

Narrativas Sensacionalistas y Participación Pasiva: Un Estudio del Tratamiento de la Violencia de Género en TikTok en el Caso Letty Cando

Sensationalist Narratives and Passive Participation: A Study of the Treatment of Gender Violence on TikTok in the Letty Cando Case

Daniela Estefania Cadena-Bonilla¹

Investigadora Independiente

decadena1@pucesi.edu.ec

Ximena Margarita Coronado-Otavaló²

Docente Universitaria

xmcoronado@pucesi.edu.ec

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ibarra - PUCEI
Ibarra, Ecuador

1 Abogada por la Universidad Regional Autónoma de Los Andes – UNIANDÉS. Licenciada en Comunicación por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ibarra – PUCEI. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0345-535X>

2 Doctoranda en el programa de Doctorado interuniversitario de Comunicación en la Universidad de Sevilla. Máster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Sevilla. Magíster en Nuevas Tecnologías para la Gestión y Práctica docente por la PUCEI. Diplomado en Docencia Universitaria. Licenciada en Comunicación Social por la PUCEI-Ibarra. Docente universitaria con 11 años de experiencia en asignaturas de periodismo, radio, medios impresos, epistemología de la investigación, géneros periodísticos, comunicación digital y cultura digital. Investigadora de temas relacionados a ciberperiodismo, redes sociales, análisis y estructura de la información, cultura digital, identidad y migración. Ha publicado artículos en revistas de indexación regional Latindex y Scopus, así como también capítulos de libro. Miembro de la Red de Investigadores en Comunicación del Ecuador [RICE], del grupo de investigación Medios, Tecnologías Aplicadas y Comunicación [METACOM] así como de Comités científicos de congresos nacionales e internacionales. Experiencia laboral en medios impresos, radiales, comunicación organizacional y comunicación para el desarrollo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5146-0248>

Resumen

La presente investigación es resultado de un trabajo de titulación en comunicación que se centró en abordar el manejo de la información respecto a la violencia de género del contenido difundido por los medios digitales, a través de sus cuentas de TikTok. Para efectos del estudio, se analizó el caso puntual de Letty Cando³; una enfermera ecuatoriana que fue asesinada y brutalmente desmembrada a finales del 2023. En este trabajo se configuró un enfoque mixto en la metodología, pues se combinó las técnicas de análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, centrándonos en elementos discursivos de 82 videos publicados entre septiembre de 2023 y enero de 2024. Para sopesar los datos también se aplicó entrevistas a profesionales de la comunicación y activistas por los derechos de la mujer. En los principales resultados se identificó el empleo interesado del sensacionalismo, el amarillismo, el morbo y estigmatización que insensibilizan a la audiencia y perpetúan estereotipos negativos. El tratamiento informativo de los videos sobre este suceso reflejó una alta viralización del hecho. Sin embargo, la interactividad de los usuarios fue limitada y mostró un consumo pasivo de la información en la red social estudiada.

Palabras clave: violencia de género, tratamiento informativo, medios digitales, TikTok

3 Paz-Y-Miño, E. (2023, 21 de diciembre). El caso de Letty Cando, explicado. *GK City*. <https://gk.city/2023/09/13/caso-feminicidio-letty-cando-explicado-violencia-contra-mujeres/>

Abstract

The present research is the result of a degree project in communication that focused on addressing the handling of information related to gender-based violence in content disseminated by digital media through their TikTok accounts. For the purposes of the study, the specific case of Letty Cando, an Ecuadorian nurse who was murdered and brutally dismembered in late 2023, was analyzed. This work employed a mixed-method approach in its methodology, combining both quantitative and qualitative content analysis techniques, focusing on discursive elements in 82 videos published between September 2023 and January 2024. To complement the data, interviews were conducted with communication professionals and women's rights activists. The main findings identified the strategic use of sensationalism, yellow journalism, morbidity, and stigmatization, which desensitize audiences and perpetuate negative stereotypes. The informational treatment of the videos about this event revealed a high level of virality. However, user interactivity was limited and showed passive consumption of information on the social network studied.

Keywords: gender violence, information management, digital media, TikTok

Introducción

La violencia de género es un problema que ha encontrado un nuevo escenario mediático en las redes sociales, donde su impacto sobre la representación de la mujer y la perpetuación de estereotipos de género se ha

vuelto más evidente y repetitivo. Las redes sociales con su alcance masivo y su inmediatez actúan como espacios de comunicación que facilitan el surgimiento de nuevas maneras de expresarse (Moreno–Freites y Ziritt–Trejo, 2019).

La representación insuficiente de las mujeres en diversos sectores sociales pone de manifiesto inequidades significativas y barreras estructurales que afectan los principios de equilibrio social. La Organización de las Naciones Unidas Mujeres [ONU Mujeres], (2023) propone que esta desproporción no solo contraviene los principios fundamentales de igualdad y equidad, sino que obstaculiza el progreso y desarrollo de la sociedad en su totalidad.

De acuerdo con Guzmán, Albornoz–Zamora y Macías–Merizalde (2023), la violencia hacia la mujer surge de normas y valores que refuerzan desigualdades sociales, perpetuando la exclusión de las mujeres en diversos ámbitos. Esta violencia, vinculada al patriarcado, ha pasado del ámbito privado al público, convirtiéndose en un problema de salud y social. Analizar las representaciones sociales de la violencia de género ayuda a revelar las creencias que la sostienen, lo que abre oportunidades para combatirla.

