

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE PERIODISMO**



**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE PERIODISTA**

TEMA:

***“Análisis de los estereotipos de imagen creados por los
medios de comunicación de prensa escrita en el caso:
Menegazzo y Coni (Estudio de caso Diario El Comercio y Diario
El Telégrafo)”***

DANIELA VALENCIA TORRES

DIRECTOR:

MARIO NARANJO NOBOA

QUITO – ECUADOR

2016

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN


| DATOS DE CONTACTO | |
|----------------------|--|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 8420083639 |
| APELLIDO Y NOMBRES: | Valencia Torres Daniela |
| DIRECCIÓN: | Alonso de Angulo OE 1-80 y Fco. Gómez |
| EMAIL: | danielavaltor@hotmail.com |
| TELÉFONO FIJO: | 2647535 |
| TELÉFONO MOVIL: | 0996629973 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--|--|
| TÍTULO: | “Análisis de los estereotipos de imagen creados por los medios de comunicación de prensa escrita en el caso: Menegazzo y Coni (Estudio de caso Diario El Comercio y Diario El Telégrafo)” |
| AUTOR O AUTORES: | Daniela Valencia Torres |
| FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: | 25 noviembre del 2016 |
| DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN: | Mario Naranjo Noboa |
| PROGRAMA | PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/> |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Periodista |
| RESUMEN: Mínimo 250 palabras | <p>El 22 de febrero del 2016 fue el último día en el que Marina Menegazzo y María José Coni, oriundas de Mendoza, Argentina; se contactaron con sus familiares desde el lugar de sus vacaciones, Montañita, Ecuador. A partir de ese día familiares y amigos de las dos jóvenes desaparecidas emprendieron una campaña de búsqueda por medio de redes sociales.</p> <p>Tan sólo seis días después del suceso, el ministro del interior, José Serrano, informó a la ciudadanía el hallazgo de los cuerpos sin vida de las argentinas.</p> |

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>A partir de ese momento, el siniestro se convirtió en el punto focal de los medios de comunicación nacionales que se dieron a la labor de cubrir cada detalle relacionado con el asesinato de las turistas.</p> <p>Este trabajo de investigación tiene como intención el análisis del tratamiento que se le dio a la información en torno a esta noticia. Durante los primeros días del hecho, la opinión pública se orientó en resaltar cómo la prensa hizo uso de estereotipos a la hora de referirse a las víctimas. Por lo tanto, se realizará un seguimiento de las noticias emitidas por el diario El Comercio y El Telégrafo durante el primer mes del evento, para constatar el papel de los medios en la creación de estereotipos dentro de la opinión ciudadana</p> |
| PALABRAS CLAVES: | CASO MENEGAZZO Y CONI, MONITOREO DE MEDIOS, ESTEREOTIPOS EN LOS MEDIOS, PERIODISMO JUDICIAL. |
| ABSTRACT: | <p>On February 22nd, 2016 was the last day in which Marina Menegazzo and Maria Jose Coni, native of Mendoza, Argentina; had contact with their families from the place of their vacant, Montañita, Ecuador. From that day family and friends of the two missing girls started a search campaign through social networks.</p> <p>Just six days after the incident, the Interior Minister, Jose Serrano, informed citizenship the discovery of the bodies of the Argentine. From that moment, the incident became the focus of national media who were given the</p> |

| | |
|------------------------|--|
| | <p>task of covering every detail related to the murder of the tourists.</p> <p>This research is intended to analyze the treatment that was given to information about this news. During the early days of fact, public opinion was aimed at highlighting how the press made use of stereotypes at the hour of referring to victims. Therefore, it will make a track of the news issued by the newspapers 'El Comercio' and 'El Telégrafo' during the first month of the event, to assess the role of the media in the creation of the stereotypes into the public opinion.</p> |
| <p>KEYWORDS</p> | <p>CASE MENEGAZZO AND CONI, MEDIA MONITORING, MEDIA STEREOTYPES, JUDICIAL JOURNALISM</p> |

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



VALENCIA TORRES DANIELA

8420083639

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **VALENCIA TORRES DANIELA**, CI. 8420083639 autora del proyecto titulado: “**Análisis de los estereotipos de imagen creados por los medios de comunicación de prensa escrita en el caso: MENEGAZZO Y CONI (estudio de caso DIARIO EL COMERCIO y DIARIO EL TELÉGRAFO)**” previo a la obtención del título de **PERIODISTA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 25 de noviembre del 2016



VALENCIA TORRES DANIELA

8420083639

CERTIFICADO DE AUTORÍA

El presente trabajo de titulación con título “*Análisis de los estereotipos de imagen creados por los medios de comunicación de prensa escrita en el caso: Menegazzo y Coni (Estudio de caso Diario El Comercio y Diario El Telégrafo)*” ha sido desarrollado por la Srta. Daniela Valencia Torres con Visa 12 IV N° 8420083639 y C.C 1127211209, persona que se reserva todos los derechos de autoría y responsabilidad del contenido, y restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.



Daniela Valencia Torres

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico en forma oficial que la Srta. Daniela Valencia Torres ha realizado su tesis denominada: **Análisis de los estereotipos de imagen creados por los medios de comunicación de prensa escrita en el caso: Menegazzo y Coni (Estudio de caso Diario El Comercio y Diario El Telégrafo)**, para la obtención del título de Periodista, de acuerdo con el plan aprobado previamente por el Consejo de Investigación de la Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades.

Asumo la responsabilidad en la dirección del presente trabajo de titulación.



Mario Naranjo Noboa
Director del Trabajo de Titulación

DEDICATORÍA

*“El futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños”- Eleonor
Roosevelt*

Dedico este trabajo a Dios, quien me brindó la oportunidad de seguir mis sueños de formas inesperadas; quien ha sido mi guía y apoyo durante este proceso académico, brindándome el coraje de seguir adelante sin importar las adversidades que se puedan llegar a presentar, disipando las dudas y los temores que a lo largo del camino iban poniendo a prueba el amor y pasión por esta carrera.

A mis padres, quienes me han brindado su apoyo y comprensión a lo largo de mi vida; por sus consejos, enseñanzas e instrucciones que me han llevado a ser la persona que soy ahora; por su tenacidad y valentía de tomar las decisiones que han creído mejores para mi hermano y para mí y que me llevaron a prepararme en este país

A mi novio, Andrés Terán, que con paciencia y amor ha logrado motivarme y exigirme ser mejor cada día; gracias a ti me arriesgado por mayores metas y sueños que antes dudaba en alcanzar.

A mi hermano y a mis amigos por otorgarme la confianza y apoyo que he necesitado durante estos cuatro años de preparación, por su amor y cariño, por las risas y vivencias que por siempre permanecerán en mi memoria.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecerle a mi profesor y director de tesis, Mario Naranjo, por su guía, enseñanzas y dedicación a lo largo de este trabajo. De todo corazón quiero reconocer la entrega, la confianza y el tiempo que me ha brindado durante esta importante etapa de mi vida.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por darme la oportunidad de educarme en tan prestigiosas aulas de clases, por todas las experiencias y vivencias que se han dado lugar en sus muros; por formarme como profesional y abrirme paso al mundo laboral.

A mis queridos profesores, aquellos que me han exigido y me han dado una visión real de lo que significa ser periodista; por sus valiosas enseñanzas y saberes, por su constancia, su pasión y entrega al educar. Por la paciencia que han tenido y la disciplina que han inculcado en mí al realizar esta amada profesión.

Y por supuesto, a Álvaro Pazmiño, mi estimado profesor y amigo, que me dio la oportunidad de formar parte del grupo de trabajo de Flash Cine, espacio que me ha dado experiencias inolvidables y la fortuna de dar un pequeño paso más como profesional.

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES | IV |
| RESUMEN | V |
| ABSTRACT | VI |
| ESTADO DEL ARTE | VII |
| OBJETIVOS | IX |
| OBJETIVO PRINCIPAL: | IX |
| OBJETIVOS SECUNDARIOS: | IX |
| JUSTIFICACIÓN DEL TEMA | X |
| HIPÓTESIS | X |
| CAPÍTULO I | 1 |
| MARCO TEÓRICO..... | 1 |
| 1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS: | 1 |
| 1.1.1. Medios de comunicación escritos: | 1 |
| 1.1.2. Medios de comunicación alternativos/digitales: | 2 |
| 1.1.3. La teoría del reflejo y los medios de comunicación | 5 |
| 1.1.4. Influencia de los medios de comunicación | 5 |
| 1.1.5. Ley Orgánica de comunicación en el Ecuador: | 7 |
| 1.1.5 Códigos deontológicos | 11 |
| 1.2 GÉNEROS PERIODÍSTICOS | 14 |
| 1.2.1 Crónica roja: | 16 |
| 1.2.2 Periodismo judicial:..... | 17 |
| 1.2.2.1 Tratamiento de noticias en la sección judicial: | 18 |
| 1.3 ESTEREOTIPOS: | 20 |
| 1.3.1 Definición de estereotipos: | 20 |
| 1.3.2 Clasificación de estereotipos: | 22 |
| 1.3.3 Funciones de los estereotipos:..... | 25 |

| | | |
|--|---|----|
| 1.3.4 | Estereotipos en los medios de comunicación | 27 |
| 1.4 | GRUPOS VULNERABLES..... | 29 |
| 1.4.1 | Definición de grupos vulnerables:..... | 29 |
| 1.4.2 | Clasificación de grupos vulnerables | 31 |
| 1.4.3 | Grupos vulnerables en los medios de comunicación..... | 33 |
| 1.5 | OPINIÓN PÚBLICA..... | 34 |
| 1.5.1 | Definición de público:..... | 34 |
| 1.5.2 | Definición de opinión pública: | 35 |
| 1.5.3 | Construcción de la opinión pública: | 37 |
| 1.5.4 | Manipulación de la opinión pública:..... | 38 |
| CAPÍTULO II | | 41 |
| MARCO CONTEXTUAL: CASO MENEGAZZO Y CONI..... | | 41 |
| 2.1. | Presentación de sucesos | 41 |
| 2.2. | Argumentos de los medios de comunicación:..... | 43 |
| CAPÍTULO III | | 45 |
| METODOLOGÍA..... | | 45 |
| 3.1 | MÉTODO: | 45 |
| 3.1.1 | Método inductivo:..... | 45 |
| 3.1.2 | Método cualitativo:..... | 46 |
| 3.1.3 | Método comparativo: | 46 |
| 3.1.4 | Método analítico: | 46 |
| 3.2 | MONITOREO DE MEDIOS: | 47 |
| 3.2.1 | Datos generales:..... | 50 |
| 3.2.2 | ¿Qué se dijo acerca del tema?..... | 55 |
| 3.2.3 | ¿Cómo se lo presentó al público? | 58 |
| 3.2.4 | ¿Qué reacción se obtuvo de ellos? | 59 |
| 3.3 | Agenda Setting..... | 60 |

| | | |
|---------------------------------|---|----|
| 3.4 | Análisis del discurso:..... | 62 |
| 3.4.1 | Análisis semántico: | 62 |
| 3.5 | Actualidad del caso: | 67 |
| CAPÍTULO IV | | 69 |
| PRESENTACIÓN DE RESULTADOS..... | | 69 |
| 3.1. | Análisis de datos:..... | 69 |
| 3.1.1. | Procesamiento de la información obtenida:..... | 69 |
| 3.1.1.1. | ¿Quién se responsabiliza por la información?..... | 72 |
| 3.1.1.2. | Principales características:..... | 73 |
| 3.1.2. | Intencionalidad en el caso: | 75 |
| 3.1.3. | Manejo apropiado de la información:..... | 80 |
| CONCLUSIONES..... | | 83 |
| RECOMENDACIONES | | 85 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 87 |
| ANEXO 1. | | 91 |
| ANEXO 2. | | 92 |
| ANEXO 3. | | 93 |
| ANEXO 4. | | 94 |
| ANEXO 5. | | 96 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Principales hechos en el caso..... | 42 |
| Tabla 2. Matriz de registro de datos Diario El Comercio | 48 |
| Tabla 3. Matriz de registro de datos Diario El Telégrafo | 49 |
| Tabla 4. Análisis semántico Diario El Comercio..... | 65 |
| Tabla 5. Análisis semántico Diario El Telégrafo..... | 66 |
| | |
| Figura 1. Número de publicaciones realizadas por los medios del 28 de febrero al 29 de marzo del 2016..... | 50 |
| Figura 2. Elementos gráficos presentes en las noticias..... | 51 |
| Figura 3. Autores de la información | 52 |
| Figura 4. Coherencia existente entre el titular y la noticia | 52 |
| Figura 5. Tipo de entrada usada en las noticias del caso..... | 53 |
| Figura 6. Número de fuentes consultadas para la elaboración de las noticias | 54 |
| Figura 7. Temas expuestos en las noticias | 56 |
| Figura 8. Información a la que se le dio relevancia | 57 |
| Figura 9. Sección en la que se publicaron las noticias | 58 |
| Figura 10. Jerarquía de las noticias dentro de la página publicada..... | 61 |
| Figura 11. Dimensión de los artículos publicados | 62 |
| Figura 12. Carga semántica del verbo del titular | 63 |
| Figura 13. Términos usados con mayor frecuencia | 64 |
| Figura 14. Forma en la que describieron a Marina Menegazzo y María José Coni | 64 |
| Figura 15. Carga susceptible de los términos usados con mayor frecuencia .. | 76 |
| | |
| Foto 1. Extracto de noticia del 29 de febrero 2016 | 71 |
| Foto 2. Extracto de noticia del 3 de marzo..... | 78 |
| Foto 3. Extracto de noticia 11 de marzo | 79 |
| Foto 4. Extracto noticia 3 de marzo | 79 |

RESUMEN

El 22 de febrero del 2016 fue el último día en el que Marina Menegazzo y María José Coni, oriundas de Mendoza, Argentina; se contactaron con sus familiares desde el lugar de sus vacaciones, Montañita, Ecuador. A partir de ese día familiares y amigos de las dos jóvenes desaparecidas emprendieron una campaña de búsqueda por medio de redes sociales.

Tan sólo seis días después del suceso, el ministro del interior, José Serrano, informó a la ciudadanía el hallazgo de los cuerpos sin vida de las argentinas. A partir de ese momento, el siniestro se convirtió en el punto focal de los medios de comunicación nacionales que se dieron a la labor de cubrir cada detalle relacionado con el asesinato de las turistas.

Este trabajo de investigación tiene como intención el análisis del tratamiento que se le dio a la información en torno a esta noticia. Durante los primeros días del hecho, la opinión pública se orientó en resaltar cómo la prensa hizo uso de estereotipos a la hora de referirse a las víctimas. Por lo tanto, se realizará un seguimiento de las noticias emitidas por el diario El Comercio y El Telégrafo durante el primer mes del evento, para constatar el papel de los medios en la creación de estereotipos dentro de la opinión ciudadana.

PALABRAS CLAVE: CASO MENEGAZZO Y CONI, MONITOREO DE MEDIOS, ESTEREOTIPOS EN LOS MEDIOS, PERIODISMO JUDICIAL.

ABSTRACT

On February 22nd, 2016 was the last day in which Marina Menegazzo and Maria Jose Coni, native of Mendoza, Argentina; had contact with their families from the place of their vacant, Montañita, Ecuador. From that day family and friends of the two missing girls started a search campaign through social networks.

Just six days after the incident, the Interior Minister, Jose Serrano, informed citizenship the discovery of the bodies of the Argentine. From that moment, the incident became the focus of national media who were given the task of covering every detail related to the murder of the tourists.

This research is intended to analyze the treatment that was given to information about this news. During the early days of fact, public opinion was aimed at highlighting how the press made use of stereotypes at the hour of referring to victims. Therefore, it will make a track of the news issued by the newspapers 'El Comercio' and 'El Telégrafo' during the first month of the event, to assess the role of the media in the creation of the stereotypes into the public opinion.

KEYWORDS: CASE MENEGAZZO AND CONI, MEDIA MONITORING, MEDIA STEREOTYPES, JUDICIAL JOURNALISM

ESTADO DEL ARTE

Los medios de comunicación constituyen una de las primeras imágenes que posee la sociedad sobre sí misma. Su interacción, su desenvolvimiento y su representación son los factores que priman en las historias plasmadas en los *mass-media*. El poder adquirido por estas herramientas de comunicación puede ser visto, no solo en la determinación de los temas de los que hablará la sociedad, sino también, en la forma en la que se observan y se entienden cada uno de sus miembros.

Las investigaciones realizadas con respecto a los estereotipos creados desde los medios de comunicación, engloban el intento de los mismos por realizar una representación de la realidad de la forma más conveniente posible, sin embargo, su exactitud no siempre resulta ser la más apropiada.

Robyn Quin (1996) en su texto *La Revolución de los medios audiovisuales* realiza un estudio sobre el enfoque de los medios televisivos en “la enseñanza de los temas de representación de estereotipos” en el cual afirma que “los medios de comunicación refuerzan las opiniones generales recurriendo a la presentación y repetición de representaciones coexistentes. El contenido del estereotipo que aparece en los medios viene de la interpretación social de un grupo.” (Quin, 1996, págs. 225-236)

Claudia Pedone, (2001) Doctora en Geografía Humana de la Universidad Autónoma de Barcelona, realizó una investigación acerca de los estereotipos creados por los medios en los que analiza “las metáforas, las narrativas y el uso de las imágenes que genera, reproduce y difunde la prensa contribuyendo, en gran medida, con su papel a crear y reforzar estereotipos”. Su estudio toma específicamente como ejemplo la inmigración de la población ecuatoriana a España; y refuerza el argumento de una dicotomía entre ciudadano-extranjero producto de una valoración social con un supuesto carácter científico. (Pedone, 2001)

Ana Jorge Alonso (2004) desarrolló la obra literaria *Mujeres en los medios, mujeres de los medios* en la que abordó esta temática enfocada al género femenino, la autora trata de explicar cómo las mujeres buscan imágenes reales con las que puedan sentirse identificadas y alude a que la construcción de una identidad colectiva, específicamente la de género. (Alonso, 2004, págs. 59-61)

Roberto Aparici (2010) en su libro *La construcción de la realidad en los medios de comunicación* expone que los medios de comunicación sea televisión, prensa o internet se valen de estereotipos de género para promocionar muchos productos, es decir, reproducen representaciones de los medios convencionales reforzando así estereotipos sexistas. (Aparici R. , 2010, pág. 50)

La profesora Marisa Gugliotta (2013) en su tesis para optar por el grado de Magíster en Educación Corporal habla de la existencia de una perspectiva victimista que instala de forma natural o cultural la supremacía masculina, lo que denota que la posición de las mujeres en cualquier lugar o tiempo es de inferioridad con lo cual son víctimas reales o potenciales. (Gugliotta, 2013, pág. 62)

El conocimiento adquirido luego de este estudio supondría una instrucción para los medios de comunicación en cuanto al manejo de noticias en la descripción de personajes dentro de la población. En el Ecuador aún existe desconocimiento en este ámbito, los proyectos de investigación han apuntado a los estereotipos de belleza concebidos como consecuencia de la publicidad, más no, a la afectación de la imagen de los individuos como resultado de la comunicación emitida por los medios.

Con estos antecedentes, la investigación actual se enfocará en el análisis de las publicaciones realizadas desde el 28 de febrero del 2016 (fecha en la que se anunció el hallazgo de los cuerpos) hasta el 28 de marzo del mismo año (al cumplirse un mes del suceso); por dos medios de comunicación escritos, El Diario El Comercio y El Telégrafo, debido a su amplia trayectoria informativa dentro de la Capital ecuatoriana, y además, tomando en cuenta que ambos

periódicos cuentan con una sección titulada “Justicia”, en la que dieron seguimiento de forma recurrente al caso ya citado.

OBJETIVOS

OBJETIVO PRINCIPAL:

- Determinar los estereotipos que crean los medios de comunicación escritos al abordar noticias como la del caso “Menegazzo y Coni” como una forma de entender el papel de la prensa en la definición de ciertos grupos sociales.

OBJETIVOS SECUNDARIOS:

- Identificar la influencia de los medios de comunicación en la descripción y concepción de grupos vulnerables en la ciudadanía.
- Analizar lo manifestado por los medios de comunicación escritos acerca del caso “Menegazzo y Coni” y cómo lo expusieron ante la sociedad.
- Señalar las medidas que pueden tomar los medios de comunicación para evitar la tendencia a crear estereotipos en la sociedad ecuatoriana.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El presente trabajo está basado en el estudio de las construcciones subjetivas en la ciudadanía, tomando como base la influencia de los medios de comunicación como principales emisores de información.

La tendencia por resaltar ciertos aspectos de los personajes sobre los que se construyen los sucesos más relevantes, se convirtió en una forma de llamar la atención de lectores, espectadores, o radioescuchas. No obstante, esta necesidad por llegar a los públicos ha hecho que los medios de comunicación pasen por alto la gran responsabilidad que llevan sobre sus hombros, y a más de informar, crean de modo inconsciente una forma inducida de ver la realidad y de vernos a nosotros mismos.

Por este motivo el caso “Menegazzo y Coni” se convierte en el objeto de estudio indicado para entender el papel que juegan los medios comunicacionales en la creación de estereotipos dentro de la ciudadanía. Este sombrío hecho en el que se vieron involucradas dos jóvenes de nacionalidad argentina, llamó la atención no sólo por su desenlace desafortunado, sino también por la forma en la que se expuso a las víctimas ante la sociedad, resaltando algunas particularidades que según el público terminaron por atribuirles cierta responsabilidad por lo sucedido, “las víctimas se transformaron en los culpables”.

HIPÓTESIS

Los medios de comunicación crean estereotipos dentro de la ciudadanía al exponer noticias judiciales con personajes señalados, hecho que configura la concepción de grupos vulnerables dentro de la sociedad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS:

Los medios de comunicación masivos son aquellos que tienen la capacidad de llegar a una gran parte de la población, este gran alcance con el que cuentan les atribuye de mayor influencia y dominio dentro de la sociedad. Su origen surgió con la necesidad de comunicar los principales eventos de los nobles, el objetivo de hacer saber algo, el conocimiento de las masas impartido a través de un emisor que maneja con regularidad la información

De esta manera, la información de relevancia pasó de ser de unos pocos a todos aquellos que se abrían ante ella, les otorgaba conocimiento, comprensión y sentido a lo ocurría en su región.

Según Katz y Kant (1976), por la comunicación el hombre descubre la realidad, la clasifica, ordena y elige sus formas de relación. La comunicación es lo que une a los individuos en un sistema social, hasta el punto que los sistemas sociales pueden ser considerados como limitadas redes de información. (Fernández García & García Rico, 2001)

El primer medio de trasmisión en la sociedad es la escritura, un elemento que permitió plasmar un mensaje a múltiples destinatarios y hablar ya de una desarrollada comunicación; por lo mismo, se debe resaltar que uno de los primeros mecanismos en ser considerado como medio masivo, es la prensa escrita.

1.1.1. Medios de comunicación escritos:

Los medios de comunicación escritos se atribuyen en primer lugar a un invento que cambió la trayectoria del mundo, la imprenta. Johannes Gutenberg, conocido

como el padre de la imprenta, desarrolló este sistema, para acelerar los procesos de escritura elaborada por los copistas.

Este invento fue el origen de los libros y de la información escrita realizada masivamente, creó un nuevo concepto para la comunicación y los alcances que esta podría llegar a tener.

Durante el siglo XVIII se origina la prensa escrita (semanal o mensual) y aparecen en Madrid y Londres los primeros periódicos de frecuencia diaria. Aunque su apogeo no se dio sino hasta el siglo XIX, con los referentes de la prensa escrita y una amplia credibilidad para la misma, es a lo largo de las últimas décadas que estos soportes han entrado a una nueva etapa de progresión, en la que se vislumbra un futuro incierto en medio de la competencia con el internet y las nuevas formas de comunicación.

“El periódico, publicado en soporte impreso o digital, tiene carácter fundamentalmente informativo, aunque también ofrece un análisis de la noticia cuando aporta argumentos o comentarios sobre la misma. En él se abordan en orden cronológico, acontecimientos de actualidad de ámbito local, nacional o internacional que proceden de diversas fuentes y que se clasifican para su posterior trasmisión. (Gómez Abad, 2015, pág. 18)

Con mayores exigencias para subsistir frente a nuevas formas de comunicación, los medios impresos procuran llamar la atención de sus lectores con noticias que puedan ser producto de su identificación. La inmediatez compite a cada instante con la información publicada a diario, semanal o mensualmente; sin embargo, es esa misma característica la que hace que los ejemplares impresos sean una plataforma de mayor profundidad y reconocimiento.

1.1.2. Medios de comunicación alternativos/digitales:

Los medios de comunicación tradicionales tuvieron su apogeo hasta mediados de la década de 1990, momento en que la *World Wide Web* deslumbró a la

comunidad con una nueva forma de comunicación interconectada en el ciberespacio.

En poco tiempo el nuevo medio fue adquiriendo mayor importancia y alcance a nivel global; aunque se apostaba más por la influencia de los blogs y los comentarios en línea; las redes sociales sin duda alguna han sido las regentes en esta revolución de la comunicación.

“Esta revolución es comparable a la que hace cinco siglos produjo en el mundo occidental la imprenta, y es imparable, si bien no ha hecho más que comenzar.” (Díaz-Noci, 2010)

Y es que sólo aquellos inventos que generan un cambio significativo en la forma de comunicarse o de relacionarse, son los merecedores de pasar a la historia, de crear un punto de quiebre entre el antes y el después. El internet como tal, abrió la posibilidad de expandir nuestros círculos sociales, de relacionarnos con mayor facilidad, de crear toda una vida en línea. Es una invención, que tal y cómo lo hizo la radio y la televisión en sus épocas doradas, nos cautivó e hipnotizó hasta el punto de alterar todos nuestros hábitos de vida.

Estos medios de comunicación ahora llamados medios de comunicación digitales trascendieron gracias a la convergencia suscitada, “donde los antiguos y los nuevos medios chocan, donde las bases y los medios corporativos se entrecruzan, donde el poder de los productores de medios y el poder de los consumidores interactúan” (Jenkins, 2006)

Se le atribuyó importancia no sólo al emisor del mensaje sino también al receptor, sujeto que está en la capacidad de opinar, de emitir críticas y de solicitar la información que le sea de relevancia. Por supuesto que es importante el contenido, pero lo es aún más la reacción que provoca en la audiencia, una audiencia activa que ha tomado el poder de la comunicación en sus manos.

