge o excónyuge (20 %) y los vecinos (10 %).

Figura 2  
Mujer desconocida es apuñalada



*Nota.* En la imagen se reporta el feminicidio de una joven sin identificación en Lomas de Sayula en el municipio de Tapachula, Chiapas, México. Tomado de *El Orbe*, 16 de junio de 2017. <https://elorbe.com/rojas/2017/06/17/feminicidio-en-lomas-de-sayula.html>

En relación a la selección del género de las fuentes de información y el género del reportero, identifiqué que el cuerpo periodístico que cubría los casos de feminicidio estaba conformado exclusivamente por hombres y estos tendían a no divulgar el género de la fuente o a recurrir a información que era generada por hombres.

Bajo la idea de que existe una correlación entre el género del periodista y el género de la selección de la fuente, los resultados indicaban que en *El Orbe* persistía, al menos en el 2017, una brecha de género tanto en el ejercicio del periodismo como en la consulta de fuentes.

#### *d) Las fotografías y el retrato de las víctimas*

Las notas informativas fueron publicadas con fotografías que tenían 6 tipos de contenido distinto: a la víctima con vida (8 %), el cadáver de la víctima (33 %), el victimario (17 %), a las autoridades policíacas (21 %), el lugar de los hechos (17 %) y objetos con que las víctimas fueron asesinadas, por ejemplo, cuchillos y piedras que fueron localizados a un costado del cuerpo (4 %).

Las víctimas fueron fotografiadas en la posición en que fallecieron para evidenciar las lesiones de su cuerpo y en la sangre; si la víctima murió boca arriba y su rostro era visible, sus ojos eran cubiertos en el proceso de edición, pero el resto de la cara continuaba nítida. En ese sentido, de acuerdo con Berlanga (2015), la posición de los cadáveres sugería una derrota total de las mujeres; el tipo de encuadre, ángulo, disposición y postura del cuerpo, así como las marcas que presentaba, daban cuenta del mensaje que enviaban los feminicidas a sus víctimas, pero también al resto de la sociedad.

Particular atención, como se observa en la figura 3, llamaba el hecho de que los periodistas recurrieran al uso de fotografías de la víctima con vida, como en el caso de las notas tituladas “Cae presunto asesino de mesera” y “Lapidan a mesera”. En el primer caso, la mujer fue presentada

portando lentes oscuros, escote pronunciado y una cerveza en la mano. En el segundo caso, la mujer fue recortada (de una fotografía) con otros sujetos mientras sonríe a la cámara. Esta situación representa un doble crimen a la víctima, pues el periodista se da a la tarea de investigar su vida privada y exponerla.

Figura 3  
Víctima de feminicidio es revictimizada



*Nota.* En la imagen es el Caso de cómo la prensa muestra con estereotipos sexistas y de género, fotografías en vida de las víctimas de feminicidio. Tomado de *El Orbe*, 18 de noviembre de 2016. <https://elorbe.com/rojas/2022/07/26/cae-presunto-asesino.html>

Las fotografías fueron presentadas a color y en ese hecho Berlanga (2015) hace también una puntual observación, explica que las fotografías a color, a diferencia de las de blanco y negro, dejan ver con mayor precisión las características del suceso: manchas de sangre en la ropa y piel de las víctimas, en el suelo y alrededores; y en los sujetos: sus rasgos físicos y su vestimenta; lo cual describe a veces lo que el texto omite y a partir de ellas se encuadra también el caso de feminicidio.

En cuanto a los planos fotográficos, como se observa en la figura 4, los que más se emplearon fueron los generales y enteros, especialmente en las que contenían el cadáver de la víctima o la víctima con vida; y en plano a detalle se fotografiaban los objetos con que dieron muerte a las víctimas, lo cual servía para llamar el morbo del espectador. La mitad de las fotografías fueron tomadas en ángulo picado y contienen el cadáver de la víctima (imagen 4), a los victimarios y al objeto con que se cometió el feminicidio.

Figura 4  
Mujer desconocida es degollada



*Nota.* En la imagen es otro Caso de cómo la prensa muestra con estereotipos sexistas y de género, fotografías en vida de las víctimas de feminicidio. Tomado de *El Orbe*. 18 de noviembre de 2017. <https://elorbe.com/rojas/2017/11/18/deguellan-a-mujer-y-la-tiran-al-rio-coatan.html>

Cabe resaltar que el ángulo, desde el cual son tomadas las fotografías, fortalece las sensaciones de vulnerabilidad o poder de los retratados, por ejemplo, los cadáveres de las víctimas que son en todas las notas retratados “desde arriba”, hace verlas como disminuidas, frágiles y vulnerables; en cambio, las autoridades policiacas de las cuales se intuye poder y control, eso en la mayoría de las ocasiones retratadas desde un ángulo normal, a la altura de los ojos del fotógrafo.

e) *La nacionalidad de las víctimas y el sensacionalismo del caso*

Más de la mitad de las notas ocuparon un espacio considerable en la contraportada del diario y en la portada de la sección *Policíaca*, lo más relevante fueron las fotografías, seguido de los titulares; el texto que las acompañó se reducía a destacados que mencionaban el lugar de los hechos. No se presentó ninguna nota sin fotografía, lo que demostró que en los casos en que el periodista no conseguía mayor información del feminicidio, podía ser menos importante el texto, pero no la imagen.

La mención de la nacionalidad de las víctimas se hacía en las notas (como se observa en la figura 5) un caso lo menciona desde el titular y con ello el periodista evidencia la discriminación que se da sobre la inmigración. Ya que población víctima de feminicidio compartía además otras características: eran originarias de Guatemala, Honduras y El Salvador; radicadas en los municipios de la frontera sur, empleadas en oficios estigmatizados y vinculadas a las actividades de las pandillas; la discriminación hacía ellas se acentuaba.

Llama la atención un caso de feminicidio en el que se menciona que la detención del victimario fue con apego a los derechos humanos; el periodista culpa indirectamente a la víctima y se preocupa por los derechos del feminicida de quien se dice que es responsable de otros actos delictivos como líder de una pandilla.

Así también, en otro caso, el periodista cuenta el nombre completo de la víctima, edad, cantidad, lugar y tipo de tatuajes que había en su cuerpo; y, por último, que dejó en orfandad a un menor de edad; todos datos privados e irrelevantes para el ejercicio de un periodismo ético.

Figura 5  
Mujer guatemalteca es estrangulada



Nota. En la imagen es otro caso de cómo la prensa enuncia por nacionalidad a las víctimas de feminicidio. Tomado de El Orbe. 2 de agosto de 2017. <https://elorbe.com/rojas/2017/08/02/localizan-a-extranjera-presuntamente-asesinada-en-su-domicilio.html>

## La violencia contra las mujeres desde la prensa

El análisis de las notas periodísticas partió del día en que fue declarada la AVGM hasta un año después para averiguar si existieron avances con perspectiva de género en el análisis de los casos. Desafortunadamente los hallazgos fueron nulos, en los días previos, al término de ese periodo, únicamente se presentó publicidad gubernamental sobre la declaratoria de AVGM y después el periódico continuaba con la exposición de las mujeres en la nota roja.

A través de la aportación de autoras feministas que, en la actualidad, desde diversos escenarios, han contribuido a la interpretación teórica del feminicidio como la manifestación última de actos reiterativos de violencia de género, por mencionar gunas: desde el ámbito jurídico y antropológico en México con Marcela Lagarde, desde una mirada sociológica, en Argentina, con Rita Segato y bajo la interpretación de la teoría de los encuadres noticiosos, definidos como los

marcos que delimitan nuestra percepción del mundo, se llegó a los siguientes resultados.

En *El Orbe*, en cuanto al lenguaje se tendía a culpar a la víctima; respecto al contexto, frecuentemente se desvinculaba el caso de la problemática de la violencia de género, normalizando el crimen y mostrándolo como un caso aislado; en cuanto al uso de fuentes de información, existía una alta dependencia hacia las autoridades oficiales y otras fuentes que no ofrecen una perspectiva de género para dar a conocer que la raíz del feminicidio es la violencia de género. Finalmente, referente a las fotografías, lo más usual era mostrar a la víctima en la posición y lugar de su muerte.

Como mencionan BardWigdor y Bonavitta (2016) en el análisis de un mediático caso de doble feminicidio, acontecido en Ecuador, sobre jóvenes argentinas y que sírvase citar ahora por la coincidencia de los prejuicios enraizados en el periodismo latinoamericano y el interés de los medios de comunicación, los cuales parecen mantener intemporalmente su vigencia; los medios responden primeramente a sus intereses económicos, son empresas y, luego medios al “servicio” de la comunidad; en cuanto a empresas lo que pretenden es vender información a ciudadanos vistos como consumidores.

Cada medio de comunicación tiene su propia línea editorial que representa la ideología del medio en cuestión y que responde a una particular mirada y puntuales intereses. Así que, aunque el periodismo pueda jactarse de objetividad, ética e imparcialidad, en el caso de la prensa que se elabora dentro de las empresas periodísticas, el reportero se encuentra condicionado a construir la realidad con ideas preconcebidas de qué mirar, cómo ver, desde dónde hablar y qué decir.

Es en ese sentido que, para sostener sus ingresos, los medios de comunicación privados e incluso, algunos públicos, despliegan contenidos llamativos cargados de símbolos que se tornan en mayores ventas de sus productos audiovisuales,

radiales, impresos o digitales. En muchas ocasiones, mantienen un discurso sexista y representaciones sociales de género, normalizadas por convenciones sociales e institucionales que refuerzan la violencia contra las mujeres.

Las representaciones sociales que los medios reproducen se enmarcan en una violencia simbólica muy naturalizada; es así que, como en el caso de *El Orbe*, las mujeres además de la violencia objetiva, sufrida por el hecho noticioso que las coloca en primeras planas, son mercantilizadas a través de la imagen sexual de sus cuerpos, condenadas moralmente por romper el rol maternal y salir del espacio doméstico y discriminadas por su lugar de origen: son merecedoras de violencia, considerando que el feminicidio es en sí, el acto culmine de situaciones a las que muchas mujeres son sometidas a lo largo de sus vidas.

Cuando las mujeres son asesinadas se habla en los medios de comunicación de asesinato, de homicidio o de crimen pasional, pero es menos común que se diga que es un feminicidio; implícitamente los medios se adhieren al discurso patriarcal y lo ocultan detrás de justificadores de la violencia de género: celos, pasiones, venganza y locura. Si los medios hablan de feminicidio generalmente lo hacen como si fuese una palabra más, en desconocimiento de su significado y contenido, como sinónimo del asesinato de una mujer, “sin explicitar que trae consigo la fuerza del machismo violento que las mata” (BardWigdor y Bonavitta, 2016, p.170).

Usualmente, los medios instalan también la idea del feminicida como un psicópata, un perverso, un loco, ocultando que no es más que otro hombre sano, quien lleva al extremo la norma social del patriarcado que le confiere poder sobre las mujeres, incluso el de terminar con sus vidas (BardWigdor y Bonavitta, 2016).

## CONCLUSIONES

A seis años de haber finalizado esta investigación en la prensa del sur de Chiapas, muchas cosas, para nada positivas, han sucedido, algunas, sin embargo, han traído como respuesta cambios favorecedores para las mujeres; otras, por el contrario, siguen poniendo en desventaja a niñas y mujeres.

Sin duda, si los datos antes discutidos volvieran a recopilarse en la actualidad, los resultados en los medios de comunicación serían mayores; pero también tendrían una mayor perspectiva de género, esto gracias al empeño en los últimos años de mujeres activistas feministas, el cual ha permeado incluso en el quehacer periodístico.

En 2020, el feminicidio de Ingrid Escamilla y su brutal exposición con titulares sensacionalistas propició una serie de reformas legislativas para combatir la violencia mediática de género, a partir de ese lamentable hecho, hoy hay llamados a no compartir esas imágenes y sanciones para los servidores públicos que difundan mediáticamente contenido que vulnere la intimidad y dignidad de las víctimas y sus familiares.

A partir del activismo de Olimpia Coral Melo, quien años atrás fue violentada con la divulgación sin su consentimiento de contenido sexual íntimo, desde 2021 se aprobaron reformas a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y al Código Penal Federal, para combatir la violencia digital y mediática para sancionar a quienes divulguen este tipo de contenido sexual.

En la UNACH, en 2021, la ausencia de Mariana Sánchez Dávalos, pasante de Medicina Humana, llevó al primer paro estudiantil por razones género que demandó la creación de un protocolo de acción para atender la violencia de género y lo cual se logró con el trabajo admirable de las recientemente formadas colectivas feministas universitarias en las diversas facultades.

Hoy, en pleno 2024, las cifras de feminicidio a nivel mundial siguen siendo alarmantes, pero las protestas de mujeres son también cada vez más grandes en las ciudades más importantes del mundo. En México, el 8 de marzo, se suscitan marchas multitudinarias y 9 de marzo está dado como paro nacional de mujeres. Los centros educativos y muchos espacios públicos, se han inundado con tendedores de denuncia a acosadores y situaciones que violentan a las mujeres.

Por otro lado, en la actualidad, el ingreso de migrantes al país es mucho mayor. A partir de 2020, derivado de la pandemia Covid-19 con todas las crisis económicas y sanitarias que trajo, se crearon las denominadas “caravanas migrantes”, las cuales son grupos multitudinarios de migrantes que además de personas de procedencia centroamericana se conforman de personas haitianas, venezolanas, cubanas y nicaragüenses.

Esta es una situación migratoria que requiere especial atención y análisis con perspectiva de género porque su permanencia el país ha cambiado, ya no es únicamente tránsito, sino asilo; y niñas y mujeres conforman la mitad de esa población inmigrante ilegal, por ende, también la violencia suscitada contra ellas es creciente y puede derivar en feminicidio.

Es pertinente resaltar que los datos recopilados en esta investigación no engloban la totalidad de los casos de feminicidio de migrantes ocurridos en el estado de Chiapas; fueron únicamente un indicador de la violencia de género retomada por la prensa hacia una población específica, que son las mujeres migrantes centroamericanas radicadas en los municipios de la frontera sur y empleadas en oficios estigmatizados.

Otros casos alarmantes de violencia feminicida contra migrantes no son retomados por datos estadísticos oficiales ni por medios de comunicación, porque no se tiene registro del ingreso de estas mujeres al país ni cuentan, tristemente, con

la oportunidad de ser identificadas o halladas, porque como ya se mencionaba, son migrantes sin papeles o migrantes no documentadas. Los grupos de delincuencia organizada en las localidades fronterizas que operan de manera impune, en colusión con servidores públicos y agentes de la policía, son responsables de casos de explotación y trata de mujeres y niñas prostituidas en bares, secuestros, asaltos, ataques sexuales y asesinatos violentos de mujeres migrantes.

Es mi aspiración que la presente investigación pueda servir a comunicólogos y comunicólogas en formación para, como dice la convocatoria de esta segunda Colección Género y Comunicación, repensar la manera en que se gestionan los procesos mediáticos y cómo desde los mismos se gesta una violencia sistemática contra las mujeres que es necesario analizar y cambiar en nuestro quehacer profesional.

## REFERENCIAS

- Alcocer Perulero, M. (2014). "Prostitutas, infieles y drogadictas". Juicios y prejuicios de género en la prensa sobre las víctimas de feminicidio: el caso de Guerrero, México. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, núm. 20, septiembre-diciembre, 2014, pp. 97-118. Universidad de Los Andes. <https://cutt.ly/Fek7msao>
- Ardèvol-Abreu, A (2015). "Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España". *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://cutt.ly/Nelukd4P>
- Bard-Wigdor, G., & Bonavitta, P. (2017). "No viajes sola": el doble feminicidio de mujeres argentinas en Ecuador. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*. <https://cutt.ly/zek7cSmT>
- Berlanga, M. (2015). El espectáculo de la violencia en el México actual: del feminicidio al juvenicidio. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*. Vol. 15, núm. 4, diciembre, 2015, pp. 105-128. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://cutt.ly/Vek7ExSV>
- Danés, S. (2017). La representación del feminicidio en la prensa regional montana. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. <https://cutt.ly/reluszb>
- ONU Mujeres (2024). Las huellas de los feminicidios en CDMX. <https://cutt.ly/iek7cg0v>
- Reguillo, R. (2012). "De las violencias: caligrafía y gramática del horror". *Revista Desacatos*, núm. 40, septiembre-diciembre 2012, pp. 33-46. <https://cutt.ly/Pek7bkZK>

Me hice feminista por puro sentido de la justicia, pues no puede ser que el simple hecho de nacer mujer te condene a un destino abierto, pero esto es lo que pasa en la mayor parte del planeta, ser mujer condena a muchísima gente a un destino que nunca elegiría.

**AMELIA VALCÁRCEL**

# VIOLENCIA MEDIÁTICA HACIA LAS MUJERES, PASADO Y PRESENTE (1960-2020)

61

CLAUDIA MARIBEL DOMÍNGUEZ MIRANDA  
UAM IZTAPALAPA  
ORCID 0000-0003-0325-9723  
claudiamardm@gmail.com

## INTRODUCCIÓN

La violencia mediática hacia las mujeres existe desde que empezaron a circular en periódicos, revistas, radio y televisión<sup>11</sup>. La denuncia hacia esa forma de violencia pasó inadvertida durante mucho tiempo. Fueron periodistas mujeres las que, sin el respaldo de una ley que las amparara, empezaron a alzar la voz en contra de las prácticas discriminatorias que las violentaban. Rosario Castellanos en las páginas del periódico *Excélsior*, en las décadas de 1960 y 1970, fue una de las primeras en destacar el impacto negativo que los medios de comunicación provocaban en detrimento del desarrollo de las mujeres. Sin lugar a dudas, hizo importantes apreciaciones respecto a cómo se les

---

<sup>11</sup> La violencia ejercida hacia las mujeres desde los medios tiene una vergonzosa antigüedad pues como sujetos de la enunciación han sufrido ataques. Acerca de esto Leticia Romero Chumacero da un importante antecedente de México en el siglo XIX. Afirma que “adquirir notoriedad a través de la divulgación de textos de su autoría, colocó a las escritoras fuera de su órbita simbólica y dentro de dominios muy delicados, por estimarse ajenos a su condición; esto les confirió un aspecto sedicioso, quizá no buscado, aunque perceptible detrás de las palabras con las cuales hubo quien intentó ridiculizarlas o cuestionar su capacidad para cumplir su destino doméstico” (Romero, 2017, p. 16).

agredía veladamente a través del reforzamiento de lo que llamamos estereotipos de género.

Tomando en cuenta la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007) y su ampliación referente a la violencia mediática y digital (2021), se puede decir que se anticipó a denunciar la legitimación cultural de una formación de género siempre opresiva hacia las identidades femeninas. Por ello, en este ensayo, en primer lugar, retomo sus observaciones para reflexionar del vacío legal y reflexivo en el que se vivía en el pasado, el cual favoreció la consolidación de la violencia. En segundo, destaco las leyes que reconocen la violencia mediática y dejan ver cuáles son las imágenes y los lenguajes que no deben preservarse.

### **¿Belleza femenina o violencia desapercibida?**

De acuerdo con el *Diccionario de la Lengua Española*, la violencia tiene cuatro acepciones, dignas de observarse con detenimiento: “1. Cualidad de violento. [...] 2) Acción y efecto de violentar o violentarse. 3. Acción violenta contra el modo natural de proceder. 4) Acción y efecto de violentar a una persona” (2023). En mi opinión, la reiteración del término violencia resulta poco aclaradora. Sería más comprensible decir que la violencia es un acto agresivo que daña la integridad de las personas u objetos. Ahora bien, esta vaguedad tiene una gran resonancia e impacto cuando, en la práctica, se le percibe con la misma nebulosidad.

Rosario Castellanos (1970), en el artículo “Mujer que juega fútbol...: o la belleza como parálisis”, del 8 de agosto de 1970, expresó el desprecio que el comentarista Luis Gutiérrez y González, mostró hacia las mujeres deportistas. Si bien el corresponsal las ponderaba por encima de los hombres, al haberlas comparado con ellos y haber mostrado una sorpresa exagerada por su desempeño las hacía objeto de burla:

Yo juraría que sus pases son más precisos, más rápidos, más frecuentes, que los de Pichojos, el Capi Peña o Fragoso. Las muchachas saben parar la pelota mejor que cualquiera de esos depauperados ases; y mejor que ellos ubicarla, recogerla, correr con ella llevándola pegada al empeine, pasarla y espantar a sus enemigos dentro del área con tiros centellantes. Esto es, hacen todo lo que los seleccionados de bigote no saben hacer (Gutiérrez y González en Castellanos, 2006, p. 541).