Es innegable que el entusiasmo hacia las indagaciones sobre género y su vínculo con los medios de comunicación ha aumentado en las décadas recientes. Desde esta perspectiva, los medios y las redes sociales se erigen como una plataforma inmejorable para analizar la variable de género. La naturaleza social de los estereotipos se define como construcciones culturales que se forman en torno a grupos humanos basadas en generalizaciones,

prejuicios y percepciones simplificadas. De acuerdo con Sánchez-Rodríguez (2023), “Los estereotipos se definen como creencias exageradas, rígidas y simplificadas sobre las características, atributos y comportamientos de los miembros de ciertos grupos sociales” (p. 1). Ciertas opiniones pueden influir en la percepción y el trato hacia los demás, infringiendo prejuicios y discriminación.

El estudio de Rodríguez-López (2015) refleja que en los estereotipos de género asociados a la figura femenina, los medios tienden a cosificar a la mujer, utilizando la seducción y la sensualidad como recursos retóricos. También se observan patrones donde la mujer aparece masculinizada, desafiando los roles tradicionalmente asignados a los hombres, lo que se convierte en una estrategia de impacto y espectáculo.

La violencia de género contra las mujeres puede manifestarse de múltiples maneras, incluyendo la violencia física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, estructural – gubernamental y comunitaria –, política, de género y digital. Durante la pandemia de COVID-19, estas formas de violencia aumentaron, en gran medida, especialmente la violencia perpetrada por parejas, que incluye abuso físico, psicológico y sexual (Ostadtaghizadeh et al., 2023).

A pesar de que no son recientes, los datos de ONU Mujeres Ecuador (2020) exponen que, en la Encuesta Nacional sobre Relaciones familiares y violencia de género contra las mujeres, 65 de cada 100 mujeres en el Ecuador han experimentado algún tipo de violencia a lo largo

de su vida. A continuación, enlistamos cuatro tipos de violencia más comunes: violencia física, sexual, psicológica, económica, política, de género y digital. Los tipos de violencia abarcan el contexto de estudio a nivel nacional.

Nos centraremos en lo que se entiende por violencia digital y que se manifiesta a través del uso de tecnologías digitales como internet y dispositivos móviles. Esta práctica incluye el ciberacoso, amenazas en línea, difusión no consensuada de imágenes íntimas, vigilancia y control digital, discurso de odio en línea, así como cualquier otro acto que cause daño físico, emocional y social a la víctima. “La violencia generada a través de las redes sociales afecta indiscriminadamente a todos los ciudadanos, sin embargo, los grupos más vulnerables son las mujeres y adolescentes” (De-Jesús-Sánchez, 2020, p. 5).

La violencia contra niñas y mujeres es un tema recurrente en la agenda mediática, pero no necesariamente desde el rigor informativo; muchas veces, resaltan el morbo y reproducen estereotipos de género reforzando la naturalización de la violencia y la discriminación. “En un mundo cada vez más globalizado, esta naturalización se visibiliza en los medios digitales, principalmente, las redes sociales” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2018, párr. 1).

Por otro lado, Navarro, García y Fernández (2018) a pesar de que estudian el uso de las redes sociales, principalmente Facebook, como medio para luchar contra la violencia admiten que los medios sociales han sido empleados como instrumento para la expansión de la violencia machista en el ámbito digital.

La violencia de género en las redes sociales se refiere a los actos de agresión, acoso o intimidación dirigidos a una persona basados en su género, que se perpetran a través de plataformas digitales. Esta forma de violencia puede traer graves repercusiones en la salud mental y física de las víctimas. Para el Departamento de Justicia de Canadá (2023) sobre violencia digital en países de Sudamérica describe cuatro tipos de violencia contra la mujer a través de la web: Ciberacoso, difusión no consensuada de imágenes íntimas, discursos de rechazo y suplantación de identidad.

El informe del Pew Research Center (Vogels, 2021) resalta que los contenidos sobre violencia de género en plataformas digitales suelen centrarse en aspectos intensamente emotivos y visualmente explícitos lo que puede acostumar y normalizar estas conductas por los observadores virtuales.

El objeto de estudio que nos ocupa refiere a los discursos de odio pues consisten en comentarios y publicaciones que atacan a individuos o grupos basados en su género, sexualidad, raza u otras características en redes sociales. Estos mensajes pueden incitar a la violencia y crear un entorno hostil y peligroso para las víctimas . Dado que el lenguaje de incitación al rechazo ataca a las personas basándose en las características del grupo al que pertenecen, los daños causados se distribuyen de manera desigual en la población en general, siendo los grupos marginados los que suelen llevarse la peor parte (UNESCO, 2021).

Cuando se topa el tema informativo es preciso recurrir a las reflexiones clásicas como la de Kapuściński (2008) referente al sentido real del periodismo. Él principalmente ha reforzado la misión de los periodistas respecto a informar, interpretar, formar y fiscalizar. Estas funciones reflejan la visión de una profesión comprometida con la verdad, la justicia y el servicio a la sociedad.