Esta variante en la tradicional forma de comunicarse es la que ha fundado temor en los medios de comunicación tradicionales, mismos que se han preguntado,

con el paso de los años, su lapso de permanencia como parte de esta comunicación dinámica e instantánea.

“Desde un punto de vista organizativo, se detecta una tendencia en los medios hacia la producción integrada, los profesionales multitarea, la distribución multiplataforma y la audiencia activa. En un primer momento es probablemente la distribución para diversas plataformas la que obtiene más éxito.” (Díaz-Noci, 2010)

Los medios de comunicación han tenido que adaptarse a las nuevas exigencias de su público, difundir información en tiempo real, utilizar los cuatro elementos fundamentales de la era digital (interactividad, multimedialidad, hipertextualidad e inmediatez) apropiarse de las nuevas cualidades digitales para brindar un servicio llamativo a la comunidad cibernética.

Bajo estos preceptos incluso los medios de comunicación escritos han optado por crear sus propios perfiles en redes sociales; publicar sus contenidos en tiempo real y esperar por los comentarios de sus lectores; esta se ha convertido en la forma ideal de conocer no sólo lo que piensan las audiencias si no también la aceptación o negativa hacia ciertas temáticas emitidas.

“El que escribe en internet cuida lo que publica porque sabe que la respuesta va a ser inmediata. Los comentarios de los lectores obligan al periodista a ser mejor, a ser más veraz y los medios online están más cerca de llegar a la objetividad de los de papel”. (Varsavsky, 2009)

Es así como una de las noticias más controversiales en el país a inicios de este año, causó tanto furor en redes sociales; en específico en las páginas de los medios de comunicación que difundían información acerca del caso Menegazzo y Coni, y que reabrió de nuevo la polémica en cuanto a la visión de la mujer como víctima de un atentado, y la influencia de los medios de comunicación en temas tan sensibles como el ya mencionado.

1.1.3. La teoría del reflejo y los medios de comunicación

Los medios de comunicación se han autodenominado como reflejo de la realidad, herramientas comunicacionales que cubren un evento y lo transmiten tan fielmente como ha ocurrido. La sociedad debe creer en sus productos y confiar en que efectivamente cumplen el papel de espejo social.

Sin embargo, la realidad es un elemento complejo, es lo efectivo, el conocimiento real de lo que es algo; por lo que creer que existe una sola realidad es ponernos una venda en los ojos, y cerrarnos al cúmulo de conceptos y sentidos que alberga. (Aparici, 2010)

La teoría del reflejo, una teoría materialista del conocimiento desarrollada por Marx y Napoleón III, coincidía en que el reconocimiento del mundo exterior era fruto de las imágenes, retratos, reflejos captados por el hombre; su origen en el mito de Narciso, un hombre enamorado de su propio reflejo que muere al intentar alcanzarlo en el agua, es señal del peligro que conlleva otorgar una realidad a la imagen antes que el razonamiento y comprensión de su contexto en general.

Pese a todo, la realidad no sólo se refleja, también se reproduce y se construye; los medios de comunicación captan sus principales elementos y crean un contexto lacónico para la comprensión de la sociedad; su elaboración no es analizada, pero si induce a discurrir que aquello que transmiten los medios es sólo un fragmento de una gran narración.

“La producción de un mensaje conlleva a construir una nueva realidad, al punto que podemos hablar de una realidad inventada, de una realidad desde donde se crean metáforas y grandes relatos sobre la sociedad y el mundo” (Aparici, 2010, pág. 15)

1.1.4. Influencia de los medios de comunicación

Al ser considerados como instituciones de la información. La labor de los medios de comunicación radica en la emisión de contenidos de interés social haciendo

uso de soportes como: televisión, radio, prensa o internet, para llegar a individuos ávidos de los detalles de su entorno.

Como ya se ha mencionado, su influencia radica en la capacidad de alcanzar a millones de personas (dependiendo del medio) y transmitir un mensaje determinado. Aunque a lo largo de la historia estos mecanismos han variado; su importancia y predominio en la sociedad sigue siendo substancial.

Estos canales de transmisión de información adquirieron tal significación que en la actualidad son considerados como un cuarto poder, instrumentos con una fuerte influencia sobre la ciudadanía; no está de más decir que el entretenimiento, la información, la educación y la creación de opinión pública, son considerados como sus principales objetivos.

“Los medios de comunicación influyen a otros medios, los medios de comunicación reflejan la sociedad, y los medios de comunicación afectan a la sociedad”. (Steven, 2005)

La influencia bilateral entre medios y sociedad es notable, los medios cubren los eventos alrededor de temas sociales, políticos, culturales que se desarrollan en el ámbito social, los producen y difunden creando una respuesta en los personajes de aquellos sucesos, la sociedad responde a ellos, los interpreta y crea sus propias opiniones.

“No es sólo el tiempo que le dedicamos a los medios lo que los hace significativos; los medios son importantes mediadores de nuestras percepciones e ideas, son empresas de concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo, sino maneras de verlo y entenderlo” (Masterman, 1993, pág. 18).

La realidad expuesta por los medios de comunicación pasa por unos filtros mediáticos que la moldean y condicionan hacia ciertos intereses; no todo lo que sucede es noticia, los periodistas no somos todo poderosos, y bajo esa condición humana exponemos el contexto de acuerdo a nuestra percepción.

“Los mass media son los definidores de la realidad, cuando no los creadores de la misma, pues la realidad mediada se identifica con la realidad ‘natural’ (...) dan respuesta a una gran cantidad de necesidades básicas, desde las cognitivas hasta las de entretenimiento, pasando por las afectivas y las de integración personal y social” (Zamora, 2004, pág. 7)

La responsabilidad que tienen los medios de comunicación sobre sus hombros es monumental, no es sencillo abarcar toda la información vigente en el mundo, ni tampoco lo es trasmitirla de la forma más objetivamente posible. Esta doctrina emitida por el gremio periodístico instituye un verdadero reto para los miembros de los medios comunicacionales. Permanecer bajo la mirada pública exige mesura a lo hora de difundir un mensaje, de difundir una información. El tratamiento que se les da a los personajes debe estar construido bajo preceptos de imparcialidad e integridad.

Tal domino social amerita un control efectivo y directo que garantice la correcta ejecución de los medios comunicacionales en pro del beneficio de la sociedad. Razón por la cual, la reglamentación a nivel mundial ha optado por capitular la comunicación dentro de sus estatutos.

1.1.5. Ley Orgánica de comunicación en el Ecuador:

El 14 de junio del 2013 la Asamblea Nacional del Ecuador aprobó la Ley Orgánica de Comunicación, con un total de 108 votos a favor, 26 en contra y una abstención. “El texto impulsado por el movimiento Alianza País fue aprobado cuatro años después de iniciado su trámite y luego de que en julio de 2012 se suspendiera el último debate.” (La Hora, 2013). La ley finalmente entró en vigencia el 25 de julio del mismo año.

La ley tiene por objeto regular, proteger y desarrollar el pleno goce y ejercicio de los derechos de comunicación establecidos constitucionalmente. Sin embargo, ha sido una legislación ampliamente criticada y causante de división entre la

ciudadanía, muchos alegan que es una 'ley mordaza' cuyo objetivo es reducir la libertad de expresión de la prensa ecuatoriana; otros aluden a que es una forma de consagrar un mejor periodismo con mejores bases y limitantes.

Sea cual sea la razón, la LOC se encuentra en vigor y es uno de los principales filtros hacia una buena práctica de la comunicación; los medios nacionales se han tenido que regir y se rigen bajo los estatutos señalados.

En resumen, la ley orgánica abarca los siguientes apartados:

- **Principios y normas deontológicas:**

Establecido en el artículo 10, las personas que participen en el proceso comunicativo deberán respetar la honra y la reputación de las personas, abstenerse de difundir contenidos discriminatorios, o aquellos que atenten contra la reputación, privacidad, imagen o dignidad de las personas con discapacidad, niños y adultos mayores o proyecten una visión negativa de los mismos.

- **Derechos a la comunicación:**

Según el artículo número 17 “Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Queda prohibida además la censura previa, por lo que los medios de comunicación tienen la obligación de cubrir y difundir los hechos de interés público; pero a su vez, asumen las consecuencias administrativas fruto de contenidos que lleguen a atentar los derechos establecidos en la constitución.

Art. 22- “Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea

verificada, contrastada, precisa y contextualizada.” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

- **Derecho a la rectificación:**

Los medios de comunicación se encuentran en la obligación de rectificar información que sufre deficiencias en verificación, contratación, y precisión, y que lleguen a afectar la honra de las personas. En este caso, el medio de comunicación en un lapso de 72 horas deberá presentar la rectificación de forma gratuita, en la misma sección, espacio u horario que fue publicada originalmente.

- **Derecho a la réplica:**

Las personas que se encuentran directamente aludidas y cuya dignidad se vea afectada por una publicación, tienen el derecho de pedir una réplica al medio de comunicación, mismo que deberá presentarse en un lapso de 72 horas de forma gratuita, en la misma sección, espacio u horario.

- **Posición de los medios en asuntos judiciales:**

Los medios de comunicación se abstendrán de tomar posición en cuanto a la culpabilidad o inocencia de las personas involucradas en una investigación legal o proceso judicial hasta que se dictamine la sentencia.

- **Equidad en la publicidad de casos judiciales:**

Según el Art. 27 de la Ley Orgánica de Comunicación, cuando los medios de comunicación aborden temas que se encuentran en investigación o procesamiento judicial, están obligados a publicar en igualdad los argumentos de ambas partes involucradas.

- **Linchamiento mediático:**

Quizás uno de los apartados que ha generado más discusiones en el ámbito comunicación establece que queda prohibida la difusión de información que de

forma reiterativa intente desprestigiar a una persona o reducir su credibilidad pública. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

- **Cláusula de conciencia:**

Hace referencia al derecho que tiene el comunicador de aplicar a su cláusula de conciencia y negarse a realizar un trabajo o realizar un proyecto que vaya en contra de los códigos de ética del medio de comunicación para el que trabaja.

- **Creación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación:**

El cuerpo colegiado con personalidad jurídica y autonomía funcional, tiene como atribuciones el regular y establecer los mecanismos para el ejercicio de los derechos de información y comunicación; a más de expedir reglamentos necesarios para el cumplimiento de sus atribuciones.

- **Superintendencia de la Información y Comunicación:**

Art. 55 “La Superintendencia de la Información y Comunicación es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria (...)” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

La Supercom tiene como atribuciones el hacer efectivas las sanciones establecidas en el marco de esta ley; además de atender y solucionar las denuncias emitidas por personas naturales como una forma de hacer cumplir sus derechos comunicacionales.

- **Clasificación de contenidos:**

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar sus contenidos emitidos con criterios y parámetros jurídicos y técnicos. En contenidos: Informativos, De opinión, Formativos/Educativos/Culturales, Entretenimiento,

Deportivos o Publicitarios. Además, deben señalar que tipo de contenido es apto para todo público o limitado a un grupo específico.

- **Contenido discriminatorio:**

Bajo esta ley se entiende por contenido discriminatorio “todo mensaje que connote distinción, exclusión o restricción basado en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos (...)” Art. 61 (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

1.1.5 Códigos deontológicos

Además de la legislación, los códigos deontológicos también constituyen un mecanismo de control, una serie de normativas éticas que marca el camino para llevar a cabo una práctica periodística de calidad.

Los medios de comunicación han optado por establecer códigos deontológicos no sólo por la necesidad de establecer lineamientos para los comunicadores que forman parte de su empresa, sino como una forma de reflejar el amplio alcance ético con el que cuentan y que sus audiencias se sientan mucho más ligadas hacia la imagen pulcra que refleja el medio.

“La primera utilidad que conlleva la creación de un código deontológico es que supone el reconocimiento público de la dimensión ética de una profesión o una actividad.” (Aznar, 1997)

Los códigos deontológicos son una forma de vender el trabajo periodístico al público, no obstante, eso no significa que su instauración haya tenido un enfoque

económico, estas normas de autorregulación han sido creadas como una forma de dirigir la conducta de los periodistas y su relación con las fuentes.

Entender su importancia implica entender la necesidad de las normas éticas en la sociedad, si todas las personas aplicaran los valores morales y éticos en cada una de sus actividades, muy por seguro las leyes establecidas en la Constitución o en Códigos como la Ley Orgánica de Comunicación perderían su sentido. La ética es una forma de perfeccionar el ejercicio periodístico, de dar lo mejor de sí mismo en la institucionalización de la verdad, una práctica que debe dejar de ser vista como una obligación y pasar a formar parte de un hábito.

1.1.5.1 Código deontológico del diario El Comercio:

Según el diario El Comercio su código de ética establece un conjunto de normas de conducta ética y profesional, basado en tres premisas:

- La reputación alcanzada por el grupo como proveedor de productos y servicios de calidad.
- La honradez y transparencia.
- La independencia editorial asociada a la integridad en sus publicaciones, servicios y productos. (Grupo El Comercio)

En cuanto a la dignidad humana, El Grupo El Comercio se compromete a respetar la honra y reputación de las personas, absteniéndose de difundir comentarios o contenidos discriminatorios.

“Está prohibida toda expresión racista, regionalista, chauvinista y despectiva sobre etnias, religiones o minorías. EL GRUPO reconoce la diversidad de regiones, pueblos, culturas de conformidad con las normas constitucionales del Estado ecuatoriano, que es democrático, multicultural y multiétnico.” (Grupo El Comercio)

Como parte de su manual de estilo el medio escrito enfatiza que el uso de adjetivos sólo será bienvenido cuando lo precisa la información, caso contrario

se cae en la opinión y se pierde la credibilidad del lector. “en periodismo lo mejor es ser preciso, concreto, sencillo, claro y distante.” (Grupo El Comercio)

Por lo demás, el diario enfatiza en que el sensacionalismo no forma parte de la construcción de sus noticias, puesto que trata la información de manera veraz, equilibrada, serena y mesurada. “Esto no implica desconocer las noticias de crónica roja. Pero su tratamiento buscará, fundamentalmente, explicar hechos, contextualizar conductas y analizar comportamientos.” (Grupo El Comercio)

1.1.5.2 Código deontológico diario El Telégrafo:

Como primer punto el código deontológico del diario El Telégrafo expone la responsabilidad de los periodistas con la sociedad; enfatiza que los beneficiarios por las publicaciones difundidas debe ser el público más no el medio o grupos de poder.

“Toda información que se publique deberá indicar claramente las fuentes, y expondrá al lector los puntos de vista de todas las partes, a fin de que este pueda formarse un criterio propio. Por este motivo, ningún material informativo tendrá rasgos opinativos.” (El Telégrafo)

Como parte de la titulación diario El Telégrafo establece que el título publicado por el medio debe ser informativo, y no debe expresar el punto de vista del periodista ni ser tendenciosos; debe contener la información relevante de la nota, no aspectos secundarios, y muchos menos aspectos que no se traten en el cuerpo.

Al igual que el diario citado anteriormente, el manual de estilo de este medio impreso estipula que el uso de adjetivos calificativos dista de ser una muestra de objetividad.

“La principal función del periodismo es informar: contarle al lector algo sobre lo que no sabe sin intentar influir en su criterio, darle a conocer los acontecimientos del día y otorgarle herramientas que le permitan analizar objetivamente una realidad.” (El Telégrafo)

A más de analizar los códigos deontológicos de los medios, es propicio aclarar el estilo literario a modo de deducir sus tipologías y distintivos como parte del objetivo final del comunicador.

1.2 GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los géneros periodísticos derivan de la necesidad de definir las distintas posibilidades que tiene un periodista a la hora de emitir una información. Así los géneros que se han establecido cumplen con características propias que exponen un mensaje de forma única y diferente dependiendo de la manera en la que se aborde y desarrolle la temática elegida.

Si bien, muchos han sido las clasificaciones en torno a los géneros periodísticos, una gran cantidad de autores coinciden en que el modo más óptimo de agrupar los géneros y estilos, es seccionarlos en tres: informativos, interpretativos y de opinión. “Pues de esta manera se hace más fácil relacionar la intención comunicativa con el género periodístico adecuado para lograr dicha finalidad.” (Velásquez, Gutierrez, Slacedo, Torres L., & Valderrama, 2005)

- *Género informativo:* Como máximo representante del género podemos nombrar la noticia y el reportaje informativo. Tal como su nombre lo indica esta categoría periodística cumple con la finalidad de exponer un hecho de forma noticiosa; es decir, sin añadir u omitir algo por parte del comunicador. El periodista indaga un hecho, investiga las fuentes informativas y de la forma más objetiva posible presenta los acontecimientos de interés general.

La estructura básica usada en este género indica la necesidad de responder a cinco interrogantes, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo? Y ¿por qué? En lo que será conocido como el lead, o entradilla a la noticia.

- *Género interpretativo*: cuenta con la característica de brindar cierta soltura al periodista para describir de una forma narrativa, casi literaria, los hechos de relevancia. Este género tiene la facultad de combinar estilos para crear un producto atractivo y capaz de hacer visualizar al público los eventos destacados. Forman parte de este género: el reportaje, la crónica y la entrevista.
- *Género de opinión*: Los hechos o acontecimientos más relevantes del momento son analizados e interpretados por el periodista o comunicador que va a dar vida a un artículo de este género. Su atributo es la posibilidad que tiene el autor de plasmar sus críticas y opiniones de forma subjetiva teniendo un previo conocimiento del tema. Parte del género de opinión son: El Editorial y la Columna.

La categorización que se puede crear en torno a los géneros y estilos periodísticos puede llegar a ser mucho más amplia y componerse incluso de nuevos subgéneros que con las necesidades actuales se han ido añadiendo; sin embargo, esta sencilla clasificación radica en demostrar las distintas formas discursivas de las que se compone el periodismo; un vasto despliegue de posibilidades a la hora de hacer llegar al lector, espectador o audiencia una misma información.

“Las distintas formas del discurso, en realidad constituyen diferentes maneras de usar el lenguaje para comunicar algo, en este caso, para elaborar el mensaje periodístico. Mediante la descripción, la narración, exposición y argumentación, el periodista presenta al lector una visión del mundo”. (González Reina, 1999)

Por su importancia dentro del presente trabajo investigativo, a continuación, se describirá un subgénero de la crónica y una especialidad propia del periodismo que abarca la temática central del caso.

1.2.1 Crónica roja:

La crónica roja es un subgénero de la crónica encargado de recopilar las noticias de índole policial, en ella se exponen de manera detalla los por menores de los acontecimientos más violentos de la ciudadanía; estilo periodístico bastante criticado no sólo por los temas que expone si no por la crudeza y atrevimiento con el que lo hace.

Sin embargo, es ese el proceder que hace de la crónica roja uno de los subgéneros más llamativos y leídos de la región. La destreza y creatividad que requieren en su composición crean una narración sugestiva para el lector, misma que tiene la capacidad de transportarlo hasta el lugar de los hechos.

“Los ‘fait divers’ (término francés en referencia a la crónica roja o sucesos) como unidades dotadas de una información total, inmanente, que, al contener en sí todo su saber, no remiten a ningún otro conocimiento externo para explicarse a sí mismos y ser lo que son: estructuras cerradas que le dan al consumidor, mediante su lectura, todo lo que es posible darle.”
(Ramírez Tobón, 2001)

El melodrama como característica inminente es quizás la característica que conecta las historias de ‘sucesos’ con los lectores latinoamericanos deseosos de reconocer un dolor arraigado a nuestro origen en historias con un tinte sombrío e ilusorio (Checa Montufar, 2003) .La crónica roja responde a una necesidad arcaica por conocer esa comidilla que entretiene, pero a su vez es la manera de codearse con un destino amargo que no queremos desafiar.

1.2.2 Periodismo judicial:

El periodismo judicial es una especialidad de la profesión encargada de mantener informada a la ciudadanía acerca del desarrollo y avance de los procesos judiciales de mayor interés social.

También denominado como periodismo de tribunales, se encarga de investigar y dar seguimiento a las actuaciones más relevantes de los órganos de la administración de justicia; así esta especialización puede cubrir una gran variedad de temas relacionados con el narcotráfico, contrabando, corrupción, terrorismo, asesinatos, ámbito político, etc.

“El periodista que no debe ser jurista ni letrado ante la información judicial se encuentra cada día en un mar de terminología específica y compleja. Para el informador judicial es una tarea difícil simplificar el lenguaje jurídico y convertirlo en lenguaje informativo cuando redacta la noticia para difundirla a la opinión pública y que ésta comprenda el mensaje.” (Ronda Iglesia, 1998)

Al ser una actividad periodística, el uso del lenguaje apropiado es fundamental pero más aún si tomamos en cuenta que la dignidad y la imagen de una persona se encuentran en juego. El periodista que se dedica a esta actividad debe tener sumo cuidado a la hora de referirse a los involucrados del juicio, además de disponer de un conocimiento adecuado para entender y dar a conocer los detalles del suceso.

“En estos temas tan sensibles donde siempre hay una víctima y un victimario, cada uno con sus respectivas familias, es necesario tomar distancia, profundizar el conocimiento judicial y tener información fidedigna, que sólo se encuentra en la causa judicial.” (Villaruel, 2014)

1.2.2.1 Tratamiento de noticias en la sección judicial:

Al abordar temas polémicos de índole judicial, la responsabilidad que recae sobre el periodista y sobre el medio de comunicación es imponente; por lo mismo, el manejo de la ética y de un correcto uso de los principios establecidos por la doctrina periodística deben cumplirse de forma cabal.

La información manejada en la sección judicial debe cumplir con ciertos parámetros que impidan el daño a la honra y dignidad de las personas involucradas en el caso, así como las de sus familiares.

Referencia a características que puedan ser objeto de hostilidad:

Las noticias difundidas deben evitar el señalamiento a características insustanciales, calificativos ofensivos o estereotipos, elementos que no aportan al conocimiento del hecho, pero si generan un miramiento hacia un grupo específico en la sociedad.

Según el Consejo Alemán de la prensa en la información sobre casos criminales, el hecho de que un sospechoso o un delincuente pertenezca a un grupo religioso, étnico o una minoría en particular, debe ser mencionado solamente en caso de que esa información sea relevante para entender los acontecimientos divulgados. (Taufic, 2005)

Identificación de los involucrados:

La prensa debe obviar el nombre de las personas involucradas en un delito, más aún cuando se trata de menores de edad o es el caso de una violación; de la misma forma los nombres o características de los familiares o amigos de los implicados de ninguna forma pueden ser publicados; salvo en casos especiales en los que la información carezca de sentido si no se revela.

Para el diario Le Monde- “Los nombres de víctimas de violación no serán publicados, excepto si las mismas víctimas piden explícitamente que así sea.

Los nombres de personas sospechosas de crímenes y contravenciones sí son publicadas, en el caso de que se trate de adultos” (Taufic, 2005)

Culpabilidad:

Los periodistas no son jueces ni dueños de la información, por lo tanto, su rol no corresponde a emitir juicios de valor que orienten a la opinión pública por señalar culpable o inocente a un involucrado. El comunicador se restringirá a difundir los avances y resoluciones de forma clara y exacta.

“El Universal y sus periodistas tienen un gran respeto por las víctimas de delitos, por lo que no publican el nombre o cualquier dato que facilite la identificación de quienes han sido víctimas de cualquier clase de ilícito, especialmente los sexuales. Tampoco identifican a menores de edad en situación vulnerable, aun cuando pudieran ser autores de un delito. El Universal reconoce en los tribunales jurisdiccionales a la única autoridad para juzgar conductas delictivas, por lo que evitará el uso de lenguaje que suponga la condena anticipada de personas.” (Taufic, 2005)

Según lo establecido por el manual de estilo del diario el Telégrafo el periodista que va a construir una nota para la sección judicial debe tomar en cuenta que toda persona es inocente hasta que se demuestre lo contrario, por lo que no debe emitir ningún juicio de valor sobre la culpabilidad o inocencia de los implicados.

En suma, no se debe difundir los nombres completos de las personas acusadas salvo se haya dictado sentencia; conjuntamente, debe evitarse escribir el nombre de las víctimas, sobre todo si se trata de menores de edad. (El Telégrafo)

La razón fundamental de señalar el tratamiento apropiado de este tipo de información es evitar la creación de prejuicios y señalamientos hacia los implicados, proteger la dignidad de las personas y cautelar los estereotipos establecidos por los medios masivos.

1.3 ESTEREOTIPOS:

1.3.1 Definición de estereotipos:

El término estereotipo data del siglo XVIII en referencia a las tablas tipográficas usadas en la época; su definición cercana expresaba la rigidez e invariabilidad en la estructura, los tipos fijos que la conformaban. Con el pasar de los años el concepto se fue adaptando a diversas disciplinas como la psicología o la zoología en representación de las características comunes, repetidas sistemáticamente y sin variación en los sujetos.

En la actualidad, los estereotipos son definidos como el conjunto de creencias mantenidas por una persona o grupo de personas hacia un individuo o grupo social. Aunque las características en las que se basan son variadas, su resultado siempre es el mismo; generan un tipo de división o diferenciación entre los miembros de la sociedad.

Según Raquell Suriá Martínez en su texto de Psicología Social “Los estereotipos son aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a una categoría social y sobre los que hay un acuerdo sustancial. Así constituyen el componente cognitivo de las actitudes sociales de naturaleza prejuiciosa (...)” (Suriá Martínez R. , 2012, pág. 29)

Dentro de la sociedad es muy común encontrar este tipo de imágenes o ideas preconcebidas acerca de un grupo determinado. Sin hacer uso de un proceso de razonamiento o percepción se suele juzgar a las personas por su apariencia, comportamiento o creencias, especulando de esta forma llegar a conocerlas. Es en cierto modo una forma de calificar a los demás enalteciéndonos a nosotros mismos, con mucha frecuencia, lo diferente adquiere una valoración negativa.

“Un estereotipo es una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple (causando distorsión en dicho proceso porque se hace más énfasis en algunos aspectos del grupo, mientras que se ignoran otros)”. (Aparici R. , 2010, pág. 48)

Las construcciones que se dan en torno a los estereotipos son opiniones subjetivas que distan de la realidad y condicionan nuestra forma de interactuar con las demás personas. Por lo mismo, pueden ser usadas como una forma de justificar nuestra conducta hacia un grupo social.