Nótese en su lenguaje cómo, a modo de caricatura, las masculiniza y al decir que son mejores que los *depauperados ases*, no genera un franco contraste contra la estulticia. Es decir, en vez de promover el respeto y la admiración, impulsó a los lectores a una risa que debió ridiculizarlas. De ahí, que Castellanos se animara a afirmar con ironía que este hombre (influyente en muchos otros lectores) se apega: “a la más milenaria de las tradiciones según la cual el cuerpo femenino, para encarar el más modesto de los ideales estéticos, tiene que ser un cuerpo inmóvil, paralítico, inerte” (Castellanos, 2006, p. 542).

Cuando se refiere al ideal estético masculino inmediatamente lo relaciona con los atributos físicos con los que solía distinguir a las mujeres bellas. Así recordó que, en China, los pies grandes eran considerados varoniles, por ello se quería que los pies de las damas fueran pequeños, aunque eso conllevara estrangularlos e incapacitar a las mujeres para caminar. En el mismo orden de ideas, pensó en que algunos pueblos árabes, holandeses y latinoamericanos le concedían el título de bella a la mujer obesa. De nuevo, un gusto que destacaba por promover la inmovilidad de la mujer gracias a un cuerpo sedentario. El verdadero anhelo de Gutiérrez y González era el de toda una colectividad masculina; por eso, Rosario Castellanos quiso cuestionar a la audiencia:

¿Por qué esta figura sedente o yacente fascina al hombre y por qué la otra, dinámica, activa, lo escandaliza y lo espanta?

[...]

Pero, sobre todo, porque una mujer que ignora cuáles son los mecanismos de su fisiología, tanto como las configuraciones de su anatomía está incapacitada para usar su cuerpo, que sería —literalmente— el primer paso a la independencia, al dominio de sí misma (Castellanos, 2006, p. 543).

En el fondo, está en discusión el ideal estético de belleza, pero ¿qué es? Siempre que se habla de belleza parecería que se trata de atributos naturales propios de la persona que los posee. Sin embargo, nunca ha habido una definición fija de ella ni criterios universales que la manifiesten. Umberto Eco en su libro *Historia de la belleza*, confirma esta idea:

“Bello” —al igual que “gracioso”, “bonito” o bien “sublime”, “maravilloso”, “soberbio” y expresiones similares— es un adjetivo que utilizamos a menudo para calificar una cosa que nos gusta. En este sentido, parece que ser bello equivale a ser bueno y, de hecho, en distintas épocas históricas se ha establecido un estrecho vínculo entre lo Bello y lo Bueno. Pero si juzgamos a partir de nuestra experiencia cotidiana, tendemos a considerar bueno aquello que no solo nos gusta, sino que además querríamos poseer (Eco, 2010, p. 8).

En función del fragmento citado, para ser bella, se tiene que cumplir con imperativos físicos y normas de conducta concretas: tener un cuerpo que corresponda a las expectativas de la mayoría, expresar actitudes de condescendencia y despertar el deseo de ser poseída. Sin lugar a dudas, este significado es muy preocupante. Por eso, es necesario entender la relevancia de los medios de comunicación en la

consolidación de los gustos. Más aun, en la impartición de valores promovidos por ellos, pues lo que hacen es perpetuar formas de opresión, según Castellanos:

Por eso desde que nace una mujer, la educación trabaja sobre el material dado para adaptarlo a su destino y convertirlo en un ente moralmente aceptable, es decir, socialmente útil. Así se le despoja de la espontaneidad para actuar; se le prohíbe la iniciativa de decidir; se le enseña a obedecer los mandamientos de una ética que le es absolutamente ajena y que no tiene más justificación ni fundamentación que la de servir a los intereses, a los propósitos y a los fines de los demás (Castellanos, 2014, p. 14).

Por lo visto, la opinión de un comentarista de deportes era menos inofensiva de lo que, a primera vista, parecía. Representaba a un gran público toda vez que se dirigía a él. El proceder de las notas periodísticas se reiteraba en revistas, radio, televisión y medios digitales. Ahora me enfocaré en el caso de la televisión.

En 1949, el gobierno de Miguel Alemán hizo uso de la televisión con propósitos sociales y culturales y también permitió que particulares la explotaran con fines lucrativos (Sánchez Ruiz, 1991). En los comerciales de la década de 1960, las mujeres solían aparecer en la pantalla. Su presencia era frecuente en los anuncios de productos para el hogar. Por ejemplo, *Cloralex* contrataba actrices que representaban a señoras obesas, amas de casa pulcras y ayudantes domésticas indígenas.

La imagen de mujeres al servicio de la casa se extendía a los comerciales de bebidas, eran ellas quienes las sacaban del refrigerador y se las servían a sus hijos y esposos. Ahora bien, esa imagen tan natural de amas de casa empezaba a ser trascendida por la presencia de mujeres modernas. Varias salían en la pantalla conduciendo carros, usando trajes

de baño o fumando. A más de una espectadora esta proyección debió resultarle prometedora y digna de continuarse. Por tanto, no habría que perder de vista que esas damas sofisticadas siempre eran jóvenes, delgadas, de tez blanca, sexys, vestían a la moda y tenían poder adquisitivo. Así asumían un rechazo tácito a la vejez, la gordura y la piel morena. Su imagen edulcorada, en realidad, favorecía que la violencia pasara desapercibida, pues cuestionaría el culto por lo nuevo y el desprecio por la precariedad.

Quizá los marbetes de televisión comercial y de programas de entretenimiento le restan atención a la potencia que tienen estos canales comunicativos. En realidad, funcionan como emisores pedagógicos, cuya función es [...] de mantenimiento del orden —es decir, de reproducción de la estructura de las relaciones de fuerza entre los grupos o las clases—, en tanto —ya sea por inculcación, ya sea por exclusión— tiende a imponer a los miembros de los grupos o las clases dominadas el reconocimiento de la legitimidad de la cultura dominante (Bourdieu y Passeron en Bárcenas, 2021, p. 131).

Dicho en estos términos, el problema adquiere la seriedad que tiene. Los programas de televisión dirigidos a las amas de casa siguieron así hasta la década de 1970, pues no tenían el propósito de generar ningún tipo de reflexión. De acuerdo con la perspectiva de Castellanos, los mensajes de las telenovelas pasaban con una gran rapidez. Los argumentos que las sostenían y las actrices que las presentaban nada tenían que ver con el ama de casa típica. Se trataba de señoras opulentas que elevaban lo nimio de la cotidianidad del hogar a la emocionalidad de lo trascendente, es decir, las dificultades domésticas se dramatizaban con la emoción propia de un dilema existencial, por ejemplo, las grandes señoras se devanaban los sesos decidiendo en qué sección de la casa comer —cuando esa medida era absolutamente irrelevante. Por su parte, los comerciales aterrizaban parcialmente en la realidad de las televidentes.

Representaban a las mujeres limpiando sus hogares con gracia y alegría. Ante las dos realidades: la de la dama acaudalada y la de la lavandera extasiada, Castellanos se preguntaba cómo la desigualdad de las mujeres y sus actitudes desproporcionadas no provocaba ninguna clase de reacción en las espectadoras más asiduas a la televisión. Más de una vez quiso comentar esto con su ayudante doméstica: “Me vuelvo a la cocinera, como hacia la Sibila de Cumas, pero ella o no advierte mi interrogación o la desdén” (Castellanos, 2006, p. 412), o bien, comulga con la conformidad que la televisión le proporcionaba.

El trabajo reflexivo de Castellanos deja ver que, para desarrollar una actitud crítica sobre los medios, las mujeres tenían que ser más que consumidoras. Necesitaban una formación profesional y cierta dosis de inconformidad con los roles típicamente encargados a ellas. Ser lectora de revistas femeninas no ayudaba en nada, pues reforzaba las mismas ficciones y tendencias de consumo. Véase con detenimiento el siguiente balance elaborado por ella:

Semanalmente se pone a nuestro alcance, en el mercado, una multitud de publicaciones dirigidas a resolver, representar, recrear la problemática femenina.

[...]

Si se es una mujer como Dios manda no existe la menor duda de que vivimos en el alma en un hilo pendientes de los caprichos de los dictadores de París, de los diseñadores de Londres, de las grandes casas neoyorquinas.

[...]

Después de un concienzudo suplicio de Tántalo vamos a otras secciones: cocina. Todos los platillos que nuestro tiempo nos impide cocinar, que nuestro régimen nos tiene prohibido ingerir, que nuestro presupuesto no permite preparar (Castellanos, 2006, p. 499).

El tono irónico de Castellanos tenía que ser así: ambiguo. En realidad, las escritoras de esa época no podían hablar abiertamente, pues no tenían permitida la franca protesta. Llegadas a este punto, no quiero soslayar que las periodistas no tenían espacios para que sus cuestionamientos se hicieran extensivos a todo el público, pues no se les invitaba a colaborar en las columnas políticas. Más bien, se les relegaba a las secciones de “sociales”. Ni las más inteligentes o con mayor poder simbólico se libraban de la burla y el prejuicio que las diferenciaba de los intelectuales.

Elena Poniatowska solía decir que, en el periódico *Novedades*, a las periodistas las apodaban las “mcm.”, que quería decir “mientras me caso” (2013). Se tenía la supuesta certeza de que su máxima aspiración y logro era contraer matrimonio.

Detrás de la burla y el tono jocoso estaba la resistencia a tolerar que las mujeres se desarrollaran en el campo profesional del periodismo. La mofa constante, en el ambiente laboral, tarde o temprano debía vencerlas y hacerles pensar que el mejor lugar para ellas era el hogar. El problema es que ese era el destino más certero de la servidumbre.

Carola García Calderón informa que a finales de la década de 1970 y durante 1980, las revistas para damas condenaron la liberación femenina e intentaron controlarlas para ser más “eficientes” con sus maridos. Ellas se tenían que borrar en todos los puntos, principalmente, en el sexual. Siempre tenían que estar pendientes del gusto y las necesidades de los hombres. Obsérvense algunos de los consejos que en materia de sexualidad daban las publicaciones:

“En estos tiempos de tanta agresividad femenina, de tanto alardear de la liberación sexual y de lo mucho que escribe y lee la mujer sobre el sexo, resulta incomprendible que existan tantísimas mujeres que estén inconformes con sus esposos por la forma en que se

comportan en el momento de hacer el amor” (*Intimidades*, agosto 1979 en García Calderón, 1980).

Por lo visto, el deseo de las mujeres y su derecho a manifestar su satisfacción no podía existir. García Calderón expone que así lo corroboraban otras revistas que iban por la misma línea y exhortaban a las señoras agradar a sus maridos a toda costa: “Bésele los pies (¿por qué no?), es una caricia que es psicológicamente más elocuente que cualquier otra. Hágalo sentirse ¡el amo!” (*Cosmopolitan*, agosto 1980 en García Calderón, 1980).

El lenguaje de los medios evidentemente estaba al servicio del patriarcado. No daba cabida a la mujer como una igual con derecho a defender su integridad y su propio placer. ¿Acaso se consideraba indecente? Parecería que sí porque en los medios no aparecía ni un solo consejo dirigido al disfrute de las mujeres. Tal vez por eso la violencia hacia ellas creció de manera desproporcionada y no había términos que responsabilizaran a los hombres de los asesinatos de mujeres en la década de 1990, en Chihuahua. Hecho que, de alguna manera, contó con el respaldo de los medios.

José Manuel Valenzuela Arce, con mucha pertinencia, recuerda que en un primer momento a las jóvenes desaparecidas se les llamó “muertas de Juárez, alusión descriptiva, pasiva, sin responsables, que posteriormente devino en feminicidio, concepto que hizo evidente el acto homicida con sus complicidades, precarización y vulnerabilidad de las mujeres y la impunidad que protege a los asesinos” (2019, pp. 61-62).

La falta de justicia no tiene que ver solo con sistemas judiciales defectuosos, sino con una estructura social cuyo engranaje funciona a la perfección, según se le programe. Julia Estela Monárrez Fragoso asegura que “los hombres violentos, producto de este sistema creen que tienen todo el derecho sobre el cuerpo de las mujeres” (2000, 94) y esto

incluye matarlas. En este caso, Monárrez notó que los periodistas no se preocuparon por dar datos certeros, sino por montar historias sensacionalistas que mantuvieran a una audiencia cautiva.

De acuerdo con Aimeé Vega Montiel, la alarmante violencia en nuestro país ocasionó que, en 1994, México se reuniera con los países miembros de la Organización de los Estados Americanos en la Convención de Belem Dó Pará con el fin de “prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer”. En lo que a medios de comunicación respecta, se comprometió a: “convocar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión para sancionar ese problema” (2010, p. 48). Al año siguiente, según esta misma autora, en 1995, en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, con la Declaración de Beijing, admitió que la “eliminación de la violencia contra las mujeres [era] esencial para la igualdad, el desarrollo y la paz de las naciones” (p. 48). Pese a las convenciones celebradas y las declaraciones proclamadas, la situación de las mujeres no cambió.

De nuevo, grupos de feministas tuvieron que impulsar una Ley de protección para ellas no sin antes justificarla mediante una Investigación acerca de la violencia feminicida. Esta estuvo a cargo de Marcela Lagarde y arrojó como resultado que niñas y mujeres de todas las clases sociales y orígenes raciales eran objeto de agresiones que muchas veces terminaban en feminicidios (Vega Montiel, 2010, p. 46).

### **Reconocimiento de la violencia que no debe perdurar**

A partir de 2007, año en el que se promulgó la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, por fin se define que la violencia contra las mujeres es: “cualquier acción u omisión, basada en su género, que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico o sexual o la muerte tanto en el ámbito privado como en el

público”. Hasta el 1 de junio de 2021, en la misma Ley se adicionó en el capítulo IV, un apartado sobre violencia digital y mediática. Recuperaré la conceptualización de la segunda para avanzar con mayor puntualidad en mi análisis:

Violencia mediática es todo acto a través de cualquier medio de comunicación que de manera directa o indirecta promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida.

La violencia mediática se ejerce por cualquier persona física o moral que utilice un medio de comunicación para producir y difundir contenidos que atentan contra la autoestima, salud, integridad, libertad y seguridad de las mujeres y niñas, que impide su desarrollo y que atenta contra la igualdad (Artículo 20 quinquies).

Basta un análisis somero para descubrir que esta Ley tardará mucho tiempo en aplicarse porque su promulgación no garantiza su cumplimiento. Lamentablemente, la promoción de estereotipos sexistas se sigue extendiendo impunemente, en primer lugar, a partir de la moda y sus respectivas comparsas mercantiles. Quien más la fomenta es la sociedad que se esmera en apegarse a sus dictados. Las marcas de ropa continúan marcando las tendencias y si bien ofertan prendas para mujeres de diferentes tallas, los rostros de las portadas que las promueven les pertenecen a jóvenes de tecs claras y delgadas.<sup>12</sup> Aun cuando se ha implementado una especie de inclusión que ha incorporado a las mujeres

---

<sup>12</sup> Ana Laura Pérez-Lugo, María Gabino-Campos y José Ignacio Baile (2016) afirman que las portadas de revistas de moda y belleza satisfacen ese estereotipo. 59 por ciento de las modelos son delgadas, 39 por ciento flacas y 2 por ciento de peso estándar. En ningún caso había mujeres obesas.

llamadas *curvy*, —al igual que las *slim*— estas glorifican la imagen de la llamada silueta de reloj.

De modo que la violencia contra las mujeres, en vez de erradicarse se ha actualizado con nuevas apariencias que no abandonan la costumbre de oprimirlas de una u otra manera. Al respecto, el Instituto Nacional de las Mujeres en el artículo “Las mujeres y los medios de comunicación” hizo notar que en las películas aun cuando ya se presenta a mujeres incursionando en el campo laboral no se da una imagen positiva sobre ellas. Se les representa a partir de la infelicidad “padecen agotamiento, migrañas, crisis de depresión, estados de estrés permanente y otras enfermedades además de mal carácter” (Inmujeres, 2005, p. 4) Tal parece que las mujeres solo pueden ser glorificadas cuando son bellas o madres abnegadas.

A cincuenta años del comentario hecho por Castellanos, respecto a las deportistas, estas siguen sin que se les pondere lo suficiente por sus destacadas participaciones en las justas deportivas. Su cuerpo sigue siendo importante, pero solo en la medida en que implícitamente satisfacen los ideales de sexualidad masculina en los que su cuerpo se amolda a los estereotipos de género. Ideales que para nada discuten los temas que verdaderamente siempre han preocupado a las mujeres. Hilen Mahoney dice que estos son el embarazo y las enfermedades de transmisión sexual y —yo añadiría— el aborto. Es terrible que el tema de la sexualidad se haya tratado de una manera tan unilateral a lo largo de la historia, es decir, se hablaba de sexualidad, pero siempre para instruir a las mujeres sobre cómo satisfacer a los hombres, y nunca para pensar en ellas y el derecho que tenían sobre sus propios cuerpos en materia reproductiva. Desde luego, darles esa posibilidad significaba concederle el derecho a la libertad, darles derechos que no fueron considerados hasta 2007. La ley de Protección a las mujeres contra una Vida Libre de Violencia tardará en concretarse mientras

no se cuestione a la costumbre de poner a las mujeres en el “altar” de reina del hogar o “reina” de belleza. Los cimientos de la estructura que sostiene a la violencia tienen que atacarse de manera sustancial. Para ello, la participación de las mujeres en los medios, además, de tener presencia a niveles directivos y en la presentación de noticias duras tienen que darse en clave femenina (Inmujeres, 2005). Esto es, a partir de sistemas que obedezcan a sus intereses, que serán los de una persona libre de cultivar su inteligencia y conducir su vida de manera autónoma.

Insisto, para desactivar el orden social actual se tienen que cuestionar los hábitos, costumbres y las creencias opresivas infundidas por la familia, la escuela y los medios. Como bien señala Vega Montiel, el sistema patriarcal ha establecido y naturalizado “jerarquías entre las mujeres y los hombres que designa al hombre como sujeto de poder y autoridad y a la mujer como objeto de sometimiento” (2010, p. 49). Vale la pena no pasar de largo por esta observación en la medida en que tiene que ver con la identidad de quienes están en juego. Hay que decirlo, entonces, sin rodeos. Bajo la lógica de ese sistema, una mujer se llega a reconocer como tal en la medida en que se subordina al deseo y la autoridad del otro. El hombre también define su hombría en tanto marca su superioridad sobre la mujer.

Por eso, es importante identificar los mecanismos que determinan lo masculino y lo femenino desde las plataformas de los medios de comunicación, pues ellos son los que definen las relaciones que establecen los hombres y las mujeres, debido a “su poder de construir creencias y opiniones que se estructuran como reglas sociales” (2010, p. 57) De modo que se tienen que tener presente que la industria del entretenimiento posee una fuerte dosis de adoctrinamiento. Veamos algunos ejemplos dados por Vega Montiel.

En cuanto a la publicidad, apunta que sus contenidos tienden a presentar a las mujeres como objeto sexual. En

especial los comerciales de anticonceptivos. Vega afirma que “Mforce” y “Simi Power” sugieren que los hombres después de tomar la sustancia potenciadora de la energía sexual, obligan a sus parejas a tener contacto íntimo. Casi lo mismo ocurre con los comerciales de venta de tabaco y alcohol: dan la idea de que su consumo vuelve más atractivas y exitosas a las personas que las consumen (Aznar y Fernández, 2004, p. 123).

Las telenovelas, aun a inicios del siglo XXI, siguen proponiendo una “moralidad ideal” representada por mujeres sumisas. Su otro complementario es —de acuerdo con la idealidad proyectada en la pantalla— un novio o un marido celoso y agresivo. Aun los programas preocupados por la erradicación de la violencia, dice Vega, se sustentan en la lógica de que las agresiones representadas son las frecuentes y normales en un hogar. Justo cuando lo que deberían acusar es que agraviar a una persona nunca debe admitirse como una práctica propia del hogar ni de la vida cotidiana.

