



# Universidad del Mar

## Campus Huatulco

---

---

El derecho a la información, el respeto a la intimidad y a la vida privada, una mirada desde la ética periodística. La selección de cinco casos de “Lords y Ladies” en la prensa digital mexicana durante 2016.

### TESIS

Que para obtener el Título de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación

Presenta

Yara Amallely Morales Aguilar

Directora

Mtra. Sonia López Hernández

Bahías de Huatulco, Oaxaca, 2022

## INTRODUCCIÓN

Aunque no la única, el periodismo es una de las principales áreas de los estudios de la comunicación. El periodismo y la ciencia no han estado histórica ni estrechamente ligados hasta hace algunos años. “La escasa puesta en práctica de un método de trabajo sistemático y riguroso en la profesión periodística da lugar con relativa frecuencia a deficiencias a la hora de contar lo que sucede a nuestro alrededor”, (Berganza y San Román, 2005, p.127).

Sin embargo, existen ejemplos de generación de conocimiento desde la academia, en cuanto al periodismo y la comunicación. En estos ejemplos se han observado problemas y planteado respuestas que permiten entender el funcionamiento y las lógicas desde diferentes ámbitos sociales.

El campo de las investigaciones sobre medios y comunicación (...) se basaba en conceptos y métodos derivados tanto de las humanidades como de las ciencias sociales y, hasta cierto grado de las ciencias naturales. Con el surgimiento en las últimas décadas de los “nuevos” medios digitales y la digitalización continua de los viejos medios, la importancia del campo en las prácticas políticas, económicas y culturales es más (Bruhn, 2012, p. 13)

Al respecto, ya hay un manual para observar los fenómenos comunicativos y teorizarlos desde el conocimiento científico. En el libro ‘Investigar en comunicación’, de Berganza y San Román (2005), se plantea una guía con los diversos métodos que se pueden usar para investigar los procesos sociales y comunicativos de una o más comunidades.

En su libro, los autores reflexionan acerca del “carácter científico de la investigación en Ciencias Sociales, donde se encuadra la comunicación, y para ello hacen una breve reflexión histórica sobre las posibilidades del hombre de conocer la realidad y las principales posturas que existen al respecto” (p.127)

La comunicación es inherente a los seres humanos, casi desde sus inicios en el planeta. Sin embargo, se empezó a estudiar tras el periodo de guerras. Actualmente ya superamos la etapa en la que creíamos que todo comunica y siempre comunicamos. No siempre y no todo; y cuando sí, existen diversas propiedades discursivas y apropiaciones que le dan sentido a la forma en la que nos organizamos, y afectan directamente nuestro bienestar individual y comunal. Por eso, es imposible estudiar la comunicación desde un enfoque único y de ahí el nombre de Ciencias de la Comunicación.

Las diferentes perspectivas de investigación en Ciencias Sociales evidencian una clara pluralidad metodológica de la disciplina (la comunicación) que hace complicada la tarea de clasificar técnicas de investigación, y ante eso niegan la existencia de compartimentos estancos e investigaciones que admitan un único enfoque.

Todo ello para aplicar dichas técnicas a las principales áreas en las que se ha desarrollado la investigación en comunicación y en cómo los medios reflejan la realidad social (Berganza y San Román, 2005, pp.127 y 128).

En el México posmoderno, sobre todo en la segunda década del siglo XXI, una gran parte de los fenómenos sociales se dan en el mundo virtual. Nosotras, la tesista y directora, defendemos la premisa de que éste tiene diferencias con lo que concebimos con el mundo real, aunque ambos convergen y se puedan confundir.

“Sin embargo para llegar a esta convergencia han tenido que darse una serie de transformaciones decisivas en cada una de las dimensiones del proceso de comunicación. Estas dimensiones constituyen un sistema, y una transformación no puede entenderse sin las demás” (Castells, 2012, p. 89).

El mundo real es el que hemos conocido siempre, y el único conocido hasta antes de la llegada del Internet.