No obstante, se debe resaltar que este fenómeno social no se construye de un día para otro; por el contrario, son ideas que se han transmitido de generación en generación, entre culturas y naciones. “Estos argumentos no tienen una fundamentación científica sólida, y son básicamente mitos que tanto la cultura social como la popular han alimentado y alimentan todavía, utilizándolos como justificación para el mantenimiento de una determinada situación (...)” (Bosch, Ferrer, & Alzamora, 2006, pág. 41)

La sociedad construye valoraciones subjetivas como resultado de lo que ve y escucha, de lo que percibe y trasmite; los medios de comunicación como principales canales de información cumplen un papel protagónico en la determinación de características específicas para los individuos, generando de esta manera distinciones entre ellos, hecho que en definitiva incurre en los estereotipos.

“Cuando los miembros de las minorías visibles aparecen representados en los medios, es muy frecuente que esta representación acuda al estereotipo como fórmula de expresión. Para Quin y McMahon (1997), los estereotipos suponen que a cada imagen de un grupo se le incorpore un juicio de valor (...)” (Castañer, y otros, 2006)

Por todo lo citado, es propicio señalar la importancia de estas construcciones sociales en nuestro diario vivir, de forma inconsciente transforman nuestra interacción social codificándola bajo ciertos estamentos deliberados. Los estereotipos forman parte de nuestra vida, pero lejos de representarla se convierten en factores que quebrantan el correcto desenvolvimiento entre individuos.

“Los estereotipos tienen una función muy importante para la socialización del individuo: facilitan la identidad social, la conciencia de pertenecer a un grupo social, ya que el aceptar e identificarse con los estereotipos dominantes en dicho grupo es una manera de permanecer integrado en él”.

(González Gabaldón, 1999)

1.3.2 Clasificación de estereotipos:

El periodista e intelectual estadounidense Walter Lippman, fue uno de los primeros personajes en definir la esencia de los estereotipos a nivel social; como comunicador denunciaba las tendencias dentro del medio por dejarse llevar por imágenes preexistentes que retratan la realidad desde un punto de vista subjetivo, aunque a su vez afirmaba que no hay alternativa para dejar de lado esta directriz. “El entorno real es conjuntamente demasiado grande, demasiado complejo, demasiado fugaz para un conocimiento directo... Aunque tenemos que actuar en ese entorno, tenemos que reconstruirlo en un modelo más simple, antes de que podamos arreglárnosla con él.” (Lippman, 1922)

Este modelo ‘simple’ como lo deriva Lippman se ha ramificado hasta formar diversos tipos de estereotipos de acuerdo a características sobre las que genera un conocimiento unificado. Así entre los más representativos se puede citar:

1.3.2.1 Estereotipos estéticos:

Este tipo de nociones arraigadas van de la mano con el concepto de belleza que puede tener cada sociedad o cultura, es así como los estereotipos estéticos o corporales recopilan características del atractivo masculino y femenino que puede primar en la delectación social.

Entre los atributos inherentes que la sociedad y la cultura exhiben se encuentran fundamentalmente: 1) El modelo cultural de belleza adoptado de una sociedad occidental contemporánea; 2) Los patrones estéticos; 3) La clase social; 4) El

mundo del modelaje que expone un concepto de perfección; 5) Los medios de comunicación; 6) La publicidad (Behar, 2010)

Es común observar en los medios de comunicación la imagen de la perfección corporal ligada a la mujer delgada, pero a su vez voluptuosa y conservada; un retrato que es usado para llamar la atención y vender un producto, sea tangible o no como la comunicación.

1.3.2.2 Estereotipo de género:

Las características biológicas que nos diferencian entre hombres y mujeres se han convertido en distintivos no sólo físicos sino también en rasgos que ambicionan a definir un rol o comportamiento específico por el simple hecho de haber nacido bajo el género masculino o femenino.

En la antigüedad era mucho más común encontrar los papeles entre ambos géneros completamente definidos; la mujer debía ser ama de casa, encargada de cuidar a sus hijos y esposo, era sumisa y obediente; mientras que el hombre representaba fortaleza y sostén, era el que trabajaba y mantenía el hogar.

Aunque ahora estas representaciones han variado y distan de ser ineludibles, aún se pueden vislumbrar ciertas conductas impuestas por la sociedad, comportamientos que prevalecen ante la idea de ser una mujer o un hombre respetables y merecedores del mismo valor.

“A través de tales procesos las personas interiorizan las normas sociales adjudicadas a su sexo, convirtiéndolas en elementos definitorios de su propia identidad.” (Espinar, 2009)

Si bien este aún no es el espacio para analizar el caso en el que se basa esta investigación es importante resaltar cómo más adelante se podrá dar cabida o no al hallazgo del estereotipo de género dentro de los artículos difundidos por los medios de comunicación.

1.3.2.3 Estereotipos étnicos:

Las construcciones sociales que se crean en torno a los grupos étnicos presentes en cada nación, recae nuevamente en las características que se le atribuyen a cada miembro de un conjunto, por el simple hecho de pertenecer a él.

Se pueden vincular rasgos negativos de este grupo humano en relación con defectos propios, una cultura que no acepta sus características ancestrales y señala a aquellos que aún le recuerda los vestigios de su origen.

Es habitual encontrar varias conjeturas en los medios de comunicación que de forma inadvertida difunden tipologías determinadas en referencia a grupos raciales, creando de esta forma una relación antagónica entre dos grupos.

“En el tratamiento informativo del crimen abundan estereotipos étnicos de carácter negativo. Por ejemplo, es más probable que los afro-americanos (en comparación con la mayoría blanca) sean protagonistas de las historias informativas sobre el crimen, y además que se presenten como criminales y no como víctimas de los mismos.” (Igartua, Muñiz, & Cheng, 2005)

El sentido étnico está encadenado a una identidad individual y colectiva; a la capacidad de cada miembro de la sociedad de mirar hacia su pasado y compartir un sentido de pertenencia con la esencia que compone su parentesco étnico. De esta forma, el término *estereotipo étnico* nace como la alusión a distinguir las particularidades de cada comunidad encasillándolas en algo común e iterativo.

1.3.2.4 Estereotipos sociales:

Los estratos sociales presentes en la sociedad crean discrepancias en el estilo de vida de cada miembro del mismo; a pesar de vivir en una misma población, las posibilidades económicas son diferentes tomando en cuenta el nivel social al que se pertenece. Esta noción de desigualdad aporta a una imagen simplista de los individuos con menores o mayores recursos. Adaptando juicios de valor

fácilmente reconocibles con el simple hecho de asociar un comportamiento o característica física a los sujetos vinculados con un sector social.

Así como lo afirma José Ignacio Cano (1993) “Los estereotipos son mayoritariamente concebidos y medidos como una lista de rasgos personales que se aplican a los miembros de un grupo”. Es decir, se establece la creación de una imagen, por medio de conocimientos previos que influyen en nuestra relación con lo real, el problema que puede llegar a generar esta tendencia es la exclusión social a raíz de comportamientos prejuiciosos que generan un abismo entre las relaciones sociales entre las colectividades.

1.3.2.5 Estereotipos etarios:

El desarrollo de una persona se encuentra marcado por las distintas etapas que debe afrontar a lo largo de su vida; no sólo el área de la psicología ha establecido comportamientos específicos tomando en cuenta la edad del individuo, sino que, a nivel social, se han determinado tendencias y conductas dependiendo el nivel de ‘madurez’ con el que puede contar una persona.

Los estereotipos etarios surgen como los comportamientos, atributos y características que se le atribuyen a un sujeto tomando en cuenta su edad; ‘sinónimo de madurez y experiencia’ adjudicada según los años de vida que tiene el ser humano.

“Los estereotipos etarios se han convertido en un tópico relevante, no sólo porque generan sesgos en la toma de decisiones, sino porque pueden resultar un antecedente de las conductas discriminatorias en el mundo del trabajo”. (Nazar & Figueroa A., 2015)

1.3.3 Funciones de los estereotipos:

El término estereotipo en los últimos años se ha visto involucrado con una evaluación negativa de la realidad. A pesar de ello, su importancia se ve reflejada

en la constante participación que tiene dentro de la sociedad, formando parte de la idea que se forma cada miembro respecto a una persona o tema determinado. La presencia de los estereotipos como tal, cumple con funciones específicas, su papel dentro del pensamiento no pasa desapercibido, y por el contrario ocupa un rol trascendental dentro del mismo.

Aunque Lippman (1922) determinaba que el estereotipo era un alejamiento de la realidad, también afirmaba que tal acontecimiento era inevitable; lejos de ser un sesgo o error, se convertía en una forma natural de percepción. (Cano Gestoso, 1993)

El psicólogo social británico Henri Tajfel, conocido por su trabajo sobre los aspectos cognitivos del prejuicio, propone que los estereotipos cumplen diversas funciones tanto individuales como colectivas dentro de la sociedad.

1.3.3.1 Funciones individuales:

Allport (1954) Las funciones sociales de los estereotipos determinan la simplificación del contexto social en el que se desenvuelve el individuo; así podemos acordar que existen dos funciones individuales bien enmarcadas:

- *Categorización:* Este proceso brinda la posibilidad de que el individuo establezca diferencias y semejanzas con los demás, conforma el medio óptimo para que el individuo cree relaciones sociales con personas 'afines' a él.
- *Defensa de los valores:* consiste en atribuirle una valoración, sea positiva o negativa, a los miembros de una categorización; así se atribuye un filtro en el que el sujeto califica a los individuos antes de permitirles ser o no parte de un grupo. "Así, entre la sobre exclusión (dejar fuera a miembros que pertenecen a la categoría positiva) y la sobre inclusión (meter en la categoría a miembros que no pertenecen a ella), se suele dar con más frecuencia el primer tipo de error, pues implica menor riesgo dejar fuera a

un miembro de una categoría “buena” que meter a un miembro de la categoría “mala” en la buena.” (Suriá, 2010)

1.3.3.2 Funciones sociales:

Según el psicólogo Henri Tajfel, se pueden precisar tres puntos que resumen los efectos que provocan los estereotipos dentro de un conjunto social.

- *Explicar la realidad:* con las categorizaciones que se realizan en forma individual, la sociedad como tal, empieza a crear una forma simple de entender lo que ocurre en su entorno, de racionalizarlo e imputarles características a los miembros de un mismo grupo en función de similitudes entre ellos.
- *Justificar nuestro comportamiento:* Al crear concepciones negativas respecto a los grupos ajenos al nuestro, nuestro comportamiento hacia ellos se tornará severo e inflexible; por lo que, el disponer de estereotipos hacia un grupo genera a su vez un justificante para un comportamiento erróneo hacia una imagen que observamos a través de un lente nebuloso.
- *Mantener una identidad positiva del propio grupo:* Los estereotipos en situaciones específicas se convierten en el camino propicio para fomentar una identidad positiva del grupo, en momentos en los que peligra el orden social establecido, el grupo generará las condiciones adecuadas que le permitan mantener una aparente superioridad ante los demás. (Puertas Valdeiglesias, 2004)

1.3.4 Estereotipos en los medios de comunicación

Los medios de comunicación son nuestro primer acercamiento hacia una realidad distante; una realidad desconocida de la que sólo podemos advertir a través de ellos. No es en vano que los *mass media* sean conocidos por el amplio

poder que tienen en la opinión pública y en el establecimiento de lo que se piensa o sobre aquello que se piensa.

Aunque es reiterativo decir que el ser humano precisa comunicarse desde su origen, esa es la principal razón que refleja la importancia de los medios de comunicación en la vida de una sociedad desarrollada; puesto que se han convertido en la plataforma que comunica determinados sucesos con un público ansioso por conocerlos.

Sin embargo, sus contenidos no alcanzan a cubrir la extensión de todos los acontecimientos que ocurren en el mundo, los medios han optado por crear valoraciones que les permiten decidir sobre qué se publica y qué queda por fuera de la agenda; la información cada vez se orienta más hacia lo que la gente espera ver en las compañías de información y no hacia lo que es necesario mostrar.

Con esta predisposición a mostrar lo más vendible, los estereotipos hacen su irrupción en los medios como una respuesta que simplifica las características iterativas, tal vez no sea una tendencia impuesta voluntariamente, pero como parte de una sociedad inmersa en imágenes predisuestas, algunos medios han recaído en ello y fomentan su encadenamiento.

“La búsqueda de audiencia y rating lleva a imponer lo espectacular y extraordinario como lógica de todo el campo. El uso de estereotipos en los medios está íntimamente ligado a esta situación del mercado. Cuanto más amplio es el público al que se quiere acceder, más superficial serán los contenidos y las formas a emitir: se homogeneiza la información, se liman las posibles asperezas, se banaliza, se ignoran los conflictos, se esquivan las contradicciones.” (Gamarnik, 2009)

Con la influencia que albergan los medios de comunicación no es ajeno pensar que la reproducción de estereotipos en los mismos, genera una repercusión en la sociedad; si varias noticias difundidas en los medios tienen como factor en común citar características negativas hacia un grupo determinado en la sociedad

su derivación será que la ciudadanía cree un rechazo irreflexivo hacia los miembros de dicha comunidad.

La prensa en general tiene una gran responsabilidad al momento de llevar a cabo sus actividades diarias, consideremos que sí en un sitio ocurre un desastre natural pero no hay nadie cerca para observarlo y mucho menos divulgarlo realmente ¿ocurrió tal incidente?

1.4 GRUPOS VULNERABLES

1.4.1 Definición de grupos vulnerables:

La sociedad está compuesta por varios grupos de individuos con cualidades similares, mismas que se integran en respuesta a la necesidad de formar parte de una colectividad que los conciba como parte de un todo. Sin embargo, los grupos vulnerables son un conjunto de personas que no se han unido deliberadamente entre ellos, siendo la sociedad la que los considera como un conjunto, que de una u otra forma son considerados más frágiles o indefensos que el resto de los miembros.

“Por vulnerabilidad entendemos las características de una persona o grupo, desde el punto de vista de su capacidad para anticipar, sobrevivir, resistir y recuperarse del impacto de una amenaza natural. Implica una combinación de factores que determinan el grado hasta el cual la vida y la subsistencia de alguien queda en riesgo por evento distinto e identificable de la sociedad.” (Blaikie, Cannon, Davis, & Wisner, 1995, pág. 30)

Estos grupos sociales son denominados de esa forma debido a características específicas que la sociedad establece como vulnerables; es por ello que los niños, mujeres, personas de la tercera edad, discapacitados, etc., forman parte de esta categorización.

Los extranjeros no son considerados del todo como miembros de esta condición, sin embargo; es necesario exponer que el hecho de ser un forastero en un país ajeno genera un contexto de vulnerabilidad entorno al individuo. Los medios de comunicación resaltan esta condición de forma constante cuando forman parte de una noticia, exponen rasgos y particularidades que van aglutinándose en estereotipos dentro de la ciudadanía, más aún si estos extranjeros eran mujeres (grupo que si es considerado como vulnerable).

“Los grupos vulnerables son aquellos que manifiestamente son débiles económica o culturalmente. Pero también puede referirse a quienes por razones étnicas no se les quiera reconocer sus derechos.” (Castro y Castro, 2008, pág. 289)

Es fundamental abarcar la definición de este término puesto que se referirá al mismo en varias ocasiones a lo largo de esta investigación. La generación de estereotipos por parte de los medios de comunicación hacia los llamados ‘grupos vulnerables’ puede ser considerado ya, un juzgamiento deliberado, las mujeres son consideradas el sexo débil; los niños, individuos inocentes y de fácil convencimiento; los ancianos, sujetos frágiles que ya no se pueden valer por sí mismos. Tal vez en algunos casos sea cierto, pero no por ello se puede considerar a todo un grupo homogéneo.

“Las Personas con capacidades diferentes, a las mujeres, a los niños, a los ancianos, por mencionar algunos que por el simple hecho de "ser" tienen ciertas características que les son propias (factores endógenos), a partir de las cuales se les sitúa en desventaja y riesgo real de ser agraviados.” (Arzate & Gonzáles Chávez, 2007)

En definitiva, los grupos vulnerables son aquellos que la sociedad designa como una agrupación que carece de las mismas posibilidades que los demás, aquellos que son más susceptibles al daño, que necesitan de políticas integradoras que les generen una mayor seguridad y equidad. Los grupos vulnerables son una construcción social preconcebida y difundida por los medios de comunicación.

1.4.2 Clasificación de grupos vulnerables

Aunque depende mucho de la nación en la que se aplique, varios autores acuerdan que una forma de entender a los grupos vulnerables implica conocer sus características, causas de su vulnerabilidad y amenazas hacia el pleno cumplimiento de sus derechos.

De esta forma, los grupos vulnerables pueden ser clasificados tomando en cuenta varios criterios; rasgos que nos permiten segregar la vulnerabilidad presente en la población y de esta forma crear normativas o políticas que instan hacia su ayuda e incorporación como parte activa y afín a la sociedad.

- Geográfico- Regional:

La vulnerabilidad que se presenta bajo esta segmentación hace una alusión al fuerte cambio de vida que sufren las personas al abandonar sus regiones de origen. De esta forma podemos encontrar la migración urbana-rural, migración interna (inmigración) y migración externa (emigración).

Las personas que han formado parte de estos movimientos migratorios se convierten en grupos vulnerables debido a que llegan a regiones desconocidas, que pueden o no aceptar su presencia y crear señalamientos que condenan su asentamiento en territorio extranjero.

La discriminación y la xenofobia son muestras de la exclusión a la que pueden ser sometidas las personas que viajan a otras localidades en busca de recuerdos exuberantes o mejores condiciones de vida. Por supuesto, no podemos afirmar que sea una realidad inminente en cada territorio al que nos dirigimos, pero su presencia no puede ser ignorada.

- Económico:

El nivel socio económico al que pertenece una persona es una característica sustancial en el trato y condiciones de las que será acreedor a lo largo de su vida. Son considerados parte de los grupos vulnerables, las personas que no

logran cubrir el costo de sus necesidades básicas en función al salario que ganan.

“Como la inserción en el mercado laboral es la principal fuente de ingreso de las personas y hogares urbanos, la vulnerabilidad económica se asocia directamente con el mercado de trabajo. Además, el empleo ejerce importantes efectos sobre otras esferas de vida de las personas por su relación con aspectos psicosociales y de salud que actúan sobre el bienestar de los hogares, particularmente de aquellos con mayores desventajas relativas.” (Busso, 2002)

La ocupación, el nivel de ingresos, el sector formal o informal son factores que afectan directamente a los miembros de una sociedad; el salario básico de un país debería garantizar por lo menos la capacidad de contar con una canasta básica por familia, sin embargo, la pobreza es causante de hambre y malas condiciones alimentarias; conjuntamente, un bajo nivel económico también endosa bajas probabilidades de recibir una buena atención médica, educación de primera calidad, y un sinnúmero de oportunidades mucho más lejanas e inaccesibles para las personas que pertenecen a esta clasificación de grupos vulnerables.

- Demográfico:

Las mujeres (en especial las mujeres embarazadas), los niños y los ancianos son considerados grupos vulnerables dentro de la sociedad tomando en cuenta la fragilidad que presuponen.

El sector femenino es vulnerable ante el machismo, y aunque este argumento suena algo retrógrado, aún se puede observar en cifras un maltrato significativo ante este grupo social. Según las Naciones Unidas “Hasta el 70% de mujeres experimenta violencia a lo largo de su vida” Además “Se calcula que, a nivel mundial, una de cada cinco mujeres se convertirá en víctima de violación o intento de violación en el transcurso de su vida.” (Naciones Unidas, 2009)

Los niños y los ancianos por otro lado son vulnerables por la dependencia que residen hacia otras personas, por su edad ambos grupos requieren de mayor atención y cuidados por parte de sus seres queridos; así mismo, no se encuentran dentro de una edad económicamente productiva y sus necesidades, en muchos de los casos, deben ser asistidas por un tercero.

1.4.3 Grupos vulnerables en los medios de comunicación

Los medios de comunicación como transmisores de la realidad se encargan de contar historias vendibles hacia la ciudadanía; hechos y eventos de interés común con una carga de emotividad, estremecimiento, humor o sugestión que resultan ser llamativos o de cierta importancia para la audiencia.

Con este objetivo de contar historias los medios crean narraciones con énfasis en los personajes, sujetos que formaron parte de un suceso de forma directa o indirecta y que pueden aportar con la construcción efectiva de la noticia.

Los grupos vulnerables que terminan formando parte de estas historias mediáticas, suelen ser enfocados como elementos contundentes del evento; puesto que su vulnerabilidad ante las amenazas sociales resulta cumplir con el propósito humanizador del medio. Resulta mucho más conmovedor contar la historia de un niño refugiado cuyo cadáver se encontró a las orillas de la playa de Bodrum, que contar el drama que atraviesan los desplazados sirios hacia las costas europeas, sin dar un rostro determinado al hecho¹.

De esta forma podemos apreciar el valor del personaje victimizado en la construcción de las noticias. “Actualmente se acepta que los MC no son, ni pueden ser objetivos, seleccionan activamente la información disponible del entorno y ello implica múltiples problemas, la influencia de la perspectiva oficial, la necesidad del sensacionalismo, la obligada superficialidad, debido al tiempo y espacio, la existencia de estereotipos previos compartidos y el impacto de la violencia en nuestra sociedad.” (Soria & Hernández, 1994)

¹ Alusión a las noticias publicadas en relación al mayor drama migratorio desde la II Guerra Mundial, en la que la imagen del pequeño Aylan Kurdi, muerto en la arena de Bodrum, se convirtió en símbolo de la peor crisis migratoria de los últimos tiempos.

Mujeres, niños, ancianos, personas discapacitadas, extranjeros y personas de bajos recursos económicos; son los miembros de la sociedad que “destacando su condición de debilidad y consecuente posición en desventaja, respecto de otros grupos o sectores sociales (...) focalizan la condición especial de vulnerabilidad que los convierte en potenciales víctimas” (Zamora Grant, 2009)

De forma aparente, los medios de comunicación reproducen esta noción de vulnerabilidad y victimización dentro de la sociedad, y en algunas ocasiones implantan la idea de que ciertas condiciones contextuales y sociales, son motivos suficientes para justificar un suceso.

“Los medios de comunicación influyen de forma significativa y directa sobre la elaboración de los esquemas mentales de las personas, entre ellos la elaboración de un plan de acción ante la futurible victimización” (Soria & Hernández, 1994, pág. 127)

1.5 OPINIÓN PÚBLICA

1.5.1 Definición de público:

Es usual escuchar en los medios alusiones al término ‘público’ en referencia a la voz que se le confiere a la audiencia como un sujeto participativo. Para los medios de comunicación el público somos nosotros, personas por y para las que se elabora la información diaria. Pero ¿cuál es realmente la definición de público?

Según Mora y Araujo, la noción de público como adjetivo puede entenderse de tres formas:

- a) Todo aquello que afecta o concierne a ‘todos’ los miembros de una sociedad.

- b) En referencia a razonamientos individuales que generan una 'opinión pública' en conjunto.
- c) La expresión que denota una segmentación social; entendiendo como público a los: espectadores, masas, consumidores, gente común, etc. (Mora y Araujo, 2005)

Si tomamos como raíz la expresión de la 'opinión pública' tan ensalzada en las ciencias sociales, podríamos decir que la definición de público en este contexto surge de una ilación de los conceptos antes descritos. Puesto que, el 'público' discute los hechos y acontecimientos de su interés, aquellos que de alguna forma los afecta; razonan debaten y generan una especie de clima social en torno a ellos.

“Park define el público como un conjunto de personas, no necesariamente próximas físicamente, que nace del conflicto y de la confrontación de opiniones entre los distintos individuos que lo componen.” (Berganza Conde, 2000)

El público se desenvuelve en un mundo de sucesos preestablecidos, previamente analizados e interpretados; los individuos adoptan posiciones definidas y discuten entre ellos con la posibilidad de alterar una idea, afectar el ánimo y los impulsos mutuos.

1.5.2 Definición de opinión pública:

La opinión pública como concepto no es algo nuevo; su uso data aproximadamente de 1740, época en la que los franceses popularizaron el término en relación a las decisiones políticas y religiosas (Price, 1994)

A pesar de llevar un periodo extenso dentro de la sociedad su definición exacta ha creado discusiones frecuentes por parte de los expertos en el área. Pretendiendo delimitar el concepto de la forma más certera, la opinión pública ha sido explicada como el conjunto de juicios y proposiciones colectivas,

construidas a partir de procesos individuales deliberantes en torno a temas de interés común, y expresados de manera abierta y pública.

No obstante, los conjuntos de juicios colectivos no abarcan en su totalidad las opiniones de todos los miembros de una comunidad, por lo que, en ocasiones se ha establecido que la opinión pública responde sólo a la opinión de una mayoría, omitiendo esa parte de la población exigua que en su momento no vale la pena tomar en cuenta; peculiaridad que por ejemplo hace de la encuesta de opinión una herramienta cuestionable para detallar realmente lo que piensa la población.

Según Pierre Bourdieu (1972) la opinión pública no existe y con ello tampoco la posibilidad de que las encuestas cumplan realmente su finalidad; para este sociólogo, tres apartados demuestran su argumentación. Toda encuesta de opinión supone que:

- Todo el mundo puede tener una opinión o, que la producción de una opinión está al alcance de todos.
- Todas las opiniones tienen el mismo peso.
- En el simple hecho de plantear la misma pregunta a todo el mundo se halla implicada la hipótesis de que hay un consenso sobre los problemas y las preguntas que vale la pena plantear. (Bourdieu, 1972)

Y es que la colectividad no tiende a opinar hasta que un asunto tiene un impacto en sus vidas o llama la atención de alguna forma; en ese momento, empieza a crearse una discusión constante entre los diversos puntos de vista y todo aquello que se diga al respecto de ese acontecer público. La fuerza de estas opiniones son tal vez la razón por las que la opinión pública se ha convertido en un tema sustancial para la comunicación, pues estos juicios sociales logran establecer normativas por parte del gobierno o por lo menos, conquistan el interés social, político y mediático de las temáticas involucradas por un lapso de tiempo determinado.