El problema del amarillismo, agrega esta misma autora, es que, en vez de erradicar la violencia, la reproduce. Asimismo, denuncia el machismo de las películas del llamado cine de oro mexicano. Da el ejemplo de *Ustedes los ricos* porque se justifica la violencia física y psicológica. Recuérdese la escena en la que Pepe el Toro reprende a Chachita por haberse cortado el cabello. Por encima de su manoteo, amenazas de golpes e insultos se sublima la abnegación de la adolescente que se sacrificó por su novio y respeta a su padre, aunque este sea injusto.

Los programas familiares tampoco se caracterizan por promover el respeto entre géneros. *El chavo del ocho* plantea relaciones de conflicto entre todos los actores en función de las carencias de cada personaje: la Chilindrina, doña Florinda y doña Clotilde son despreciadas por el Chavo por ser feas. Además, tienen cierta connotación de tontas y decrépidas.

Vega observa que ni siquiera los dibujos animados se abstienen de lanzar mensajes misóginos. Ni *las chicas super poderosas*, por llamarse así, proyectan imágenes más ricas de la mujer. Emiten mensajes misóginos en los que explícitamente se insulta y golpea a mujeres. El poder económico, físico o simbólico se impone, en general, en las relaciones entre las personas sin que esto reciba ningún tipo de amonestación o comentario reprobatorio. Esta trivialización de la violencia — concluye Vega Montiel — ocasiona que los espectadores no identifiquen estas prácticas como actos ofensivos, que en vez de tolerarse tendrían que denunciarse.

Entonces, es importante no soslayar que la Ley de protección a las mujeres está comprendida desde la infancia. Etapa importante en la que se fijan los estereotipos sexuales. Inmaculada Aznar y Francisco Fernández Martín indican que entre los 3 y 4 años, los niños identifican cuáles son las actividades “propias” de cada sexo. La Internet y la televisión son proveedoras de tales imágenes, por lo que los adultos deberían mantenerse al lado de los niños para desarrollar junto con ellos un sentido crítico de lo que ven. Ellos solos no pueden cuestionar los mensajes que reciben “ya que no discriminan entre fantasía y realidad y por tanto perciben en un plano de igualdad ambos tipos de imagen” (2004, p. 122).

Para finalizar, deseo retomar algunas de las medidas que el Instituto de las Mujeres sugiere para reducir la violencia desde las fuentes que la generan:

Promover el acceso de las mujeres a puestos de decisión en las empresas periodísticas y, en general, en las organizaciones relacionadas con medios de comunicación. [...] resulta imprescindible la presencia de las mujeres en las esferas de dirección, a fin de que puedan decidir respecto a los contenidos.

Dentro del marco de los dispositivos nacionales para defensa de condición de la mujer, se recomienda a los

gobiernos financiamiento de centros encargados de supervisar los medios de comunicación nacionales. [...]

Incorporar la perspectiva de género en la formación de los periodistas, con el fin de que como profesionales sean capaces de seleccionar las prioridades del acontecer social, considerando en igualdad la participación de hombres y mujeres en la vida social. (Inmujeres, 2005, pp. 14-15).

Los puntos anteriores han sido objeto de debate, sobre todo, el referente a la participación de las mujeres como creadoras de contenidos. Al respecto se ha dicho que su intervención no garantizará contenidos en favor de sus congéneres (Castro, 2005). Sin embargo, no puede negarse que han sido ellas quienes han conquistado su derecho a pronunciarse como seres inteligentes con un impacto positivo en los problemas de interés nacional. Tampoco que han sido quienes más combaten los estereotipos de género. Incluso en distintos momentos de la historia han sido reprimidas o censuradas por defender sus causas.

Las autoridades tienen que darles audición y, además de crear leyes, tienen que fundar organismos que supervisen y garanticen el cumplimiento de la ley. En ese sentido, es *mejor prevenir que sancionar*. Es preferible formar profesionales del periodismo que no generen ni imágenes ni lenguajes que sigan influyendo a la población y promoviendo esquemas de relaciones inequitativas.

## CONCLUSIONES

La violencia mediática hacia las mujeres ha existido desde que existen los medios. Su manifestación muestra ampliamente la manera en la que han funcionado como emisores pedagógicos que, durante muchos años, instruyeron a los hombres para violentar y a las mujeres para aceptar esa violencia. La aparición de periodistas, como Rosario Castellanos, la Convención de Belem Dó Pará y la Declaración de Beijing, favorecieron la creación de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. Todavía hay un gran techo para lograr que esta se cumpla pues los modos de esquivarla se actualizan a través de nuevos estereotipos de género y formas de consumo. Queda en manos de la sociedad observar, de un modo más crítico, los productos que se le ofrecen, sobre todo, exigir programas, textos y películas que respeten la integridad de mujeres.

## REFERENCIAS

- Aznar Díaz, I. y Fernández Martín, F. (2004). "Adquisición de estereotipos sexuales a través de los medios de comunicación". *Comunicar*, núm. 23, pp. 121-123.
- Bárceñas, K. (2021). "La violencia simbólica en el discurso sobre la 'ideología de género': una perspectiva desde la dominación simbólica a través del pánico moral y la posverdad". *Intersticios sociales*, núm. 21, 125-150. Disponible en [[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-49642021000100125&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-49642021000100125&script=sci_arttext)]
- Castellanos, R. (2014), *Mujer que sabe latín...*, Fondo de Cultura Económica.
- Castellanos, R. (2006). "Las delicias del hogar: frente a la caja idiota" en *Mujer de palabras. Artículos rescatados de Rosario Castellanos*, volumen II, pp. 410-413.
- Castellanos, R. (2006) "Lecturas para mujeres: queredlas cual las hacéis" en *Mujer de palabras. Artículos rescatados de Rosario Castellanos*, volumen II, pp. 498-501.
- Castellanos, R. (2006) "Mujer que juega fútbol...: o la belleza como parálisis" en *Mujer de palabras. Artículos rescatados de Rosario Castellanos*, volumen II, pp. 541-544.
- Castro, M. (2005) "El feminismo y el cine realizado por mujeres en México", en *La palabra y el hombre*, disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520647004.pdf>, consultado el 17 de mayo de 2024.
- Eco, U. (2010). *Historia de la belleza*. Debolsillo.
- García Calderón, C. (1980). *Revistas femeninas*. La mujer como objeto de consumo, México, Ediciones El Caballito, 1980.
- Inmujeres, (2005). "Las mujeres y los medios de comunicación", [disponible en [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100762.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf)], consultada 15 de mayo de 2024.
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, disponible en <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>
- Monárrez Fragoso, J. (2000). "La cultura del feminicidio en Ciudad Juárez, 1993-1999". *Frontera norte*, 12 (23), pp. 87-116.

- Pérez-Lugo, A., Gabino-Campos L. y Baile J. (2016). "Análisis de los estereotipos estéticos de la mujer en nueve revistas de moda y belleza mexicanas", en *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, núm. 7, pp. 40-45.
- Poniatowska, E. (2013). "El lado feminista de Poniatowska" en *Milenio*, disponible en [<https://www.milenio.com/cultura/el-lado-feminista-de-poniatowska>], fecha de consulta 1 de mayo 2024.
- Real Academia de la Lengua española (2024). *Diccionario de la lengua española*, disponible en [<https://dle.rae.es/violencia?m=form>], consultado el 1 de mayo 2024.
- Romero Chumacero, L. (2017). "Estudio preliminar" en *La pluma es para mi lama una necesidad. Testimonios de mujeres sobre escritura creativa: ensayos, cartas y otras prosas (México, 1866-1910)*, UACM, pp.15-29.
- Sánchez Ruiz, E. (1961). "Hacia una cronología de la televisión mexicana", en *Comunicación y Sociedad*, núms. 10-11, 1961, pp. 235-262 disponible en [[http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/10-11\\_1991/235-262.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/10-11_1991/235-262.pdf)], fecha de consulta 1 de abril 2024.
- Valenzuela Arce, J. M. (2019). *Trazos de sangre y fuego. Bionecropolítica y juvenicidio en América Latina*, Bielefeld, Bielefeld University Press.
- Vega Montiel, A. (2010). "La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica", en *Nueva época*, núm. 13, pp. 43-68.

Esta prensa, quien la paga manipula la realidad, reto-  
cando, recortando, deformando la verdad.

**LA POLLA RECORDS, MENTIRAS POST**

# INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS MEDIÁTICAS EN LA ATENCIÓN A VÍCTIMAS: LA HISTORIA DE DEBANHI ESCOBAR

81

CARLOS SALDÍVAR RESÉNDIZ

Maestro en Derechos Humanos

csaldivarre@gmail.com

ORCID 0009-0008-6249-5607

## INTRODUCCIÓN

Los discursos que nos atraviesan tienen una influencia en nuestros pensamientos, acciones e identidad, especialmente cuando existe compatibilidad y son aceptados por las personas (Taufic, 1977, p. 142; Van Dijk, 2005b; van Dijk, 2013, p.124). De esta manera se genera una relación estrecha y de mutua influencia entre la identidad y los discursos. Estos nos brindan marcos de referencia para establecer, de manera dinámica, quiénes somos y quiénes son los demás. La formación de la identidad implica la identificación con uno o varios grupos de personas, diferenciándonos de otros. Si hemos sido expuestos a discursos racistas, machistas o clasistas, probablemente veamos a los demás como enemigos o amenazas.

En el mismo sentido, los discursos moldean nuestra relación con el mundo. Tienen un impacto en cómo comprendemos tanto los fenómenos naturales (sequías, calentamiento global e inundaciones) como los procesos sociales (las violencias o la migración). Estos discursos proporcionan marcos conceptuales que utilizamos para dotar de significado a los eventos que vivimos (Van Dijk, 2005b).

Es relevante señalar que existen diversos tipos de discursos que interactúan constantemente: científicos, mediáticos, políticos y aquellos presentes en las redes sociales. Además, es importante reconocer que algunos grupos de poder tienen un acceso privilegiado a estos discursos, lo que les permite influir en la opinión pública de manera más efectiva (Taufic, 1977, p.27; Van Dijk, 2005a, p. 347). Políticos reconocidos, celebridades o los medios de comunicación de mayor difusión forman parte de estos grupos de poder.

Los discursos promueven ideologías que abarcan la identificación grupal, la visión del mundo, valores, creencias, principios y normas (Van Dijk, 2005a, p. 64). Estas ideas se construyen, adaptan y difunden constantemente. En el espectro ideológico, encontramos una variedad de enfoques: políticos (desde la ultraderecha hasta la izquierda), económicos (capitalismo y socialismo), así como ideologías raciales, clasistas o machistas. Además, existen espacios para ideologías cooperativistas, feministas y ecologistas. Sin embargo, algunas de estas ideologías ocupan un lugar predominante y ejercen una mayor influencia, convirtiéndose en hegemónicas (Van Dijk, 1993, p. 255).

Los discursos y los elementos que los acompañan generan contextos desfavorables para muchas personas. En primer lugar, los discursos favorecen contextos de abuso de poder y dominación. Cuando se promueven ideas de desigualdad y jerarquías sociales, se refuerzan estructuras de poder existentes.

En segundo lugar, los discursos propician marginación y exclusión social. Al relegar a ciertas personas o grupos a las periferias físicas y sociales, se les niega igualdad de oportunidades y el ejercicio pleno de sus derechos. En tercer lugar, los discursos fomentan intolerancia y discriminación. Al perpetuar estereotipos y prejuicios, se excluye y se promueve el odio hacia grupos en condición de vulnerabilidad (Van Dijk, 1993, p. 265; Van Dijk, 2018). La normalización de discursos de odio puede llevar a consecuencias graves.

Por último, algunos discursos normalizan y legitiman la violencia como una acción válida. Contribuyen a la normalización de la violencia debido a las estrategias discursivas que emplean. A través de la repetición de actos violentos, se favorece la desensibilización del público y se presenta la violencia como algo cotidiano y aceptable. Al utilizar un lenguaje que minimiza la gravedad de los actos violentos y al enfocarse en el sensacionalismo, se refuerza una percepción distorsionada de la realidad, donde la violencia se convierte en una parte aceptada de la vida diaria.

La normalización de actos violentos, la deshumanización de ciertos grupos de personas y la polarización de opiniones promueven la violencia como una respuesta aceptable o inevitable (Van Dijk, 2018). Esto influye en la percepción pública y fomenta actitudes y comportamientos violentos en la sociedad. Al justificar y minimizar la violencia, se socava la seguridad y el bienestar de todas las personas.

Desde lo expuesto hasta ahora, resulta crucial adoptar una postura crítica frente a los discursos que nos rodean.

En el presente texto, seguí la postura del análisis crítico del discurso, que invita a cuestionar las estructuras de poder, las ideologías subyacentes y las estrategias retóricas utilizadas en dichos discursos (Van Dijk, 2005a, p. 16; Wodak, 2003, p. 26). Al hacerlo, podemos visibilizar lo que se nos presenta como relevante, así como las relaciones de

dominación y los prejuicios presentes en los discursos mediáticos, políticos y sociales. Mantener una mirada reflexiva y analítica nos permite resistir la naturalización de ciertos discursos y contribuir a una postura más informada y consciente.

En este ensayo, analizo las estrategias discursivas empleadas por cinco medios de comunicación digitales mexicanos al abordar la historia de victimización de Debanhi Escobar y la manera en que esto se relaciona con la forma en que las víctimas son tratadas. Busco ejemplificar las formas más comunes utilizadas en los medios de comunicación al tratar temas de violencia sexual, feminicidios y violencia de género.

La postura epistemológica que guía este escrito se basa en las consideraciones previamente mencionadas, los discursos y las estrategias discursivas seguidas por los medios digitales ejercen una influencia significativa en la percepción que la sociedad tiene de las víctimas de violencia. La atención prestada a estas víctimas está moldeada por dichas estrategias, lo que afecta la empatía, comprensión y búsqueda de justicia para quienes han vivido situaciones de violencia.

Este ensayo se nutre de un estudio de caso que forma parte de la investigación para obtener el grado de maestro en Derechos Humanos. Aunque la investigación más amplia proporciona un contexto sólido y aborda otros aspectos, en esta ocasión, el objetivo es contribuir a una percepción más profunda y crítica de cómo los discursos afectan a nuestra sociedad y a las víctimas de violencia.

### **Debanhi Susana Escobar Bazaldúa**

Debanhi Susana Escobar Bazaldúa era una joven de 18 años, estudiante de Derecho, vivía con sus padres, Mario Escobar y Dolores Bazaldúa, en Apodaca, parte de la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León. El 8 de abril de 2022, asistió a unas fiestas con amigas y, en la madrugada del 9, se retiró en un vehículo de transporte por aplicación, del cual descendió poco después, dirigiéndose hacia la carretera (figura 1).

Figura 1  
Debanhi Escobar parada en la carretera



Nota. En la imagen, la última fotografía tomada a Debanhi Escobar Instagram @debanhi.escobar

La mañana del mismo día, se reportó su desaparición, captando la atención de autoridades municipales, estatales y nacionales, así como de medios de comunicación de todo el mundo. Tras trece días de intensa búsqueda, el 21 de abril, la fiscalía anunció la muerte de Debanhi. Su caso ha permanecido en el foco público, desafortunadamente, por motivos que se han trivializado con el tiempo. Los medios han absorbido y monetizado la historia, minimizando la gravedad de la violencia, perpetuando estereotipos y revictimizando a Debanhi. Hasta la fecha, [abril de 2025], la causa de su muerte sigue sin esclarecerse.

### **Estrategias Discursivas**

La unidad de análisis para este estudio consistió en la información relacionada con la cobertura de la victimización de Debanhi Escobar, abarcó noticias, opiniones y entrevistas publicadas por cinco medios digitales. Este análisis se centró en el periodo comprendido entre el 9 y el 30 de abril de 2022. Los datos se recopilaron de las plataformas con mayor audiencia según *comScore*, siendo El Heraldo de México, El Universal, Infobae, Milenio y UNOTV los seleccionados por su relevancia en el periodo estudiado.

En el análisis de la cobertura mediática de la historia de Debanhi Escobar se identificaron varias estrategias discursivas empleadas por los medios de comunicación. Este texto abordó el sensacionalismo, la minimización de la violencia, la atribución de culpa a la víctima y su representación negativa. Dichos aspectos son cruciales para entender la influencia mediática en la percepción pública de la historia de la joven.

#### a. Sensacionalismo

El sensacionalismo es una estrategia empleada por muchos de medios de comunicación para capturar la atención del público. Es crucial reconocer que no solo los medios tradicionalmente etiquetados como “sensacionalistas”, como periódicos de nota roja, recurren a esta práctica; incluso los considerados más “serios” también pueden adoptarla. Esta estrategia se distingue por la exageración o presentación dramática de eventos y buscan desencadenar una respuesta emocional en la audiencia (Sontag, 2013; Van Dijk, 2013). Frecuentemente, se eligen temas que buscan generar controversia o morbo, tales como la sexualidad, crímenes o actos de violencia. Esto también incluye la presentación de imágenes o videos explícitos para intensificar el impacto de las noticias.

La presentación de videos e imágenes (figura 2) buscaba captar la atención del público y generar conjeturas y teorías. La nueva información que surgía de la historia se convirtió en una exclusiva mediática y fue explotada con titulares que destacaban en mayúsculas o negritas la existencia de novedades. Una de las situaciones más graves fue la presentación del contenido de la carpeta de investigación en *Milenio*, lo que alimentó la especulación y desinformación en un momento en que las investigaciones estaban en curso.

Figura 2  
Milenio (27 de abril de 2022).



*Nota.* Milenio presentó al público, contenido de la carpeta de investigación, lo que alimentó la desinformación.

La suposición de que Debanhi había sufrido violencia fue explotada por los medios de comunicación para generar interés en las audiencias. Estas notas no tuvieron una confirmación clara, recurrieron a veces a fuentes oficiales y otras a personas que casualmente tomaban el micrófono. Fueron utilizadas para mantener la atención del público y aumentar la audiencia, sin considerar el impacto emocional en la familia y amigos de Debanhi. Los medios priorizaron el sensacionalismo sobre la ética periodística, lo que generó controversia y críticas sobre su responsabilidad en la cobertura de la historia. Esto provocó que, en algunos momentos, los reporteros ocuparan los reflectores por encima de Debanhi o su historia.

#### b. Minimización de la Violencia Institucional

La minimización de ciertos acontecimientos en los medios de comunicación es una estrategia utilizada para influir en la percepción de las audiencias. Esta estrategia puede desviar la atención de la gravedad de los hechos y afectar la percepción pública sobre la responsabilidad de las autoridades

(Martín *et al.*, 2017, p. 141). Esto puede lograrse cuando se presenta la información de manera sesgada, se suaviza el lenguaje o incluso se difunde información falsa o sin verificación. En el caso de la cobertura mediática de la historia de Debanhi Escobar, se observó una minimización de la violencia institucional, expresada en las irregularidades en el desarrollo de las investigaciones o el tratamiento que tuvieron de la información.

El secretario de seguridad eligió sus palabras para minimizar el impacto de las acciones de sus subordinados porque buscaba que la percepción pública no fuera desfavorable para la institución. En lugar de reconocer los ejemplos de violencia institucional y negligencia en las investigaciones, utilizó el término “falla humana masiva” (figura 3). Esto genera varios problemas: primero, socava la confianza en el sistema de justicia. Las víctimas y sus familias pueden sentir que sus peticiones no son escuchadas. Además, la falta de reconocimiento de las graves fallas impide su corrección, perpetuando prácticas deficientes.

Figura 3  
Milenio (22 de abril de 2022)



*Nota.* Utilizar el término “falla humana masiva” para socavar la confianza en el sistema de justicia. Las víctimas y sus familias pueden sentir que sus peticiones no son escuchadas.

Finalmente, es importante destacar las declaraciones del fiscal de Nuevo León, quien señaló que la desaparición de Debanhi y otras mujeres jóvenes se debe a que salen de casa sin autorización o sin avisar a sus padres. Esto refleja la minimización de la desaparición de Debanhi y el contexto de violencia contra las mujeres en México. Cabe mencionar que esta actitud ha sido condenada en otros casos, como el de Campo Algodonero porque las autoridades minimizaron la desaparición de las jóvenes, retrasando significativamente las investigaciones.