En los nuevos espacios o mundos virtuales, los individuos formulan su propia identidad y fortalecen su idea de pertenencia. Hay quienes consideran este tipo de comunidades como una evolución a las comunidades tradicionales; esta nueva forma de socialización toma los mundos virtuales (y en general el ciberespacio) como lugar de socialización, donde las comunidades son espacios para compartir conocimientos y aprendizajes (González, Mercado y Varela, 2013, párr. 20)

El fenómeno que analizamos se da en ambos mundos. En el real, un ciudadano comete un delito o realiza una acción inaceptable (dentro de los estándares sociales del México de 2016), por lo que es grabado por un tercero, casi siempre anónimo, quien sube el material a las redes sociales, sobre todo *Twitter*. Aquí entra el mundo virtual porque, debido a la lógica misma de las redes, el ciudadano que cometió el delito ve desmantelada su vida privada: recibe humillaciones, amenazas y hasta despidos laborales, bajo el apodo de Lord o Lady, lo que provoca un linchamiento digital a la persona.

Las transformaciones, a las que se refiere Castells, que se han dado para la convergencia de lo real y lo virtual, abarcan la tecnología, la estructura institucional y organizativa de la comunicación, y la dimensión cultural; los casos que analizamos entran en estos tres cambios identificados por el autor, porque es a través de la tecnología y la interconexión, que se difunden los videos y ocurre el fenómeno del linchamiento digital.

Desde que se difunden estos videos, y aun cuando no se retomen por la prensa digital, hay una redefinición de las estructuras y la organización de la comunicación, “en la que emisores y receptores son los medios y su presunta audiencia”, (Castells, 2012 p. 89).

El tercer cambio, abunda el autor, se puede identificar en dos tendencias contrapuestas, pero a la vez compatibles, “el desarrollo paralelo de una cultura global y de múltiples culturas identitarias; y el ascenso simultáneo del individualismo como dos modelos culturales opuestos, aunque igualmente poderosos” (p. 90).

Castells explica que en estos dos polos puede o no existir la capacidad de crear una comunicación asertiva entre los sujetos que intervienen en estos procesos. Y en los casos de “Lords y Ladies”, este punto se hace evidente precisamente dentro del linchamiento digital, pues las redes sociales, como parte de este mundo virtual que ya definimos, tienen sus propias identidades enmarcadas en la cultura global de este mundo.

Estas se suman a las culturas del mundo real, lo que es importante mencionar dado que ya argumentamos que el fenómeno que analizamos se da en lo real y en lo virtual, creando puentes mediante los cuales se pasa de uno a otro. Sin embargo, a la vez, en las redes y en todo el Internet asciende el individualismo, no necesariamente negativo por sí sólo, pero que sí se identifica en los casos de estudio, incluso si las personas evidenciadas no hicieron nada que haya afectado la paz pública o que fuera ilegal.

Un ejemplo concreto de este último razonamiento es el de Lady Coralina, una mujer que fue evidenciada en redes sociales por, presuntamente, besar a un hombre que no era su prometido, durante su despedida de soltera.

A diferencia del resto de los casos, las solas imágenes no bastan para hacer ninguna afirmación, porque el emisor que graba es quien asegura que el joven del video no es el prometido de la Lady. Pero la grabación no es suficiente para saber si esto es cierto o no, de cualquier forma y aunque sí lo sea, la acción no es de interés público, se desarrolla en un entorno privado y es parte de la intimidad de la mujer.

Dicho todo lo anterior, en el video se hace evidente el individualismo que refiere Castells, cuando el que graba emite juicios de valor enmarcados en su manera de percibir el mundo y la moralidad, que se alejan de las nuevas formas de relacionarse; el joven no puede saber si existe un acuerdo privado entre los futuros esposos, en el que ambos permitan ese tipo de acciones, o inclusive si se trata de una relación poliamorosa.

Una vez detallado lo anterior y para aterrizar la complejidad del problema, es necesario asegurar que los videos nacen y se suben con la intención primera de comunicar un mensaje recurrente: la persona está haciendo algo “malo”, con la ambigüedad que conlleva este término dentro de las ciencias sociales. La segunda intención es que sean vistos por la mayor cantidad de personas posibles, y que la audiencia reciba el mensaje que se creó con base en conceptos de lo “bueno y lo malo”, bajo la percepción personal de quien grabó el material.

Llegadas a este punto, en los casos referidos se complica un estudio sobre la comunicación (por el medio mismo y sus actores) y la valoración ética de la misma, porque puede darse un

linchamiento digital, definido como un “Aluvión de críticas, a menudo insultantes o con intención de humillar, que se desencadena a raíz de la publicación de algún comentario en medios o redes sociales” (fundéu, 2015, párr.1).

Al ser un fenómeno comunicativo, que luego se retoma por la prensa digital, podría tener profundas implicaciones éticas y legales porque, además, los cinco casos elegidos fueron retomados por la prensa digital que se dedica al periodismo, una actividad que “interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis en Fontcuberta, 1993, pp. 34).