“Los acontecimientos de gran magnitud suelen hacer que la opinión pública vaya de un extremo a otro temporalmente. La opinión no se estabiliza hasta que la implicación del acontecimiento se ve con cierta perspectiva.” (Wilcox, 2012)

Es así como la opinión pública se ha convertido en el conjunto de opiniones diversas que surgen sobre temas controvertidos, juicios discutidos y debatidos que se organizan y estructuran hasta lograr influir en asuntos públicos, situaciones de gobierno o la política en general.

“En el caso de la opinión pública, el soporte de la materia simbólica que conforma ese tejido es la conversación entre la gente y la interacción entre esta y los mensajes que se emiten a través de los medios de comunicación masivos.” (Mora y Araujo, 2005)

1.5.3 Construcción de la opinión pública:

Este fenómeno social con gran importancia en el ámbito político y cultural de una colectividad; no sólo es el resultado de la interacción de individuos que se influyen mutuamente compartiendo sus opiniones acerca de temas destacados, su construcción particular considera aspectos internos, propios del individuo, y aspectos externos que en conjunto intervienen a la hora de formar una opinión.

Para Mora y Araujo el individuo forma su opinión a través de tres aspectos:

- Se informa y razona, es decir analiza los comentarios emitidos comparándolos con predisposiciones propias suscritas con anterioridad.
- Registra las opiniones del entorno, considera la posibilidad de permanencia en un grupo al estar a favor de sus ideas, o, por el contrario, las consecuencias de pensar en divergencia (“espiral del silencio”)².
- Busca identificar las opiniones de personas que considera como referentes; el individuo recepta lo expresado por los líderes de opinión y

² Elizabeth Noelle Neumann bautizó “espiral del silencio” a su teoría relativa a los factores que llevan a la gente al conformismo y a no opinar en disenso; evaluamos el clima de opinión para no sentirnos aislados.

los medios de comunicación que encuentra afines a su ideología. (Mora y Araujo, 2005, pág. 301)

Si bien, la mayor parte de las veces la opinión pública surge de forma espontánea como proyección del diálogo social; otras, es el resultado de acciones premeditadas que buscan crear un cambio en la apreciación grupal, tales como campañas electorales, publicidad orientada al apoyo de una marca o mensajes masivos con un propósito determinado.

“Las personas responden a distintas motivaciones y persiguen distintos propósitos, que pueden ser individuales o colectivos; algunos buscan influir en los demás, otros buscan ser aceptados o procuran evitar sanciones en los demás (...) muchos simplemente opinan sin propósito manifiesto alguno o tan sólo con el de ser escuchados”. (Mora y Araujo, 2005, pág. 278)

Se puede señalar que en este espacio social comunicacional las opiniones individuales por si solas, cuentan ya con un valor procedente, sin embargo, el conjunto de las mismas, tengan o no una motivación clara, componen un referente de amplio peso social con la fuerza necesaria para influir en la vida cotidiana.

1.5.4 Manipulación de la opinión pública:

Los pensamientos colectivos pueden ser moldeables hasta cierto punto, tomando en cuenta que el origen de los mismos, surge de interpretaciones ajenas que lo orientan ya hacia un camino determinado.

Tal como lo dicho en el apartado anterior, las personas cuentan con nociones propias que influyen en la creación de opiniones vigentes; no obstante, es correspondiente abarcar la contra parte, la influencia externa fácilmente manipulable; los líderes comunicacionales y los medios de comunicación prestos a dirigir la opinión pública.

Como primer punto, los líderes de opinión son personas de amplio reconocimiento social sea por la profesión que desempeñan (músicos, deportistas, actores, periodistas, etc) o por el cargo que ejercen (Presidente de una compañía, un asambleísta, etc). Sea cual sea la razón, estas personas se encuentran constantemente bajo el reflector mediático y por ende bajo el escrutinio público. Su opinión al ser tan apremiados tiene el poder de influir en aquellos que los consideran un referente.

“Ellos influyen en la formación de opiniones, refuerzan las opiniones vigentes o tratan de evitar que se vean expuestas a la competencia de opiniones nuevas, para ello pueden amenazar con el aislamiento social a los disidentes”. (Mora y Araujo, 2005, pág. 319)

Por otro lado, los medios de comunicación al ser los primeros transmisores de la realidad cuentan con todo el poder comunicacional para transmitir una información y hacer que sea el tema central del interés social; por una razón, los periodistas han sido calificados como *gatekeepers*³, guardabarreras que eligen las noticias que se exponen a la ciudadanía y cuáles son condenadas al olvido. El papel del comunicador se ha expandido al dominio de la información al ‘conocer’ qué es lo que se debe divulgar tomando en cuenta su importancia e interés frente a aquello que carece de estas características.

Esta jurisdicción de optar por una información sobre otra, limita a la opinión pública a un número reducido de acontecimientos; lo cual permite que, ciertos grupos de interés manipulen de una forma casi imperceptible los tópicos de los que habla la gente. Eso sin tomar en cuenta, que además definen la importancia de cada tema para enfocar la atención hacia ciertos contenidos destacados.

“Los medios están en posición de definir cuáles son los asuntos sobre los cuales opinar. De ese modo, influyen en alguna medida a través de su

³ Término acuñado por Kurt Lewin en un ensayo destinado a identificar los procesos de selección y rechazo en la compra de distintos tipos de alimento por parte de los líderes de opinión familiares. (Lozano Rendón, 2007)

capacidad de ‘construir’ la realidad mediante la selección y presentación de la información cotidiana.” (Mora y Araujo, 2005, pág. 347)

Así como se está limitado a afirmar que los periodistas no son objetivos puesto que es algo humanamente imposible, se puede alegar que la opinión pública no es inaugural ni dista de la influencia de los medios. Los asuntos que discute la ciudadanía son aquellos que resalta el campo mediático con la finalidad de ser advertidos; la influencia hacia nuestra opinión sobreviene hasta el punto de señalarnos las opciones sobre las que hay que pensar, pero aún resta la voluntad propia de decidir qué pensar.

“La gente acaba tomando lo que se afirma como lo que todos piensan, como aquello de que todos hablan, como lo que se lleva, lo actual, lo normal, lo que hace norma y se impone”. (López Quintás, 2001, pág. 58)

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL: CASO MENEGAZZO Y CONI

2.1. Presentación de sucesos

El 22 de febrero del 2016 Marina Menegazzo y María José Coni, dos jóvenes de nacionalidad argentina, se comunicaron por última vez con sus familias desde la localidad de Montañita, Ecuador.

Ambas se encontraban de vacaciones en el país, y a pesar de contactarse de forma frecuente con sus seres queridos, ese día dejaron de hacerlo. Su súbito silencio hizo que su familia temiera por su paradero, razón por la cual, iniciaron una exhaustiva campaña de búsqueda en redes sociales.

El 25 de febrero se localizó un cuerpo en la localidad de Montañita, dos días más tarde se encontró otro, ambos sin identificar. El 28 de febrero se informó a la ciudadanía de estos hallazgos, momento en el que la prensa ecuatoriana comenzó a indagar y a producir una avalancha de información en torno al hecho mediático.

Un día más tarde los familiares de Menegazzo y Coni llegaron al Ecuador para realizar el reconocimiento de los cuerpos, no obstante, su estado de descomposición dificultó el proceso y le dio a la familia la esperanza de no tratarse de ellas.

La amplitud del hecho hizo que la noticia tuviera un impacto internacional, y con ello, le confirió al Gobierno ecuatoriano la responsabilidad de investigar el suceso con mayor agilidad. Peritos argentinos y colombianos llegaron a dar un sustento a la investigación para aclarar todos los eventos del 22 de febrero.

Las autoridades confirmaron la identidad de los cuerpos y simultáneamente se comunicó la aprehensión de dos posibles implicados en el crimen. A partir de ese instante todo giró en relación a esclarecer las razones por las que se dio fin

a la vida de dos jóvenes que vinieron a pasar sus vacaciones a la zona costera del país.

Tabla 1. Principales hechos en el caso

| Principales Eventos | |
|---------------------|--|
| Fecha | Descripción |
| 02/22/2016 | Marina Menegazzo y María José Coni se comunican por última vez con sus familias |
| 02/22/2016 | 14:00 salen del Hostal donde se hospedaban |
| 02/22/2016 | 20:30 Según declaraciones fueron arribadas por sospechosos |
| 02/23/2016 | Familiares dan inicio a campaña en redes sociales |
| 02/25/2016 | Se encuentra un cuerpo en Montañita (María José Coni) |
| 02/26/2016 | Esperaban la llegada de las jóvenes a Mendoza, Argentina |
| 02/27/2016 | Se informó haber hallado un segundo cuerpo |
| 02/27/2016 | Autoridades informan que Menegazzo y Coni no reportaron la salida del país |
| 02/27/2016 | Autopsia a un cuerpo NN encontrado dos días antes |
| 02/28/2016 | Se informa que los cuerpos fueron hallados en Montañita |
| 02/28/2016 | Autopsia a un segundo cuerpo NN |
| 02/29/2016 | Llegan los familiares para el reconocimiento de los cuerpos |
| 02/29/2016 | El Ministro de Seguridad dijo haber aprendido a los autores del asesinato y publicó fotografías de ellos |
| 02/29/2016 | Autoridades informan que se trata de las jóvenes desaparecidas |
| 02/29/2016 | Ministro del Interior informa que un hombre confiesa ser el autor |
| 03/01/2016 | Se ordena prisión preventiva a los dos sospechosos: Segundo P. y Eduardo R. |
| 03/04/2016 | Llegan 28 Agentes de Élite y el Director de operaciones de la Policía a Montañita |
| 03/07/2016 | Peritos argentinos toman muestras biológicas de los cuerpos |
| 03/09/2016 | Perito argentino y Fiscal General confirman la identidad de los cuerpos |
| 03/16/2016 | Interpol de Argentina en un comunicado confirma identidad de los cuerpos |
| 03/18/2016 | Marcha 'Del silencio' en Montañita encabezada por los familiares Menegazzo y Coni |
| 03/22/2016 | Cuerpos sometidos a una segunda necropsia |
| 03/29/2016 | Fiscal General informa que los cuerpos pueden ser repatriados |
| 03/31/2016 | Segundo P. y Eduardo R. declararon que la policía los obligó a culparse del asesinato |
| 03/31/2016 | Los cuerpos llegan a Mendoza, Argentina; Ecuador asume gastos |
| 04/01/2016 | Entierro de las dos jóvenes en su provincia natal |
| 04/04/2016 | Fiscal General afirma que existen más implicados en el caso |
| 04/11/2016 | José O. nuevo implicado rinde su versión ante el Fiscal del caso |
| 05/06/2016 | Peritaje toxicológico revela que las jóvenes fueron drogadas con benzodiazepina |
| 08/08/2016 | Inicia audiencia de juicio por el crimen |
| 08/17/2016 | Tribunal Penal de Santa Elena sentenció a 40 años de prisión a Eduardo R. y Segundo P |

Fuente: Elaboración propia (2016)

2.2. Argumentos de los medios de comunicación:

A lo largo de este trabajo investigativo se analizarán las publicaciones de dos medios de comunicación escritos del Ecuador; el Diario El Comercio y el Diario El Telégrafo, por su gran trayectoria periodística dentro del país.

El Diario El Comercio fue fundado el primero de enero de 1906 en Quito, por los hermanos Mantilla Jácome, con 110 años siendo testigo de la historia que ha atravesado el país, el Comercio se ha convertido en uno de los medios de comunicación más prestigiosos y de mayor credibilidad dentro del Ecuador. “El diario es considerado el medio impreso nacional de mayor influencia y credibilidad, gracias a la independencia y desvinculación con otras actividades que no sean las estrictamente periodísticas.” (Grupo EL Comercio, 2010)

Asimismo, El Diario El Telégrafo fue fundado el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, fue el primer diario que utilizó el servicio telegráfico que se instaló en el país, y por el cual recibe su nombre. Con 136 años, el Telégrafo se ha convertido en uno de los diarios más antiguos del país siendo el segundo en publicarse y el primero al ser considerado como diario público en el Ecuador.

Los medios de comunicación ecuatorianos realizaron un seguimiento continuo a los acontecimientos que se iban desarrollando al rededor del caso Menegazzo y Coni, presentando noticias de gran dimensión durante los primeros días del suceso, y notas breves con los datos que se iban dando a conocer los días posteriores.

Es posible señalar la presencia de tres etapas definidas en la difusión del caso, mismas que sirvieron de base para la construcción y el manejo de la información dependiendo de la fecha en la que fue publicada.

Durante los primeros días del hecho, al darse a conocer la trágica muerte de las jóvenes mendocinas, los medios de comunicación escritos (específicamente El Comercio y El Telégrafo) se preocuparon por dar a conocer los rasgos de las muchachas argentinas y los por menores del último día que las vieron con vida,

basándose en las declaraciones y, de forma probable, en las noticias publicadas por otros medios. De esta forma se creó un argumento repetitivo en la prensa que cambiaría sólo hasta conocer los pormenores de la audiencia.

Como argumento común según la prensa las dos jóvenes mujeres se encontraban pidiendo aventón al haberse quedado sin recursos económicos; una variable que exponía a las implicadas en un papel de fragilidad y una sobrecarga de confianza hacia los que podían tenderles la mano.

Como un segundo tópico; las noticias referentes al micro tráfico, consumo de alcohol, drogas y delincuencia en la localidad de Montañita se hicieron frecuentes como una forma de mantener la periodicidad de publicaciones y el seguimiento continuo a un hecho de interés social.

Finalmente, los informes respecto a la investigación se convirtieron en los asuntos esenciales dentro de la construcción periodística.

El caso Menegazzo y Coni fue una noticia de amplio interés mediático que traspasó las fronteras ecuatorianas y se dio a conocer a nivel internacional; no sólo por haber implicado la seguridad de extranjeros en el país, sino por involucrar de forma directa la construcción de estereotipos que re victimizan a los perjudicados; el papel, la libertad y la seguridad de la mujer se vieron envueltos en un caso controversial y confuso.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El presente trabajo hará uso de una investigación documental que enriquezca la construcción teórica del mismo, con la adición de los puntos de vista de diversos autores que en algún momento abordaron una temática similar. Así como lo define Bayardo (1987) “Reúne la información necesaria recurriendo fundamentalmente a fuentes de datos en las que la información ya se encuentra registrada tales como libros, revistas especializadas, películas, archivos, estadísticas, informes de investigaciones ya realizadas, etc.” (Moreno Bayardo, 1987)

Como metodología principal se elaborará un estudio de caso fundamentado en el monitoreo de dos medios trascendentales de la capital ecuatoriana: El Diario El Comercio y El Diario El Telégrafo, con la recopilación de los principales artículos emitidos por ambos exponentes de la prensa escrita, durante el primer mes de auge del suceso (29 de febrero del 2016 hasta el 29 de marzo del mismo año).

3.1 MÉTODO:

En la presente investigación se utilizarán los siguientes métodos:

3.1.1 Método inductivo:

El método inductivo es aquel que nos permite partir de lo particular a lo complejo; es decir, fruto de la recopilación de información esta herramienta de la investigación nos permitirá elaborar una argumentación clara de lo que ocurre entre los medios de comunicación y la sociedad en general. Cegarra (2012) establece que “consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías” (Cegarra Sánchez, 2012)

3.1.2 Método cualitativo:

Este método constituye un gran aporte para las investigaciones en el campo comunicacional, ya que confiere la facultad de detallar, puntualizar y particularizar los elementos que integran el trabajo investigativo; construyendo de una forma íntegra el problema.

Para Bonilla (2000) “Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada”. (Bonilla & Rodríguez, 2000)

3.1.3 Método comparativo:

El método comparativo es un sistema que permite el análisis de dos o más elementos con la finalidad de ver sus similitudes o discrepancias. Esta herramienta será la que abra la posibilidad de comparar las publicaciones de los medios de comunicación escritos para denotar la forma en la que cada uno lo expuso a la sociedad.

De acuerdo a Olivera (2008) “Consiste en procurar el avance del conocimiento, mediante el examen simultaneo de las semejanzas y diferencias entre los objetos que se quiere conocer (...) permite analizar los problemas así planteados y comprobar la validez de las soluciones” (Olivera Labore, 2008, pág. 178)

3.1.4 Método analítico:

El método analítico es un proceso en el cual, cada uno fundamentos que va arrojando la investigación es sometido a un análisis minucioso para entender su origen y consecuencias; es una forma en la que la investigación toma una trayectoria mucho más profunda y explícita.

Así como lo estipula López (2001) “No se conforma con la mera aportación de datos, sino que los estudia en sus diversas facetas, los valora individual y

conjuntamente, los discute y extrae de ellos al fin conclusiones aptas para una obra de tesis”. (López Alcalá, 2001, pág. 122)

3.2 MONITOREO DE MEDIOS:

En este trabajo investigativo se analizaron un total de 43 noticias publicadas por los medios de comunicación: El Comercio (21 noticias) y El Telégrafo (22 noticias); desde el 28 de febrero (fecha en la que se dio a conocer el hallazgo de los cuerpos) hasta el 28 de marzo (al cumplirse un mes del evento).

El análisis de cada noticia publicada se realizó a través de un diseño metodológico construido en un primer momento por (Cruz & Rosero, 2012) en su análisis sobre *El Periodismo Cultural en los medios ecuatorianos*, esquema que en este caso permite evaluar cómo se despliega la información emitida por la prensa escrita al existir víctimas e implicados que deben ser nombrados en base al cumplimiento de sus derechos.

La unidad de análisis, en este caso, las notas emitidas por cada medio de comunicación escrito, están compuestas por el titular, lead, elementos gráficos y elementos cualitativos, que en conjunto son de gran importancia para la resolución del manejo informativo llevado a cabo.

Para el análisis de las piezas periodísticas se elaboró un registro minucioso de las características que componen la noticia, creando de esta forma un cuadro comparativo que posibilita la codificación de los elementos.

Tabla 2. Matriz de registro de datos Diario El Comercio

| IDENTIFICACIÓN | | DESPLIEGUE | | | | | CARACTERÍSTICAS DEL TEMA | | | | | | | |
|----------------|-----------------------|-------------|----------------------|---------------|------------|-----------|--------------------------|------------------|---------------------|---------------------------|--------------|-------------------|---|---|
| Fecha | Nº Unidad de análisis | Diario | Sección | Tema | Jerarquía | Dimensión | Elemento Gráfico | Autoría del tema | Género Periodístico | Coherencia titular/ texto | Entrada | Número de fuentes | Fuente identificada de manera explícita | Descriptores |
| 29-feb.-16 | 1 | El Comercio | Actualidad | Seguridad | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redactor | Noticia | 2 | Con citas | 3 | Director de la Dinased Fiscalía | Jóvenes sin dinero, universitarias, voluntarias |
| 1-mar.-16 | 2 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Informe | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Narrativa | 4 | Compatriotas argentinos Ministro del Interior Administradora del hostal | Chicas transquillas sin excesos, trabajaban vendiendo ensaladas de fruta |
| 2-mar.-16 | 3 | El Comercio | Actualidad | Informe | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Descriptiva | 3 | Fiscalía Jefe de la Dinased Santa Elena Presidente de la comuna | Crímenes, delincuencia, resguardo policial |
| 3-mar.-16 | 4 | El Comercio | Actualidad | Informe | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Sumaria | 5 | Directora distrital de salud Presidente de la comuna Presidente de la Asociación de Operadores Turísticos de Montañita Jefe de la Dinased Santa Elena | Consumo de alcohol, riñas, baja en el turismo |
| 4-mar.-16 | 5 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Montañita | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Fiscalía Ministro del Interior Madre de María José Coni | Dudas respecto a la identidad, marcha en Argentina |
| 5-mar.-16 | 6 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Santa Elena | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redactor | Noticia | 2 | Descriptiva | 2 | Director de operaciones de la policía Propietaria del establecimiento | Retaman actividades, mirorráfico, robos, datos investigación |
| 6-mar.-16 | 7 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Santa Elena | Secundaria | 1/8 | Fotografía | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 1 | Fiscal General | Microtráfico de drogas, delitos, desaparición, asesinato, investigación |
| 7-mar.-16 | 8 | El Comercio | Actualidad | Primer plano | Terciana | 1/8 | Fotografía | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 2 | Abogado de uno de los detenidos Fiscal General | Reconstrucción de los hechos, pruebas de ADN, procesados incommunicados desde 3ro de marzo |
| 7-mar.-16 | 9 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Informe | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Narrativa | 3 | Experiencia personal Fiscal General | Extranjeros desaparecidos en el país |
| 8-mar.-16 | 10 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Investigación | Secundaria | 3/8 | Fotografía | Redactor | Noticia | 2 | Descriptiva | 3 | Jefe del departamento de identificaciones personales de Argentina Médico legista del equipo argentino Médico legista del equipo argentino | Predio con vigilancia policial, peritos argentinos toman muestras biológicas |
| 9-mar.-16 | 11 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Santa Elena | Secundaria | 1/4 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Fiscal General Jefe del departamento de identificaciones personales de Argentina Médico legista del equipo argentino Legista de la Dirección de rastros para identificación de cadáveres | Muestras de fluidos, peritos en espera de muestras dactilares |
| 10-mar-16 | 12 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Sucesos | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Narrativa | 3 | Ministerio de Turismo Embajador ecuatoriano en Alemania Perito Argentino | Subsecretaria de Mercado del Ministerio de turismo, Cristina Rivadeneira, atribuye el hecho a que viajaban 'jalando dedo' |
| 11-mar-16 | 13 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Investigación | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 4 | Ministro del Interior Ministra de Justicia Abogados de los procesados | Reparación de los cuerpos, resultados pruebas 15 días, Subsecretaria presentó renuncia, reconstrucción de los hechos |
| 12-mar-16 | 14 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Justicia | Secundaria | 1/4 | Fotografía | Redacción | Noticia | 2 | Preparatoria | 3 | Abogados de los procesados Ministerio de Justicia Ministra de justicia | Sospechosos incommunicados, luego de cuatro días comunicación con abogados |
| 15-mar-16 | 15 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Informe | Terciana | 1/32 | Fotografía | Sin firma | Corto | 1 | / | / | / | Nueva Fiscalía toma el caso |
| 17-mar-16 | 16 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Investigación | Secundaria | 1/4 | Fotografía | Redacción | Noticia | 3 | Sumaria | 2 | Director del equipo de abogados Hermana de Menegazzo | Teorías del grupo de abogados, móvil de los crímenes, móvil sexual |
| 18-mar-16 | 17 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Guayaquil | Secundaria | 3/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 2 | Asociación de argentinos en Ecuador Director del equipo de abogados | Dos marchas convocadas, no más impunidad, violencia contra la mujer |
| 19-mar-16 | 18 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Montañita | Secundaria | 1/8 | Fotografía | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 1 | Ciudadanía | Marcha en montañita, surfistas, extranjeros, ciudadanos y familiares |
| 20-mar-16 | 19 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Guayaquil | Secundaria | 1/4 | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Narrativa | 2 | Madre de María José Coni Director del equipo de abogados Hermana de Menegazzo | Familiares y abogados ratifican que la investigación continúa |
| 23-mar-16 | 20 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Investigación | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Descriptiva | 2 | Director del equipo de abogados Fiscal del Guayas | La primera autopsia cuerpos NN, segunda autopsia en Cuenca, análisis de fluidos, objetos y prendas |
| 29-mar-16 | 21 | El Comercio | Seguridad y Justicia | Guayaquil | Terciana | 1/32 | Fotografía | Sin firma | Corto | 1 | / | 1 | Director del equipo de abogados | Reparación de cuerpos |

Fuente: Elaboración propia (2016)

Tabla 3. Matriz de registro de datos Diario El Telégrafo

| IDENTIFICACIÓN | | | DESPLIEGUE | | | | | CARACTERÍSTICAS DEL TEMA | | | | | | |
|----------------|-----------------------|--------------|------------|--------------------------|------------|---------------|------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------|--------------|-------------------|--|--|
| Fecha | Nº Unidad de análisis | Diario | Sección | Tema | Jerarquía | Dimensión | Elemento Gráfico | Autoría del tema | Género Periodístico | Coherencia titular/ texto | Entrada | Número de fuentes | Fuente identificada de manera explícita | Descriptores |
| 29-feb-16 | 22 | El Telégrafo | Justicia | Informe | Secundaria | 3/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Ministro del Interior Comandante de Policía Director de la Dinased | Cuerpos encontrados en Montañita, golpes contundentes, desaparecidos desde el 22 |
| 01-mar-16 | 23 | El Telégrafo | Justicia | Justicia | Apertura | Página entera | Fotografía | Redactor | Noticia | 1 | Con citas | 2 | Ministro del Interior | Ministro del interior revela datos del asesinato, familiares indican posible trata de blancas |
| 02-mar-16 | 24 | El Telégrafo | Actualidad | Opinión de la ciudadanía | Apertura | Página entera | Infografía | Redactor | Noticia | 2 | Preparatoria | 5 | Hermana de Menegazzo Psicóloga y coordinadora del área de salud y derechos sexuales CEPAM Hermana de Menegazzo Amiga de las jóvenes Consul de Argentina en Guayaquil Madre de María José Coni | Crime violento cuestionado por la ciudadanía, revictimización, feminicidio, razones de género |
| 03-mar-16 | 25 | El Telégrafo | Ciudadanía | Opinión ciudadana | Secundaria | 3/4 | Fotografía | Redacción | Noticia | 3 | Preparatoria | 3 | Estudiante paraguaya Autores de blogs | Recopilación de tres argumentos en redes sociales sobre feminicidio |
| 04-mar-16 | 26 | El Telégrafo | Justicia | Seguridad | Apertura | 7/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Preparatoria | 9 | Líder de prevención de la Secretaría Técnica de Drogas Director Nacional de Operaciones de la policía Director Nacional de Antinarcóticos Inspector General de la policía Ciudadanía Presidente del ATM Vicepresidenta del ATM | Secretaría Técnica de drogas, control en el balneario, antinarcóticos, mayor control |
| 04-mar-16 | 27 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 1/16 | Fotografía | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 1 | Fiscal General | Interpol Argentina solicita muestras genéticas, Peritos de Colombia, investigación |
| 05-mar-16 | 28 | El Telégrafo | Justicia | Seguridad | Secundaria | 3/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 2 | Director Nacional de Operaciones de la policía Ciudadanía | Seguridad Integral Montañita, resguardo para turistas y habitantes |
| 08-mar-16 | 29 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 1/2 | Infografía | Redacción | Noticia | 2 | Sumaria | 1 | Fiscal General | Resultados de las pruebas de ADN, identidad de los cuerpos |
| 09-mar-16 | 30 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 2 | Jefe del departamento de identificaciones personales de Argentina Madre de María José Coni | Análisis papiloscópico, identificación de cuerpos, investigación, material biológico |
| 10-mar-16 | 31 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 3/8 | Infografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 1 | Policía | Evidencias, cadena de custodia, pertenencias personales |
| 11-mar-16 | 32 | El Telégrafo | Justicia | Seguridad | Apertura | Página entera | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Preparatoria | 4 | Ciudadanía Ministerio del Interior Socióloga | Ciudadanía percibe mayor inseguridad, delitos menores, hipótesis del hecho |
| 12-mar-16 | 33 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Terciaria | 1/8 | / | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 2 | Defensa de los detenidos | Sospechos cambian versión de los hechos, gente involucrada en microtráfico tendrían participación, 'Inocentes' |
| 13-mar-16 | 34 | El Telégrafo | Justicia | Seguridad | Apertura | Página entera | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Ministro del Interior Fiscal General Director de la Dinased | Casos de feminicidio, condición de mujer, actos violentos, violencia social |
| 14-mar-16 | 35 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 1/16 | / | Redacción | Nota breve | 1 | Sumaria | 1 | Hermana de Menegazzo | Familiares solicitan fotos de Montañita 22 febrero |
| 15-mar-16 | 36 | El Telégrafo | Página dos | Marchas | Terciaria | 1/32 | / | Sin firma | Corto | 1 | / | 1 | Hermana de Menegazzo | Marcha en Guayaquil, no más impunidad |
| 16-mar-16 | 37 | El Telégrafo | Página dos | Investigación | Apertura | 1/16 | / | Redacción | Nota breve | 2 | Sumaria | 1 | Presidente del Consejo de la Judicatura | Presidente de CJ resalta labor de investigación en el país, caso sigue abierto |
| 17-mar-16 | 38 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Apertura | Página entera | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Hermano de Coni Hermana de Menegazzo Director del equipo de abogados | Ratifica identidad de los cuerpos, familiares esperan resultados ADN |
| 18-mar-16 | 39 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 3/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 2 | Juristas | Abogado difunde video de declaración de su procesado |
| 20-mar-16 | 40 | El Telégrafo | Actualidad | Sucesos | Apertura | 1/2 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 1 | Presidente de la República | Rechazo a los comentarios sexistas, disculpas a la familia |
| 21-mar-16 | 41 | El Telégrafo | Ciudadanía | Marchas | Apertura | 5/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 3 | Ciudadanía Hermana de Menegazzo | Marcha, feminicidios, violencia de géneros, apoyo a las familias |
| 23-mar-16 | 42 | El Telégrafo | Justicia | Investigación | Secundaria | 1/8 | Fotografía | Redacción | Noticia | 1 | Sumaria | 1 | Viceministro de Seguridad Interna del Ministerio del Interior | Cuerpos trasladados a Cuenca, nueva necropsia, ampliación investigación |
| 29-mar-16 | 43 | El Telégrafo | Página dos | Investigación | Terciaria | 1/32 | / | Sin firma | Corto | 1 | / | / | / | Toma de muestras de fluidos de los procesados |

Fuente: Elaboración propia (2016)

3.2.1 Datos generales:

Entre los días 28 de febrero al 28 de marzo del 2016 los medios de comunicación difundieron 43 noticias relacionadas al caso 'Menegazzo y Coni' o 'Montañita' en el que 32 fueron noticias, 7 fueron notas breves y 4 fueron presentadas como cortos. Durante este mes los diarios analizados publicaron con frecuencia una noticia diaria a excepción de los días que van desde el 24 al 28 de marzo en los que ninguno de los dos periódicos emitió información del caso, razón por la cual el análisis se extendió hasta el 29 de marzo.