### Representación de Debanhi

Cuando los medios de comunicación abordan la historia de una víctima, a menudo la reducen al momento de su victimización. A Debanhi la limitaron a lo ocurrido el 9 de abril; a partir de ese día, comenzaron a hacer conjeturas sobre su personalidad, generalmente de manera negativa. Se le juzgó por su edad, imprudencia y rebeldía. En algunas notas, se cita a Mario Escobar, quien sugiere que Debanhi, al ser joven y haber estado mucho tiempo aislada por la pandemia, era muy inquieta y no percibía los riesgos a los que se exponía, como salir de fiesta o estar en la calle por la noche. Esta proposición se refleja en el siguiente titular (figura 4).

Figura 4  
Titular de El Heraldo de México (22 de abril de 2022).

DEBANHI ESCOBAR  
**¿Quién era Debanhi Escobar? Fue a una fiesta,  
desapareció y 13 días después fue hallada sin  
vida en cisterna**

*Nota.* A víctimas como Debanhi se les cuestiona por no haber hecho nada, se juzgan sus acciones, su forma de vestir, sus valores, el ser mujer y su historia de vida. Se cuestiona el lugar y la hora en que se encontraban.

En muchas notas se sugiere que Debanhi fue imprudente, confiada y no lo suficientemente precavida. Por ejemplo, no hizo caso a su padre cuando le dijo que no saliera. Esta idea se asocia a su edad y rebeldía, señalan que las jóvenes

no siguen las indicaciones de los adultos, lo que implica que lo que les sucede es por no seguir dichas indicaciones. A esta idea se le agregan otros elementos, como que Debanhi no tenía bien cargado su celular o que no conocía a las personas con las que salió. Esto genera una representación de ella como una persona descuidada o excesivamente confiada, idea que sugiere que provocó su desaparición y muerte. Esta proposición incluso fue manifestada por el fiscal de Nuevo León quien señaló que muchas de las desapariciones de jóvenes se deben a que no les hacen caso a sus padres y salen sin permiso (figura 5).

Figura 5  
Cuerpo de la nota de Infobae (21 de abril de 2022).



*Nota.* En muchas notas se sugiere que Debanhi fue imprudente, confiada y no lo suficientemente precavida. Esto genera prejuicios en torno a la víctima.

Esta situación es común al hablar de víctimas, atribuirles parcial o totalmente la culpa, sugiriendo que sus errores las llevaron a la situación que vivieron (Van Dijk, 1993, p. 267, 2005a, p. 210). Se les cuestiona por no haber hecho nada, se juzgan sus acciones, su forma de vestir, sus valores, el ser mujer y su historia de vida. Se cuestiona el lugar y la hora en que se encontraban, si habían estado bebiendo, si estaban en una fiesta, si iban solas, si salieron sin permiso. Incluso se cuestionan sus emociones (figura 6).

En las notas se describía que Debanhi había asistido a tres fiestas esa noche. Numerosos artículos replicaron la

idea de que su salida de fiesta y su muerte estaban relacionadas causalmente. Además, se le atribuyó la culpa por haber estado bebiendo y, sin fundamento, se presumió que había consumido otras sustancias. También se le responsabilizó por estar sola al final de la noche y por no aceptar la ayuda de sus amigas u otras personas. Incluso en redes sociales se cuestionó la forma en que iba vestida..

Figura 6  
El Herald de México (22 de abril de 2022).

"La causa principal de las desapariciones de mujeres es por falta de comunicación entre la familia, enojos entre ellos, rebeldía de los jóvenes, porque el lapso de las edades de mujeres es de 14 a 25 años, es la mayoría de las personas, de las mujeres que se desaparecen, pero no es derivado de un delito, sino que es una decisión voluntaria", afirmó en una entrevista.

*Nota.* Es muy común al hablar de víctimas, atribuirles parcial o totalmente la culpa, sugiriendo que sus errores las llevaron a la situación que vivieron.

En varias notas se enfatizó su comportamiento, se sugirió que era inusual y durante la noche se había mostrado "difícil", "necia", "agresiva" y "descontrolada", lo que insinuaba que esto favoreció su desenlace. En las notas se describe de manera progresiva la actitud de Debanhi, sugieren que era cada vez más difícil tratar con ella, lo que dificultó que recibiera ayuda y que tomara "malas decisiones".

### **Impacto en la atención a víctimas en la Ciudad de México**

En México, además de la Constitución que establece los derechos de las víctimas, la Ley General de Víctimas, proporciona un marco integral para la protección y asistencia de las personas que han sufrido daños derivados de delitos o violaciones a los derechos humanos. Esta Ley sigue los lineamientos de los documentos internacionales en la materia y define a las víctimas como aquellas que han experimentado perjuicios económicos, físicos, mentales, emocionales o cualquier amenaza a sus derechos. Además,

garantiza derechos fundamentales como la atención, el acceso a la verdad, la justicia y la reparación del daño, desde un enfoque integral y centrado en la atención a las víctimas.

El marco jurídico en atención a víctimas es una normativa que las autoridades deben seguir en todo momento, ya que está diseñado para proteger los derechos, la dignidad y la integridad de las víctimas. Sin embargo, estadísticas, testimonios y mi experiencia en la asistencia a víctimas revelan que, en ocasiones, el accionar de las autoridades se desvía significativamente de lo establecido en el marco normativo. Esto puede resultar en estigmatización, obstáculos en la atención y una falta de sensibilidad en el trato hacia las víctimas.

a. Estigmatización y revictimización de las víctimas

La estigmatización de las víctimas de violencia es un proceso en el que se les atribuyen características negativas, lo que conduce a su discriminación, rechazo y maltrato. Esto puede manifestarse en las autoridades con comentarios despectivos, retrasos en la atención o la negación de servicios. Además, puede incluir, actitudes negativas, prejuicios y comportamientos que minimizan o deslegitiman las experiencias de las víctimas, creando un ambiente hostil y deshumanizante. La estigmatización no solo perpetúa el sufrimiento de las víctimas, sino que también puede impedir que busquen atención o continúen los procesos judiciales.

En mi experiencia en atención a víctimas, he interactuado con servidores públicos que describen a las víctimas como personas ingenuas o tontas. Por ejemplo, cuando han vivido largo tiempo en un ambiente violento, cuestionan esa situación señalando que cualquiera haría algo para salir de ella. Esto se conecta con otra idea: que las víctimas deben tener algún interés ilegítimo para denunciar, como estar enojadas con el agresor. Omiten, por completo, que se trata de un hecho violento y asumen que la víctima lo hace solo

por enojo e incluso llegan a considerar a las víctimas como mentirosas, que inventan cosas para perjudicar al agresor.

Una de las ideas más frecuentes es considerar a las víctimas como inseguras, ya sea porque “no hicieron nada” cuando vivieron la violencia o porque se cuestiona su seguridad al momento de presentar una denuncia. Existe una idea generalizada de que la reacción natural ante la violencia son acciones evidentes como huir o pelear, pasan por alto que la inactividad también es una respuesta válida para preservar la integridad. En este sentido, cuando las autoridades encuentran historias donde las víctimas se tornaron inactivas, cuestionan sus acciones, incluso en casos de violencia sexual. En una ocasión, escuché a una agente del ministerio público cuestionar a una víctima de violación por no enfrentar a su agresor, argumentando que ella era fornida y alta.

Además, se duda si la víctima dará seguimiento a la denuncia. Las autoridades enfatizan mucho este tema, pero no de una forma educativa para que la víctima entienda la importancia de darle seguimiento, sino al señalar que hay personas que denuncian y después no hacen nada. En casos de violencia familiar, es frecuente que se refiera que inician la denuncia y, después, perdonan al agresor. No se considera que la falta de seguimiento puede deberse a múltiples factores, como el miedo a represalias, la dependencia emocional o económica del agresor o la falta de apoyo adecuado por parte de las autoridades y la sociedad.

La estigmatización de las víctimas está estrechamente relacionada con la forma en que sus historias son tratadas en los medios de comunicación. Al buscar atraer la atención del público mediante narrativas sensacionalistas, se perpetúan estereotipos y se culpabiliza a las víctimas. Este enfoque no solo distorsiona la realidad de los hechos, sino que también refuerza prejuicios sociales y mitos sobre la violencia, como la idea de que las víctimas son responsables de su situación. Además, la falta de un tratamiento informativo

adecuado y sensible al género agrava esta problemática, perpetua la victimización secundaria y afecta directamente a las investigaciones.

En el caso de Debanhi, hubo declaraciones del fiscal, mientras las investigaciones estaban en curso, lo que sin duda afecta la voluntad de las autoridades encargadas. Si se minimiza la situación por quien está al mando, esto se replicará en todos los niveles.

b. Obstáculos para acceder a la justicia y recibir reparación  
El obstáculo más grande que enfrentan las víctimas cuando buscan justicia es la revictimización. Es un fenómeno complejo y preocupante que ocurre cuando las víctimas son sometidas a nuevas formas de abuso o maltrato. En este caso se da por parte de las instituciones que deberían protegerlas. Puede manifestarse de diversas maneras, como la falta de sensibilidad en el trato, la burocracia excesiva, la falta de credibilidad hacia los testimonios de las víctimas o la exposición repetida a situaciones que les recuerdan el evento violento.

Los medios de comunicación a menudo presentan las historias de las víctimas de manera sensacionalista o parcial, lo que distorsiona la percepción pública y genera dudas sobre la veracidad de sus relatos. Este tratamiento mediático y las expresiones de las autoridades influyen en las personas encargadas de impartir justicia, perpetuando un ciclo de desconfianza y revictimización. Aunque las autoridades pueden cuestionar a las víctimas para conocer los hechos y ciertos detalles importantes para las investigaciones, es frecuente que lo hagan para desacreditar su relato, señalando huecos en sus declaraciones en lugar de guiarlos para mejorarlas.

Por otro lado, que las autoridades actúen con representaciones negativas de las víctimas se vuelve un obstáculo en la búsqueda de justicia de las víctimas. Al perpetuar estereotipos y culpar a las víctimas, se crea un ambiente de

desconfianza y miedo hacia las autoridades; quienes ya se encuentran en atención es más probable que no den continuidad al proceso y puede disuadir a otras víctimas de no denunciar crímenes similares.

c. Falta de sensibilidad y comprensión

Como se mencionó anteriormente, un obstáculo que enfrentan las víctimas es el trato insensible que, a veces, reciben por parte de las autoridades. A menudo, son cuestionadas y tratadas con una falta de empatía que no solo agrava su sufrimiento, sino que desmotiva a otras víctimas a denunciar. Esta actitud insensible y la falta de empatía en el proceso judicial pueden hacer que las víctimas se sientan desprotegidas y desmoralizadas, dificultando aún más su camino hacia la justicia. Esta situación favorece que las víctimas no continúen con el proceso judicial o que nuevos delitos no sean denunciados.

La manera insensible en que las autoridades tratan a las víctimas a menudo se refleja y refuerza por la forma en que los medios de comunicación presentan las historias de victimización. Cuando los medios trivializan el sufrimiento y las historias de las víctimas, contribuyen a una cultura que deshumaniza y minimiza sus experiencias. Esta representación influye en la percepción pública y en las respuestas institucionales, perpetúa un ciclo de indiferencia y falta de empatía hacia quienes han sufrido. Una de las razones más frecuentes por las que las personas no acuden a las autoridades es el temor a recibir un mal trato. Esto explica en la realidad de México, donde menos del 10 % de los delitos son denunciados, especialmente en casos de violencia sexual.

## CONCLUSIONES

Los discursos juegan un papel crucial en la formación de nuestra identidad y en la percepción del mundo. Los medios de comunicación digital, con su amplio alcance, tienen una gran responsabilidad en cómo se difunden estos discursos y en las ideologías que promueven. Por esta razón deben evitar la transmisión de ideologías que promueve la desigualdad, discriminación y violencia. Eliminar por completo el uso de estereotipos negativos, especialmente de las víctimas de violencia (Martín *et al.*, 2017, p. 142). Es importante ser críticos y conscientes del contenido que consumimos y cómo este puede influir en nuestras creencias y actitudes.

La cobertura mediática de casos sensibles, como el de Debanhi, puede tener consecuencias graves, no solo en términos de desinformación, sino en el impacto emocional sobre las personas cercanas a la víctima. Es importante que los medios de comunicación actúen con responsabilidad y ética, prioricen la veracidad y el respeto por las personas involucradas. También deben cuestionar el uso del sensacionalismo como estrategia para mantener la atención de las audiencias.

Dado que los medios de comunicación juegan un papel crucial en la formación de la percepción pública, su tendencia a minimizar ciertos acontecimientos desvía la atención de la gravedad de los hechos y la responsabilidad de las autoridades. Es imperativo que los medios presenten la información de manera objetiva y verificada, sigan sus lineamientos y mantengan a raya la ideología que los atraviesa, (Van Dijk, 2005b) para evitar la difusión de información sesgada o falsa, especialmente en casos de violencia institucional, como el de Debanhi Escobar. Para restaurar la confianza y mejorar las prácticas institucionales, es esencial que las autoridades reconozcan y corrijan los graves problemas en las instituciones de procuración de justicia. Además, se deben condenar las declaraciones de autoridades que

vulneren a las víctimas y favorecer discursos que aborden adecuadamente la violencia de género.

Es fundamental que los medios de comunicación eviten reducir la identidad de las víctimas a su victimización, ya que esto lleva a juicios negativos y simplistas sobre su personalidad. En el caso de Debanhi, se observó cómo se le culpó de su propia desaparición y muerte, lo que refleja una tendencia a individualizar la culpa en lugar de considerar las causas estructurales y sociales. Es crucial promover una cultura de empatía y responsabilidad colectiva que ofrezca apoyo y comprensión a las víctimas en lugar de juzgarlas. Los medios deben esforzarse por presentar una visión más completa y respetuosa de las víctimas, considerar el contexto y la complejidad de sus vidas (Martín *et al.*, 2017, p 142).

Aunque México posee un marco jurídico sólido para la protección y asistencia de las víctimas, la implementación efectiva de estas normativas sigue siendo un desafío. La falta de sensibilidad en el accionar de las autoridades dificultan la atención adecuada a las víctimas. Es imperativo que las autoridades se adhieran estrictamente a las normativas establecidas, mejoren la capacitación en sensibilidad y empatía, además, asegurar el respeto y la protección de los derechos, la dignidad y la integridad de todas las personas. Además, tanto las autoridades como la sociedad deben reconocer y combatir las actitudes negativas, ofrecer un trato respetuoso y empático que valide las experiencias de las víctimas y facilite su acceso a la justicia.

## REFERENCIAS

- Martín, C., Valencia, A., Buitrago, Á., & Cox, F. (2017). *Metodologías de investigación, búsqueda y atención a las víctimas. Del caso Ayotzinapa a nuevos mecanismos en la lucha contra la impunidad*. Editorial Temis.
- Sontag, S. (2013). Regarding the pain of others. In *Picador*. <https://doi.org/10.3917/dio.201.0127>
- Taufic, C. (1977). *Periodismo y lucha de clases*. Editorial Nueva Imagen.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283.
- \_\_\_\_\_ (2005a). *Discurso y poder*. Gedisa Editorial.
- \_\_\_\_\_ (2005b). *Estructuras y funciones del discurso*. Siglo XXI editores.
- \_\_\_\_\_ (2013). La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. In *Paidós Comunicación*.
- \_\_\_\_\_ (2018). Discourse and Migration. In *IMISCOE Research Series* (pp. 227–245). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8_13)
- Wodak, R. (2003). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. In *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 17–34). Wodak, Ruth Meyer, Michael.

## Notas

Revelan videos de Debanhi antes de llegar al motel Nueva Castilla, Milenio, 27 de abril de 2022, en <https://www.milenio.com/policia/revelan-videos-debanhi-llegar-motel-castilla>

Admite Fasci “falla humana masiva” en búsqueda de Debanhi, Milenio, 22 de abril de 2022, en <https://www.milenio.com/politica/aldo-fasci-admite-falla-humana-masiva-en-busqueda-de-debanhi-escobar>

¿Quién era Debanhi Escobar? Fue a una fiesta, desapareció y 13 días después fue hallada sin vida en cisterna, El Heraldo de México, 22 de abril de 2022, <https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2022/4/22/quien-era-debanhi-escobar-fue-una-fiesta-desaparecio-13-dias-despues-fue-hallada-sin-vida-en-cisterna-398248.html>

Fiscal de Nuevo León atribuyó las desapariciones a la “rebeldía” de las víctimas: “son una decisión voluntaria”, Infobae, 21 de abril de 2022, en <https://www.infobae.com/america/mexico/2022/04/21/fiscal-de-nuevo-leon-atribuyo-las-desapariciones-a-la-rebel-dia-de-las-victimas-son-una-decision-voluntaria/>

Debanhi salió de fiesta, sus amigas la dejaron y 13 días después apareció muerta en una cisterna: el caso que sacude a NL, El Heraldo de México, 22 de abril de 2022, en <https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2022/4/22/debanhi-salio-de-fiesta-sus-amigas-la-dejaron-13-dias-despues-aparecio-muerta-en-una-cisterna-el-caso-que-sacude-nl-398211.html>

El análisis de género feminista es detractor del orden patriarcal, contiene de manera explícita una crítica a los aspectos nocivos, destructivos, opresivos y enajenantes que se producen por la organización social basada en la desigualdad, la injusticia y la jerarquización política de las personas basada en el género.

**MARCELA LAGARDE**

# ANTE LA VIOLENCIA MEDIÁTICA CONTRA MUJERES Y NIÑAS, FORMAR COMUNICADORES (AS) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

101

SHEILA XOLOXOCHITL GUTIÉRREZ ZENTENO  
Facultad de Humanidades, UNACH  
ORCID: 0000-0003-4999-9057  
sheila.gutierrez@unach.mx

## INTRODUCCIÓN

Este ensayo se enfoca en analizar la violencia mediática contra las mujeres y la importancia de la comunicación con perspectiva de género para atenderla. ¿Cuál es el papel de quienes forman a comunicadores y periodistas ante la violencia mediática? ¿Qué hacemos con la libertad de pensamiento, expresión y prensa? ¿Prohibimos, limitamos o censuramos? Si sancionar o tipificar delitos es la última opción y, hablamos de un castigo, lo ideal es la prevención, entonces, si desde la escuela se les enseña que la libertad de expresión tiene limitantes y como comunicadores tenemos la obligación de velar por el respeto a la Constitución lo que conlleva a la dignidad de las personas, no tiene sentido buscar solo el aspecto punitivo y que se castigue, lo ideal es que no existiera la violencia.

## La responsabilidad social se nos olvidó

Entre el 12 y 13 de febrero de 2020, grupos feministas hicieron un llamado a decenas de mujeres para publicar en redes sociales fotografías de paisajes, actividades lúdicas, imágenes pacíficas (mar, cielo, flor, mascota, etc.) acompañadas de los *hashtags*<sup>13</sup> [#IngridEscamilla](#) [#IngridFotos](#) [#IngridEscamillaVargas](#) [#IngridFeminicidio](#) y [#NiUnaMenos](#).

Esta petición fue una respuesta al feminicidio de la joven Ingrid Escamilla y la exhibición en medios de comunicación y redes sociales de las fotografías de su asesinato. El objetivo de compartir imágenes bonitas acompañadas de esos *hashtags* fue contrarrestar la cantidad de publicaciones que reproducían y exhibían su muerte. Las fotografías de su feminicidio estaban por todas partes. ¿Era necesario que los medios informativos o cualquier persona con acceso a una red social reprodujeran las imágenes de su cuerpo maltratado? No, sin embargo, lo hicieron. Fue el periódico *La Prensa* el responsable de colocar esas fotografías en primera plana.

Ingrid fue violentada de todas las formas posibles. Fue víctima de un feminicidio, vivió violencia íntima de pareja, fue abusada psicológicamente, físicamente, su cuerpo fue exhibido públicamente sin medida alguna, socialmente fue juzgada, culpada y señalada por elegir a su pareja (responsable de su asesinato) y su familia fue testigo de todo sin poder hacer algo para evitarlo. Las fotografías de la escena del crimen de Ingrid fueron vendidas por los funcionarios que debían protegerla, aunque ya no estuviese viva.

---

<sup>13</sup> La Real Academia Española define al *hashtag* como un anglicismo que se puede sustituir, en el ámbito de Twitter, por la palabra etiqueta. Si se emplea el extranjerismo no adaptado, se mantiene con su forma original y se escribe en cursiva. El centro de ayuda de X explica que los *hashtags* (escritos con el signo “#” antepuesto) se usan para indexar palabras clave o temas en X. Esta función es una invención de X y permite que los usuarios puedan seguir fácilmente los temas que les interesan. Los *hashtags* que cobran mucha popularidad suelen convertirse en Tendencia.