Para efectos del presente estudio se ha revisado la forma en la cual se presenta, interpreta y transmite la información al público dentro de un contexto determinado, como puede ser el caso de la información presentada por las redes sociales a través de las cuentas que provienen de una cuenta. Hall (1973), por su parte, recalca que la selección y presentación del contenido que se difunde en los medios busca moldear la percepción pública de manera superficial.

Un estudio en Chile (Soto y Sánchez, 2016) destaca que pese a que en el entorno digital los medios pueden apelar al uso de complementario de herramientas digitales se limitan a reproducir y hacer eco del feminicidio desde el morbo sin elevar la calidad de información que se difunde. Como consecuencia de ello “se hace urgente educar a los periodistas y futuros periodistas para que entreguen informaciones con perspectiva de género, que presenten soluciones y concientización sobre el tema” (p. 67)

Si bien es cierto, el sensacionalismo está acuñado históricamente a ciertas narrativas emitidas desde los medios tradicionales para distorsionar elementos de la realidad, el estudio de Gutiérrez et al. (2015) señala que

–con el aumento de los medios digitales y su creciente digitalización– se ha intensificado la percepción de que los medios son menos serios y más polarizados. Con esto se deja entrever que el contenido sensacionalista de los medios se ha amplificado a través de las redes sociales que han crecido.

Desde otra óptica del entorno digital actual, la audiencia desempeña un papel activo en el proceso informativo, actuando más como fuente de información que como creadora de contenido. Son los usuarios los que deciden la relevancia y promueven interactividad de ciertos temas en redes sociales compartiendo publicaciones (Silva Torres, Paredes Placencia y Ocaña Morales, 2022)

El cambio que ha sufrido el espacio mediático presenta grandes desafíos como la circulación de bulos o noticias falsas [fake news]. La información que emiten los medios desde cualquier plataforma revela que la ética periodística actúa como un pilar fundamental que sostiene la credibilidad y la autoridad de los medios de comunicación. Resulta imperativo, entonces, el enfoque ético en el periodismo digital, pues se debe adaptar a los desafíos incluyendo la transparencia en la distribución de noticias y la gestión de la desinformación en la era digital (March-Cerdá, 2023). “La ética periodística es fundamental para la práctica del periodismo, la confianza depositada en esa práctica y las consecuencias para el conocimiento público” (Centro para el Estudio de las Mujeres en la Televisión y el Cine, 2023, párr. 5).

Una de las redes sociales que ha calado con fuerza en los últimos años ha sido TikTok, que ha destacado por su influencia a todo nivel etario. Desde su creación en 2016, TikTok ha revolucionado la forma en que los usuarios crean y consumen contenido en formato de video corto, impactando de manera significativa en aspectos sociales y culturales (Gómez-Iniesta y Cantero-De-Julián, 2021). Esta plataforma, con su algoritmo personalizado, ha transformado el consumo de medios de comunicación y se ha convertido en una herramienta clave para la viralización de contenido.

La característica más distintiva de TikTok es la capacidad para fomentar la interacción y el *engagement* de los usuarios. Aunque TikTok tiene una tasa de interacción más alta que otras redes sociales, el *engagement* es superficial, predominando los “me gusta” y reflejando un comportamiento mayormente pasivo (López Navarrete, Cisternas Osorio, Díez Somavilla y Cabrera Méndez, 2024). Estudios recientes señalan cómo las redes sociales tienden a enfatizar el contenido emocionalmente cargado para maximizar la participación del usuario (Al-Rawi et al., 2019).

El uso de Tiktok como vía alterna para reforzar el contenido de mediático busca llegar a un grupo etario cada vez más hiperconectado.

Se advierte, por ejemplo, que la plataforma obliga a repensar las prácticas informativas, ya que el formato obliga a simplificar y, en ocasiones, a dramatizar la información para captar la atención del

usuario en los primeros segundos. Esto plantea un reto para la precisión y la profundidad del contenido periodístico. TikTok puede ser una herramienta poderosa para captar la atención de una audiencia joven, pero existe el riesgo de que la inmediatez y la necesidad de captar visualmente a la audiencia lleven a la banalización de la información. (González-Alba, 2024, párr. 11-12)

Desde una perspectiva aún más crítica, Peña-Fernández, Ureta y Gras (2022) advierten que la presentación de contenido en TikTok, basada en videos cortos y rápidos, complica que los medios tradicionales ofrezcan noticias de actualidad. A diferencia del formato informativo tradicional, que usa un lenguaje formal y textos largos, TikTok se enfoca en videos breves y coloquiales. Esto representa un desafío mayor para los medios, superando incluso el reto que enfrentaron al adaptarse a otras plataformas.

Sujeto de Estudio: el Caso de Lety Cando

Para contextualizar, brevemente nuestro sujeto de estudio narraremos la historia del femicidio de Lety Cando, una auxiliar de enfermería de 33 años, desaparecida y posteriormente hallada asesinada en Quito-Ecuador, en septiembre de 2023. La mujer luego de salir de una fiesta en un bar del norte de la ciudad, fue llevada a la casa de Johnny C., donde fue violada, apuñalada y desmembrada. Su desaparición se reportó el 4 de septiembre, y su cuerpo fue hallado despedazado el 8 de septiembre en una zona boscosa cerca de la residencia del asesino confeso (Cadena, 2023).