Figura 1. Número de publicaciones realizadas por los medios del 28 de febrero al 29 de marzo del 2016



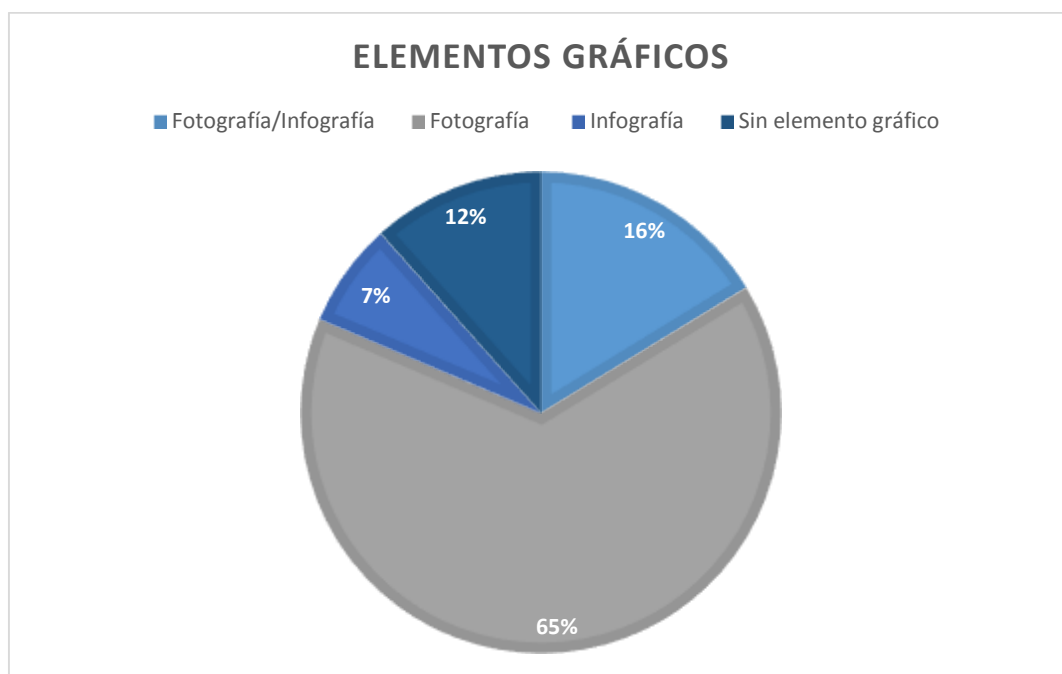
Fuente: Elaboración propia (2016)

Como se puede observar en la figura anterior el Diario El Telégrafo publicó dos noticias el 4 de marzo, fecha en la que la Secretaría Técnica de Drogas realizó intervenciones en Montañita y la Interpol de Argentina solicitó muestras genéticas para comprobar la identidad de los cuerpos. Por otro lado, el Diario El Comercio publicó dos noticias el 7 de marzo abordando los últimos datos

relativos a la investigación, y una nota acerca de los extranjeros que se encuentran desaparecidos en el país.

Además del número de publicaciones realizadas, es importante determinar los elementos gráficos presentes en la noticia, mismos que a más de apoyar a la lectura haciéndola más llamativa, se convierten en indicador de la importancia que se le confirió a la información al resumirla con infografías atrayentes para el lector, o imágenes que apoyan y simbolizan al texto.

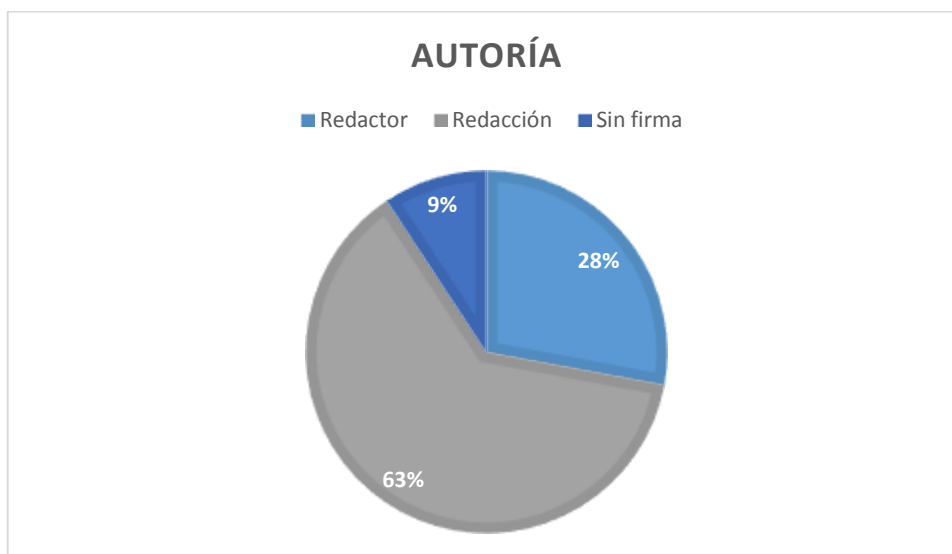
Figura 2. *Elementos gráficos presentes en las noticias*



Fuente: Elaboración propia (2016)

Tal como se lo puede observar en la figura número 2, un 12% de las noticias publicadas no cuentan con el soporte de un elemento gráfico, de las cuales 3 fueron clasificadas como notas breves y 2 como cortos, todas pertenecientes al Diario El Telégrafo.

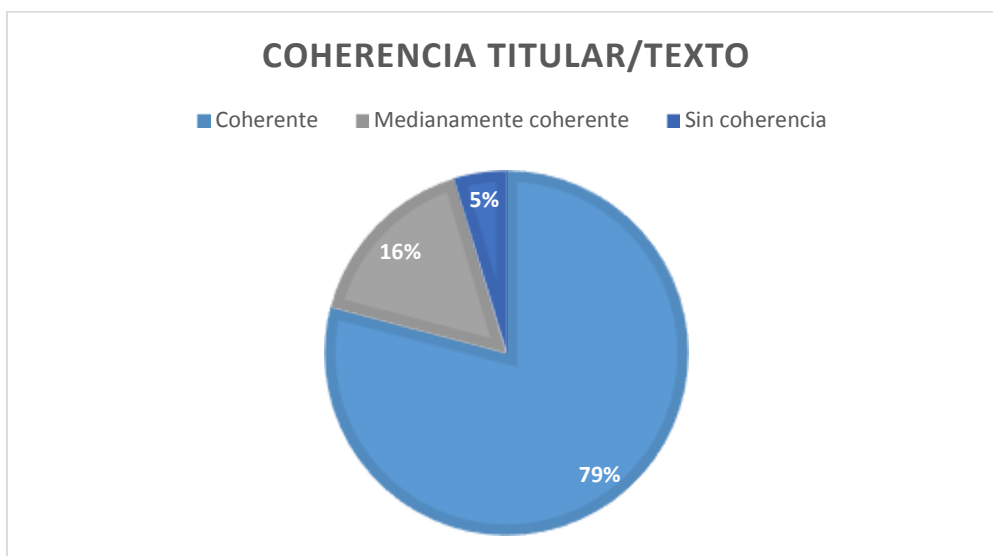
Figura 3. Autores de la información



Fuente: Elaboración propia (2016)

En cuanto a la autoría de las noticias difundidas por la prensa escrita, un 28% (12 noticias) detalló el nombre del periodista que produjo la nota, un 63% (27 noticias) se le atribuyó a una sala de redacción específica, y un 9% (4 noticias) se encontró sin firma.

Figura 4. Coherencia existente entre el titular y la noticia

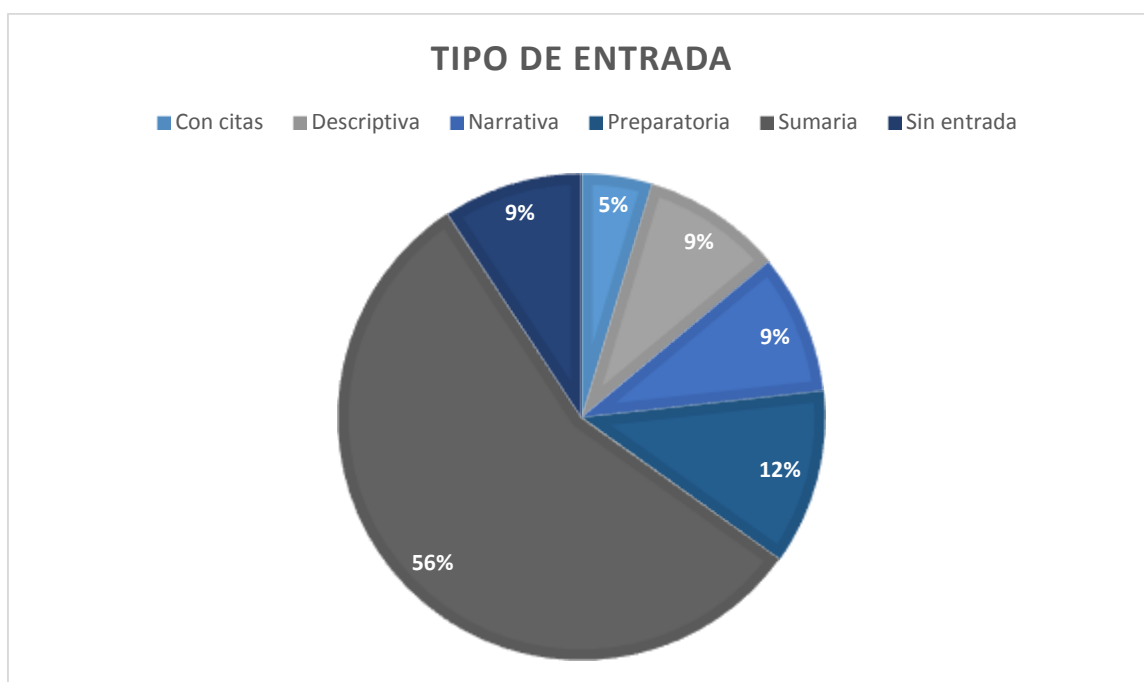


Fuente: Elaboración propia (2016)

El titular es conocido como uno de los elementos de la noticia más complejos y difíciles de escribir, evidentemente no por su extensión si no por la esencia y el objetivo de capturar la atención de los lectores en unas cuantas palabras. Este propósito seductor hace que en ocasiones se pierda la conexión entre su verdadero contenido y el desarrollo del texto.

Como se aprecia en la figura 4 un 79% (34 noticias) de las publicaciones emitidas tenían una relación completa con el titular; un 16% (7 noticias) guardaban una coherencia regular con el titular; y un 5% (2 noticias) no tenían coherencia alguna al abordar temas distintos al establecido en el encabezado.

Figura 5. Tipo de entrada usada en las noticias del caso



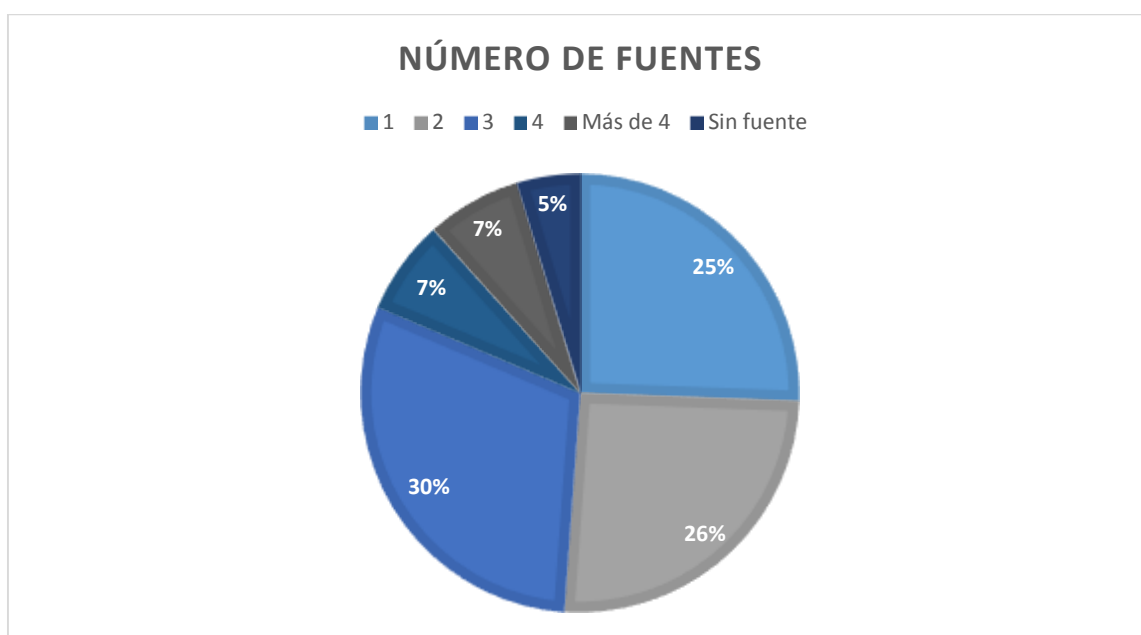
Fuente: Elaboración propia (2016)

Al igual que el titular, la entrada cumple la función de enganchar al lector y la noticia; ese pequeño párrafo puede resultar decisivo para que se logre crear interés por la información desarrollada posteriormente.

En las noticias analizadas se pudo observar cinco tipos de entrada diferentes y cortos que carecían de ella; es así como un 56% (24 noticias) utilizaron entrada

sumaria, 12% (5 noticias) optaron por una entrada preparatoria, 9% (4 noticias) plasmaron los hechos de forma narrativa, 9% (4 noticias) lo hicieron de forma descriptiva, 9% (4 noticias) debido a su corta extensión no presentaban una entrada definida y, finalmente un 5% (2 noticias) dieron mayor importancia a las declaraciones de una fuente prefiriendo una entrada con citas.

Figura 6. *Número de fuentes consultadas para la elaboración de las noticias*



Fuente: Elaboración propia (2016)

Las fuentes en una noticia son elementos fundamentales para atribuir credibilidad y sentido a la información. Son personas, instituciones o grupos que acreditan datos para la construcción de un hecho, aunque su cantidad es muy valiosa (siendo por regla esencial el uso mínimo de 3) lo es aún más la credibilidad de su palabra.

Durante estos 30 días de análisis, se pudo advertir la presencia iterativa de fuentes como: Fiscal General, la policía nacional, miembros de las familias Menegazzo y Coni, abogados, ciudadanía etc.

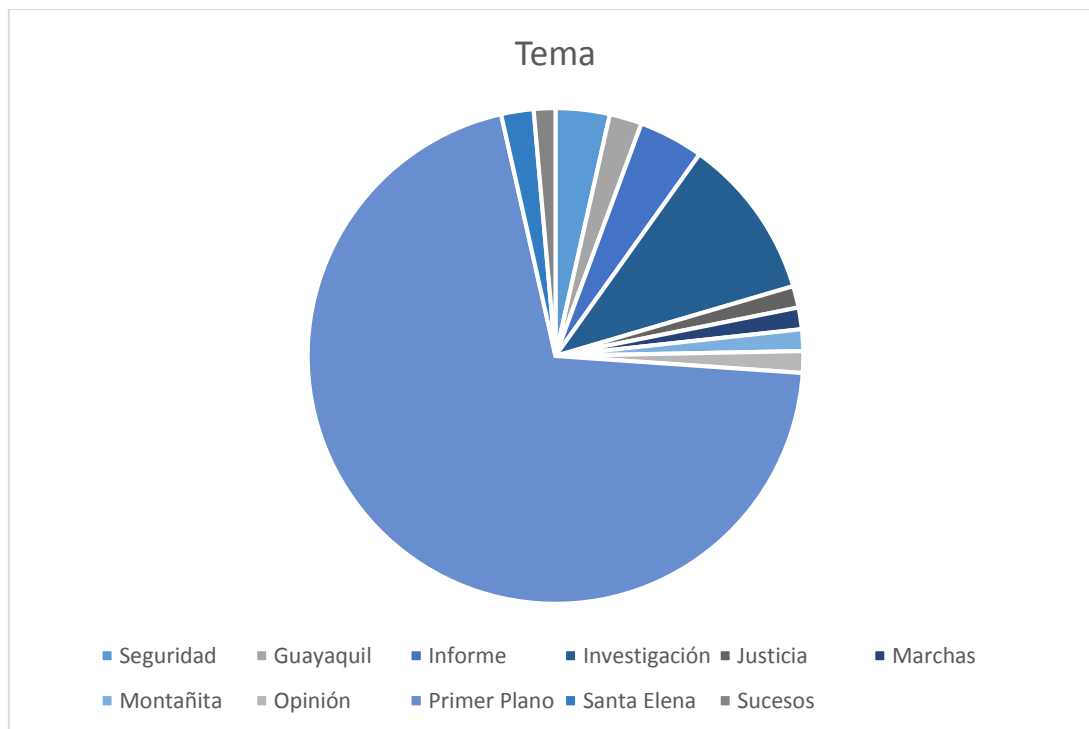
Tal como se puede evaluar en la figura número 6, un 25% (11 noticias) presentaron 1 fuente de información, otro 25% utilizó 2 fuentes informativas, 30% (13 noticias) hizo uso de 3 fuentes de información, 7% (3 noticias) utilizó 4 fuentes, otro 7% utilizó más de 4 fuentes, y 5% no presentaban fuente alguna.

3.2.2 ¿Qué se dijo acerca del tema?

Los medios de comunicación El Comercio y El Telégrafo abordaron la temática analizada desde el 29 de febrero del 2016, publicando en un inicio los detalles concernientes al hallazgo de los cuerpos y las “teorías” que indicaban los por menores del crimen; aunque como difusores de la información se debe tener cierta cautela en el tratamiento informativo de temas tan sentidos por la ciudadanía, se crearon noticias que se aproximaban al hecho con un argumento de trasfondo.

De las 43 noticias analizadas un 34,88% se refirió a la investigación del caso; un 13,95% presentó la información a manera de informe; un 11,62% abordó la temática respecto a la seguridad del balneario; un 6,97% la calificó como información de Guayaquil; un 6,97% como información propia de Santa Elena, un 4,65% la exhibió como temática de justicia; un 4,65% manifestó las marchas realizadas; un 4,65% categorizó la información como datos de la localidad de Montañita; un 4,65% exteriorizó la opinión ciudadana respecto al hecho; un 4,65% presentó información que se desarrolló posteriormente como sucesos anexos; finalmente un 2,32% desplegó la información como datos de primera plana.

Figura 7. Temas expuestos en las noticias

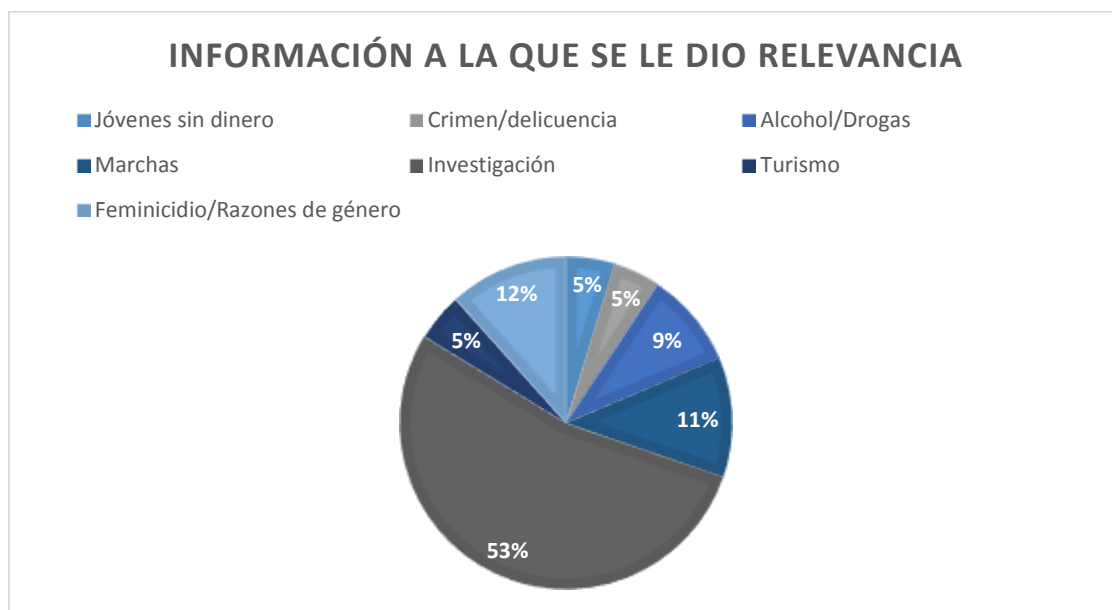


Fuente: Elaboración propia. (2016)

En medio de estas temáticas elegidas por los medios es interesante revisar la información a la que se le concedió cierta relevancia dentro del marco informativo; pues de esta forma, se entenderá la orientación que se buscó crear a la opinión ciudadana.

Como se expuso anteriormente los argumentos de trasfondo condicionan la noticia hacia juicios determinados, mismos que en conjunto, permiten crear un esquema de la percepción del medio de comunicación hacia el hecho mediático.

Figura 8. Información a la que se le dio relevancia



Fuente: Elaboración propia (2016)

Tal como se observa en la figura número 8; el 53% de la información emitida resaltó los datos referentes a la investigación del caso; un 12% prevaleció las razones de género y el femicidio en el país; un 11% destacó las marchas realizadas por los familiares; un 9% señaló la presencia de alcohol y drogas en el sitio en el que ocurrió el delito; un 5% enfatizó el crimen y la delincuencia; otro 5% acentuó el hecho de que las jóvenes se encontraban sin dinero luego de un supuesto robo, un 5% subrayó las bajas en el turismo como consecuencia de la agresión.