Mucho se ha hablado y escrito sobre el feminicidio de Ingrid Escamilla y nunca será suficiente debido al papel que diversos medios de comunicación jugaron al exhibir la brutalidad con que fue asesinada. Difundir los restos de Ingrid fue un acto falto de ética, cobijado por una estructura mediática que por décadas ha cosificado a las mujeres porque sus cuerpos e historias, vivas o muertas, generan ganancias, sin embargo, preservar la imagen y dignidad de Ingrid no fue importante. Lo lamentable es que con cada feminicidio el patrón mediático se vuelve a repetir, como sucedió con Mariana Sánchez, en 2021, con Debanhi Escobar, en 2022 o Milagros Monserrat, en 2023. Aunque hoy el cuerpo sin vida de la víctima no se exhiba abiertamente en los MC, los discursos sexistas, prejuiciosos que descalifican y discriminan a la víctima de feminicidio continúan.

Los casos de Ingrid, Mariana, Debanhi, Milagros y decenas de mujeres son muestra de la violencia mediática que enfrentan, desde feminicidios hasta actividades cotidianas desempeñadas por ellas y es que todo contenido mediático provoca discriminación contra mujeres y niñas, cuando fomenta la reproducción de estereotipos sexistas, originando daño patrimonial, económico, psicológico (entre otros) y esta violencia es extensiva a la familia de la víctima cuando también es mediáticamente exhibida y revictimizada.

La violencia mediática fue reconocida legalmente en el año 2021, en un artículo adicionado a la Ley general de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en el capítulo IV Ter de la violencia digital y mediática<sup>14</sup> que define como violencia mediática todo acto que se produce a través de cualquier medio de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de

---

<sup>14</sup> La violencia digital se enfoca en el contenido íntimo sexual de una persona y el acceso a este sin su consentimiento. La violencia mediática aborda otros tópicos.

odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida. Todos estos conceptos pueden ser útiles como indicadores para medir la violencia mediática<sup>15</sup> (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 12).

¿De qué medios de comunicación hablamos? Medios electrónicos, impresos, visuales o sonoros, ya sea a través de publicaciones, difusión de mensajes o imágenes estereotipadas. La violencia mediática se ejerce por cualquier persona física o moral que utilice un medio de comunicación para producir y difundir contenidos que atentan contra la autoestima, la salud, la integridad, la libertad y la seguridad de las mujeres y las niñas lo que impide su desarrollo. Sin embargo, esta definición sobre la violencia mediática plantea algunas limitantes al momento de buscar ejercer acción penal. Esta información se amplía en el capítulo 1 de este libro.

Si nos encontramos en un momento en el que los diversos mecanismos legales para aplicar esta ley aún son insuficientes, como lo explica la autora en el capítulo 1, ¿qué hacer mientras se avanza en lo legal? Tenemos la opción de educar a las nuevas generaciones de comunicadores (as) e incluir la perspectiva de género como parte de su formación universitaria. ¿Cómo hacerlo? Necesitamos entender de qué se trata. En las siguientes páginas, comparto mi experiencia al respecto.

---

<sup>15</sup> Según el Glosario de Género del Inmujeres, los indicadores de género pueden ser cualitativos o cuantitativos, en ambos casos sirven para realizar una trazabilidad de los sujetos de estudio a través del tiempo; permiten diagnosticar las desigualdades y su magnitud; dan información imparciales y comparables para tomar decisiones políticas; posibilitan la evaluación de resultados de las políticas públicas aplicadas o bien, identifican la falta de acciones pertinentes; y generan datos estadísticos de género, con información desagregada.

<https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/indicadores-de-genero>).

## La mujer y los medios de difusión

Entre 1960 y 1970, el tema de las mujeres y los medios de difusión empezó a trabajarse en libros, investigaciones académicas, análisis de filmes, pinturas y fotografías. No es que antes no se hubiese tocado el tema, pero la segunda ola del feminismo les dio un nuevo impulso a las mujeres para organizarse y discutir públicamente temas que consideraban cruciales para alcanzar sus derechos. Señalaron la importancia de promover contenidos y mensajes que reflejaran esa nueva cotidianidad, donde las mujeres construían una trayectoria laboral, asumiendo roles profesionales en espacios o cargos que históricamente habían sido destinados a los hombres; las mujeres podían hacer más que cumplir con el rol reproductivo y de ama de casa, como lo señalaba Friedan (1965).

En 1995, tuvo lugar la Cumbre de Beijing, mujeres representantes de 189 países reflexionaron sobre su situación en rubros como: pobreza, educación, salud, medio ambiente, medios de difusión, ejercicio del poder, violencia, derechos humanos y su posición en los conflictos armados; un capítulo entero fue destinado a La niña (ONU Mujeres, 2014).

La Declaración política y los documentos resultados del encuentro, sentaron las bases para el diseño de políticas públicas a nivel mundial. El apartado dedicado a La mujer y los medios de difusión (denominado J), se conforma por 12 artículos que plantean:

1. La necesidad de incorporar a las mujeres a los puestos directivos en estas empresas.
2. Abrir espacios que lleven a las mujeres a la construcción de la noticia y la información.
3. Repensar la manera en que las mujeres son representadas en los contenidos que los medios de comunicación producen y transmiten.

Los Artículos 234 a 238 analizan la relación de las mujeres con los medios de difusión y la importancia de acceder a

la tecnología para el ejercicio mediático. Los artículos 239 al 242 (J.1) plantean incrementar la participación y el acceso de las mujeres a la expresión y toma de decisiones en y a través de los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación. Los artículos 243 al 245 (J.2) se enfocan en promover una representación equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de comunicación (ONU Mujeres, 2014).

El apartado J señala que los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países “no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución” (ONU Mujeres, 2014, p. 171) por lo que la representación de las mujeres y las niñas las coloca en estados de discriminación, sexismo o sumisión. Al replicar los MC productos violentos, degradantes o pornográficos reproducen tecnologías de género que dan vigencia a roles y estereotipos sexistas e incentivan mandatos de opresión.

Por ejemplo, la publicidad se encuentra dirigida mayormente a las mujeres por ser las responsables del manejo del hogar y de la crianza de los hijos, por ello “los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades” (ONU Mujeres, 2014, p. 171); por otro lado, son también ellas la fuente de estereotipos que se mediatizan para cubrir las necesidades del consumo masculino; las representaciones femeninas se diseñan pensando en las necesidades masculinas.

### **Reflexionar en las aulas el valor de una comunicación feminista**

Si bien el feminismo tiene más de 300 años gestándose (Varela, 2008) una comunicación que dignifique a las mujeres y que sea de carácter popular es un camino poco recorrido en las universidades. En 1993, cuando se ofertó de manera escolarizada la licenciatura en Ciencias de la Comunicación

en la Universidad Autónoma de Chiapas, no se nos hablaba de feminismo, sexismo o violencia contra las mujeres; siendo estudiante y mujer, viví un conflicto constante como consecuencia de esta carencia curricular.

Mientras en las aulas nos hablaban de la responsabilidad que conferirían el ejercicio de la libertad de expresión y de prensa, en la práctica periodística cotidiana, columnistas, comunicadores o periodistas (locales o nacionales) trastocaban esos límites. Era usual leer en notas informativas o columnas políticas de medios locales, publicaciones cuyo lenguaje e imágenes degradaban a las mujeres. Era usual que periódicos locales publicaran fotografías de mujeres sonrientes en posiciones sexualizadas en diminutos bikinis en su contraportada o en sus páginas centrales, el sensacionalismo estaba a la orden del día, encabezados sexistas acompañaban fotografías explícitas que informaban sobre mujeres asesinadas o víctimas de brutales golpizas. “¡Crimen pasional!” se leía, porque el morbo y la sexualización de las mujeres, vende. Nada de esto se discutía o reflexionaba en clase, 30 años después, sigue siendo una práctica recurrente, tanto en el periodismo de opinión como en el informativo.

No juzgo a quienes redactaban (o redactan) este tipo de trabajos, todo individuo tiene el derecho de ejercer la libertad de expresión y de opinión (Artículo 19 de la DUDH), pero se les olvida que es un derecho finito. Es primordial enseñar al estudiantado que la libertad de expresión viene con límites; el Artículo 6º Constitucional en México es claro, la libertad de expresión no vulnera la dignidad de las personas, tampoco fomenta discursos de odio, contrario a ello, defiende la dignidad y los derechos humanos, además de sentar las bases para el ejercicio de la libertad de prensa como un bien al servicio de la sociedad.

La docencia nos permite desmontar los mitos y la desinformación que persisten alrededor del feminismo. Como profesora del curso de Género y Comunicación, de la licenciatura

en Comunicación que imparto, observo que el estudiantado llega con ideas parciales o erróneas sobre el feminismo, las luchas de las mujeres o la perspectiva de género, consecuencia de los contenidos que consumen en medios digitales o tradicionales, aunado a ideas y creencias que permean su cultura e historia de vida y que, algunos y algunas de sus docentes continúan reforzando.

Durante el curso de Género y Comunicación, trabajamos esos mitos, creencias o sesgos, por lo que llegan a comprender que el feminismo se trata de derechos humanos. Incluir la perspectiva de género y hablar de una ética feminista relacionada con la comunicación, les brinda herramientas para entender por qué es importante colocar en el discurso público a las mujeres y las niñas, además de analizar los discursos hegemónicos de los actores que explotan, para su beneficio (personal, económico político, cultural o social) las desigualdades que limitan y oprimen a las mujeres.

Hay que entender que el feminismo<sup>16</sup> es tanto teoría social emanada del pensamiento crítico como movimiento social (Varela, 2008) y que los estudios feministas, estudian a las mujeres y las diversas formas de opresión que enfrentan en su cotidianidad. Una de esas formas de opresión proviene de los roles y los estereotipos de género, los que fomentan la desigualdad de las mujeres en el acceso a la educación, la economía, el espacio público, la salud, entre otros. Cuando se estudia a los MC, los roles y los estereotipos de género

---

<sup>16</sup> El Glosario para la Igualdad del Inmujeres México define al feminismo como un movimiento político, social, académico, económico y cultural que busca crear conciencia y condiciones para transformar las relaciones sociales, lograr la igualdad entre las personas, y eliminar cualquier forma de discriminación o violencia contra las mujeres. Señala que los antecedentes del movimiento, a nivel mundial, se ubican a finales del siglo XVIII, pero la actividad pública más visible se ubica en los últimos años del siglo XIX. Considera que, con el paso del tiempo, las miradas dentro del feminismo se han multiplicado, por esta razón dentro del propio feminismo hay diversos posicionamientos: feminismo liberal, feminismo radical, feminismo socialista, ecofeminismos, feminismo cultural y de la diferencia, feminismo de la igualdad, feminismo comunitario, feminismos afrodescendientes, entre otros. A decir del Inmujeres, en México, las mujeres organizadas han logrado incluir en las políticas públicas avances en beneficio de las mujeres y niñas.

nos permiten analizar cómo estos, desde las representaciones, producen violencia mediática.

Estas representaciones se analizan con perspectiva de género, es importante comprender qué es para así incluirlo como parte de nuestros procesos comunicativos. La Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, en su artículo 5º, fracción VI, lo define así:

(...) Concepto que se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 3).

Al ser una herramienta de análisis, permite realizar estudios para comprender y explicar la condición de subordinación de las mujeres, pero se requiere de un objeto de estudio más amplio que incluya en sus análisis “en todos los niveles, ámbitos y tiempos las relaciones mujer-varón, mujer-mujer, varón-varón” (Barbieri, 1993, p. 149); por ello se realizan estudios que determinan brechas salariales entre mujeres y hombres; obstáculos que enfrentan las madres autónomas en la crianza de sus hijos; causas del porqué los varones fallecen antes que las mujeres o cuál es la calidad de vida de las mujeres que viven más de 70 años.

Cuando se incluye la perspectiva de género (PG) producimos contenido que cuestiona qué contexto se construye en torno a las mujeres y niñas en los medios, sus derechos y las violencias que enfrentan. Se trata de decir, reconocer, cuestionar y explicar las situaciones de desigualdad y discriminación histórica que enfrentan las mujeres. Si queremos

eliminar en la sociedad las causas de la opresión hacia mujeres y niñas (desigualdad, injusticia, jerarquización de las personas) necesitamos promover contenidos que eleven la calidad del debate público; si la información está sesgada por una visión masculina, el debate también lo estará.

Si las mujeres y las niñas están ausentes de la difusión y la cobertura informativa, lo estarán en el espacio público, con lo que se limitarán sus oportunidades y el acceso a los recursos económicos, y a la representación política y social en los ámbitos de toma de decisiones.

La PG aplicada a la comunicación, nos exige elegir con mayor cuidado, palabras, imágenes, uso de tipografía, colores, ubicación de la información y tratamiento de esta. En lugar de escoger una fotografía que sexualiza o cosifica a una infante para usarla como gancho o *clickbait*, optamos por una imagen neutra (en relación al tema) y damos prioridad a la información (red de trata de infantes). Gran parte del contenido amarillista y sensacionalista que violenta mediáticamente a las mujeres y niñas no deja de usarse porque reditúa ganancias al explotar y denigrar la imagen femenina. La comunicación como espectáculo, vende.

La perspectiva de género en la comunicación, reconoce, cuestiona y explica los contextos de desigualdad y discriminación que viven mujeres y niñas; es un contrapeso frente a contenidos o información que las denigran. Es primordial formar cuadros de comunicadoras (es) y periodistas que entiendan la importancia de colocarlas en el discurso como sujetas que actúan y no como sujetos observados, porque al ser representadas como sujetas que actúan, se les podrá exigir responsabilidad por su actuación, y no se les señalará por su apariencia, edad o relaciones personales (Gallego Ayala, 2007) con lo que evitaríamos el sexismo, el prejuicio y la discriminación.

No se trata solo de enseñar la objetividad en el aula, la violencia mediática que mujeres, niñas y disidencias viven cotidianamente se configura en medios de difusión que son extensiones de un sistema opresor y machista. No es la objetividad lo único que se requiere para ejercer una comunicación responsable con las mujeres, sobre todo, si consideramos la idea de que la objetividad es el nombre que se da en la sociedad patriarcal a la subjetividad masculina, como lo planteó la escritora y activista Adrienne Rich.

### **Sexismo, machismo, estereotipos y discriminación. Entendiendo la construcción de la violencia mediática contra mujeres y niñas**

El género ha sido útil para justificar la supremacía masculina y heteronormada que reproduce condiciones de injusticia y desigualdad. El origen de las violencias que viven (y han vivido) históricamente mujeres y niñas, proviene de la discriminación originada por el machismo, sexismo, misoginia, lesbofobia y prejuicio con que se constituyen los roles y los estereotipos de género (Serret, 2008).

Esta discriminación hacia las mujeres es histórica y la raíz etimológica de la palabra mujer da cuenta de ello. Las acepciones son cuestionables ya que gran parte de ellas limitan, juzgan, discriminan o son prejuiciosas en relación al proceder o la figura social de la mujer, sin embargo, representan lo que socialmente somos ante la mirada masculina.

Benjamin Veschi en su sitio [www.etimología.com](http://www.etimología.com) explica que, en el idioma inglés, mujer (woman) remite al inglés antiguo *wifman*, ante la idea de estar al servicio del hombre, conjugando *wif*, por mujer y *man* para especificar al hombre.

El Breve diccionario crítico etimológico del español indica que mujer viene del latín *mulier* que significa débil o suave, los derivados que ofrece son: mujercilla, mujerzuela, mujeriego, mujerío, mujerona y mujeruca. *Mulier* se relaciona en algunos textos con el adjetivo '*mollis*' que significa "blando

o aguado” y cuya raíz encontramos en otras palabras como ‘mullido’ y ‘molusco’ (Ogazón).

En mi viejo diccionario Océano de 1990, mujer se define de la siguiente manera: Persona del sexo femenino. La que ha llegado a la edad de la pubertad. La casada con relación al marido. De la vida, de la mala vida, de mal vivir o de vida airada. Mientras que ramera se define “de su casa. La que tiene disposición para los quehaceres domésticos”. En el caso de “*fácil*”, significa a que sin mayores reparos admite relaciones sexuales con el hombre. Por “*fatal*” es el tipo convencional de que por su conducta o aspecto se supone irresistible para el hombre. Pública. Ramera. Mujeril, mujerona.

Todas estas ideas subyacen en nuestra cultura; se piensa a la mujer como un ser que existe en relación a un hombre (con lo que se niega a las mujeres lesbianas, por ejemplo), cuya función es privilegiar las necesidades masculinas (actitud de servicio). Todas esas acepciones la enclaustran en el espacio privado (casa, hogar, cualquier símil de estos) y la colocan socialmente como alguien que debe lucir bien para beneplácito de la pareja (estereotipo). No es casual que profesiones en las que hay cuidados de por medio (enfermería, docencia, agricultura), sea mayor el número de mujeres. Cuando una mujer no acepta el rol acostumbrado —que históricamente se le ha asignado—, la sociedad tradicional o conservadora, le rechaza. Todo lo anterior se considera violencia en razón de género (violencia contra mujeres y niñas).

Es importante señalar como lo hace la teórica Amelia Valcárcel, que dado que el género incluye también estudios sobre las disidencias y los hombres, la expresión violencia de género ha dejado de ser suficiente para hacer visibles la violencia contras las mujeres, se ha convertido en un concepto paraguas, por lo que se torna complejo clarificar de qué violencia se habla o de qué género se trata, por esta razón, es importante señalar concretamente la violencia contra mujeres y niñas y no olvidar que, el género “sirve

para hacer discurso y teoría” (2008, p. 402), pero hablar de violencia contra las mujeres se trata de hacer política, porque “las categorías políticas sirven para ejercer una acción política consensuada (...) El desafío de la violencia es antiguo como problema, pero nuevo como política ¿Con qué contamos para enfrentarnos a él? (Valcárcel, 2008, p. 402).

El concepto de violencia mediática contra las mujeres es una forma de hacer política. Si realizamos estudios que muestren cómo los medios de comunicación reproducen violencia y discriminación a partir de prácticas como el sexismo, el machismo, los roles y estereotipos de género y discursos de odio como la misoginia, se podrán hacer propuestas para una regulación a profundidad y no solo a partir de códigos éticos bien intencionados que los *media* no aplican (o si lo hacen son llamadas de atención mínimas). ¿Ejemplos? Los hay. Los Juegos Olímpicos 2024 no han sido ajenos.

El comentarista deportivo Bob Ballard de la cadena Eurosport, fue retirado de las transmisiones de los juegos después de realizar un comentario sexista y machista sobre las atletas australianas, quienes celebraban su triunfo en la final de los relevos estilo libre de natación 4x100. “*Bueno, las mujeres están terminando. Ya saben cómo son las mujeres, dando vueltas maquillándose*”. Su compañera de transmisión y ex nadadora, Lizzie Simmonds, descalificó su comentario inmediatamente: “*Oh Bob, eso no está bien, algunos varones también lo hacen*”. Lo de Ballard fue visto socialmente como un chiste que no tuvo el efecto buscado (fue despedido por ello), el asunto es que su comentario reproduce actitudes sexistas derivadas del machismo pero hay sectores de la población que no comprenden dónde está el problema.

El machismo es toda actitud, norma, comportamiento o práctica cultural que refuerza o preserva una supuesta superioridad masculina, derivado del dominio de lo masculino y lo heteronormado sobre la sexualidad, la procreación, el trabajo y los afectos (Inmujeres, 2024). Tiende a ser violento

(física, psicológica o simbólicamente), en esta idea de la violencia como un acto que busca dañar a otra persona de forma intencional (Esplugues, 2007).

El sexismo se compone prácticas discriminatorias que persisten por creencias en torno al sexo y el género de las personas. Se dan a través del lenguaje, la imagen o las actitudes y expresa hostilidad, exclusión, invisibilidad y violencia física o simbólica; puede ser entre personas o institucionalmente (escuelas, dependencias de gobierno, iglesias, hospitales). Es excluyente y común en medios de comunicación (prensa, televisión, radio, internet) y en la sociedad (Inmujeres, 2024).