El caso de Letty Cando generó un gran impacto en Ecuador y se difundió rápidamente a través de redes sociales, especialmente en TikTok, donde cuentas de medios digitales que publican noticias y temas de interés público jugaron un papel clave en la visibilización del suceso. La amplia viralización de la noticia ilustra cómo el tratamiento informativo en esta plataforma puede influir en la percepción de los usuarios, un aspecto que se explorará en detalle en la presente investigación (Becerra, 2023).

Para mejor comprensión del hecho mediático que convoca el interés académico de investigación hemos condensado la información en la tabla 1:

Tabla 1: *Cronología del caso Letty Cando*

2023-09-02: Letty Cando sale con una amiga a una fiesta.
2023-09-03: Letty es violada y desmembrada. Johnny transporta los restos.
2023-09-04: Letty no se presenta a trabajar.
2023-09-05: Familia reporta desaparición, DINASED inicia investigación.
2023-09-06: Vecino observa comportamiento sospechoso de Johnny.
2023-09-07: DINASED obtiene videos y Johnny confiesa.
2023-09-08: Encuentran cuerpo desmembrado de Letty.
2023-09-09: Continúa el levantamiento del cadáver.
2023-09-10: Audiencia de cargos y prisión preventiva para Johnny.
2023-09-21: Corte rechaza recurso de hábeas corpus.
2024-01-13: Johnny muere en la cárcel, presunto suicidio.

Nota: La tabla recoge –en detalle– las fechas vinculadas con el caso de feminicidio de Letty Cando. Desde el 2 de septiembre de 2023 hasta el 13 de enero de 2024. Elaboración propia.

En la actualidad, las redes sociales y el acceso a internet facilitan la rápida diseminación de información. En el caso de Letty Cando, los medios digitales y las redes sociales desempeñaron un papel fundamental en la amplificación de la noticia sobre su trágico asesinato. Sin embargo, del breve estado del arte realizado se ha identificado que no existen estudios académicos que aborden este caso. No obstante, otros feminicidios a nivel de Ecuador, Latinoamérica y el mundo que quizá han tenido mayor impacto mediático sí han sido sujeto de estudio de investigaciones que han sido referente para el estudio que se presenta.

Metodología

La investigación se centra en conocer la forma en la que los medios digitales ecuatorianos a través de su contenido en las cuentas de la plataforma de TikTok abordaron el caso de feminicidio de Letty Cando. Para ello, delimitamos el punto de partida desde el objeto de estudio vinculante hacia el tratamiento mediático y la representación de la violencia de género en la plataforma TikTok, centrándonos en cómo las narrativas sensacionalistas afectan la percepción de los usuarios y promueven una participación pasiva. Se combinó el método analítico-inductivo para descomponer e integrar los elementos informativos para una comprensión global. Se examinó la evolución y contexto del tratamiento informativo y se extrajeron conclusiones generales a partir de observaciones puntuales de este caso.

La metodología del presente trabajo surge de la aplicación de un enfoque mixto que incluye técnicas cuantitativas y cualitativas de recogida de información. El estudio cuantitativo se hizo mediante el análisis de contenido pues se ponderaron sistemáticamente las publicaciones de Tiktok que correspondían a las cabeceras informativas del Ecuador.

Por otro lado, también se aplicó el análisis de contenido cualitativo que examinó a profundidad el tratamiento informativo de las publicaciones, la representación mediática y las percepciones del caso. Nos basamos en las variables cualitativas como: la descripción, del contenido, el tono del mensaje, el lenguaje empleado para relatar los hechos, el nivel de respeto a los derechos, el tipo de imágenes usadas y las opiniones de expertos sobre el caso Letty Cando. El principal insumo fue el Índice de Vulneración de Derechos en los Medios [IVDM] (Chavero y Oller, 2015).

Del mismo modo, en lo que respecta a la orientación cualitativa se recurrió a la saturación de información a través de entrevistas semiestructuradas aplicadas a expertos en comunicación y activistas por los derechos de la mujer.

El corpus de la investigación estuvo compuesto por 82 videos que se habían publicado por 11 medios de comunicación a través sus cuentas de TikTok, para el efecto se ubicó como patrón de búsqueda el hashtag #LettyCando. Adicional a esto, para efectos de la entrevista, se eligió mediante muestreo probabilístico intencional a tres profesionales en el campo de la comunicación, periodismo y activismo en defensa de los derechos de la mujer.

Los instrumentos metodológicos se diseñaron en función de fichas de análisis cuantitativo y cualitativo, así como el cuestionario de la entrevista. De esta forma se garantizó una recopilación exhaustiva y sistemática de la información desde la plataforma TikTok.

Se emplearon variables como: el tipo de tratamiento informativo que se ha dado sobre el caso lo cual analiza el enfoque mediático de los contenidos, distinguiendo entre representaciones sensacionalistas y narrativas más educativas o de sensibilización. Por otro lado, se empleó también la variable de interactividad y participación del usuario, lo cual se mide a través de comentarios, *likes*, compartidos y otras interacciones en los videos. Así también se analizó el formato y distribución del contenido, visto como un variable que identifica los tipos de contenido publicados (historias, noticias, videos) y la frecuencia de su difusión. Se examina el impacto del formato en la viralización y en la capacidad de los videos para captar la atención del público. datos.