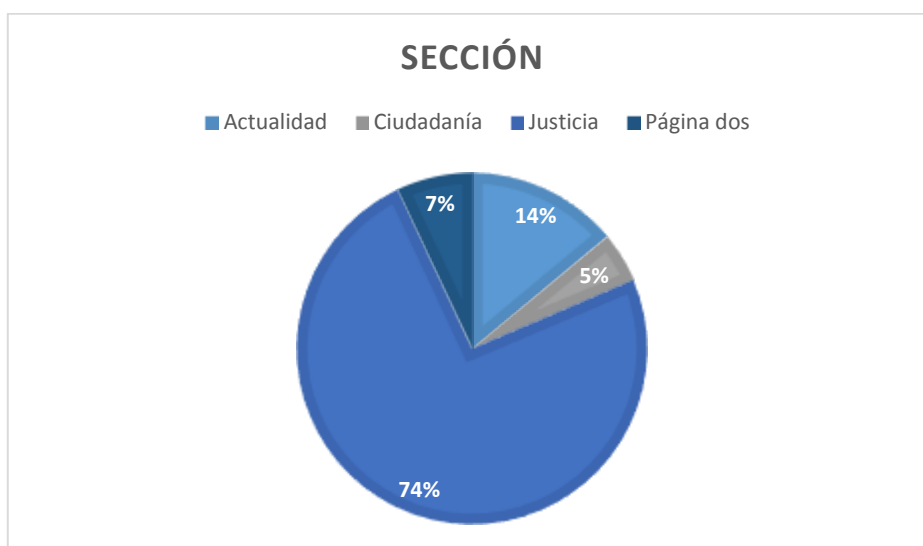
De tal manera, la prensa escrita presentó la información relacionada con el caso basándose en peculiaridades de las víctimas, señalando durante los primeros días una supuesta escases de dinero; posteriormente, se destacó el crimen en la localidad de Montañita, eventos relacionados con el micro tráfico y la delincuencia; los datos concernientes a la investigación predominaron en las publicaciones siendo parte del esclarecimiento del caso.

3.2.3 ¿Cómo se lo presentó al público?

Las noticias fueron publicadas en cuatro secciones diferentes tomando en cuenta la información que contenían y por supuesto, la importancia que denotaban en el momento de difusión.

A lo largo del mes de análisis se distribuyeron de la siguiente forma: un 74% perteneció a la sección de justicia, un 14% a la sección de actualidad, un 7% formó parte de la página dos del diario El Telégrafo y un 5% a la sección de ciudadanía.

Figura 9. Sección en la que se publicaron las noticias



Fuente: Elaboración propia (2016)

La información que se difundió con los lectores en un inicio fue la vulnerabilidad de las dos jóvenes extranjeras, que 'sin dinero' de alguna forma aceptaron la ayuda de dos desconocidos que las dirigieron hasta el lugar del homicidio; argumentos repetitivos en los medios de comunicación que contextualizaban de esta manera la información que iban publicando día a día; además, se puede resaltar que de una forma indirecta publicaron noticias referentes al micro tráfico, y el consumo de alcohol y drogas por parte de los turistas. Proceder que modificaba disimuladamente la gravedad de lo ocurrido el 22 de febrero.

Tan sólo dos días después de haber sido encontrados los cuerpos NN en la localidad de Nueva Montañita, el Ministro del Interior informa haber hallado a los principales sospechosos del hecho, a partir de allí los medios de comunicación transmiten reiteradamente los detalles procedentes de la investigación, entre ellos, la llegada de las familias Menegazzo y Coni y sus sospechas en cuanto a la identidad de los cuerpos.

El reconocer si se trataba de las jóvenes desaparecidas es una constante en las publicaciones diarias, incluso luego de que el Gobierno ecuatoriano así lo confirmara; las pruebas dactilares y de ADN por parte de los peritos argentinos fue un tema muy recurrente entre los informes.

Conforme los detalles de la investigación iban siendo menos frecuentes, así también lo hicieron las publicaciones emitidas por los medios, mismos que con cualquier eventualidad desempolvaban el caso y lo ubicaban nuevamente en sus páginas destinadas a la sección de justicia.

3.2.4 ¿Qué reacción se obtuvo de ellos?

Es posible observar la respuesta por parte de los lectores a través de los comentarios publicados en las redes sociales de la prensa escrita; opiniones individuales que revelan en suma el impacto mediático generado por una noticia.

Al analizar las primeras publicaciones relacionadas con la desaparición de Marina Menegazzo y María José Coni en relación a los comentarios realizados por la ciudadanía se pueden vislumbrar opiniones dirigidas en cuatro sentidos; aquellos que apoyaron a las familias en su dolor y manifestaron lo difícil de estar en una situación similar; las personas que por otro lado criticaron la seguridad del balneario y expresaron la necesidad de realizar algo para frenar este tipo de eventos; aquellos que enjuiciaron a las víctimas argumentando el uso de drogas por parte de los turistas, y por último, personas que generaron un juicio de valor

señalando a las jóvenes como mochileras, justificando de esta manera un evento trágico con una calificación insulsa.

A pesar de los comentarios, la ciudadanía estuvo muy pendiente de las noticias referidas al caso, debido a la gran cantidad de información que se tuvo durante la primera etapa del acontecimiento, y por la importancia que el Gobierno y las autoridades le confirieron al hecho; esta noticia amarga sacó a luz la agresión de género y la inseguridad vivida por una segunda ocasión.

La noticia tuvo tantas opiniones encontradas que se convirtió en una verdadera disputa de creencias y prejuicios; no sólo era el hecho de la violencia hacia estas mujeres, si no el misterio del caso, los estereotipos creados y quienes se preguntaban por qué estas mismas características que las señalaban y re victimizaban eran las que empujaban a la investigación con más prontitud y severidad.

3.3 Agenda Setting

Se conoce como 'Agenda setting' al poder que tienen los medios de comunicación de dirigir la opinión pública hacia ciertos temas explícitos que ellos presentan como los más sobresalientes en un momento determinado. (D'Adamo, García Beaudoux, & Freidenberg, pág. 121)

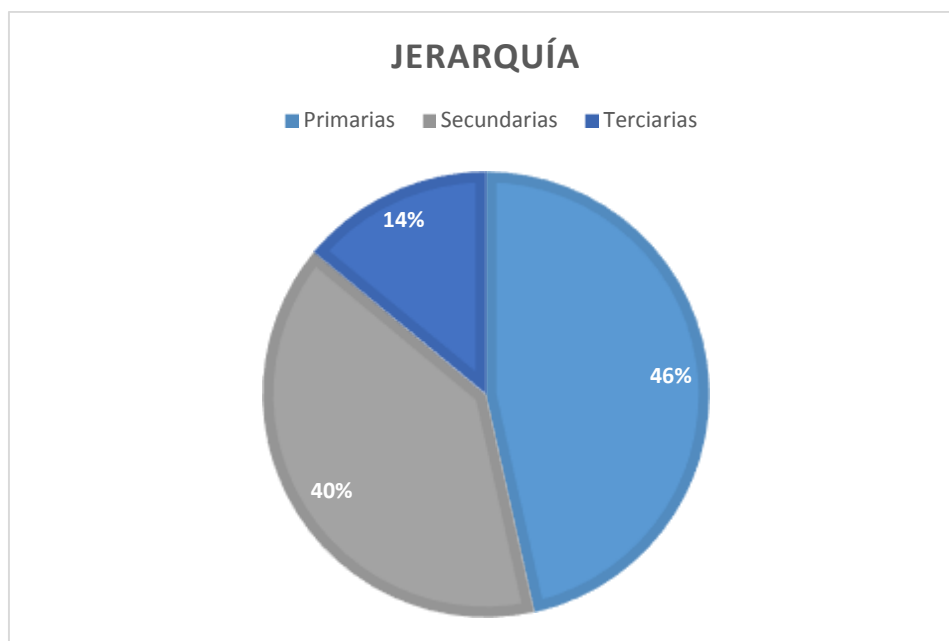
Es común encontrar noticias desplegadas con una gran extensión en las páginas de los diarios, mientras que otras han sido condenadas a la omisión para que las primeras puedan ser leídas en su amplio esplendor.

La agenda Setting nos permite evaluar la importancia que se le brindó a ciertos temas dependiendo de su ubicación y su dimensión dentro del medio escrito.

Como parte del análisis se observó la jerarquía que presentaban las noticias del caso en relación a su ubicación dentro de la página en la que fueron publicadas; siendo clasificadas como: notas de apertura, las noticias de mayor dimensión

dentro de la página y aquellas que por lo general se encuentran en el cuadrante superior izquierdo; notas secundarias, también cuentan con una gran extensión en la página pero no llegan a ser consideradas como principales; terciarias, son las notas que no cuentan con información destacada dentro de la página, su tamaño es mucho menor a las de las notas de apertura o secundarias.

Figura 10. Jerarquía de las noticias dentro de la página publicada

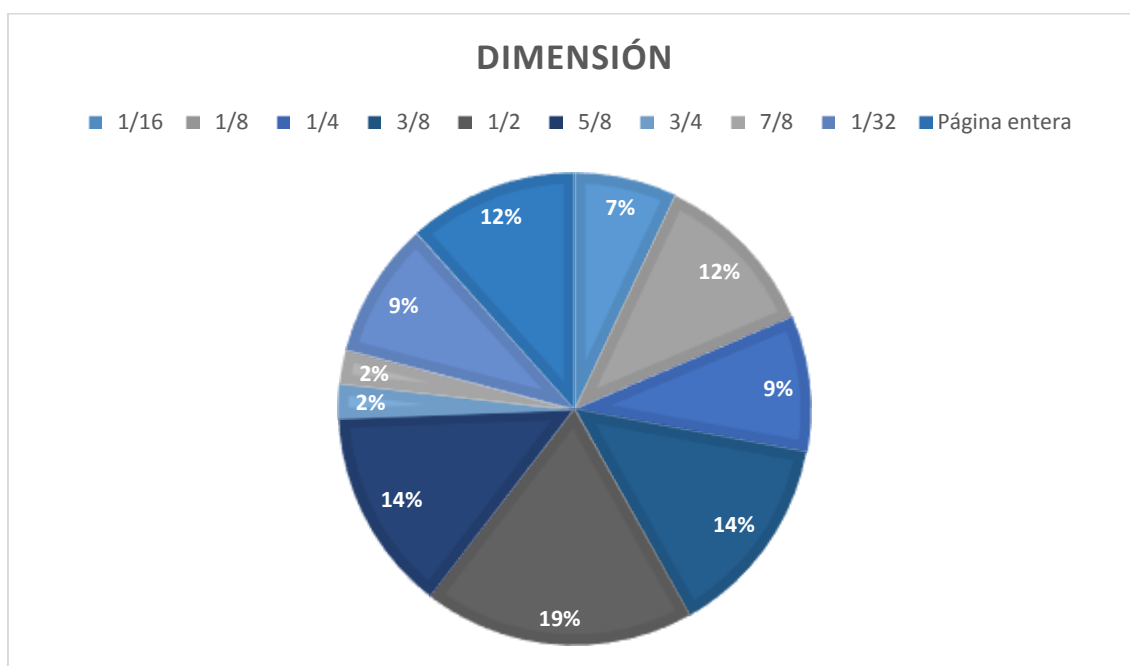


Fuente: Elaboración propia. (2016)

Como se puede advertir en la figura número 10, un 46% (20 noticias) de las notas analizadas son consideradas como notas de apertura dentro de la página en la que fueron publicadas; un 40% (17 noticias) fueron notas secundarias y un 14% (6 noticias) fueron notas terciarias.

Por medio de este procedimiento se puede percibir la importancia otorgada a este tipo de artículos durante los días que fueron publicados.

Figura 11. *Dimensión de los artículos publicados*



Fuente: Elaboración propia (2016)

Además, tal como lo podemos ver en la figura anterior las dimensiones que se les otorgaron fueron bastante variadas, teniendo un 12% de noticias que abarcaron la página entera; un 19% de noticias que ocuparon media página; un 14% que ocupó 5/8 de la página; otro 14% que ocupó 3/8 de la página; un 12% que ocupó 1/8 de la plana; un 9% con una dimensión de 1/4 de plana; llegando a tener incluso un 9% de las publicaciones a las que se les destinó el mínimo espacio de 1/32.

3.4 Análisis del discurso:

3.4.1 Análisis semántico:

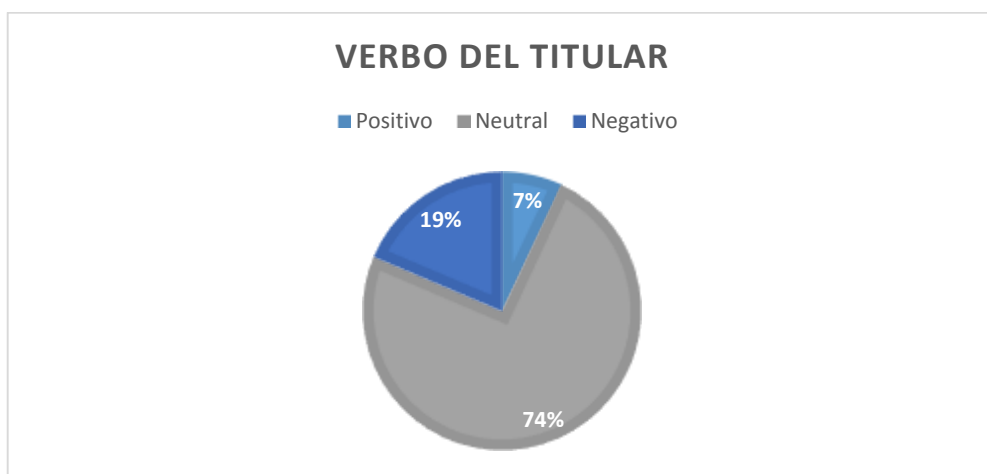
Entendido como el estudio que se realiza entre el significante y el significado; el análisis semántico aplicado en las noticias nos permite comprender el verdadero sentido de las palabras utilizadas para conformar la información.

Es así como se realizó una matriz con las 43 noticias publicadas por los medios de comunicación El Comercio y el Telégrafo, analizando el verbo predominante

en el titular (o lead, en el caso de que no exista verbo) para reconocer su intencionalidad central; además de registrar las clasificaciones dentro del artículo y los status adjudicados a las víctimas del hecho.

De los 43 titulares examinados un 74% logró presentar una valoración neutral, es decir, su significado no atribuía una carga previa a la noticia; un 19% presentó un efecto negativo; y un 7% mostró una derivación positiva.

Figura 12.Carga semántica del verbo del titular

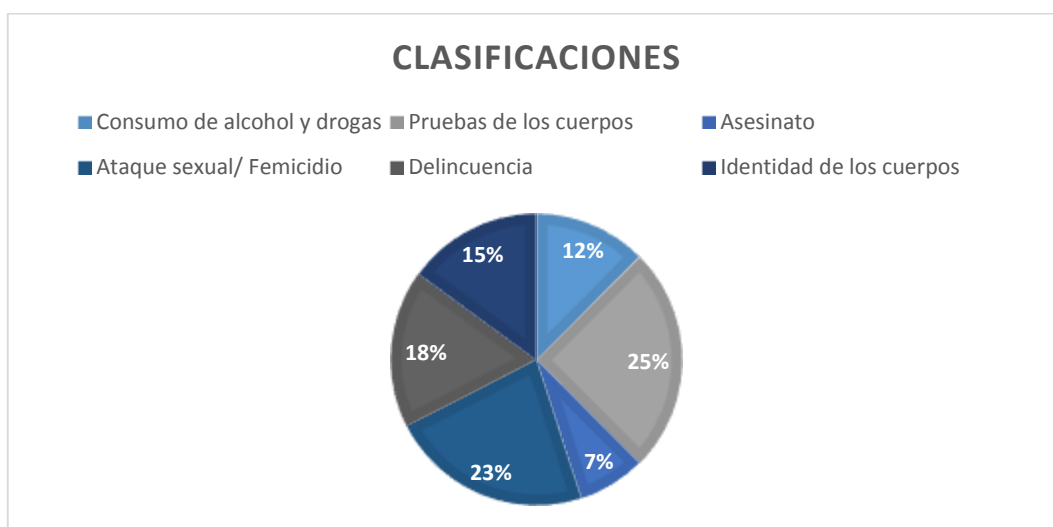


Fuente: Elaboración propia. (2016)

Tomando en cuenta los términos usados con mayor frecuencia dentro de las noticias, se puede recalcar la temática destacada en el artículo periodístico, y su alineación informativa dentro del proceso.

La figura 13 permite observar la periodicidad con la que se presentaron las expresiones más relevantes relacionadas a los tópicos, obteniendo así: un 25% de los términos se referían a las pruebas biológicas realizadas a los cuerpos; un 23% mencionaba la agresión sexual; un 18% se relacionaba con la delincuencia en Montañita, un 15% apuntaba a la identificación de los cuerpos; un 12% exteriorizaba el consumo de alcohol y drogas en el balneario y un 7% expresaba el asesinato.

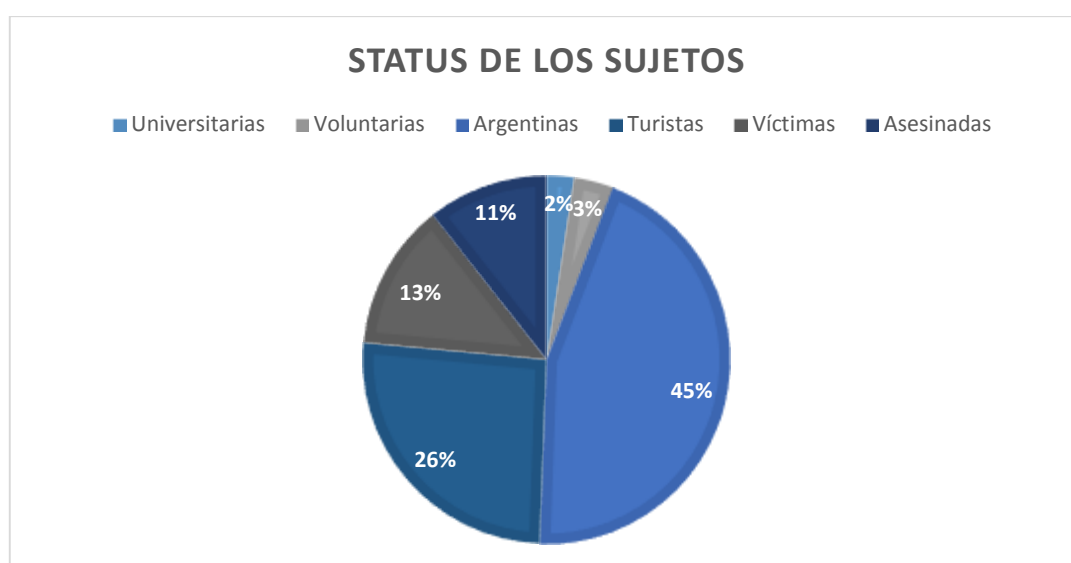
Figura 13. Términos usados con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia (2016)

En relación a cómo los medios de comunicación describieron a Marina Menegazzo y María José Coni, se puede destacar los siguientes adjetivos: en un 45% de las ocasiones se refirieron a ellas como 'argentinas'; un 26% las llamó 'turistas'; un 13% las nombró como víctimas; un 11% las citó como 'asesinadas'; un 2% las designó como universitarias y un 3% como voluntarias.

Figura 14. Forma en la que describieron a Marina Menegazzo y María José Coni



Fuente: Elaboración propia. (2016)

Tabla 4. Análisis semántico Diario El Comercio

| Datos de identificación | | | | Análisis semántico | | | | | | |
|-------------------------|-------------|------------|---------------|--------------------|---|---|---|---------------------------|-----------------------|--|
| # | Medio | Fecha | Tema | Verbo del titular | + | 0 | - | Clasificaciones | Status de los sujetos | Datos destacados |
| 1 | El Comercio | 29-feb.-16 | Seguridad | Hallaron | | x | | Inseguridad | Universitarias | Muerte de extranjeros en los últimos años en el país |
| | | | | | | | | Violación | Voluntarias | |
| | | | | | | | | Agresión | Turistas Victimas | |
| 2 | El Comercio | 1-mar.-16 | Seguridad | Asesinadas | | | x | Trata de blancas | Jóvenes | Jóvenes sin dinero, caminaron en medio de la oscuridad, llevaban 11 días en Montañita |
| | | | | | | | | | Argentinas | |
| 3 | El Comercio | 2-mar.-16 | Seguridad | Vigilar | | | x | Crimen | Turistas | Conmosión en la región, profundizar la investigación, mayor seguridad Montañita |
| | | | | | | | | Delincuencia | Argentinas | |
| | | | | | | | | Robos | Jóvenes Mendocinas | |
| 4 | El Comercio | 3-mar.-16 | Seguridad | Frenar | | | x | Crimen | Turistas | 5 asesinatos en la Provincia de Santa Elena |
| | | | | | | | | Riñas | Argentinas | |
| | | | | | | | | Consumo de alcohol | | |
| | | | | | | | | Adicción a drogas | Asesinadas | |
| 5 | El Comercio | 4-mar.-16 | Seguridad | Aclarar | | x | | Dudas | Universitarias | Familiares no dan fe de identidad, negligencia en la investigación, elementos generan duda |
| | | | | | | | | Negligencia | Turistas | |
| | | | | | | | | Identidad de los cuerpos | Argentinas | |
| 6 | El Comercio | 5-mar.-16 | Seguridad | Llegaron | | x | | Justicia | | 28 agentes de élite, 7 operativos antinarcóticos, nuevos datos, venta de cámara y objetos, sugerencias seguridad |
| | | | | | | | | Microtráfico | Jóvenes | |
| | | | | | | | | Drogas | Desaparecidas | |
| | | | | | | | | Alcohol | Argentinas | |
| | | | | | | | | Robos | Turistas | |
| 7 | El Comercio | 6-mar.-16 | Seguridad | Iniciaron | | x | | Investigación | | Objetivos policia en Montañita, Cuerpos analizados por peritos, Investigación Argentina |
| | | | | | | | | Microtráfico | Victimas | |
| | | | | | | | | Delitos | Argentinas | |
| | | | | | | | | Controles | | |
| | | | | | | | | Asesinato | Turistas | |
| 8 | El Comercio | 7-mar.-16 | Actualidad | Realizar | | x | | Trata de blancas | Jóvenes | Próxima pruebas de ADN y reconstrucción de hechos, detenidos incomunicados |
| | | | | | | | | Pruebas de ADN | Turistas | |
| | | | | | | | | Detenidos | Argentinas | |
| | | | | | | | | Prisión preventiva | Argentinas | |
| 9 | El Comercio | 7-mar.-16 | Seguridad | Desaparecer | x | | | Desaparecidos | Argentinas | 10 extranjeros desaparecidos desde hace tres años |
| | | | | | | | | Extranjeros | Desaparecidas | |
| | | | | | | | | Expedientes | Chicas | |
| | | | | | | | | Vigilancia policial | Turistas | |
| 10 | El Comercio | 8-mar.-16 | Seguridad | Dicen | | x | | Muestras biológicas | Argentinas | Peritos argentinos toman muestras biológicas, sin ADN |
| | | | | | | | | Pruebas de ADN | | |
| | | | | | | | | Muestras de fluidos | Jóvenes | |
| 11 | El Comercio | 9-mar.-16 | Seguridad | Esperan | | x | | Pruebas de ADN | | Resultados argentinos en 15 días, espera pruebas dactilares, marcha en Argentina por fin de feminicidios |
| | | | | | | | | Pruebas dactilares | Desaparecidas | |
| | | | | | | | | Feminicidio | | |
| | | | | | | | | Declaraciones | Jóvenes | |
| 12 | El Comercio | 10-mar.-16 | Sucesos | Rechaza | x | | | Identidad | | Ministerio de Turismo rechaza declaraciones, identidad confirmada cuerpos |
| | | | | | | | | Pruebas ADN | | |
| | | | | | | | | Repatriación cuerpos | Jóvenes | |
| 13 | El Comercio | 11-mar.-16 | Investigación | Tardará | | x | | Resultado pruebas | Argentinas | 15 días tardarán los resultados de las pruebas, la repatriación de los cuerpos deberá esperar |
| | | | | | | | | Reconstrucción de hechos | | |
| | | | | | | | | Incomunicación | Turistas | |
| 14 | El Comercio | 12-mar.-16 | Justicia | Piden | | x | | Abogados | Argentinas | 90 días de investigación acerca de la participación de los sospechosos, reconstrucción de hechos |
| | | | | | | | | Procesados | | |
| | | | | | | | | Reconstrucción de hechos | | |
| 15 | El Comercio | 15-mar.-16 | Justicia | Toma | | x | | Nuevo fiscal | Jóvenes | Nuevo fiscal lleva el caso, se realizaran dos marchas |
| | | | | | | | | | Argentinas | |
| 16 | El Comercio | 17-mar.-16 | Investigación | Asumió | | x | | Móvil de los crímenes | Jóvenes | La defensa de las familias maneja 2 posibles teorías del móvil del asesinato |
| | | | | | | | | Índole sexual | Argentinas | |
| | | | | | | | | Comercializar con el caso | Alegres Sanas | |
| | | | | | | | | Desacreditación | Voluntarias | |
| 17 | El Comercio | 18-mar.-16 | Marcha | Convocaron | | x | | Marcha | Jóvenes | Marcha Ecuador-Argentina en contra de la impunidad |
| | | | | | | | | Impunidad | Argentinas | |
| | | | | | | | | Violencia contra mujer | Mendocinas | |
| 18 | El Comercio | 19-mar.-16 | Marcha | Apoyaron | x | | | Marcha | Jóvenes | Marcha en memoria de Marina Menegazzo y María José Coni |
| | | | | | | | | | Argentinas | |
| | | | | | | | | | Victimas | |
| | | | | | | | | | Fallecidas | |
| | | | | | | | | | Turistas | |
| 19 | El Comercio | 20-mar.-16 | Investigación | Dan | | x | | Justicia | Victimas | Presidente defiende labor de las autoridades locales, abogados y familiares continúan investigación |
| | | | | | | | | | Mendocinas | |
| | | | | | | | | | Jóvenes | |
| | | | | | | | | | Turistas | |
| 20 | El Comercio | 23-mar.-16 | Investigación | Hizo | | x | | Autopsia | | Segunda autopsia solicitada a cuerpos identificados para reconstrucción de hechos |
| | | | | | | | | Investigación | | |
| | | | | | | | | Necropsia | Argentinas | |
| | | | | | | | | Pruebas de ADN | | |
| 21 | El Comercio | 29-mar.-16 | Repatriación | Serán | | x | | Reconocimiento dactilar | | Familiales esperan autorización de la fiscalia para repatriación de cuerpos |
| | | | | | | | | Repatriación cuerpos | Argentinas | |
| | | | | | | | | | Jóvenes | |

Fuente: Elaboración propia (2016)