El machismo es una actitud de prepotencia con respecto a las mujeres. El sexismo no es tan evidente. Es un comportamiento individual o colectivo que desprecia un sexo en virtud de su biología, perpetua la dominación de los varones y la subordinación de las mujeres (Mujeres en Red, 2008, párr. 1).

Con su comentario Ballard colocó a las atletas como sujetos observados, no como sujetas observadas, a pesar de recién ganar una medalla olímpica. Utilizó el retardo de las deportistas para externar una idea, en relación a la actividad de maquillarse como: 1) una actividad exclusiva de las mujeres; 2) es la causa por la que las mujeres llegan tarde a sus compromisos; 3) las descalifica utilizando la idea que se ha construido alrededor de las mujeres y su necesidad de lucir hermosas para los hombres (rol de género en relación a la reproducción) y 4) ellas ganaron una justa olímpica pero el comentario sexista invisibiliza el hecho. ¿De haber sido un grupo de hombres, Ballard habría justificado el retraso de los atletas de esta manera? Es seguro que no, los hombres no se maquillan, no lo necesitan, son fuertes y viriles (estereotipo).

Cuando las mujeres “rompen” el denominado techo de cristal<sup>17</sup>, dejan ese piso pegajoso<sup>18</sup> para moverse en espacios históricamente masculinos y hegemónicos, pero se vuelven caldo de cultivo para el embate mediático o social; al romper los mandatos de género construidos para ellas, se producen reacciones como la de Ballard. Por ejemplo, persiste la idea de que el embarazo es una enfermedad que limita a las mujeres: rinden menos en su profesión, requieren cuidados mayores (es un hecho que existen situaciones particulares que lo requieran) pero la realidad es que las mujeres estando realizan infinidad de actividades mientras su cuerpo lo permita. Aun así, en México, el embarazo es una de las causas que mayor número de despidos genera.

En 2021, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred), dio a conocer que el despido por embarazo fue la causa más frecuente de discriminación, con el 94.6 % del total. Lo preocupante es que este tipo de información circula a cuenta gotas en los medios y no tiene la repercusión política que se busca, a pesar de que la Ley Federal del Trabajo señala que una trabajadora no puede ser despedida durante su periodo de gestación (La Crónica, 2023). Ver en los medios de difusión a mujeres embarazadas realizando actividades que históricamente podrían considerarse de alto riesgo, es una manera de confirmar

---

<sup>17</sup> El techo de cristal es un concepto acuñado desde el campo de la psicología para referirse a las barreras invisibles, difíciles de traspasar, que representan los límites a los que se enfrentan las mujeres en su carrera profesional, no por una carencia de preparación y capacidades, sino por la misma estructura institucional. Se refiere entonces a las restricciones y obstáculos que impiden a las mujeres acceder y/o permanecer en puestos de responsabilidad o de dirección; o en su desarrollo profesional en etapas como el embarazo o la crianza de hijos e hijas (Inmujeres, Glosario en línea). <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/techo-de-cristal>

<sup>18</sup> Conocido también como *sticky floor*, es un término relacionado con la desigualdad de género en el mercado laboral. Hace referencia a las tareas de cuidado que tradicionalmente se dan a las mujeres y que suponen una barrera para salir del espacio doméstico y dedicar tiempo a su desarrollo profesional. La presión familiar, social y de pareja hacen creer a las mujeres que su lugar “natural” es el espacio privado junto con las actividades de cuidado y crianza, con lo que les es complejo conciliar la vida laboral y familiar, por lo que optan a renunciar a su desarrollo profesional.

que el embarazo no es una enfermedad, sino un mito social profundamente arraigado en las culturas (figura 1).

Figura 1

Publicación de Marca.com (30 de julio de 2024).

Esgrima - Juegos Olímpicos 2024 | Últimas noticias

## La egipcia Nada Hafez compitió en París... ¡embarazada de 7 meses!

Perdió en octavos de final ante Jiyeon Hyung, de Corea del Sur, por 15-7



La egipcia Nada Hafez Getty

NOTICIAS MÁS FIDAS

*Nota.* Aunque la fotografía nos muestra a una mujer que compitió embarazada, con lo que se rompe con el estereotipo corporal que se presenta regularmente en los medios de comunicación, el titular es sensacionalista.

Aquí los MC tienen un papel determinante ¿cómo hablan de las mujeres que rompen el estereotipo que se les ha asignado? ¿A qué le dan prioridad en la información y su contenido en general? Observe la figura 1 ¿Realizaría cambios al encabezado de esta publicación? Si su respuesta es sí, ¿cómo trabajaría el encabezado desde la comunicación feminista? ¿Le parece que podemos hablar de violencia mediática en algún sentido? ¿Por qué?

Otro caso que generó revuelo mediático se dio en el boxeo olímpico. Derivado de una publicación que señalaba que un hombre competía en una categoría de mujeres, Imane Khelif, de origen argelino, fue blanco de comentarios que cuestionaban su físico. El Comité Olímpico Internacional (COI) explicó que su físico masculinizado se debía a un hiperandrogenismo. Los comentarios discriminatorios no se hicieron esperar en medios de comunicación (tradicional y digital).

El COI<sup>19</sup> dio a conocer que tanto Imane Khelif como Lin Yu Ting cumplían con los criterios de elegibilidad de género, argumentado que su pasaporte decía mujer. La explicación fue calificada de insuficiente (considerando el acceso al cambio de identidad registral que hoy es posible) y, aunque hubo medios que comenzaron a publicar notas ratificando el posicionamiento del COI, la discusión en las redes sociales se sumó al cuestionamiento en relación al sexo de Imane Khelif y Yu Ting.

Al cierre de este ensayo, el COI (2024) sostiene que ambas atletas son mujeres, niegan que tengan cromosomas masculinos o sean personas intersexuales, aunque su argumento se sustenta en el carnet de identidad (nunca usaron la palabra sexo biológico) ya que el tema del hiperandrogenismo no volvió a tocarse. Hay videos, reels, cápsulas, escritos, notas que cuestionan abiertamente que personas con altos niveles de testosterona como Imane o Yu Ting boxeen contra mujeres. Además, la discusión sobre a qué se debe dar peso en las justas deportivas, si al sexo biológico o al género llegó a la discusión pública de nuevo.

¿Qué trajo todo esto a la superficie? Que existe un desconocimiento absoluto sobre el cuerpo de las mujeres, las enfermedades hormonales que muchas padecen y lo que implica el tema de la intersexualidad. La boxeadora búlgara, Svetlana Staneva hizo un signo X con las manos en alusión a los cromosomas sexuales femeninos (XX) a modo de protesta por la falta de certeza del sexo de Khelif y Yu Ting (figura 2). La

---

<sup>19</sup> Hasta 1999, el COI incluía en sus test de sexo (denominado también de género) un examen físico en el que las atletas debían desnudarse frente a un panel de médicos. Al ser un acto que vulneraba el derecho a la intimidad de las atletas, por el que ellas protestaron, se eliminó, quedando entre los parámetros las pruebas cromosómicas y las pruebas de testosterona. Si ambas pruebas resultan en los niveles aceptables, las atletas participan (esto también aplica con la categoría hombres).

En 2018 el COI dio a conocer entre sus recomendaciones en el *Gender Equality Report* que en aquellos casos en los que fuese necesaria la realización de investigaciones o pruebas médicas, estos debían ser apropiados según el sexo; además, toda investigación médica debía someterse al COI y tratarse con las comisiones de Mujeres en el Deporte y las atletas inmersas en el proceso. Se sugería también incluir una representante de la Comisión de Mujeres en el Deporte como miembro de la Comisión Médica y Científica. Para el informe del 2021, Lydia Nsekera, Presidenta de la Comisión de Mujeres en el Deporte fue la responsable de informar sobre estos avances (COI 2022).

boxeadora Esra Yildiz también protestó con el gesto de la doble XX al perder ante Yu-ting.

Figura 2  
La protesta de la boxeadora Svetlana Staneva



*Nota.* La boxeadora búlgara Svetlana Staneva reivindica su sexo biológico al hacer un signo X con las manos en alusión a los cromosomas sexuales femeninos (XX). Esto como protesta ante lo que grupos feministas denominan hoy “Borrado de mujeres” en las competencias deportivas.

Históricamente las mujeres hemos sido discriminadas por cualquier cosa que no sea lucir femeninas como el androcentrismo lo dicta, es decir, débiles, pequeñas y suaves. Katie Ledecky, campeona olímpica de natación, fue cuestionada por su cuerpo; Julien Alfred, campeona olímpica en los 100 metros, fue señalada por su etnia; Simone Biles, fue criticada por su figura pequeña y su color de piel al igual que la gimnasta mexicana Alexa Moreno, quien fue criticada por no ser una mujer delgada y tener espalda ancha. Todas estas mujeres no lucen según los estereotipos que la misma sociedad y los MC imponen en la agenda pública.

Otras mujeres mexicanas han sufrido de discriminación mediática por su origen étnico, el color de su piel o su físico como Yalitz Aparicio. Famosas como Belinda, JLo o Jennifer Aniston han tenido que tolerar el escrutinio de la prensa en temas tan sensibles como la maternidad, sus relaciones amorosas e incluso sus procesos de envejecimiento de cuyos resultados también han sido responsabilizadas. Yaritza, cantante de regional mexicano, fue objeto de violencia mediática por

declarar que la comida mexicana no le gustaba como la de su país. Los ataques contra su persona no se hicieron esperar.

## CONCLUSIONES

En 2024, por vez primera una mujer, en la historia de México, ejercerá como presidenta, este hecho pone a quienes ejercemos la comunicación, el periodismo y la docencia en una posición en la que tendremos que ejercer nuestra libertad de expresión y opinión enfocada en evitar la violencia mediática o la violencia política de género; la objetividad ya es insuficiente para el tratamiento de información en la que las mujeres y las niñas son las actrices principales, necesitamos desmontar discursos que reproducen violencia, sexismo y discriminación contra las mujeres.

Comunicadoras y comunicadores tenemos una responsabilidad al informar sobre las mujeres en los medios de comunicación. No se trata solamente de elegir las palabras correctas, sino del tratamiento de la información desde una ética feminista, pensar en la fotografía, el pie de foto, los encabezados, alejarnos del sensacionalismo, lo cual nos obliga a contar con una formación mínima sobre feminismo y los estudios de género. No podremos avanzar en este sentido mientras no aceptemos que necesitamos educarnos en estas temáticas. No debiesen ser ni el rating ni el tráfico en las redes la prioridad, si no las evidencias, lejos del amarillismo y el sexismo. Es prioritario colocar en el discurso público a las mujeres, sus luchas y sus logros.

Aún con el impulso que las mujeres dan hoy en día al ejercicio de la comunicación una realidad es que la producción de contenidos y noticias sigue siendo regularmente, masculina y androcéntrica. Aquí es donde quienes nos encontramos en las aulas tenemos la responsabilidad de formar a los y las estudiantes en comunicación desde una ética feminista que incentive la perspectiva de género en los medios de comunicación.

El sexismo, la discriminación y el machismo están ahí. No lo notamos, pero si hojeamos un diario impreso o algún portal de noticias digital con la intención de analizar su contenido, todo eso que genera violencia mediática, está ahí. Es tan sencillo como observar cuántas de las notas, columnas o artículos hablan de logros alcanzados por varones y cuántos son sobre mujeres. ¿Cómo se habla de estos logros o de qué manera se describen? ¿Qué tipo de imágenes son utilizadas para mostrarlos a ellos? ¿Qué tipo de imágenes se usan para mostrarlas a ellas? ¿Qué se les pregunta a ellos en las entrevistas y, qué a ellas cuando se trata de ruedas de prensa o encuentros con los y las profesionales de la comunicación?

Es impostergable enseñar a las nuevas generaciones de comunicólogos (quienes ejercerán en algún punto de su vida como comunicadores), que la comunicación con perspectiva de género sí importa, que hemos internalizado de tal manera el machismo, el sexismo y las ideas en torno a los roles y estereotipos de género, que los reproducimos en nuestros discursos y no nos damos cuenta (o si lo hacemos no nos importa).

Los discursos machistas, sexistas y el prejuicio reproducen la violencia machista y nos justificamos desde el morbo, porque ese “vende”, pero no forma audiencias críticas si no ofensivas ¿es lo que queremos continuar fomentando? ¿A qué costo? ¿Al de la salud, la dignidad y la vida de las mujeres y las niñas que viven el impacto y las consecuencias de la violencia mediática?

En la Facultad de Humanidades de la UNACH, la licenciatura en Comunicación atendió, en el semestre enero-julio de 2023, 3084 estudiantes; 1102 hombres y 1982 mujeres. A pesar de que contamos con una unidad académica que aborda la comunicación con perspectiva de género, al ser de elección libre el flujo de estudiantes es mínimo. En el turno matutino 10 estudiantes se inscribieron a la clase de

Género y Comunicación, 20 en el vespertino. Los varones que han sido formados desde el machismo, la califican como una pérdida de tiempo por ser una materia “para mujeres y gays”. Es una apreciación sexista, misógina, homofóbica, machista y discriminatoria, pero real.

Hay estudiantes que asisten o participan porque hay interés o morbo alrededor del feminismo o porque el horario de clases no les dio otra opción; sin embargo, con el tiempo esta unidad académica se ha vuelto un espacio de reflexión, además de un entorno seguro para mujeres que viven (o han vivido violencia) y jóvenes que forman parte de las disidencias y la diversidad sexual. Al finalizar el semestre, les pregunto si consideran prioritario, como parte de su formación, fomentar la aplicación de una comunicación con perspectiva de género en los espacios mediáticos en los que trabajarán. La respuesta es siempre un sí. Hemos iniciado el camino para evitar futuras coberturas, análisis u opiniones que terminen reproduciendo violencia mediática.

Cuando las mujeres, y algunos varones, nos acercamos al feminismo, nos acompaña en gran medida de toda esa cultura machista que ha formado parte de nuestra vida y de nuestra educación como personas. No alcanzamos a comprender por qué es machista que señalemos a una mujer como la responsable de romper una relación o lo violento que es discriminar a una mujer por su apariencia, pero la unidad académica de Género y Comunicación, nos permite desmontar estos mecanismos, es un espacio de reflexión que permitirá en un futuro, a quienes ejerzan en medios de comunicación, producir trabajos desde la ética feminista y la perspectiva de género. Quienes cursan esta materia cuentan con una visión de la comunicación que el resto no tiene. Tuvieron que pasar 30 años desde que pisé la universidad como estudiante, para ver, por primera vez, a un grupo de mujeres periodistas marchar un 8 de marzo, junto con otras mujeres, señalando el sexismo, el machismo y la discriminación que persisten en

la cobertura de noticias, además de la violencia que las mujeres enfrentan en los medios de comunicación, al realizar su labor tanto al interior de algunas empresas como en las calles. Este es un signo de que las empresas deben comenzar a trabajar desde otros parámetros, tanto en lo organizacional como en lo discursivo.

Hay avances. La Organización Editorial Mexicana dio a conocer, el 17 de junio de 2024, la creación de un nuevo espacio laboral. Sara Lovera, periodista y feminista, cofundadora de CIMAC, Noticias en la década de 1990 y posteriormente de SEM México (ambas agencias de noticias feministas especialistas en periodismo con perspectiva de género) fue contratada como Editora de género, lo cual es la base para que, otros medios de comunicación empiecen a contemplar esta figura que se ha vuelto vital debido a “la evolución de la sociedad, que ha empujado a los medios de comunicación a cambiar la manera en que cubren los hechos sociales” (Lovera en Suárez, 2024, párr. 1) y señala que “el impacto palpable (...) se ha visto en el enfoque de la apuesta editorial de nuestros diarios, abordando temas puntuales que antes no tenían cabida en sus páginas” (Lovera en Suárez, 2024, párr. 11).

Hay otras formas de ejercer la comunicación y el periodismo, pero necesitamos incrementar el número de mujeres con una formación en comunicación, con perspectiva de género, que trabajen en medios de comunicación, incentivar un trabajo desde la ética feminista y propiciar que se produzca contenido que le de voz a la diversidad de mujeres.

Si no se habla de lo que sucede a las mujeres, si no se informa de lo que viven en su cotidianidad, de lo que pasa con ellas en las faenas del campo, de sus logros en la política, de las condiciones en que envejecen aunque vivan más que los hombres, de las mujeres que son violadas por sus esposos o parejas, de las niñas que son obligadas a casarse, de las desaparecidas, de los feminicidios, de las

violencias que enfrentan en su día a día, será complejo exigir al Estado el diseño de políticas públicas encaminadas a eliminar esas desigualdades.

¿Falta mucho por hacer? Sí. Hay reticencia por parte de compañeros comunicadores a participar en espacios de formación que buscan impulsar una comunicación feminista; la postura entre grupos de docentes es similar. Sin embargo, no podemos desistir; tenemos que cambiar la mirada masculina de los dueños de comunicación que explotan a la mujer como objeto. Lo observamos en los programas a los que se tiene acceso en las señales de televisión abierta. Educar a las nuevas generaciones de comunicadores es la opción que puede propiciar un cambio real en la producción de contenidos y las salas de redacción de periódicos, televisoras y radiodifusoras.

Los medios digitales necesitan límites porque la autorregulación es insuficiente. Los medios tradicionales se rigen por la constitución, razón por la que la Secretaría de Gobernación tendría que cumplir con su obligación de vigilar que las leyes inherentes a los medios, se cumplan.

## REFERENCIAS

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2024). Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia. Capítulo IV Ter. De la violencia digital y mediática, p. 12.  
<https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2024/02/LGAMVLV.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2024). Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres. Artículo 5º, fracción VI, p. 3.  
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH.pdf>
- COI (2018). “Examen sobre igualdad de género”. Informe del COI sobre igualdad de género. PDF. <https://acortar.link/FLA2ZF>
- \_\_\_\_ (2022). “Informe sobre igualdad de género e inclusión 2021”. PDF. <https://acortar.link/5iuFep>
- \_\_\_\_ (2024). “Declaración conjunta de la Unidad de Boxeo de París 2024 y el COI”. 1 de agosto de 2024. <https://acortar.link/pH9iJN>
- La Crónica (2023). “Despidos por Embarazo Siguen Siendo Tendencia en México”. 22 de agosto de 2023. <https://acortar.link/QhzkkU>
- De Barbieri, T. (1993). “Sobre la categoría género. Una introducción teórico metodológica”. Debates en Sociología. No. 8 1993, pp. 145-169. PDF.
- Esplugues, J. S. (2007). “¿Qué es violencia? Una aproximación al concepto y a la clasificación de la violencia”. Daimon. Revista Internacional de Filosofía, nº 42, 2007, pp. 9-21.
- Friedan, B. (1965). La mística de la feminidad [prólogo de C. Dampierre]. Editorial Sagitario. PDF.
- Gallego Ayala, J. (2007). “Lenguaje periodístico y discriminación de género”. Plaza, J. y Delgado, C. (Eds). Género y comunicación. Pp. 49- 71. Editorial Fundamentos.
- Mujeres en Red (2008). “¿Qué diferencia hay entre el machismo y el sexismo? 1 de abril de 2008 <https://acortar.link/riOiTX>
- Ogazón, C. (2020). “Día internacional de la mujer ¿De dónde proviene la palabra mujer?”. BPW Spain. 5 de marzo de 2020. <https://acortar.link/oEtJoy>
- ONU Mujeres (2014). “J. La mujer y los medios de difusión”. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Declaración política y documentos resultados de Beijing+5, pp. 171-177

- Real Academia Española (2024). “Hashtag” Observatorio de palabras. <https://www.rae.es/observatorio-de-palabras/hashtag>
- Serret, E. (2008). “Mujeres discriminadas” Discriminación de género, las inconsecuencias de la democracia. Cuadernos de la Igualdad, No. 6. CONAPRED.
- Stavans, I. (2017). “El diccionario y la mujer”. New York Times. 6 de octubre de 2017. <https://acortar.link/vOmQUW>
- Valcarcel, A. (2008). “La violencia contra las mujeres”. La valoración del daño en las víctimas de la violencia de género. Consejo General Poder Judicial. 1ª Edición, pp. 408 – 426.
- Suárez, A. (2024). “Los medios deben privilegiar la perspectiva feminista: Sara Lovera, editora de género en la OEM”. El Sol de México. 17 de junio de 2024. <https://acortar.link/PgcgQV>
- Varela, N. (2008). Feminismo para principiantes. Ediciones B.S.A.
- Veschi, B. (2023). “Etimología de mujer”. 6 de marzo de 2023. <https://etimologia.com/mujer/>
- X (2024). “Cómo usar los hashtags”. Centro de ayuda de X. <https://acortar.link/lfKdHi>
- Zaldaña, A. (2024). “Bob Ballard, el comentarista que fue expulsado de los Juegos Olímpicos, ¿Qué fue lo que dijo?”. Diario Esto. 29 de julio de 2024. <https://acortar.link/70jELr>
- Zaldaña, A. (2024). “¿Cómo es la prueba de elegibilidad de género que le hicieron a las boxeadoras Imane Khelif y Lin Yu-ting?”. Diario Esto. 2 de agosto de 2024. <https://acortar.link/Z5sMXz>

# VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA PRÁCTICA DISCURSIVA DE ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CHIAPAS

126

MARCO ANTONIO GÁLVEZ RENDÓN  
FACULTAD DE HUMANIDADES, UNACH  
ORCID 0000-0002-8617-4466  
roldan.enriquez@unach.mx

ROLDÁN ENRRÍQUEZ GARCÍA  
Facultad de Humanidades, UNACH  
ORC ID 0000-0002-6926-0009  
marco.galvez@unach.mx

## INTRODUCCIÓN

México es y ha sido un país con altos índices de violencia en razón de género. El Índice de Paz 2023 es preciso al señalar que, pese a existir una disminución de la misma, las 32 entidades federativas que conforman la geografía mexicana continúan enfrentando niveles crecientes de los diferentes tipos de violencias, sin que ninguno de los estados quede libre de esta problemática que se ha logrado hacer visible gracias a la ardua lucha de las mujeres y del movimiento feminista que, *in crescendo* se ha ido apropiando de los espacios públicos desde donde se han evidenciado y acentuado los orígenes de dicha violencia sistémica. Esta lucha feminista es la que ha permitido enfatizar la transición, el reconocimiento y la identificación de conductas diversas que han permitido tipificar los delitos con los que se relaciona cada tipo de violencia.