Resultados y Discusión

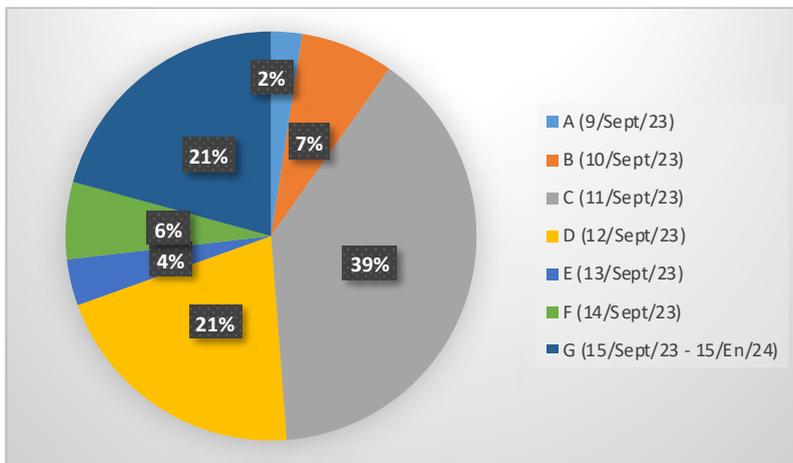
Tras el análisis de contenido cuantitativo, el estudio del tratamiento de la información sobre violencia de género en TikTok, enfocado en el caso Letty Cando, reveló una serie de tendencias preocupantes en la representación mediática de este tipo de hechos que marcan la agenda mediática. A partir del análisis de 82 publicaciones, se identificó que la mayoría de los contenidos en TikTok fueron diseñados con un enfoque sensacionalista, con un énfasis particular en aspectos gráficos y emocionales que desvirtúan la gravedad

de la violencia de género y acentúan el morbo. No obstante, es importante destacar que el uso de imágenes reales sobre la víctima fue abordado con respeto y discreción, sin incluir fotografías violentas que pudieran deshumanizarla, lo cual se contrasta con el enfoque sensacionalista de la narrativa.

Respecto a la distribución de contenido se observó que el 64% de los videos analizados utilizaron recursos multimedia impactantes, como imágenes fuertes y titulares alarmantes, que contribuyeron a la viralización del caso. Sin embargo, esta viralización no se tradujo en una mayor comprensión o sensibilización sobre la violencia de género, sino en un consumo pasivo de contenidos. Los gráficos (ver Figura 1) muestran un pico en la difusión de los videos los días 11 y 12 de septiembre de 2023, coincidiendo con la revelación de detalles más gráficos del crimen.

Figura 1

Cronología de las publicaciones de los medios digitales en TikTok

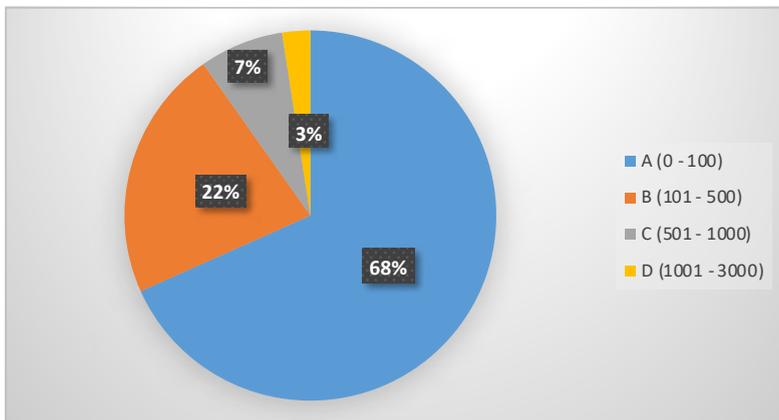


Nota: El gráfico expone el número de publicaciones que se han hecho sobre el caso Letty Cando a través de la plataforma TikTok, provenientes de las cuentas de medios digitales. Elaboración propia

La cifra predominante de comentarios ocupa más del 50% y se ubica en el rango de 0 a 100 y menos de la cuarta parte de los videos analizados tiene entre 101 y 500 comentarios. Esta cifra refleja la escasa participación de los cibernautas sobre el hecho, pocos se han detenido a opinar y motivar el debate en redes. De esta manera, se manifiesta que los usuarios de TikTok asumen una tendencia marcada únicamente a mirar los videos y consumir la información sin interactividad.

Figura 2

Número de comentarios de los TikToks en el caso Letty Cando



Nota: El gráfico presenta escasos comentarios de los videos a pesar de que se trató un tema que fue viralizado. Elaboración propia

Los contenidos generados en TikTok sobre el caso Letty Cando se distribuyeron en varios formatos, se destacan las historias y noticias de este hecho pues representan el mayor porcentaje de la producción mediática difundida. Las reproducciones de los videos sobre el caso Letty Cando en la red social estudiada manifiestan una alta viralización, con un claro aumento en vistas a medida que crece la cantidad de videos, como es propio del algoritmo de Tiktok.

La gran mayoría de usuarios que visualizaron el contenido del caso Letty Cando, no ubicaron como favoritos a los videos producidos por los medios digitales. Esto revela que es un tema que no trasciende más allá de la curiosidad sobre los detalles y hechos del caso. La baja interactividad sugiere que, aunque el caso generó interés inicial con una atención fugaz, no logró mantener la atención de los seguidores de Tiktok a largo plazo, solo respondió a un hecho coyuntural mediatizado que luego perdió vigencia.