Tabla 5. Análisis semántico Diario El Telégrafo

| Datos de identificación | | | | Análisis semántico | | | | | | |
|-------------------------|--------------|------------|--------------------|--------------------|---|---|---|--|---|--|
| # | Medio | Fecha | Tema | Verbo del titular | + | 0 | - | Clasificaciones | Status de los sujetos | Datos destacados |
| 22 | El Telégrafo | 29-feb.-16 | Justicia | Fueron | | x | | Cuerpos hallados | Turistas Argentinas Desaparecidas Víctimas | Cuerpos de las jóvenes desaparecidas fueron hallados en Montañita con señales de violencia |
| 23 | El Telégrafo | 1-mar.-16 | Justicia | Será | | x | | Detalles del asesinato Trata de blancas | Jóvenes Mendocinas Argentinas Víctimas | Ministro del Interior detalla el asesinato, familiares abren la posibilidad de una trata de blancas, sospechoso intenta hacerse pasar como testigo |
| 24 | El Telégrafo | 2-mar.-16 | Opinión ciudadanía | Piden | | x | | Revictimización Viajaban solas Resistencia a violación Feminicidio Razones de género Muerte violenta Ataque sexual | Argentinas Víctimas ataque sexual Estudiantes Voluntarias Estudiantes | La 'opinión pública' revictimiza a las jóvenes culpandolas por lo sucedido; familia tiene dudas respecto a la investigación |
| 25 | El Telégrafo | 3-mar.-16 | Opinión blogs | Negué | | | x | Feminicidio Violencia contra mujer | Desaparecidas Mendocinas | "Cada 18 segundos una mujer es violentada en el mundo", en Argentina se dio un caso similar con dos francesas, recopilación de blogs contra el hecho |
| 26 | El Telégrafo | 4-mar.-16 | Seguridad | Realiza | | x | | Prevención Drogas Alcohol Regular Operativos Controles Robos Violación Muestras genéticas | Turistas Argentinas Asesinadas Jóvenes Argentinas | Secretaría Técnica de Drogas realiza intervenciones en Montañita, control de licor, drogas para evitar robos y crímenes |
| 27 | El Telégrafo | 4-mar.-16 | Investigación | Reunió | | x | | Peritos Investigación | Jóvenes Argentinas Asesinadas | Fiscal se reunió con familiares, Interpol solicita muestras genéticas, peritos colombianos apoyarán la investigación |
| 28 | El Telégrafo | 5-mar.-16 | Seguridad | Empezaron | | x | | Seguridad integral Intervención Microtráfico | Turistas Argentinas Jóvenes Mendocinas | Asesinato de las jóvenes aceleró intervención en tema de seguridad en Montañita |
| 29 | El Telégrafo | 8-mar.-16 | Investigación | Esperan | | x | | Resultado pruebas ADN Identidad | Jóvenes Argentinas | Familiares esperan los resultados de las pruebas de ADN para identificar los cuerpos, abogado de uno de los implicados ha estado en casos mediáticos |
| 30 | El Telégrafo | 9-mar.-16 | Investigación | Realizarán | | x | | Prueba papiloscópica Identidad de los cuerpos Muestras biológicas | Turistas Argentinas | Investigadores argentinos realizarán pruebas papiloscópicas para identificación de cuerpos en corto plazo y con mayor exactitud |
| 31 | El Telégrafo | 10-mar.-16 | Investigación | Están | | x | | Evidencias Cadena de custodia Pertenencias personales | Turistas Argentinas Víctimas | Evidencias ingresan a la cadena de justicia para ser parte del juicio, pertenencias no pueden ser entregadas a la familia |
| 32 | El Telégrafo | 11-mar.-16 | Seguridad | Reactiva | | | x | Delincuencia Inseguridad Debate Igualdad de género Nuevas versiones | Jóvenes Turistas Argentinas Turistas | Descuido de los padres, confianza, inseguridad, tasa de homicidios en Ecuador baja, distinción por nacionalidad |
| 33 | El Telégrafo | 12-mar.-16 | Investigación | Cambian | | x | | Implicados Defensa Inocente | Argentinas | Nuevas versiones que declaran inocencia e involucran a extranjeros como parte del delito |
| 34 | El Telégrafo | 13-mar.-16 | Seguridad | Deja | | | x | Feminicidio Violencia contra mujer Violencia social Crimen Asesinatos | Argentinas | Hasta marzo del 2016 se registraron 12 casos de feminicidio en el país, incluido el caso 'Montañita', el esfuerzo de las autoridades se enfoca en frenar estos actos violentos |
| 35 | El Telégrafo | 14-mar.-16 | Investigación | Piden | | x | | Fotos Montañita Identidad de los cuerpos | Turistas Argentinas Asesinadas | Hermana de Menegazzo solicita en redes sociales fotografías de la localidad del 22 de febrero para obtener mayor información |
| 36 | El Telégrafo | 15-mar.-16 | Marcha | Convoca | | x | | Marcha | Argentinas Fallecidas | Marcha en Guayaquil para rechazar la violencia contra las mujeres |
| 37 | El Telégrafo | 16-mar.-16 | Investigación | Sigue | | x | | Impunidad Referente | Turistas Argentinas | Presidente CI resalta labor investigativa 'referente en la región', 90% de los casos de asesinato y homicidio está sentenciado |
| 38 | El Telégrafo | 17-mar.-16 | Investigación | Esperan | | x | | Identidad de los cuerpos | Argentinas Víctimas | Interpol ratifica la identidad de los cuerpos a través de un comunicado, familiares esperan los resultados de ADN, piden fotografías del viaje a Montañita |
| 39 | El Telégrafo | 18-mar.-16 | Investigación | Difunde | | x | | Declaraciones Causa pública Implicados | Turistas Argentinas | Abogado difunde declaración de su defendido en la que revela la supuesta llegada de encapuchados al domicilio |
| 40 | El Telégrafo | 20-mar.-16 | Actualidad | Rechaza | | | x | Derecho de las mujeres Seguridad Declaraciones | Jóvenes Argentinas Asesinadas | Presidente pide disculpas a las familias por lo sucedido, resaltó el trabajo de la policía nacional, en contra de los comentarios sexistas |
| 41 | El Telégrafo | 21-mar.-16 | Ciudadanía | Rechazó | | | x | Feminicidio Violencia de género Marcha Diversidad Justicia | Víctimas Argentinas Ciudadanas Asesinadas | En Quito y Guayaquil se llevó a cabo marchas en contra de la violencia de género, en respeto a la diversidad y en apoyo a familiares |
| 42 | El Telégrafo | 23-mar.-16 | Justicia | Fueron | | x | | Investigación Necropsia | Turistas Argentinas | Según orden judicial de Guayaquil se realizará otra necropsia a los cuerpos |
| 43 | El Telégrafo | 29-mar.-16 | Investigación | Serán | | x | | Muestras de fluidos Cotejamiento Diligencias | Turistas Argentinas Víctimas | Muestras de fluidos corporales de los sospechosos serán contejadas con las de las víctimas |

Fuente: Elaboración propia. (2016)

3.5 Actualidad del caso:

A partir del 28 de marzo de 2016, fecha en la que culminó el periodo de análisis, la investigación relativa a la muerte de Marina Menegazzo y María José Coni reveló datos inquietantes que ayudaron a la reconstrucción de los hechos y al esclarecimiento de lo ocurrido con las dos jóvenes la trágica noche del 22 de febrero.

Los datos mencionados contribuyeron a derribar las teorías mantenidas desde un inicio; el 6 de mayo el peritaje toxicológico reveló que las jóvenes fueron drogadas por benzodiacepina, una sustancia psicotrópica que actúa sobre el sistema nervioso central haciendo que la víctima pierda la voluntad de decidir y sea un blanco mucho más fácil para este tipo de agresiones.

Durante la audiencia de juicio que tuvo lugar del 8 al 17 de agosto, se logró comprobar la tortura que padecieron las jóvenes de 21 y 22 años momentos previos a su muerte; peritos argentinos y colombianos dieron a conocer los resultados de la investigación realizada desvelando las huellas físicas resultado de la agresión.

El 29 de marzo el Fiscal General anunció la posibilidad de que los cuerpos fueran repatriados a Argentina, al haber culminado ya con todas las pruebas necesarias para la investigación; dos días más tarde los cuerpos llegan a Mendoza. El primero de abril de este año se realizó el entierro de ambas jóvenes acompañadas por sus amigos y familiares.

Las evidencias presentadas por la Fiscalía fueron razón suficiente para que el Tribunal Penal de Santa Elena, el día 17 de agosto, condenara a Segundo P. y Eduardo M. a 40 años de cárcel por el asesinato de María José Coni y Marina Menegazzo, en Montañita, en febrero pasado.

No obstante, el caso 'Montañita' sigue sin estar completamente cerrado puesto que en la escena del crimen se encontraron perfiles genéticos de otras dos personas. El 18 de agosto el fiscal general, Galo Chiriboga anunció una nueva investigación para determinar a quienes pertenecen los rastros encontrados en la zona.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis de datos:

En el capítulo anterior se presentaron de forma sistemática los principales datos recopilados con el monitoreo de medios, sin embargo, su análisis e interpretación serán abordados a lo largo de este capítulo, exteriorizando la intencionalidad y el verdadero papel de la prensa escrita en la construcción de este trágico evento mediático.

3.1.1. Procesamiento de la información obtenida:

Uno de los primeros lineamientos que se pueden vislumbrar y definir en este trabajo investigativo es la frecuencia y la importancia que se le concede a la noticia durante los primeros días del suceso.

Los medios de comunicación aprovecharon el impacto del acontecimiento dentro de la sociedad para generar un producto noticioso de forma frecuente, por lo menos una noticia diaria que marcaría una secuencia en la información y que mantendría la atención del lector el mayor tiempo posible.

Tal como lo observado en la Figura 1, este interés mediático decreció en los dos medios analizados del 24 al 28 de marzo, semana en la que ninguno publicó noticia alguna del caso. Es decir, transcurrieron 25 días desde que se difundió el primer artículo relacionado con la desaparición de Marina Menegazzo y María José Coni para que los medios, con la misma facilidad que introdujeron la información a las páginas principales de sus periódicos, fueran disipando la atención del tema, hasta llegar a una etapa en la que la noticia quedó reducida a la espera de pequeños cortos que posteriormente daban la noción de que aún no se había puesto punto final al hecho.

Es lógico y a la vez algo justificable este ciclo que manejaron los medios en cuanto a la publicación de noticias del tema, etapas que van de la mano con el

flujo de la opinión pública que se interesa y se desentiende con gran naturalidad de la información; lo que aún no es defendible, es la forma en la que se procura mantener la atención del público con noticias anexas al evento durante un periodo extendido.

Los porcentajes conexos a las temáticas presentes a la hora de abordar la información revelan un 58% de datos relativos a la investigación, un 11% cubrió las marchas de los familiares, el 31% restante se encuentra dividido entre los artículos elaborados en base al crimen, la violencia de género, el alcohol y drogas presentes en el balneario. (Figura 8).

Si bien, la relación entre los temas presenta una amplia diferencia es necesario añadir que ese 31% presente entre los argumentos, basta para señalar lo citado anteriormente, el modo en el que los medios exhiben notas vinculadas a un contenido central con la finalidad de mantenerlo entre los primeros asuntos mediáticos.

En el caso 'Menegazzo y Coni' este 'objetivo' instituyó información con un criterio oculto; el presentar reportes del micro tráfico en la localidad del hecho, a tan sólo unos días de haber acaecido, abrió la posibilidad enmascarada de que las jóvenes se encontraban bajo los efectos de estupefacientes cuando ocurrió el hecho, o en otro caso, involucrar algún tipo de droga como causa del delito.

Por otro lado, el cubrir noticias enlazadas al crimen y delincuencia en la región e insinuar la necesidad de las jóvenes por pedir un 'aventón' al estar 'solas y sin dinero' se convirtió en un testimonio que de cierta forma justificó lo ocurrido, desde cuándo se ha convertido en una necesidad comunicacional encontrar un justificante para todo, incluso para un delito.

Foto 1. Extracto de noticia del 29 de febrero 2016

Javier Ortega R. Redactor (f)
jortega@elcomercio.com

Voluntarias Desaparecidas

Dos voluntarias de nuestra organización desaparecieron en Montañita, Ecuador.
Desde el lunes 22 de febrero están desaparecidas.



Marina Menegazzo
Rubia - 1,53 mts. de altura - Delgada
Lunar al lado del labio - 21 años



María José Coni
Morocha - 1,70 mts. de altura - Delgada
Eventualmente usa lentes - 22 años

¡DIFUNDIR, POR FAVOR!

Marina Menegazzo la llamaban 'veinita'. Fue el apodo que la familia eligió cuando nació, hace 21 años. "Y así te llamaré siempre. Pronto bailaremos juntas en el cielo, como la última vez que te vi", escribió ayer su hermana Paula, poco después de conocer que la encontraron sin vida en Montañita, una playa ecuatoriana.

A María José Coni su madre le decía de cariño 'Jo'. Era la amiga inseparable de Marina. Ella también fue hallada muerta. Las dos jóvenes crecieron en Mendoza (Argentina) y llegaron hace dos semanas al país a pasar unos días de vacaciones.

El lunes 22 se comunicaron por última vez con sus familias. Tenían previsto viajar por tierra a Lima (Perú) y visitar a una amiga, pero nunca llegaron.

Las turistas pensaban hacer dedo desde Montañita porque se quedaron sin dinero. Incluso contaron a sus padres que les robaron el poco efectivo que tenían guardado en la habitación del hostel. Esos datos constan en las redes sociales

Fuente: Diario El Comercio (2016)

No está de más señalar que los medios de comunicación reprodujeron este testimonio durante la primera semana, es decir, desde el 29 de febrero (fecha en la que se difundió la primera noticia) pese a que el día 27 de febrero (dos días antes) Franco Menegazzo, hermano de Marina, había publicado en su cuenta de Facebook una fotografía en la que se desmentía este argumento; "Ellas no estaban a dedo, ya tenían su pasaje de Lima a Santiago. Su último paradero fue en Montañita, Ecuador" (F, Menegazzo, 2016)

Este pequeño error es una muestra de cómo los medios de comunicación a pesar de regirse bajo amplios estatutos deontológicos, llegan a pasar por alto el corroborar los testimonios de las fuentes y los primeros datos que arroja una investigación inicial y tentativa de la verdad.

Abordando un tema tan fundamental como lo son las fuentes de información, este análisis dejó entre ver el uso de una gran cantidad de fuentes informativas

(44% utilizó tres o más) que contribuyen a la construcción de la nota, no obstante, el uso de este elemento no indica del todo la calidad de la información obtenida, y tampoco el acercamiento del periodista a la persona que podía contribuir con información; pues también, se pudo observar la difusión de testimonios y declaraciones realizadas para otros medios o canales informativos, que fueron recopilados para nutrir la noticia que debía publicar el periódico.

3.1.1.1. ¿Quién se responsabiliza por la información?

Frente a la posibilidad de cometer equivocaciones de diversas magnitudes, la responsabilidad contenida en la creación de los artículos periodísticos recae directamente en el diario que lo publica, pero en primer término en el periodista que trabajó por su elaboración; es por tal razón, que la firma que ‘debería’ encabezar cada uno de los artículos periodísticos (a excepción del editorial) es tan significativa a la hora de revisar las características de las notas emitidas.

Firmar un artículo atribuye a los lectores no sólo la identidad de quien les informa, también permite diferenciar el estilo periodístico de su autor respecto a sus colegas, le otorga calidad y distinción a la nota al interpretar que su escritor dio lo mejor de sí durante su creación; e indudablemente, provee de responsabilidad a su creador por lo plasmado dentro de los párrafos.

“La cuestión es tan importante que la firma se considera como el principal capital de un periodista. La cuestión tiene incluso repercusiones legales, ya que con su firma el profesional se responsabiliza personalmente de la información publicada frente a denuncias o rectificaciones” (Cervera, 2014)

Es importante resaltar que, en el caso de la prensa considerada en este trabajo, sólo un 28% contaba con la firma del periodista que produjo la nota; indicio tal vez, de una mala práctica dentro de los medios comunicacionales que en preferencia optan por designar a las salas de redacción como autores (63%), pauta que permite a su vez señalar una responsabilidad evasiva en la construcción de la información.

3.1.1.2. Principales características:

Un modo claro de manifestar el interés por los acontecimientos alrededor de esta temática queda evidenciado al advertir las características principales de las noticias presentadas durante el mes de análisis.

Un 88% de las publicaciones realizadas por los medios presentó fotografía, infografía o ambas; sólo un 12% careció de elemento gráfico (Figura 2), lo cual manifiesta la importancia conferida por los medios hacia las noticias referentes al caso 'Menegazzo y Coni' puesto que se dieron el trabajo de elegir las imágenes acordes con lo expresado por la nota y los datos más notables que podían ser resumidos en infografías, no con la finalidad de ocupar espacio si no con el objetivo de atraer la atención y curiosidad de los lectores, que atrapados en un primer momento por la imagen toman la decisión de hojear el artículo.

Uno de los siguientes elementos que cumplen con este objetivo, naturalmente es el titular; encabezado que tiende a ser llamativo y lo suficientemente profundo para tocar la inquietud del ciudadano. Tal como lo expresado en el capítulo anterior, esta intencionalidad logra desviar el verdadero significado del título haciéndolo atractivo, pero con poca relación hacia el texto.

Es grato deducir a través de este estudio, que un 95% de los artículos analizados contaban con una relación, sea íntegra o parcial, entre el titular y el texto (Figura 4); particularidad que expone la sensatez de estos dos medios al rotular sus noticias con datos que realmente se despliegan a lo largo del contenido, y no como un abrebocas falso que tiende a dejar con incertidumbre a los lectores.

Por otro lado, la entrada empleada en las noticias ha variado, ya no es necesario regirse a las '5 W' para construir un lead propicio que enganche al lector, el periodismo se está innovando para lograr el interés de su público; de este modo, se pudo evidenciar el uso de cinco tipos de entrada diferentes (Figura 5) siendo la entrada sumaria el estilo predilecto por los medios de comunicación para motivar a sus lectores (56% de las noticias).

En efecto, la prensa escrita analizada aún mantiene la entrada tradicional o sumaria como el estilo básico al redactar su primer párrafo; asume el riesgo de improvisar e innovar en contadas ocasiones tomando en cuenta los datos con los que puede construir su nota informativa; siendo un 18% las veces que optaron, por ejemplo, en usar entradas tanto descriptivas como narrativas para dar paso a los hechos vinculados con el caso.

Otro punto a señalar es la sección en la que fueron publicados los productos periodísticos anexos al argumento; siendo un 74% aquellos que fueron difundidos en la sección de justicia, unidad presente en ambos medios, que incorpora notas relativas a la ley, derecho y condena; los días en que la información tendía a tener más notabilidad los artículos fueron trasladados a la sección de actualidad o página dos en el caso del diario El Telégrafo.

Por lo que se refiere a la jerarquía e importancia que se les impuso a las noticias concernientes al hecho, su categorización y dimensión son elementos claves para concebir la trascendencia de la información para los medios; en particular, se puede resaltar que un 86% de las noticias analizadas fueron consideradas como notas de apertura o notas secundarias por su ubicación dentro de la página (Figura 10); así mismo, un 59% de las noticias abarcaron una gran extensión, considerando como tal, aquellas notas que ocuparon más de 3/8 dentro de la carilla. (Figura 11)

Por consiguiente, el espacio que se le consagró a las noticias afines al tema respalda lo expuesto anteriormente, la cuantía que se le otorgó a la información durante los días de apogeo de la opinión pública destinando grandes espacios dentro de las portadas de sus secciones, exhibe el propósito de los medios por explotar los acontecimientos el mayor tiempo posible, dejando de hacerlo gradualmente para evitar la saturación y el agotamiento de los lectores.

3.1.2. Intencionalidad en el caso:

Uno de los principales objetivos planteados para la realización de este trabajo es revelar la influencia de los medios de comunicación al crear estereotipos dentro de la ciudadanía; dicho en otras palabras, la intencionalidad camuflada de los medios al destacar determinados aspectos dentro de la noticia, con el objeto de hacerla más sugestiva para la sociedad.

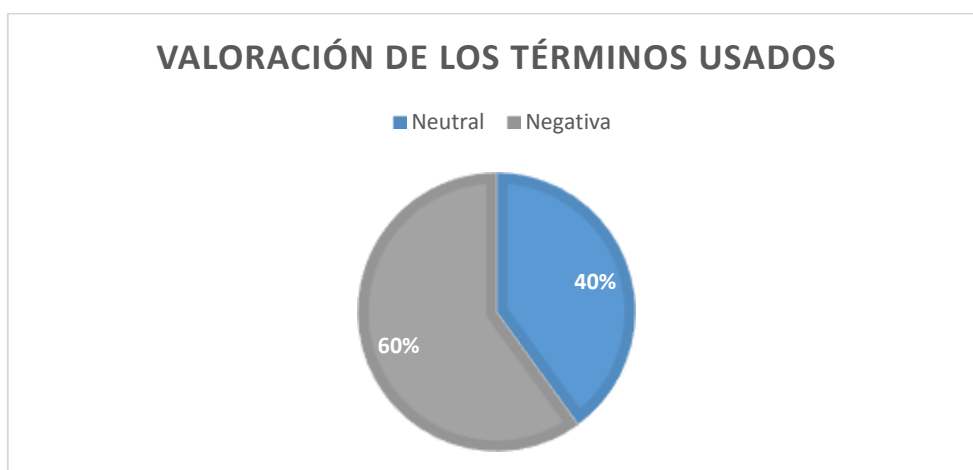
En base a lo anterior, es propicio reiterar el valor comunicacional del titular, primer elemento dentro de la nota periodística que nos brinda una imagen clara de la tendencia de la prensa. Tal como se lo expuso en la Figura 12 del capítulo preliminar, un 74% de los titulares analizados no contó con una valoración ni positiva ni negativa; es decir, en su mayoría los encabezados que precedían la noticia cumplieron con el propósito de anunciar de una forma neutral el porvenir de la nota, no presentaron verbos alusivos a una impresión señalada.

Se debe destacar que el titular no exteriorizó una carga para la noticia; no obstante, es necesario analizar el contenido de la información y determinar si del mismo modo, existe una valoración imparcial. Para esto, se incurrirá de nuevo al análisis descrito en la figura 13, misma que en su momento, nos permitió observar la periodicidad con la que se presentaron ciertas expresiones dentro de las noticias consideradas.

En las 43 notas analizadas se observó con mayor frecuencia términos en referencia a: las pruebas biológicas realizadas en los cuerpos, la agresión sexual, la delincuencia, la identidad de los cadáveres, el consumo de alcohol y drogas y por último el asesinato; todos en ese orden de asiduidad.

Teniendo en cuenta el porcentaje en el que se presentaron dichos términos se puede advertir que, un 40% de las noticias contó con una representación neutral dentro de la información, siendo estos los datos que iba arrojando la investigación del caso; y un 60% presentó una significación negativa al exponer los eventos más trágicos del hecho.

Figura 15. Carga susceptible de los términos usados con mayor frecuencia



Fuente: Elaboración propia. (2016)

Por consiguiente, la nota no fue influenciada por el titular (salvo en algunos casos que se resaltarán posteriormente), pero sí tuvo una carga negativa por el tema que sobrellevaba en origen; los medios de comunicación proyectaron de forma mucha más frecuente los asuntos oscuros y abatidos del hecho. Se reitera que el caso ‘Montañita’ es uno de los eventos más trágicos del año, y por ende, las publicaciones afines fueron sentidas; sin embargo, para algunos será justo reprochar el interés de mantener en vilo la atención con informes que daban una referencia negativa de las víctimas e incluso de la región turística.

Y es que, la forma en la que se refirió a Marina Menegazzo y María José Coni fue el motivo por el que se creó un gran debate dentro de la sociedad; las víctimas fueron señaladas por supuestas actividades, restándole gravedad a la tragedia acontecida, causando mayor daño a sus familias y llevándonos a preguntar el papel de los medios de comunicación en todo este incidente.

Como referencia de ello, el análisis realizado a los diarios ecuatorianos El Comercio y El Telégrafo, a modo de una pequeña muestra de la prensa escrita del país, manifiesta que, y se repite lo dicho como explicación de la Figura 13, “en un 45% de las ocasiones se refirieron a ellas como ‘argentinas’; un 26% las llamó ‘turistas’; un 13% las nombró como víctimas; un 11% las citó como ‘asesinadas’; un 2% las designó como universitarias y un 3% como voluntarias”.

Hay que tener en cuenta que estas dos gacetas no usaron términos inadecuados para describir a las jóvenes, lo que realmente se puede notar es la insistencia por destacar su nacionalidad, por definir las como 'argentinas' o 'turistas', dos palabras que según los medios las calificaban plenamente. Aquí surge otra de las razones por las que la ciudadanía reprochó tanto la cobertura del suceso, se evidenció la forma en la que el asesinato de las turistas se investigaba con mayor severidad que otros casos de gran similitud, pero con personajes nacionales.

Un tema como tal debe ser indagado hasta sus últimas consecuencias, el caso 'Menegazzo y Coni' se convirtió en símbolo de la rigurosidad que se debería abordar en tales delitos; ciertamente, su interés mediático recayó en el ámbito internacional, en la seguridad de los turistas en el país, en demostrar que Ecuador es un lugar seguro a pesar de la tragedia.

Los medios de comunicación fueron bastante cautelosos en detallar a las víctimas del hecho; a la inversa de ello, se debe resaltar una cuestión paradójica dentro del monitoreo realizado, ¿la prensa puede estigmatizar a una persona encubriéndose tras un testimonio? ¿Es necesario publicar una cita inadmisibles o se debe omitir este tipo de información?

Es irremediable destacar tres publicaciones que deshicieron el esfuerzo de la prensa por ser objetiva e imparcial; este es el caso de una noticia publicada por el diario El Telégrafo en la que desde un inicio se condena el estilo de vida de María José y Marina, preguntándose por qué viajaban solas; por supuesto el medio de comunicación atribuye diversas declaraciones a usuarios de internet y recoge comentarios insulsos.