Este ensayo está enfocado en la praxis discursiva de algunos medios de comunicación de Chiapas que se han encargado de emitir discursos

desde la subjetividad y desde los prejuicios, por lo que, en muchos casos han mirado de soslayo con juicios y opiniones sesgadas para evadir la responsabilidad profesional que exige objetividad y omite el reconocimiento de los diferentes tipos de violencias, lo que permite que ellos ejerzan la violencia mediática y fomenten la normalización. Este tipo de conductas son herencia del sistema machista en el que vivimos.

Existe un avasallamiento tecnológico, así como un bombardeo informativo que se convierten en dos de los factores detonantes que delimitan y construyen una modificación de conductas que es imposible de frenar y que, al mismo tiempo, permite la constitución de estas conductas.

Según la Encuesta Nacional sobre la Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) (2022), 93.1 millones de personas en México mayores de 6 años hacen uso del internet, de este universo se estima que el 78.1 % del total de las mujeres y 79.3 % de los hombres, del mismo rango, utilizaron internet durante el año 2022.

Resulta interesante observar que las poblaciones con mayor acceso a internet son aquellas de entre 12 y 24 años, lo que significa que muchos menores en formación tienen acceso a la enorme cantidad de información y contenidos que ahí se distribuyen, siendo la población de entre 12 y 18 años la más vulnerable.

Estos datos nos revelan, entre otros detalles, que cada vez es más frecuente y popular el uso de las tecnologías digitales y, especialmente, el uso de la internet para acceder a todo tipo de información, esto como resultado de la revolución tecnológica que ha alcanzado en todo el mundo.

Debido a estos números revelados por el propio Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) podemos entender que, dentro de las múltiples violencias establecidas y tipificadas, hallamos una que ocupa el espacio digital y

representa una amenaza latente para todas las personas; de acuerdo a los datos tiene alto impacto de afectación en menores, adolescentes y jóvenes, pues se nutre de mecanismos como el acoso, las amenazas (desde daños físicos o sexuales) y la humillación.

Esta proliferación conductual representa, en voz de los expertos, un problema mayúsculo, pues la información puede circular de una forma violenta y desmedida. Esto crea un escenario desfavorable para las víctimas, pues la velocidad en que se puede volver viral la información que se encuentra en internet puede causar daños severos en quienes quedan expuestos en la enorme plaza pública digital.

Podríamos aseverar que estas y otras son manifestaciones de violencia mediática, las cual se definen en el artículo 20 quinquies de la LGAMVLV:

(...) todo acto a través de cualquier medio de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida. La violencia mediática, en pocas palabras, “se ejerce por cualquier persona física o moral que utilice un medio de comunicación para producir y difundir contenidos que atentan contra la autoestima, salud, integridad, libertad y seguridad de las mujeres y niñas, que impide su desarrollo y que atenta contra la igualdad (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2024, p. 12).

¿Cómo podemos señalar que algunos de los medios de comunicación en Chiapas ejercen este tipo de violencia a través de la práctica discursiva del tratamiento a la

información? La respuesta a la interrogante, (aunque clara en muchas de sus manifestaciones y aristas y evidente en un simple clavado a las redes sociales), implica señalar que existe un tratamiento periodístico anquilosado que se desarrolla al abordar los diferentes tipos de violencias y que se encuentra matizado en el discurso de las notas informativas y, por ende, en el prejuicio de muchos de los que ejercen el oficio de la comunicación.

El uso de adjetivos hirientes normalizado es una constante dentro del discurso mediático; a ello debe sumarse el rol que juegan, sobre todo en estos tiempos de avasallamiento informativo, los medios de comunicación para la sociedad en sí, sin importar su transición del papel escrito a lo digital, donde se abrió una ventana de oportunidades para que muchas personas se erijan como paladines de la información, jueces de los hechos y violenten desde el ciberespacio a otros.

No podemos pasar por alto que quienes ejercen el oficio de la comunicación, en cualquiera de sus géneros, siguen siendo agentes no solo de transmisión informativa, sino de valores y de los propios prejuicios. Es, entonces, desde la praxis discursiva que se pueden construir o deconstruir los discursos hegemónicos, se pueden reproducir los vicios léxicos y, sobre todo, trabajar en la reeducación de la sociedad que consume dicha información.

### **Geometría del discurso mediático**

Toda violencia está acompañada de dimensiones simbólicas: desde las representaciones y los imaginarios colectivos hasta las tramas discursivas (Blair, 2005). Partiendo de esta premisa, podemos decir que, cuando se trata de violencia, en cualquiera de sus manifestaciones, se encuentran, como señalan Ferrándiz y Fexia (2004, p. 159), “relaciones de poder y relaciones políticas (necesariamente asimétricas), así como a la cultura y las diversas formas en las que se vincula con diferentes estructuras de dominación en los ámbitos micro y macrosocial”.

Afirmar que a toda violencia la acompaña una violencia simbólica es necesario, muchas veces esta pasa desapercibida, pero carga en sí un contenido, un trasfondo de legitimación colectiva que termina impactando de manera negativa. Por algo Barthes (2022) considera que todo discurso trata del fundamento de los valores, es decir, de la evaluación de estos.

Bajo este esquema, todo discurso encaja en un sistema simbólico que, como bien señala Bourdieu (2000), refuerza las relaciones de poder que lo fundaron y reafirma lo que Max Weber consideraba como la “domesticación del dominado”. Aquí no importa si impera un desconocimiento del ejercicio del poder a través de la palabra escrita o se trata de una opinión personal, puesto que al final de cuentas la relación comunicativa y, un tanto cómplice, se forjan, sí y sólo sí, entre quienes ejercen la praxis discursiva y quienes la consumen. Insistir, por tanto, en que quien ejerce el oficio de la escritura en los medios está obligado a cuidar las formas y fondos desde el cómo se nombran las acciones y se menciona a las personas es necesario y obligatorio.

Si a esto le sumamos que en una sociedad patriarcal los discursos machistas y misóginos son tan frecuentes que han sido normalizados, podemos encontrar una cantidad de ejemplos cotidianos en los medios de comunicación que nos muestran, la violencia que se ejerce todos los días bajo el sesgo del género. Por ejemplo, en su edición 87 de diciembre de 2016, el medio local chiapaneco Tinta Fresca, dirigido por el periodista Víctor Carrillo Caloca hizo uso de imágenes de la entonces diputada María Elena Orantes para reconstruir memes emulando el póster de la película *La chica del tren* (figura 2) que ilustraron una columna de opinión que buscaba, de entrada, denostar el rol dentro de esta en la política usando para ello su imagen, lo cual no se debería hacer partiendo desde el enfoque ético.

Figura 1  
La fotografía manipulada en la edición



Nota. Se emplea la imagen de María Elena Orantes para referir, de manera irónica, su papel en las decisiones políticas locales, emulando el póster de la película *La chica del tren* (2016), basada a su vez en un *best seller*. Fuente: Tinta Fresca, 87, diciembre, 2016, p. 1.

Figura 2  
Cartelera diseñada en tono de burla



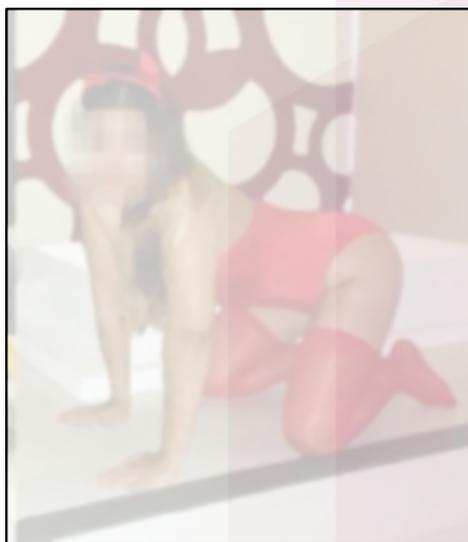
Nota. La imagen en cintillo de portada tiene alcance en la página 02 de interiores, donde se explicita el contenido de la columna. Nótese el tono mordaz del texto. Tinta Fresca, 87, diciembre, 2016, p. 2.

El comunicador o analista político que redacta para un medio de comunicación, sea cual sea su penetración en el mercado, puede usar como base el trabajo de cualquier persona dentro de la función pública, su desempeño dentro del marco de operatividad y, en este caso, su papel como legisladora de la Cámara Baja. Sin embargo, dentro de los medios de comunicación, y más en el género de la opinión, bajo el manto delgado y temible de la libertad de expresión, algunos columnistas terminan cayendo en la difamación y la calumnia, pues utilizan para ello calificativos que lastiman y afectan de forma directa a las mujeres que se atreven a participar en el mundo de la política, dañan su vida personal, hieren gravemente su vida profesional y la de sus familiares.

Lo mismo sucedió con Ana Karen Morales Molina, regidora plurinominal por el Partido Verde Ecologista de México, en el Ayuntamiento de Villaflores (octubre 2015-septiembre 2018). En la figura 03 se le ve con poca ropa y en poses que se podrían considerar eróticas.

Figura 3

Imagen de la víctima difundida en redes sociales de la víctima



Nota. En su momento, la entonces regidora interpuso la denuncia; sin embargo, a pesar de la temporalidad del caso, la fotografía sigue circulando, así como los detalles de la información. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/10/1091698>

La fotografía circuló entre varios comunicadores que debieron hacer caso omiso por la circunstancia del tema, pero apelando a la cantidad de tráfico que generaría, en lugar de respetar la privacidad apostaron a la viralización de la información y al morbo colectivo para incrementar la notoriedad de sus plataformas, sin importar el daño emocional que estaban ejerciendo con su participación en lo que fue una especie de linchamiento mediático contra ella.

La imagen fue compartida infinidad de veces por páginas presentadas como medios comunicación digitales y por comunicadores desde sus propios muros en sus redes sociales, incluso, muchos de estos con amplia trayectoria y experiencia. En esos espacios los lectores vertieron opiniones que sojuzgaban y comparaban el desempeño de la funcionaria en torno a su rol privado y su sexualidad, y muchos más se burlaban de su atrevimiento y descaro, como si en pleno siglo XXI se tuviera que enfrentar a un tribunal de la Inquisición.

¿Dónde se sitúa la evaluación fundada en las ciencias del lenguaje y el discurso, tomando sus aspectos lingüísticos y semióticos y el impacto negativo o positivo que tienen en la sociedad? ¿Cuáles son las lindes geométricas del discurso mediático y dónde termina (si es que se puede) el rol del comunicador en la frontera digital? Para responder a estas premisas, para desentramar el rol discursivo y su papel determinante dentro de las violencias ya existentes, podemos hacer alusión al concepto posverdad.

En el año 2016, el Diccionario de Oxford, seleccionó al vocablo posverdad como la palabra del año por sus implicaciones en lo general y en lo particular. Esta consiste en el hecho de que una persona está dispuesta a creer algo que encaja con sus expectativas, prejuicios y creencias personales antes que con la realidad de los hechos (Bermúdez Vázquez y Macho, 2017). Es esto lo que obliga a mirar la nueva realidad que nos acompaña.

Umberto Eco (2016) en su libro “De la estupidez a la locura” escribió un ensayo en el que reflexionaba cómo Internet permitía responder a legiones de individuos, opinar sobre cosas que no conocen por lo que, fomentan la desinformación y la irracionalidad como un peligro latente de este siglo. Estamos de acuerdo con el pensador. La desinformación abre la puerta a la manipulación, al pensamiento burdo que se erige como una amenaza ante la ausencia del pensamiento crítico o analítico, y que parte de ese vínculo trascendental entre el emisor y el receptor. Desde el exordio, espacio donde se presenta el tema de todo discurso, se forja el vínculo entre quien escribe y a quien va dirigido el mensaje.

Si dividimos al discurso en su corpus geométrico encontramos una estructura perfectamente diseñada para hacer llegar, de manera precisa, lo que se quiere decir a los receptores: exordio, divisio, narratio, confirmatio, refutatio y conclusio, son las partes inherentes a un discurso redondo, elaborado profesionalmente y al que deberían avocarse todos aquellos profesionales de la comunicación, porque todo individuo que escribe para informar a la sociedad tiene una obligación ética de no trasgredir, desde el lenguaje mismo, ningún derecho.

Para Helena Beristáin (2004) “la elocución analiza cuanto atañe a verter la argumentación en oraciones gramaticalmente correctas, en forma precisa y clara con el objeto de que sirvan para convencer; y en forma elegante, con el fin de que logren causar un impacto psicológico que conduzca a la persuasión”.

Aristóteles señala que la retórica es útil en la construcción de los mensajes, y aclaró que, contrario a lo que se piensa, la tarea principal de la retórica no consiste en persuadir, sino en reconocer los medios de convicción más pertinentes para cada caso; por ello la definió como la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer. Aquí es donde el discurso deliberativo, propio de asambleas públicas y privadas, que encaja en la finalidad de lo mediático, se

emplea para exhortar a los oyentes a tomar una decisión orientada en algún sentido preciso, o bien para disuadirlos de adoptar una resolución.

La finalidad del discurso deliberativo es elegir entre lo conveniente y lo perjudicial, lo legal e ilegal, lo placentero y lo enojoso, en relación con eventos futuros. Versa sobre asuntos públicos tales como finanzas (impuestos, comercio), política exterior (alianzas, tratados, guerra y paz, defensa territorial) (Beristáin, 2004). Es decir, dentro del corpus discursivo quien redacta, quien funge como emisor, quien hace uso de los medios escritos o la locución misma para transmitir un mensaje a la sociedad, está obligado a tener las siguientes condiciones: el status que le reconozca la comunidad a quien dirige el discurso; el conocimiento objetivo sobre la cosa que argumenta; que la presentación no sea maligna ni falaz; y la capacidad de verdadera adaptabilidad al auditorio (Andruet, 2003).

No existe, por tanto, justificación alguna que libre de responsabilidad a ninguna persona al verter opiniones sesgadas, juicios de valor sobre temas que supone o se fundamentan en rumores, o aseveraciones sobre la vida privada de las mujeres. En este punto encaja la forma en cómo algunos medios de comunicación dan tratamiento a los feminicidios y se olvidan de los principios sobre el uso del lenguaje.

Partiendo de que la violencia tiene múltiples manifestaciones y aunque todos los tipos son reprobables, es necesario señalar que el punto más alto y sin retorno es el de la violencia feminicida, término que se hizo público, por vez primera, en 1979 y fue en el Tribunal Internacional de Crímenes contra las Mujeres cuando Diana E. H. Russell hizo uso del término al testificar sobre un “asesinato misógino”.

Sin embargo, fue hasta 1990 cuando se reconoció una definición que se hizo pública en un artículo titulado *Speaking the Unspeakable* donde se explica que un feminicidio es el asesinato de mujeres realizado por hombres por motivos de

odio, desprecio, placer o sentido de propiedad de las mujeres (Caputti & Russel, 1990). En este caso, los discursos mediáticos, en algunos medios de comunicación en Chiapas, evitan nombrar los asesinatos de mujeres bajo este concepto.

Este proceso ha sido cuestionado por colectivas feministas y por mujeres especialistas en el tema, quienes mantienen una lucha ardua y constante por visibilizar que los crímenes contra las mujeres son en sí feminicidios y deben ser nombrados como tales, más allá de los intereses del Estado.

### **La violencia y los medios de comunicación**

La relación de los medios con los diferentes tipos de violencias parte de un vínculo entre el conocimiento y la comunicación que genera violencia simbólica cuyo binomio de acción es el poder-lenguaje. Así, se encuentran elementos como la cosificación, la estereotipación y la estigmatización que acompañan a los procesos de los vasos comunicantes que ahondan en la relación con la sociedad.

Basta ver que muchas acciones realizadas por mujeres en los cargos de elección popular que ocupan, o bien, dentro de los espacios de la administración pública como funcionarias públicas, no figuran en lo mediático, por ejemplo, sí sucede si se tratara de algún escándalo en su vida privada. La atención de algunos de los medios de prensa parte del morbo absoluto y de la búsqueda incesante de ganar aprobación digital (*likes*) o incrementar sus números en las estadísticas, mas no en la información de los logros sustanciales de las mujeres. Claro, sucede también con los varones, sin embargo, en el caso de las mujeres hay una tendencia creciente a priorizar su aspecto físico, su vida sentimental, problemas emocionales, su rol social y sexual, su papel como madres, por encima de sus capacidades profesionales.

En 2020 se dio un caso que fue señalado, en repetidas ocasiones, el entonces presidente municipal de Cintalapa, Francisco Nava, de ejercer violencia política en razón de género en contra de su síndica y dos regidoras, a quienes

impidió el acceso a las juntas de Cabildo por el simple hecho de ser mujeres y no comulgar con su manera de pensar. Cuando el munícipe descubrió que había sido señalado y que había un proceso legal en su contra, hizo uso de algunos medios de comunicación locales y de periodistas que se encontraban bajo la nómina del municipio, para ejercer una violencia mediática desmedida donde se burlaban de la condición física de las funcionarias, así como de su participación dentro de la política local y les crearon historias para generar un desprestigio social. Múltiples medios se prestaron e inclusive fueron creados *ex profeso* para ejercer violencia mediática a través de publicaciones (principalmente posteos y banners) donde diversas figuras políticas, entre ellas las tres funcionarias, eran ridiculizadas como se muestra en la figura 4.

Figura 4.  
Publicación tomada de la red social Facebook



Nota. Las imágenes, al ser publicadas en una red social -en este caso, Facebook- pasan a dominio público. En tanto se posea una cuenta propia en la plataforma, las fotografías pueden ser utilizadas para diferentes fines, como el aquí expuesto. <https://www.facebook.com/share/p/NBEVJ683sRQ66142/?mibextid=oFDknk>

En hechos como el anterior, es importante no perder de vista que los medios de comunicación son una de las principales fuentes de información y de entretenimiento y, por ende, cargan una responsabilidad ingente en la naturalización de la violencia. Si su rol es el de reproducir modelos que reafirman la cultura de la violencia contra las mujeres, o bien, se

justifique la violencia ejercida, los medios de comunicación, entonces, se convierten en parte del problema. Por ello se puede leer en columnas de opinión o en las notas rojas que, a los crímenes de odio, o a los feminicidios, los disfrazan con etiquetas como crímenes pasionales.