En relación a la autoría del contenido difundido se refleja que la mayoría del contenido fue producido por los propios medios digitales pues de los 82 videos analizados, 55 fueron producidos por el mismo medio. Este dato expresa una estrategia de elaboración centrada en el impacto inmediato y la viralización más allá de la profundidad y generación de opinión pública.

En cuanto al análisis de contenido cualitativo de estos contenidos se identificó el uso recurrente de un lenguaje que perpetúa estereotipos y normaliza la violencia. Los titulares y textos acompañantes en los

videos priorizaron detalles morbosos y gráficos del crimen desestimando un enfoque educativo o de sensibilización. Este tipo de tratamiento informativo desensibiliza a la audiencia y banaliza la violencia de género.

Tomando como referencia los indicadores que se expresan en el Índice de Vulneración de Derechos en los Medios (Chavero y Oller, 2014), el tema más frecuente que se presenta en el contenido analizado es la exposición sensacionalista del caso. Se observó una amplia mayoría de videos que centraron su narrativa en los aspectos más escandalosos del crimen, en lugar de destacar la gravedad del problema de la violencia de género. En una parte considerable de los videos, se desvaloriza la importancia del contexto y las causas profundas del crimen, enfocándose en aspectos superficiales o emocionales. Esto se observa en frases que perpetúan una narrativa lastimera y sensacionalista.

Los *copys* de los videos de TikTok analizados, sobre el caso de Letty Cando, revelan un enfoque dual en la narrativa utilizada por los medios digitales. Por un lado, existen descripciones que buscan movilizar a la sociedad hacia la justicia y la empatía con las víctimas de violencia de género, a través de textos como: “Justicia, Quito de luto”, “ni una menos”, “dejemos de culpar a las víctimas” e “Historia de Letty Cando, una enfermera cuya vida se apagó en una tragedia inimaginable” destacan un intento positivo de sensibilizar a la audiencia sobre la importancia de no revictimizar a las mujeres que sufren violencia. Este enfoque promueve una cultura de apoyo y solidaridad, alentando a la

sociedad a exigir justicia y cambios en la percepción social de las víctimas de feminicidio. No obstante, por otro lado, se identificó también un lenguaje sensacionalista en *copys* donde los enunciados buscan captar la atención del lector mediante detalles explícitos y morbosos, tiende a explotar el dolor y la tragedia, priorizando la espectacularización de los hechos sobre la reflexión crítica. Como parte del análisis en los tiktoks revisados se encontraron expresiones como:

“El crimen que conmociona a la capital”. “Se trata de Letty Cando, una joven farmacéutica de 33 años de edad que fue hallada descuartizada y enterrada en el parque Metropolitano”, “No confíen en nadie” y “Mujer fue violada y asesinada”.

Por último, también se hallaron *copys* meramente informativos sobre las acciones de las autoridades dentro de los que se destacan: “La Fiscalía encontró nuevos elementos de convicción para procesar a Jonny C” y “Corte de Justicia niega Habeas Corpus a quien le habría quitado la vida a Letty C”. Claro está que este tipo de textos cumplen una función exclusivamente informativa haciendo alusión al progreso judicial del caso.

En contraste de lo expuesto, los resultados obtenidos a partir de las entrevistas con dos profesionales de comunicación, y en virtud de la jerarquización de temas se reflejan puntos de vista complementarios sobre la coexistencia de los medios tradicionales y digitales. Mientras uno sostiene que los medios digitales no sustituyen a los tradicionales, sino que los complementan, el otro argumenta que los medios digitales están

reemplazando progresivamente a los tradicionales debido al cambio en los hábitos de consumo. De igual forma, mediante la identificación de elementos comunes, los especialistas coinciden en que la clave para los medios tradicionales es la adaptación al entorno digital, destacando la importancia de mantener la esencia de la noticia a pesar de su distribución en diferentes plataformas.

En cuanto al uso de redes sociales para la difusión de información, los entrevistados destacan la necesidad de verificación y confiabilidad. Los profesionales en comunicación mencionan que, si bien las redes sociales pueden ser útiles para la difusión de noticias, es crucial que estas provengan de medios confiables, y desde sus cuentas verificadas, para evitar la propagación de noticias falsas.

Ambos informantes resaltan la influencia de TikTok en la difusión de noticias relacionadas con la violencia de género, señalando que esta plataforma ha permitido alcanzar a una audiencia joven. Sin embargo, mientras uno aboga por un tratamiento ético y adecuado de estos casos, criticando la falta de regulación y el uso sensacionalista del contenido, el otro enfatiza la necesidad de protocolos claros y de capacitaciones para los medios digitales, destacando la importancia de proteger la identidad de las víctimas y de evitar la revictimización.

Los comunicadores entrevistados coinciden en que no todos los casos de violencia de género reciben el mismo tratamiento en los medios digitales. Critican la tendencia de algunos medios a replicar noticias de otros países con retraso y sin el debido rigor periodístico, lo

que compromete la calidad de la información. Asimismo, señalan que los medios tienden a centrarse en los casos más impactantes, dejando de lado aquellos que, aunque igualmente graves, no ofrecen el mismo nivel de espectacularidad, lo que refleja una falta de ética y sensibilidad en el tratamiento de la violencia de género.