"Incluso una joven se animó a publicar una carta en Facebook 'criticando' lo que ella consideraba 'ser fácil', pues Marina Menegazzo y María José Coni habrían aceptado la ayuda de dos desconocidos" (El Telégrafo, 2016)

A pesar de que el periodista o en este caso el diario, no sean los autores de estos testimonios, si son responsables por elegirlos y difundirlos a la sociedad; de esta

Foto 3. Extracto de noticia 11 de marzo



Fuente: Diario El Telégrafo (2016)

Finalmente, se debe hacer hincapié en un titular, que, a diferencia de lo expuesto con anterioridad, se convierte en un encabezado ataviado y con un censo bastante negativo; dicha frase se relaciona de forma considerable con un diario de un estilo orientado más hacia la crónica roja; razón por la que su presencia en este medio de comunicación es causa de desconcierto.

Foto 4. Extracto noticia 3 de marzo



Fuente: Diario El Telégrafo (2016)

No está de más recalcar que los medios de comunicación priorizan la creación de sus noticias en base a los lineamientos y códigos básicos de la profesión; la creación de estereotipos y conjeturas dentro de las noticias analizadas fue mínima, y aunque lo más seguro es que se realizó de forma involuntaria, se debe insistir hasta llegar al momento en que no se encuentre rastro alguno de este tipo de indicios.

3.1.3. Manejo apropiado de la información:

Desde la perspectiva más general los medios de comunicación cometen errores frecuentes a la hora de cubrir noticias de esta índole; no por falta de experiencia o desconocimiento, lo hacen por la dificultad que supone la creación de noticias de tal magnitud. El periodismo judicial dista mucho de las otras especialidades de esta profesión; indudablemente, cada una cuenta con su propio compromiso, pero se creería que está en particular se convierte en una labor complicada al tener que exponer de una forma objetiva y bastante delicada a las personas involucradas en los sucesos noticiosos.

En los hombros del periodista recae la responsabilidad de respetar la dignidad de las personas, de evitar los contenidos inciertos que pueden lesionar la imagen de los implicados. En el caso 'Menegazzo y Coni' el conflicto se presentó con la exposición de las víctimas; Marina Menegazzo y María José Coni eran dos turistas argentinas que vinieron en busca de aventuras al país, pero eso no era lo único que las representaba. Su decisión de viajar y recorrer varios destinos turísticos dentro de América Latina no es motivo alguno para atentar contra su integridad y su imagen.

Se ha señalado a lo largo de este trabajo la orientación que se le dio a las noticias publicadas alrededor del tema, determinando que de forma desadvertida los medios de comunicación cometieron ciertos desaciertos durante el periodo de análisis. Aunque las razones exactas son desconocidas el interés por hacer las noticias vendibles y más atractivas es notable; a pesar de la fragilidad de la información a tratar, el comunicador siempre será el que determine cómo abordar y representar los hechos ante el público.

“El periodismo jurídico refuerza con frecuencia las representaciones socialmente cristalizadas, con un gran desinterés por el daño que producen. Una lectura crítica de los diarios, aun de los más prestigiosos, muestran cómo circulan muchos prejuicios, cómo se usan calificativos de alto grado al escribir sobre algunos grupos sociales y algunas personas.”.
(FOPEA, 2006)

Quizás el primer paso para un correcto manejo de la información, libre de tendencias y prejuicios, se encuentre en los pilares del periodismo, trabajar por y para la sociedad; preocuparse por lo que pensará el lector al adentrarse a nuestra narración de los hechos, qué imagen se crea y qué interpreta de lo expuesto. Sólo así se logrará tener una idea clara del poder de las palabras escritas, de las insinuaciones y prejuicios; cómo un artículo leído por un número indefinido de personas puede ir alterando la idea que tenemos los unos de los otros.

El principal ideal de la profesión debe excluir el ámbito económico y prevalecer la doctrina social; contar los hechos tal y cómo ocurrieron, sin sumar ni restar nada de lo acaecido; velar por la identidad de las personas que forman parte de las noticias; tener cautela de las expresiones a usar conociendo la posibilidad de influir en la forma definen y conciben los grupos humanos.

3.1.3.1. Lineamientos básicos:

Los códigos de ética y las normas deontológicas han cumplido el objetivo de moralizar la práctica periodística; los comunicadores son mucho más diligentes en su trabajo por la temeridad de mantener una imagen intachable frente al público del que se vale su obligación.

En casos judiciales como el analizado, es innegable la prudencia con la que los medios se refirieron a los procesados del hecho, salvaguardando de una forma bastante acertada la presunción de inocencia de los dos implicados; empero,

esta noción certera en la publicación de información judicial también debe ser aplicada a la parte opuesta, las víctimas.

Un criterio primordial para una correcta referencia a las víctimas reitera en el respeto a sus nombres; se debe proteger su identidad por violación, salvo que el interés informativo aconseje renunciar a esta medida de discreción. (Taufic, 2005). En el caso descrito, el identificar a Menegazzo y Coni, es sostenible por ser víctimas de homicidio y debido a la amplitud que se le dio al hecho, sin embargo, la forma en la que se hizo referencia a las jóvenes constituye el uso de calificativos innecesarios para la comprensión de los hechos.

De la misma forma, se debe evitar el mencionar características que puedan ser objeto de hostilidad hacia las personas; el aludir que las turistas 'jalaban dedo' es una peculiaridad innecesaria dentro de su identificación que sugiere un rasgo negativo y prejuicioso hacia las víctimas.

Por lo demás, el periodista debe tomar conciencia de que no es juez ni fiscal; bajo ningún aspecto se debe adelantar a los hechos y emitir posibles teorías o hipótesis de lo ocurrido. Su obligación está en la corroboración de datos y testimonios alrededor del hecho para lograr informar a la ciudadanía de una forma objetiva e íntegra.

Cabe considerar por otra parte, que la guía cardinal dentro de la comunicación se fundamenta en el factor humano, considerar a los actores de la información como seres merecedores de respeto y atención, personas que al igual que nosotros tienen derecho a la dignidad y reserva, le dará un giro esencial a la forma de hacer noticia.

Coincidir con estereotipos presentes en los principales entes mediáticos genera una decadencia en el pensamiento social, una conducta en la que se permite de alguna forma establecer diferencias inadmisibles entre semejantes; un sistema que tolera la injusticia y encuentra una forma de justificar cualquier delito.

CONCLUSIONES

Según la teoría del reflejo⁴, los medios de comunicación son capaces de reproducir una imagen de la realidad; de un contexto parcial que pretende dar una visión clara de la verdad. Como el principal recurso que nutre de información a la sociedad se han convertido en entidades que disfrutan de un amplio poder de influencia sobre la opinión pública; la sociedad repercute en el periodismo, tanto como este lo hace en la colectividad.

Luego de haber realizado un análisis a las 43 noticias publicadas por el Diario El Comercio y el Diario El Telégrafo en torno al caso 'Menegazzo y Coni', se puede concluir que, gracias al dominio y potestad social con el que cuentan los medios, la prensa escrita cumplió un papel fundamental en la propagación de estereotipos; sin embargo, su influencia no se llevó a cabo de forma consiente.

Los diarios fueron bastante meticulosos en la publicación de información referente al tema, aspirando por un correcto manejo de la información y el cumplimiento de sus códigos deontológicos; pese a ello, la difusión de noticias con temas conexos al argumento central demostró la necesidad de mantener la atención de sus lectores sobre contenidos pre establecidos, mismos que de forma involuntaria moldeaban a la opinión pública hacia disoluciones erróneas.

Por otro lado, la frecuencia con la que se transmitió la información reafirma lo mencionado; el propósito de mantener un acontecimiento entre los principales temas informativos se ha convertido en el fundamento suficiente para explotar la información hasta llegar a la saciedad de los lectores.

En cuanto al manejo que se les dio a las noticias relacionadas al caso, se puede establecer que los medios masivos difundieron información indeliberadamente,

⁴ La teoría tiene su origen en el mito de Narciso, y según Michel (2010), "la imagen artística sea cual sea su aportación personal de su autor, es siempre la imagen de la sociedad en la que aparece. Esta concepción ha sido mantenida desde el siglo XV al XX, al afirmar que los medios reproducen la realidad tal y como ha sido captada tecnológicamente. (Aparici R. , 2010)

tomando en cuenta los primeros argumentos en los que basaron sus productos mediáticos, manteniendo teorías falsas que habrían podido refutar con una investigación integral y de mayor profundidad.

Cabe considerar por otra parte que, de los dos diarios analizados, durante tres ocasiones el diario El Telégrafo presentó una estigmatización clara con bastante repercusión comunicacional (Foto 2-4). La forma en la que abordó las noticias es indicativa de un procedimiento erróneo que se respalda tras la voz de terceros; este tipo de información no puede ser admisible, los medios de comunicación tienen la opción de filtrar contenidos infructuosos y de elegir cómo muestran un tema a la sociedad.

Por último, es conveniente anotar que durante el análisis realizado en las redes sociales se pudo vislumbrar una tendencia inquietante, no por parte de los medios de comunicación sino por parte de los usuarios que emitieron comentarios en las noticias publicadas por los medios; tal como lo expresado en el Capítulo II (2.3.4) esta serie de comentarios se orientaron por 4 directrices entre las que fue común leer 3.2.4acotaciones que evidenciaron prejuicios innegables en la ciudadanía con ofuscaciones y expresiones degradantes hacia las víctimas del hecho.

Aunque es sencillo señalar a los medios por la creación de estereotipos, los prejuicios ya se encuentran presentes dentro de la sociedad; las expresiones nocivas que marcan una diferencia evidente entre los grupos sociales se originan de lado y lado. La responsabilidad por dejar atrás estas pretensiones no es solo de los medios de comunicación sino también de una sociedad que debe aceptar las diferencias que la ennoblecen y la definen ante los demás.

RECOMENDACIONES

Las noticias que forman parte del periodismo judicial deben contar con la total atención y profesionalismo del periodista. Según los códigos deontológicos a nivel mundial, la información a publicar debe ser corroborada y descrita con los términos apropiados; no se exige que el comunicador sea abogado, pero si, debe contar con un conocimiento elemental de las expresiones usadas en esta actividad.

Si bien los códigos deontológicos establecen la reserva del nombre de las víctimas de violación, no instituye la misma discreción con las víctimas que fallecieron a causa de tal trasgresión. El derecho a la reputación y la honra de las personas no tendría que culminar en simultaneo con nuestra vida; nuestra evocación perdura y por lo mismo familiares y amigos tienen la potestad de exigir un trato justo y digno en alusión a su ser querido. Este es un cambio necesario dentro de las legislaciones que rigen el que hacer comunicacional.

Evidentemente, las normas deontológicas y el código de ética de la profesión otorgan las pautas necesarias para brindar un servicio de calidad a la ciudadanía; no obstante, el correcto proceder de un periodista sólo se alcanza cuando es él quien se exige y entiende el compromiso que adquirió al formar parte de esta labor. El comportamiento ético del profesional no se adquiere bajo obligación más si como vocación en pro de su labor.

Por consiguiente, las instituciones académicas son la principal guía para los jóvenes que eligen a la comunicación como su porvenir; su compromiso recae en brindar los lineamientos y destrezas básicas a sus futuros colegas. La forma más efectiva de conseguir un avance en el manejo de la información judicial, es instruir desde las aulas de clases especialidades tan complejas como el periodismo jurídico, asignaturas que aporten mucho más que las habilidades cardinales y construyan un profesional preparado para trabajar a merced de la verdad y de la dignidad de la sociedad a la que debe su compromiso.

Se debe reintegrar como pilar fundamental de la profesión el trabajar en beneficio de la colectividad y concebir que el periodismo se ha convertido en los sentidos de una sociedad anhelante de información veraz y oportuna. Un trabajo que dista de los propósitos económicos y que vive y trasciende por la credibilidad de sus lectores, espectadores o radio escuchas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, A. J. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios*. Barcelona: Icaria.
- Aparici, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aparici, R. (2010). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED.
- Arzate, E. U., & Gonzáles Chávez, M. d. (2007). La protección jurídica de las personas vulnerables. *Revista de Derecho N°27*.
- Asamblea Nacional. (25 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf
- Aznar, H. (1997). *El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo*. San Pablo, Valencia: Centro de Ciencias de la Información CEU.
- Behar, R. (2010). La construcción cultural del cuerpo: El paradigma de los trastornos de la conducta alimentaria. *Scielo*, 48(4). Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-92272010000500007&script=sci_arttext
- Berganza Conde, M. R. (2000). *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología*. Madrid: CIS.
- Blaikie, P., Cannon, T., Davis, I., & Wisner, B. (1995). *Vulnerabilidad: El entorno social, político y económico de los desastres*. Colombia: Tercer Mundo Editores. Obtenido de *Vulnerabilidad: El entorno social, político y económico de los desastres*.
- Bosch, E., Ferrer, V., & Alzamora, A. (2006). *El laberinto patriarcal*. Barcelona: Anthropos.
- Bourdieu, P. (1972). La opinión pública no existe. *Les temps modernes*, (págs. 1292-1309). Noroit.
- Busso, G. (2002). *Vulnerabilidad sociodemográfica en Nicaragua: Un desafío para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza*. Chile: CEPAL.

- Cano Gestoso, J. I. (1993). *Los estereotipos sociales: El proceso de perpetuación a través de la memoria selectiva*. Madrid: Colección Tesis Doctorales.
- Castañer, M., Grasso, A., López, C., Mateu, M., Motos, T., & Sánchez, R. (2006). *La inteligencia corporal en la escuela*. Barcelona: Biblioteca Tándem.
- Castro y Castro, J. (2008). En G. Laveaga, & A. Lujambio, *El Derecho Penal a juicio* (pág. 289). México D.F: INACIPE.
- Cervera, J. (11 de Enero de 2014). Una cuestión de firma. *El Diario.es*. Obtenido de http://www.eldiario.es/defensor/cuestion-firma_6_217038301.html
- Checa Montufar, F. (2003). *El Extra: las marcas de la infamia*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Cruz, P., & Rosero, S. (2012). *El Periodismo cultural en los medios ecuatorianos*. Quito: CIESPAL.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (s.f.). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. McGrawhill.
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. *El profesional de la información*, 561-567.
- El Telégrafo. (11 de Marzo de 2016). El caso 'Montañita' reactiva entre la gente el debate sobre la inseguridad en el país. *El Telégrafo*, pág. 34.
- El Telégrafo. (2 de Marzo de 2016). Los padres de María José y Marina piden apoyo de equipos forenses de Argentina. *El Telégrafo*, pág. 8.
- El Telégrafo. (s.f.). *Manual de Estilo*. Guayaquil. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/manual-de-estilo>
- Espinar, E. (2009). Estereotipos de género. *Padres y maestros*(326).
- Fernández García, T., & García Rico, A. (2001). *Medios de comunicación, sociedad y educación*. La Mancha: Humanidades.
- FOPEA. (30 de Marzo de 2006). Universidad de Palermo. *La calidad periodística en la cobertura de temas judiciales* (pág. 133). Santa Fé: FOPEA.
- Gamarnik, C. E. (2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso. *Questión: Revista especializada en periodismo y comunicación*, 1(23).
- Gómez Abad, R. (2015). *Comunicación en Lengua Castellana 2*. España: Ideas propias.

- González Gabaldón, B. (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. Comunicar.
- González Reina, S. (1999). *Periodismo de opinión y discurso*. México: Trillas.
- Grupo EL Comercio. (14 de Octubre de 2010). *Grupo El Comercio*. Obtenido de <http://grupoelcomercio.com/index.php/home/59-contenidostabs/56-nuestra-historia>
- Grupo El Comercio. (s.f.). *Código deontológico*. Obtenido de http://especiales.elcomercio.com/codigo_deontologico/codigo_deontologico.pdf
- Gugliotta, M. (2013). *El uso del cuerpo femenino en los medios de comunicación masiva: cuerpo femenino en programas y publicidades de la televisión argentina actual*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.
- Igartua, J. J., Muñiz, C., & Cheng, L. (2005). La Inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones*, 17, 147.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York: New York University Press.
- La Hora. (14 de Junio de 2013). Asamblea aprueba la "ley mordaza".
- Lippman. (1922). *Opinión Pública*. (J. I. Cano Gestoso, Recopilador) Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- López Quintás, A. (2001). *La tolerancia y la manipulación*. Madrid: RIALP.
- Lozano Rendón, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Monterrey: Pearson.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Mora y Araujo, M. (2005). *El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública*. Buenos Aires: La Crujía.
- Naciones Unidas. (2009). *Violencia contra mujeres*. UN Departament. Obtenido de http://www.un.org/es/events/endviolenceday/pdfs/unite_the_situation_sp.pdf
- Nazar, G., & Figueroa A., C. (2015). Creencias estereotípicas sobre el desempeño laboral de trabajadores mayores en Chile. *Psicoperspectivas*, 14(1).

- Pedone, C. (1 de Agosto de 2001). *La inmigración extracomunitaria y los medios de comunicación: la inmigración ecuatoriana en la prensa española*. Obtenido de Scripta Nova: <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-43.htm>
- Price, V. (1994). *La opinión pública: Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Puertas Valdeiglesias, S. (2004). Aspectos teóricos sobre el estereotipo, el prejuicio y la discriminación. *Seminario Médico*, 56(2), 139.
- Quin, R. (1996). *La Revolución de los medios audiovisuales*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Ramírez Tobón, W. (2001). La crónica roja en Bogotá. *Historia Crítica*, 111-126.
- Ronda Iglesia, J. (1998). Los retos del periodismo judicial. *Andaluza de comunicación*, 9.
- Soria, M. Á., & Hernández, J. A. (1994). *El agresor sexual y la víctima*. Barcelona: Boixareu Universitaria.
- Steven, P. (2005). *Dominatrix: La influencia de los medios de comunicación*. España: Intermón Oxfam.
- Suriá Martínez, R. (2012). *Guía de Recursos prácticos de Psicología Social*. España: Editorial Club Universitario.
- Suriá Martínez, R. (2012). *Guía de Recursos prácticos de Psicología Social*. España: Club Universitario.
- Suriá, R. (2010). *Psicología social: Estereotipos y prejuicios*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/14289/1/TEMA%205.%20ESTEREOTIPOS%20Y%20PREJUICIOS..pdf>
- Taufic, C. (2005). *La autorregulación del periodismo*. Santiago de Chile: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.
- Velásquez, C. M., Gutierrez, L. M., Slacedo, A. R., Torres L., J. E., & Valderrama, J. V. (2005). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Villaruel, D. (2014). *(In)Justicia mediática: Cuando el periodismo quiere ser juez*. Argentina: Sudamericana.
- Wilcox, D. L. (2012). *Relaciones públicas*. Madrid: Pearson.
- Zamora Grant, J. (2009). *Derecho penal: La víctima en el nuevo sistema penal mexicano*. México D.F: Instituto nacional de ciencias penales.
- Zamora, J. A. (2004). *Medios de comunicación: Información, espectáculo, manipulación*. Navarra: Verbo divino.

ANEXOS

ANEXO 1.

PUBLICACIÓN DE PAULA MENEGAZZO AL INICIAR CAMPAÑA DE BÚSQUEDA EN REDES SOCIALES



URGENTE!!!! MI HERMANA MARINA MENEGAZZO HA DESAPARECIDO. Marina y MariaJose Coni estaban en Montañita (Ecuador) y desaparecieron. Desde el día lunes 22 de febrero no tenemos noticias de ellas. Por favor contamos con su ayuda para encontrarlas, estamos muy preocupados.

Marina Menegazzo es Rubia de aproximadamente 1,53 m de altura, delgada, tiene un lunar al lado del labio. 21 años de edad.

María José Coni Morocha de aproximadamente 1, 70 M de altura, delgada, eventualmente usa lentes. 22 años de edad.

Ante cualquier información contactarse con :



ANEXO 2.

CAMPAÑA REALIZADA POR FAMILIARES EN REDES SOCIALES

DESAPARECIDAS

AYUDANOS A ENCONTRARLAS



SE LAS VIÓ POR ÚLTIMO VEZ EL DÍA **22 DE FEBRERO**, EN **MONTAÑITA ECUADOR**, A LAS 14 HS APROX. MINUTOS ANTES DE EMPRENDER VIAJE HACIA GUAYAQUIL, DESDE AHÍ NO SE SUPO NADA MÁS DE ELLAS.

MARINA MENEGAZZO

RUBIA, 1,53 MTS APROX.
DELGADA, CON LUNAR EN LA
PARTE SUPERIOR IZQUIERDA
DEL LABIO.

MOCHILA CHICA: ROJA CON GRIS
MOCHILA GRANDE: NEGRA Y GRIS.

MARIA JOSE CONI

MOROCHA, 1,70 MTS APROX.
DELGADA, EVENTUALMENTE
USA LENTES

MOCHILA CHICA: ROSA FLOREADA
MOCHILA GRANDE: NEGRA Y GRIS.

CONTACTO:

+549 261 6405620 (PAULA MENEGAZZO)

+549 261 5276996 (MARIA EMILIA CONI)

ANEXO 3.

PUBLICACIÓN DE FRANCO MENEGAZZO DESMINTIENDO PRIMERAS TEORÍAS.



BÚSQUEDA. No hay noticias desde el lunes de dos chicas mendocinas de viaje por Ecuador.

Activar Windows

Macarena Scaglione con **María José Coni** y **Marina Menegazzo**.
27 de febrero - 🌐

SEGUIMOS BUSCANDO A MARINA Y MARIA JOSE. SE ANDA CIRCULANDO INFORMACION ERRONEA. !!!!

-Ellas NO ESTABAN A DEDO, ya tenían SU PASAJE PAGO DE LIMA A SANTIAGO. Su ultimo paradero FUE EN MONTAÑITA ECUADOR. EL DIA LUNES 22 DE FEBRERO AL REDEDOR DE LAS 14 Y 15 HS.

-NO LAS ASALTARON EN GUAYAQUIL solo les robaron un monedero en un hostel de montaña unos días antes de su regreso.

POR FAVOR CIRCULAR INFORMACIÓN VERDADERA. SEGUIMOS BUSCANDOLAS, AYUDANOS.

Marina Menegazzo es Rubia de aproximadamente 1,53 m de altura, delgada, tiene un lunar al lado del labio. 21 años de edad.

María José Coni Morocha de aproximadamente 1,70 M de altura, delgada, eventualmente usa lentes. 22 años de edad.

ANEXO 4.

GUÍA DE CODIFICACIÓN DE DIARIOS:

Fecha:

Se registra el momento en el que fue publicada la noticia

Nº Unidad de análisis:

Desde uno y en forma ascendente se proporciona un número a cada unidad de análisis para tener conocimiento de la totalidad de unidades analizadas.

Diario:

Se reconoce el medio que publica la noticia siendo estos: El Comercio y El Telégrafo.

Sección:

Se determina en qué bloque del periódico fue publicada la noticia.

Tema:

Se considera el tópico que prima en la elaboración del producto periodístico.

Jerarquía:

Se tomará en cuenta la importancia de la noticia dentro de la página publicada; siendo la de apertura, la de mayor dimensión y la abre la página; secundaria, aquella que cuenta con gran importancia pero que tiene un menor tamaño; terciaria, aquella que es corta y sirve como apoyo y complemento en la página.

Dimensión:

Se considera el tamaño que tiene cada unidad de análisis: Página entera, $\frac{1}{2}$, $\frac{5}{8}$, $\frac{3}{8}$, $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{8}$, $\frac{1}{16}$, $\frac{1}{32}$.

Elemento gráfico:

Se reconocen los elementos anexos a la noticia, siendo estos fotografías e infografías, los cuales aportan relevancia e interés a la temática.

Autoría del tema:

De esta forma se identifica el productor de la información, siendo en muchos casos un periodista del medio, el área de redacción o autores anónimos fichados como “sin firma”.

Género Periodístico:

Siendo el género informativo el pilar de los medios escritos, se identificarán sus productos mediáticos como: noticia, nota breve o corto (dependiendo la extensión y el contenido que alberga).

Coherencia Titular/Texto:

Se analiza la relación existente entre el titular y el desarrollo de la noticia, señalando:

- Si es totalmente coherente
- Medianamente coherente
- No existe concordancia entre titular y texto.

Entrada:

Identificar el inicio que se le dio a la noticia para que el lector continuara con la lectura. Puede ser:

- Sumaria: Resume los hechos en pocas líneas.
- Narrativa: Se basa directamente en la dinámica de los hechos.
- Descriptiva: Minuciosa y exhaustiva descripción de los hechos.
- Con citas: Reproduce una frase, declaración o testimonio.
- Preparatoria: Entrada indirecta, llega al tema con rodeos.

Número de fuentes:

Son los individuos que aportan información clave a la noticia. Se contabiliza el número de fuentes a las que recurrió el periodista para la creación de su nota.

Descriptorios:

Palabras claves que permiten identificar el contenido de la noticia, y la principal información que se difundió.

ANEXO 5.

COMENTARIOS NEGATIVOS DE USUARIOS EN REDES SOCIALES

-  [Redacted] De seguro se fumaron hasta la conchas y donde irian a parar estas pobres chicas
Me gusta · Responder · 👍 8 · 28 de febrero a las 10:22
-  [Redacted] Si eres mochilero te gusta la farra y muchas otras cosas más,, y así mismo te expones a múltiples complicaciones de tu propio destino,,
-  [Redacted] Por ir a drogarse en la playa
Me gusta · Responder · 👍 3 · 28 de febrero a las 10:22
-  [Redacted] A que mujeres se les ocurre viajar solas??? Con lo peligroso que está el mundo no voy sola ni a la esquina peor o otro país y peor a la costa con puro batracio sucio!
Me gusta · Responder · 👍 110 · 29 de febrero a las 0:53
-  [Redacted] Porque insultan?? Yo comparto el comentario... El que va a Montañita sabe a lo que va, tierra de drogadigtos, vagos y pillos.... Entonces nO me salgan como que nO es parte responsabilidad de ellas lo que les pasó
Me gusta · Responder · 👍 3 · 29 de febrero a las 13:59
-  [Redacted] Todos los dias se ven asesinatos, atropellos, suicidios, secuestros, sicariato, robos, violaciones, etc ... Y la gente/media no hace nada
Asesinan dos argentinas y todo el mundo pierde la cabeza
Me gusta · Responder · 👍 107 · 1 de marzo a las 8:33
-  [Redacted] o Jajaja con eso seguro no quedaran mas mochileros, hay que pensar bien a quien se le llama turista, un Turista es una persona que viene a dejar dinero en el país se hospeda en buenos hoteles y degusta de la gastronomía ademas de llevar recuerdos a su país. Esos son los turistas que necesitamos.
Me gusta · Responder · 👍 3 · 1 de marzo a las 17:32