Jimeno (2004) señala que el término pasional nos remite al campo semántico en el que se inscribe la acción, donde resaltan el vínculo amoroso y la ruptura violenta. Crear una historia de una muerte, como Romeo y Julieta, les parece más vendible que señalar que una mujer fue asesinada por el simple hecho de ser mujer. Es decir, algunos medios de comunicación prefieren utilizar otros términos que referirse al feminicidio y legitiman, sin saberlo, al sistema que insiste en educarnos de ese modo.

### **El delito de ser migrante**

En una mirada exhaustiva a los medios locales de la Frontera sur se puede encontrar cómo los periodistas hablan de “asesinato de mujeres” y no de feminicidios, pese a que existen elementos sustanciales como la excesiva violencia de estos crímenes, pero, a la par de esa negativa de nombrar a los feminicidios, se erige la violencia que vulnera a las mujeres por su condición socioeconómica y lugar de origen, sobre todo si se trata de mujeres migrantes, mismas que al ser víctimas terminan siendo vinculadas a las pandillas centroamericanas o al ejercicio de la prostitución, sin una línea de investigación que dé soporte más que los prejuicios de los comunicadores que redactan dichas notas informativas.

Se puede señalar que no existe un tratamiento de la violencia ejercida contra las mujeres con perspectiva de género. Siguen emitiéndose juicios de valor para informar a la sociedad sobre los hechos. Este fenómeno naturalizado debería encender las alarmas de las autoridades competentes para implementar mecanismos que obliguen a los comunicadores a comprender la importancia de su papel

dentro de la sociedad y que funjan como clave para visibilizar la problemática, muchas veces invisibilizada por las propias autoridades.

Los medios de comunicación y quienes ejercen el periodismo deben tomar en cuenta la normativa que los rige para poder realizar su labor. De igual forma, considerar procesos de actualización en un contexto globalizante como el de la segunda década del siglo XXI. *Un manual urgente para la cobertura de violencia contra las mujeres y feminicidios en México* (ONU, 2021) sería uno de los elementos fundamentales para comprender que existen una serie de pasos que se deben conocer al dar cobertura e informar sobre feminicidios o sobre algún tipo de violencia en razón de género que incluyen los aspectos relevantes en la toma de fotografías, los datos particulares de las víctimas, sus relaciones familiares y datos que permitan a los medios de comunicación no violar el debido proceso. Sin embargo, pese a la preocupación latente por reeducar a las y los comunicadores, hay medios que replican continuamente los mismos patrones y siguen en el rol de revictimizar a las mujeres víctimas, buscando vistas y audiencia.

### **Violencia simbólica**

Pierre Bourdieu es pionero en la propuesta de violencia simbólica. La historia nos dice que llegó a esa reflexión al buscar demostrar cómo funcionaban las relaciones de dominación del género masculino sobre el femenino. De ahí que la violencia simbólica pueda ser identificada como un tipo de violencia “amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce, esencialmente, a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento, o más exactamente del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento” (Bourdieu, 2005, p. 5).

Podemos decir que la violencia simbólica, justifica las relaciones desiguales de poder en donde se impone una dominación de carácter forzado. Estas pueden transformarse

hasta convertirse en imposiciones y acarrear una serie de consecuencias. Así, esta violencia se ejerce de modo indirecto y en muchas de las veces no suele evidenciarse y es hasta tolerada.

En los medios de comunicación, por ejemplo, encontramos vigente el pensamiento de la gran escritora chiapaneca Rosario Castellanos en torno a que el aparato social dictamina la condición de la mujer y limita, reprime y castiga su comportamiento. Basta leer opiniones de comunicadores que por cierto en gran mayoría son hombres, que en sus muros personales de *Facebook* juzgan, desde los privilegios, el rol de las mujeres, sus gustos o decisiones, cosa que rara vez sucede cuando se trata de hombres.

Del mismo modo, se puede decir que “los medios que tienen la función de informar, tienen en la estructura discursiva de las noticias los mecanismos por excelencia, a partir de los cuales se construye y se difunden las formas simbólicas que le dan sentido a las representaciones sociales” (Baca Tavira & Vélez, 2012, p.137). Bajo esta postura urge que exista una regulación de la forma cómo los medios de comunicación se expresan o emiten opiniones y que sea el Estado quien brinde herramientas que permitan la profesionalización de este oficio.

Cuestiones como la sensibilización y la empatía, así como el tener claro que la forma en que se cubre la información puede ser determinante hasta para un juicio, debería ser motivo suficiente para que toda aquella persona que se conciba como periodista, comprenda que la comunicación conlleva una responsabilidad social.

La violencia simbólica es una extensión de la violencia cotidiana, la que vemos todos los días, la que podemos leer a todas horas. A ella estamos expuestos como personas y puede ser en el rol de víctimas, victimizadores o co-agresores. Lo cierto es que cualquiera de estas experiencias se nutre de la opresión y la discriminación. Por tanto, la violencia

simbólica, de no ser atendida, va apostar a las agresiones que se generan con más frecuencia y se expresan como el acoso sexual, la difusión de videos con contenido de pornografía, temas como la violación de la privacidad y, dentro de lo más recurrente, los mensajes ofensivos.

Sin embargo, dentro de las problemáticas más preocupantes de este tipo de violencia es que, en la comunicación virtual, los mensajes violentos se quedan en una especie de limbo, es decir, no cuentan con fecha de caducidad ni con límites físicos o temporales y pueden revivir cada vez que algún usuario comente o reaccione ante tal acción, lo que los convierte en un factor preocupante que debe ser combatido y atendido desde su origen.

Entonces, si la violencia simbólica es una violencia normalizada, los medios de comunicación y las universidades que preparan a profesionales de la comunicación deberían estar obligadas a formar desde una reconstrucción lingüística a los estudiantes que egresen de las licenciaturas o que se dediquen al periodismo en cualquiera de sus géneros. El problema es que las mismas universidades evaden la responsabilidad de trabajar en la deconstrucción de prejuicios y del léxico que es impuesto por un sistema que se niega a romper con este tipo de comportamientos.

### **Ética y responsabilidad periodística**

Los medios de comunicación forman parte sustancial en el devenir social de cada entidad geográfica, de cada demarcación y país. Esto, sin cortapisas, debería ser piedra angular para comprender que sobre los intereses económicos de los propietarios de dichos medios, o por encima de las prebendas o canonjías que se dedican al noble oficio de comunicar, debe anteponerse el compromiso social.

Restrepo (2004) señala que el compromiso profesional parte de la búsqueda por difundir la verdad de los hechos y nunca, por ningún motivo, mentir y afirma que cuando

este compromiso se hace visible en el ejercicio profesional, a través de un periodista o un medio de comunicación, los lectores lo retribuyen con la moneda de oro que es la credibilidad. Moneda que, hay que decir, está sumamente compleja de conseguir.

No es fácil hacer periodismo en sí. Menos en un país como México donde el oficio, al que el periodista Ryszard Kapuściński decía no era para los cínicos, es de los más riesgosos y ha cobrado la vida de decenas de compañeras y compañeros. Sin embargo, a las personas que ejercen la comunicación se le demanda una responsabilidad social que parte de un precepto que toda escritura debe ondear como bandera: la honestidad y el respeto absoluto a los lectores. Ambas como ejes sustanciales para conformar una praxis discursiva que permita al receptor tener una idea clara y confiable de la información que recibe. Es necesario recordar que quienes se acercan a los medios de comunicación lo hacen buscando encontrar posturas fundamentadas con y desde la información veraz y lejos de suposiciones.

Del mismo modo, los lectores buscan lineamientos profesionales en apego a una ética periodística y generan sus etiquetas sobre el comportamiento o las líneas de acción que cada uno de los medios de comunicación presenta. Incluso, existen manuales que hablan de ello y profundizan en el qué y cómo debe desempeñarse una persona que ejerce la comunicación, sin coartar su trabajo y sin vulnerar los derechos de terceros.

Decimos, entonces, que los aspectos éticos del periodismo se refieren a la recolección, transmisión, divulgación de la información, así como la forma y fondo en la que cada periodista, dentro de cada medio de comunicación, describe los hechos. Siempre, en apego y respeto a la veracidad y a una difusión transparente para que todos los ciudadanos interesados en acercarse a la información puedan tener acceso a ella.

Como bien dice Trejo (1997), existen valores tácitos o intrínsecos que son los principios indiscutibles en el periodismo: oportunidad, exclusividad, originalidad, el carácter noticioso y novedoso. Asimismo, también existen los valores anti periodísticos: lo trivial, reiterativo, lo ya sabido o muy poco significativo.

El problema en la estrecha línea que se erige entre la verdad y el periodismo son aspectos que restan y manchan el trabajo de la comunicación: el amarillismo, la publicación de notas sin filtro de verdad, la emisión de puntos de vista personales, la vejación de los derechos de quienes terminan siendo evidenciados sin que existan pruebas fehacientes.

Si bien, años atrás las batallas por las ocho columnas eran una lucha constante, de cada 24 horas, convirtiendo a la competitividad como uno de los valores fundamentales en el periodismo, hoy en día, con la proliferación de páginas de internet y muros de *Facebook* los reporteros o redactores han sido absorbidos por un espacio ambicioso y una creciente rivalidad que los pone a competir por la inmediatez, sin comprender que esta acarrea un sinnúmero de vicios que son un lastre para mostrar tenacidad, dedicación o perseverancia.

Es importante señalar que aquello que consideramos como principios “éticos” no se conciben del mismo modo en todos los que ejercen el oficio de la comunicación. En gran medida, derivado de la necesidad de que es uno de los oficios peor pagados en el país, tuercen los principios éticos por intereses particulares, o bien, son rebasado por las presiones de los dueños de los medios, las negociaciones con las cúpulas del poder o las vicisitudes que, lastimosamente, terminan manipulando el manejo de la información.

Basta ver el tratamiento que realizan algunos de los medios de comunicación en Chiapas cuando les corresponde informar sobre hechos delictivos. Es en esta práctica desmedida, bajo un libertinaje desbordado, algunos periodistas

y medios se prestan a una apuesta por el morbo en la búsqueda de incrementar el número de visitas a la página, el número de vistas de la nota o video y el de seguidores y compartidos. Muchos, incluso, pasan por alto que al revelar el nombre de víctimas o victimarios se entorpecen los procesos legales o judiciales. Aquí es donde entra otro problema que raya en lo que se denomina “ética periodística” y tiene que ver con el rol de quienes informan, ya que últimamente cualquier persona con un teléfono en la mano que pueda grabar o capturar un momento, se percibe como periodista, aunque desconozca los lineamientos para elaborar una nota informativa o el uso del lenguaje inclusivo.

Al respecto, Trejo (1997) apunta que si la objetividad es claridad en la información y el “camino para acercarse a la búsqueda de la verdad en una noticia. La veracidad viene a ser, por necesidad profesional, pero fundamentalmente de la sociedad, quizá el valor más importante cuando se proporciona una información” (p. 231). Dentro de esta aseveración debemos citar lo que se considera como los cuatro pilares o los cuatro valores del periodismo: La verdad y la veracidad; lo contrario, el engaño; la libertad posibilita la información; la dignidad de las personas tratadas como seres valiosos y, la responsabilidad combina el respeto a los principios de valoración de las consecuencias y las circunstancias (Echaniz & Pagola, 2004).

## CONCLUSIONES

La violencia mediática, es una violencia simbólica ejercida desde el poder que dan los medios de comunicación y se erige como un problema mayúsculo al afectar, en mayor parte, a las mujeres. No existe, o no debería de existir, justificantes que normalicen este tipo de violencia.

Hay formas en las que se pueden abordar los diferentes temas ponderando siempre la honestidad en la escritura y siendo respetuosos de lo que se informe, cuando la información se tiñe de amarillismos o de morbo pierde su efectividad y se convierte en parte del problema.

Es necesario, señalar que toda persona que se dedique a la comunicación, que ostente la profesión del periodismo o decida abrir una página para manejar información a la cual tenga acceso la población está obligada a profesionalizarse. Esto no los obliga a estudiar ciencias de la comunicación, aclaro, pero sí a aprender a nombrar de forma correcta, a escribir con apego a las normas gramaticales y sintaxis y utilizar un lenguaje inclusivo que permita a todas las personas sentirse incluidas, a no trasgredir ni adjetivar ni emitir juicios de valor por sobre ninguna de las personas involucradas en cualquier información, esto para evitar reproducir todo tipo de violencias desde el discurso.

Los comunicadores saben que hay instancias especializadas para dictaminar los hechos, por lo que en verdad deberían tomarse en serio su labor al momento de informar, sin traspasar la frontera de la ética.

La responsabilidad de quienes se encargan de escribir en los medios debería ser completa, encaminada a informar de manera clara y objetiva, sin caer en las violencias, con el lado neutral de la noticia, incluso cuando de columnas se trate, pues es en el orden del respeto en el que se debería escribir incluso los textos más subjetivos.

## REFERENCIAS

- Álvarez Enríquez, L., (2020). “El movimiento feminista en México en el siglo XXI: juventud, radicalidad y violencia”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 65(240), septiembre-diciembre, pp. 147-175. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.240.76388>
- Andruet, A. (2003). *El discurso forense: sus partes*. <https://n9.cl/oe0qdp>
- Baca Tavira, N. & Vélez, G. (2012). *Género y desigualdades en Iberoamérica*. Editorial Mnemosyne, p. 137
- Barthes, R. (2022): *El discurso amoroso*. Editorial Paidós. pp 49 - 56
- Beristáin, H. (2004). *Diccionario de retórica y poética*. Editorial Porrúa, p.141
- Bermúdez Vázquez, M. & Macho Reyes, R. (2017). *Análisis del discurso mediático: un enfoque multidisciplinar*. Editorial Egregius Ediciones. pp.142-143.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Editorial Anagrama. pp. 49-66
- Bourdieu, P. (2005): “Sobre el poder simbólico”. *Intelectuales, política y poder*. Editorial UBA-Eudeba, p. 5
- Blair, E. (2005). “La violencia frente a los nuevos lugares y/o los “otros” de la nueva cultura. *Nueva Antropología*, XX, 65, mayo-agosto, pp. 13-28.
- Caputti, J. & Russell, D. (1992). “Feminicide: Speaking the Unspeakable”. *Ms. Magazine*, 1, 2, septiembre–octubre, pp. 34-37.
- Carrillo Caloca, V. (diciembre, 2016). *La (ya no tan chica) del tren (que se le fue)*. Tinta Fresca. Periodismo y nada más, 11, 87. p.2 [https://issuu.com/tinta\\_fresca/docs/87\\_baja](https://issuu.com/tinta_fresca/docs/87_baja)
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2024). Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia. Capítulo IV Ter. De la violencia digital y mediática, p. 12. <https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2024/02/LGAMVLV.pdf>
- Echaniz, A. & Pagola, J. (2004). *Ética del profesional de la comunicación*. España: Centro Universitario de la Compañía de Jesús. pp. 214-218
- El Hamaquero Informa. (28 de noviembre, 2019). *La nueva basura de Cintalapa*. <https://acortar.link/B4UUHH>

- Excélsior. (mayo 10, 2016). *Regidora exhibida en foto sexy admite que es ella y pone denuncia*. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/10/1091698>
- Eco, U. (2016). *De la estupidez a la locura*. Lumen.
- Ferrándiz, F. & Fexia, C. (2004). "Una mirada antropológica sobre las violencias". *Alteridades*, 14, 27, enero-julio, pp. 159-174.
- Gobierno de México-Secretaría de Gobernación. (s. f.). *Ficha técnica Ley Olimpia*. <https://n9.cl/ekurg>
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI]. (2019). *Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA)*. <https://www.inegi.org.mx/programas/mociba/2019/>
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI]. (2021). *Encuesta Nacional sobre la Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2021/>
- Instituto para Económicas y Paz. (s. f.). *El aumento en la violencia de género*. Autor. <https://www.indicedepazmexico.org/el-aumento-en-la-violencia-de-gnero>
- Jimeno, M. (2004). "Capítulo I. El crimen pasional: la acción violenta como construcción pública". *Crimen pasional. Contribución a una antropología de las emociones*, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. pp. 23 - 45
- ONU Mujeres. (2021). *Un manual urgente para la cobertura de violencia contra las mujeres y feminicidios en México*. <https://lc.cx/WPUUBu>
- Radford, J. & Russell, D. (1992). *Feminicide The Politics of Woman Killing*. New York: Editorial Twayne Publishers.
- Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. Editorial Fondo de Cultura Económica. p.67
- Trejo Delarbre, R. (1997). "Periodismo: la ética elástica (la ética y los valores en el periodismo)". En González, J. & Landa, J. (Coords.), *Los valores humanos en México*. Editorial Siglo XXI editores, pp. 225-250.

### **Cándida Aremi Gutiérrez Zenteno**

Licenciada en derecho por la Universidad San Marcos, campus Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Maestra en Defensa de Derechos Humanos por el Centro de Estudios para la Construcción de Ciudadanía y la Seguridad (CECOCISE) de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) y doctora en derecho por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la misma casa de estudios. Abogada litigante y docente honoraria de la licenciatura en derechos humanos de la UNACH. Colabora como asesora jurídica para una Asociación Civil que promueve la paz, la protección del ambiente y los derechos humanos. Actualmente realiza una estancia posdoctoral ligada a un Proyecto Nacional de Investigación e Incidencia financiado por el Consejo de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT).

ORCID 0009-0001-7547-9349

Correo electrónico: [candida.gutierrez@unach.mx](mailto:candida.gutierrez@unach.mx)

## **Diana Domínguez**

Licenciada en Comunicación por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), mención honorífica en la defensa de la tesis “Prensa y feminicidio: culpabilización de las víctimas migrantes centroamericanas” (2018), becada por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Chiapas. Especialista en Procesos Culturales Lecto-Escritores (2019) por la misma universidad, becada por CONAHCYT. Ganadora del Primer Concurso de Tesis de Licenciatura “Florinda Lasos León” (2022) de la UNACH.

ORCID 0009-0008-4360-6973

Correo electrónico: [diana\\_laura99@hotmail.com](mailto:diana_laura99@hotmail.com)

## **Claudia Maribel Domínguez Miranda**

Cursó la Licenciatura en Letras Hispánicas, la maestría y el doctorado en Teoría Literaria en la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Ha impartido clases en la UAM, la UACM y el B@UNAM. Ha sido evaluadora de pruebas nacionales en el INEE y se ha desempeñado como dictaminadora de libros de texto en la Secretaría de Educación Pública. Sus líneas de investigación se centran en escritoras mexicanas de los siglos XX y XXI. Actualmente, es parte del cuerpo docente de Didáctica de la Lengua y la Literatura y miembro del área de investigación de Literatura Hispanoamericana. Es socia de la Federación Mexicana de Mujeres Universitarias (FEMU).

ORCID 0000-0003-0325-9723

Correo electrónico: [claudiamardm@gmail.com](mailto:claudiamardm@gmail.com)

### **Sheila Xoloxochitl Gutiérrez Zenteno**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, UNACH; Maestra en Estudios Humanísticos por el ITESM, Experto Universitario en Géneros Televisivos por la Universidad Internacional de Andalucía (España) y Doctora en Estudios Regionales por la UNACH. Actualmente es docente de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas en la Licenciatura en Comunicación. Autora de los libros: Paisaje Sonoro. Educar. Escuchar. Diseñar y Del aula a los medios audiovisuales. Unidades de Vinculación Docente con Enfoque en Comunicación. Coordinadora de la Colección editorial Género y Comunicación. Actualmente es columnista en el Diario Portavoz, abordando temas inherentes a la mujer y el feminismo en su columna Una mujer escritora.

ORCID: 000- 0003-4999-9057

Correo electrónico: sheila.gutierrez@unach.mx

### **Roldán Enríquez García**

Licenciado en Comunicación, UJAT, Maestro en Mercadotecnia IEU, Doctor en Educación UVG; Docente de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, en la Licenciatura en Comunicación, imparte materias relacionadas con: Comunicación en las organizaciones e investigación en comunicación.

ORCID 0000-0002-8617-4466

Correo electrónico: roldan.enriquez@unach.mx

## **Marco Antonio Gálvez Rendón**

Licenciado en Contaduría Pública IESCH, Maestro en Administración, Doctor en Administración US; Docente Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Chiapas en la Licenciatura en Comunicación, imparte materias relacionadas con la Comunicación en las organizaciones y Formación de Emprendedores.

ORCID 0000-0002-6926-0009

Correo electrónico: marco.galvez@unach.mx