Desde una mirada mucho más profunda, en las entrevistas con activistas por los derechos de las mujeres, se destaca que las redes sociales juegan un papel dual en la difusión de información sobre la violencia de género. Por un lado, estas plataformas han sido fundamentales para movilizar colectivos y generar conciencia pública, facilitando el apoyo comunitario y la visibilización del problema. Sin embargo, también se señala la falta de control en estos espacios, lo que permite la aparición de comentarios revictimizantes y ataques hacia las víctimas. La activista subraya la importancia de emplear una terminología precisa, como “femicidio” o “asesinato”, evitando eufemismos que diluyen la gravedad de estos crímenes.

Además, se destaca el impacto emocional y psicológico negativo que la exposición mediática tiene sobre las víctimas y sus familias, especialmente en sociedades machistas como las de América Latina. La revictimización no solo proviene de la cobertura mediática, sino también de los comentarios de los usuarios en redes sociales, quienes en muchos casos culpabilizan a las víctimas. Las expertas resaltan cómo el anonimato en redes sociales facilita la violencia digital y perpetúa una cultura de violencia normalizada en estos entornos.

Finalmente, la activista señala la importancia del control parental en el acceso de niños y adolescentes a las redes sociales, para reducir la exposición a contenido perturbador. También subraya que, en sociedades patriarcales, la propagación de bulos y noticias falsas sobre violencia de género agrava el problema, contribuyendo a la desinformación y a la normalización de este tipo de violencia, tanto en la esfera digital como en la vida diaria.

Conclusiones

El análisis del caso Letty Cando en TikTok revela que en mayor medida los medios digitales ecuatorianos tienden a priorizar el uso del sensacionalismo para captar la atención del público. Esta inclinación se manifiesta en la utilización de descripciones gráficas y emotivas que contribuyen a una narrativa centrada en la crueldad del crimen explotando el dolor y la tragedia para captar la atención. Sin embargo, algunos buscan movilizar a la audiencia hacia la justicia y la empatía.

En el contenido informativo difundido en la plataforma digital TikTok se identificó una doble vulneración de derechos frente a la víctima: primero, a través de su asesinato, y segundo; mediante el linchamiento mediático que afecta la dignidad frente a la muerte de Letty Cando.

A pesar de la alta viralización del caso, reflejada en miles de reproducciones, la participación activa de los usuarios en términos de *likes*, comentarios, favoritos y compartidos fue limitada. Este comportamiento indica indiferencia frente al contenido pues los usuarios prefieren

compartir material impactante sin involucrarse en discusiones sustanciales sobre la violencia de género ni generar debate.

Aunque algunas publicaciones en TikTok intentan movilizar a la audiencia y crear consciencia sobre la violencia de género mediante *hashtags* y llamados a la acción, otras perpetúan una narrativa sensacionalista que fomenta el morbo y la espectacularización de los hechos. Esta doble representación mediática evidencia un enfoque inconsistente frente a temas que afectan los derechos de las víctimas de violencia de género.

La cobertura sensacionalista del caso Letty Cando no solo provoca una sensación de pánico y temor en la audiencia, sino que además desvirtúa el enfoque hacia soluciones reales y estructurales para abordar la violencia de género. Este tipo de tratamiento mediático prioriza los detalles morbosos y dramáticos, dejando de lado la reflexión profunda sobre las causas y consecuencias de este tipo de violencia, y oscurece la importancia de políticas públicas y medidas preventivas que podrían mitigar estos crímenes. Asimismo, refuerza estereotipos que perpetúan un discurso errado en lugar de educar y sensibilizar, este enfoque fomenta la desinformación y la pasividad de la audiencia, alejando la atención de las verdaderas soluciones y reproduciendo una cultura de violencia e indiferencia.

Además, se ha identificado que las redes sociales tienen un doble impacto en la difusión de la violencia de género. Por un lado, son esenciales para movilizar y crear consciencia, pero por otro, su falta de regulación

facilita la re-exposición al trauma mediante comentarios inapropiados. Es fundamental utilizar un lenguaje preciso como “femicidio” o “asesinato” para no trivializar los crímenes y de esta forma educar a la audiencia que es la que recibe y percibe la información.

Por último, la investigación subraya la necesidad de abordar la información que se difunde a modo de video en redes sociales desde un enfoque multidisciplinario, que incluya testimonios, fuentes especializadas, datos documentales y versiones oficiales. La participación activa de expertos es esencial para contrastar el material periodístico y cumplir con los objetivos de informar, educar y generar opinión de manera responsable.