Teniendo en cuenta lo anterior, cabe pensar en estas preguntas de investigación: ¿Realmente las personas evidenciadas cometieron un acto que afectaba la paz pública o constituía un delito? De ser o no así, ¿cuáles son las implicaciones personales a estos “Lords y Ladies” luego del linchamiento digital como fenómeno de la comunicación? ¿Es obligación deontológica de los medios retomar estos casos en su agenda? ¿Los medios cumplieron con su labor o, lejos y peor aún, se sumaron como agresores y victimarios de los “Lords y Ladies”?

Para responder a las preguntas planteadas, y descartar o comprobar la hipótesis, usamos una metodología mixta, tal como plantean Berganza y San Román (2005), que incluye análisis ético, con observación, evaluación y percepción axiológica; revisión biblio-hemerográfica, y entrevistas a actores clave: un tomador de decisiones en un medio de comunicación y un comunicólogo que grabó uno de los cinco videos.

Nosotros partimos de la hipótesis, al hacer una observación previa de la cobertura que se dio a este fenómeno y las respuestas que se generaron en redes sociales, que los cinco casos derivaron en linchamiento digital, el cual se dio antes de que los medios retomaran los videos y le dieran seguimiento a lo ocurrido. Sin embargo, consideramos que en cuatro de los videos se cumple con la deontología y la ética, mientras en uno, Lady Coralina, se violan los tres principios que se ponen a escrutinio en esta tesis: derecho a la información, a la intimidad y a la privacidad.

En cuanto al análisis ético, usamos el método propuesto por Raúl Gutiérrez (2006), quien argumenta que la ética es una ciencia normativa, con la que se pueden hacer análisis.

El primer paso de este proceso, asegura el autor, es la observación, como en cualquier otra ciencia.

En esta aproximación se utilizan los sentidos en forma acuciosa, penetrante y amplia (...) Cada vez que una persona capta un objeto, inmediatamente y en forma natural, aplica una cierta estructura al dato recibido. Esa estructura (...) es una especie de lente de color que proporciona al dato una cierta unidad, valor y sentido. De esa manera, el fenómeno o dato percibido adquiere un nombre, es decir una estructura que lo identifica y la distingue con respecto a otros fenómenos similares (p.18).

En ese sentido, el caso elegido había sido previamente identificado como videos de “Lords y Ladies”, después se observa que pertenece a un fenómeno más grande conocido como linchamiento digital. Esta categorización se hizo después de, como el autor plantea, una observación penetrante de los videos, las notas en torno a las grabaciones, los comentarios e interacciones en redes sociales y, finalmente, las respuestas de las personas evidenciadas en los videos.

Después, agrega el investigador citado, se requiere una evaluación, que empieza con la emisión de un juicio de valor, tras la observación.

“Catalogar el acto captado dentro de las categorías morales que previamente ha estudiado. Así, por ejemplo, puede utilizar la categoría de reprobable, honesto, obligatorio, bueno, amable, recomendable, virtuoso, denigrante, lícito, ilícito, indiferente”, (Ibíd, p. 19)

Dentro de este paso se identificaron constantes violaciones a los preceptos éticos del derecho a la privacidad y la intimidad, así como cumplimientos a la obligación del derecho a la información, lo que se plantea en los juicios de valor que se hilan en la redacción de los capítulos.

El tercer aspecto de este método es la percepción axiológica.

Se trata de descubrir, en forma personal, los horizontes superiores de valores que todavía no habíamos sido capaces de percibir y apreciar (...) la captación de valores superiores, de tal manera que el aprecio de ellos mueva a cada individuo hacia una nueva orientación de su propia conducta (Ibíd).

Esta percepción se logra con ayuda de la revisión biblio-hemerográfica, gracias a la identificación de valores positivos en uno de los casos planteados de periodismo de investigación, usando preceptos éticos. Así como las preguntas y cuestionamientos constantes hacia el actuar de los medios de comunicación en los casos elegidos.

Hay que subrayar que estos videos alcanzaron su punto álgido de popularidad en 2016, el mismo diario *Récord*(2016) los definió como lo más importante de ese año, en términos del periodismo, la comunicación y la vida social en México. Dado este contexto, se eligieron cinco casos que se viralizaron en la red, y fueron retomados por distintos medios periodísticos en sus versiones digitales.

En el primer capítulo, *Ética, prensa digital y Agenda-setting*, definimos la ética y la deontología profesional, describimos la prensa digital y la teoría de la *Agenda-setting*, en la que se plantea que los medios no dicen a la gente qué, ni cómo pensar, pero sí deciden los temas sobre los que las sociedades discuten y opinan. Lo que tiene profundas implicaciones éticas y deontológicas. “Se afirma que existe una relación directa y causal entre el contenido de los medios y la percepción por parte del público de lo que es el asunto más importante del día (McCombs & Valenzuela, 2007, p. 46).

Planteamos que, aún en el mundo digital, esta teoría sigue teniendo validez, con todo y que las redes sociales también cumplen esta función que antes era exclusiva de los, ya extintos, medios de comunicación de masas. El planteamiento de esta extinción se desarrolla más adelante.

En ese mismo capítulo nos adentramos en los valores del derecho a la información, respeto a la intimidad y a la vida privada, estableciendo los puntos en los que los tres convergen y en los que se diferencian, tanto en el marco de lo legal como de lo ético. Estos principios son los que se ponen a escrutinio en esta tesis. Sin embargo, excluimos lo legal dado que, en 2016, el mundo virtual no estaba tan regulado en el país para esos ítems, por lo que no tiene sentido discutir delitos que no estaban contemplados en las leyes mexicanas.

Es así como pasamos al segundo capítulo, Ética y prensa digital en México, en el que aterrizamos la situación en el país, a nivel general, como una sociedad habituada a la violencia, la corrupción y la impunidad, una realidad que explica la aparición de los “Lords y Ladies”, que estudiamos como fenómenos comunicativos de linchamiento digital; sin embargo, planteamos que su popularidad no es extraña, ni sorpresiva, sino natural en la coyuntura de ese año.

Aun así, argumentamos que otra realidad puede existir y lograrse en México y, aunque difícil, no se torna imposible impulsar cambios positivos y estructurales, que mejoren la situación. Así, desplegamos el caso del reportaje de las ‘Empresas fantasma de Javier Duarte’, publicado por *Animal Político* en alianza con Mexicanos Contra la Corrupción y la impunidad.

Aunque lo tomamos como el ideal, no es el único caso en el que el periodismo mostró su función. Encontramos, dentro de nuestro estudio, un Lord y una Lady que entran en ese terreno. Porque la función social del periodismo no es lograr cambios, aunque sí es lo ideal. El periodismo existe para comunicar, con ética, hechos que afecten la vida pública o constituyan un delito, tal como los videos de “Lords y Ladies” que, por ese motivo, vemos y estudiamos como productos periodísticos, pese a no haber sido creados bajo las lógicas del periodismo.

Más adelante, describimos la situación del periodismo mexicano en aquel año que, por des fortuna, podría no ser diferente a la actual. Explicamos la corrupción y la violencia que atraviesa esta actividad, como no podía ser de otra manera en el contexto descrito, pues vemos al periodismo como un espejo de la población y su gobierno de aquél entonces.

Sin embargo, también ponemos a escruñio los valores deontológicos y éticos de las empresas de medios, tanto en lo legal, como en lo ético en sus existentes o ausentes códigos de ética, piezas claves de la autorregulación como mecanismo para alcanzar la ética periodística, como argumentamos en el capítulo 1.

Finalmente, en el capítulo 3, Lo viral en la prensa digital mexicana, exponemos los resultados del análisis ético, la revisión biblio-hemerográfica y las entrevistas, relacionándolos con los primeros dos capítulos. Todo ello nos llevó a responder las preguntas planteadas al identificar nuestro problema.

Explicamos, primero, las desventajas del contenido en redes sociales, dando especial énfasis al linchamiento digital dentro de este apartado. Pero no satanizamos las redes, porque reconocemos sus bondades y ejemplificamos casos en los que incidieron positivamente en el mundo real del país.

Hacemos una descripción de los cinco videos, para responder si eran o no acciones que constituyeron un delito o un acto que afectaba la paz pública, y por lo tanto eran de interés del público. Detallamos las repercusiones personales del linchamiento digital en los “Lords y Ladies”, y el tratamiento de la información de los videos en los medios de comunicación.

Concluimos que aún quedan otras y nuevas preguntas por responder, con otros métodos científicos como análisis del discurso y de metadatos, para terminar de entender los complejos fenómenos de la comunicación en el mundo real y el virtual, y analizar los puntos en los que ambos mundos convergen, sin olvidar que los dos tienen sus diferencias.