Referencias

- Al-Rawi, A., Groshek, J., y Zhang, L. (2019). The Effect of Digital Media on Public Perception and Political Engagement: A Review of Recent Literature. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1443887>
- Becerra, C. (2023). Caso Letty Cando: femicida intentó salir de prisión mediante una acción judicial. *Cero Latitud*. <https://cerolatitud.ec/quito/caso-letty-cando-femicida-intento-salir-de-prision-mediante-una-accion-judicial/>
- Cadena, R. (2023, 12 de septiembre). Caso Letty Cando: lo que se sabe de Johnny C., el presunto responsable del asesinato de la enfermera en Quito. *Metro*. <https://www.metroecuador.com.ec/noticias/2023/09/12/caso-letty-cando-lo-que-se-sabe-de-johnny-c-el-presunto-responsable-del-asesinato-de-la-enfermera-en-quito/>
- Centro para el Estudio de las Mujeres en la Televisión y el Cine. (2023). *Indie Women: Behind-the-Scenes Employment of Women in U.S. Independent Film, 2022-23*. [The Center for the Study of Women in Television and Film](https://www.centerforthestudyofwomenintvfilm.sdsu.edu/research.html). Universidad Estatal de San Diego. <https://www.centerforthestudyofwomenintvfilm.sdsu.edu/research.html>
- Chavero, P. y Oller, M. (2015). La construcción de un índice de medición de contenidos discriminatorios: una propuesta metodológica desde Ecuador. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 1(1), 23-40. <https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/article/view/2348>

- De-Jesús-Sánchez, M. (2020). La Violencia Digital en La Generación Z. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, (5), 2-9. <https://doi.org/10.31206/rmdo282020>
- Departamento de Justicia de Canadá (2023). Cyberbullying and the Non-Consensual distribution of Intimate Images. Gobierno de Canadá. <https://www.justice.gc.ca/eng/rp-pr/other-autre/cndii-cdncii/p6.html>
- Moreno-Freites, Z. y Ziritt-Trejo, G. (2019). Redes sociales como canales de digi-impacto en la participación ciudadana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(3), 30-45. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/29683>
- Gómez-Iniesta, P. y Cantero-De-Julián, J. I. (2021). ¿La política española hacia el mainstream? El fenómeno TikTok. *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*, 995-1011. https://www.researchgate.net/profile/Joao-Sousa-27/publication/351625196_Redessociais_online_exposicao_digital_e_cyberbullying_perfis_de_vulnerabilidade_de_universitarios_de_Cabo_Verde/links/60a22b5792851cfd33ba6e1/Redes-sociais-online-exposicao-digital-e-cyberbullying-perfis-de-vulnerabilidade-de-universitarios-de-Cabo-Verde.pdf#page=995
- González-Alba, J.A. (2024) El uso de TikTok en los medios: entre la estrategia para atraer jóvenes y el riesgo de la desinformación. Fundación Gabo. <https://fundaciongabo.org/es/blog/laboratorios-periodismo-innovador/el-uso-de-tiktok-en-los-medios-entre-la-estrategia-para>

- Gutiérrez, L., Salgado, A., y Gómez-Díaz, A. (2015). Factores asociados a la credibilidad y a la autoridad percibidas en los medios de noticias online en Colombia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 21, 165–180.
- Guzmán, M., Albornoz-Zamora, E. y Macías-Merizalde, A. (2023). Representaciones sociales y violencia de género: Social Representations and Gender Violence. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 1109–1113. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.323>
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Cultural Studies. University of Birmingham.
- Kapuściński, R. (2008). Los cínicos no sirven para este oficio: Sobre el buen periodismo. Anagrama.
- López-Navarrete, A., Cisternas-Osorio, R., Díez-Somavilla, R., y Cabrera-Méndez, M. (2024). La interacción del usuario en TikTok: el engagement según la tipología de contenido. *Tsafiqui – Revista Científica En Ciencias Sociales*, 14(1). <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v14i22.1200>
- March-Cerdá, J. C. (2023). Comunicación en tiempos de pandemia, para generar la cohesión social y la confianza necesaria. *Journal of Healthcare Quality Research*, 38(2), 65–67.
- Navarro, C., García, L. M., y Fernández, S. V. (2018). Usos y valoración de Facebook como herramienta para

la lucha contra la violencia de género en México.
Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos
Sociales, 15(2), 285–299.

Ostadtaghizadeh, A., Zarei, M., Saniee, N. et al. Gender-
based violence against women during the COVID-19
pandemic: recommendations for future. *BMC Women's
Health* 23, 219 (2023). [https://doi.org/10.1186/
s12905-023-02372-6](https://doi.org/10.1186/s12905-023-02372-6)

ONU Mujeres. (2020). Visualizar los datos: La representación
de las mujeres en la sociedad. Consultado el 20 de
abril de 2024 de <https://tinyurl.com/2ab45dw6>

ONU Mujeres (2023). Technology-facilitated violence against
women: Taking stock of evidence and data collection.
<https://tinyurl.com/2vhx3es5>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la
Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). Hacer frente
al discurso de odio en las redes sociales: desafíos
contemporáneos. [plataforma digital UNESCO] [https://
unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379177_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379177_spa)

Peña-Fernández, S., Ureta, A., y Gras, J. (2022). Información
de actualidad en TikTok. Viralidad y entretenimiento
para nativos digitales. *Profesional de la Información*,
31, 1–12.

Rodríguez-López, J. (2015). La difusión de los estereotipos
de género a través de las TIC, La mujer en el
vídeo musical. *Ámbitos. Revista internacional de
comunicación*, (29).

Sánchez-Rodríguez, A., Moreno-Bella, E., y García-Sánchez, E. (2023). Mapping gender stereotypes: a network analysis approach. *Frontiers in Psychology*, 14, 1193866.

Silva-Torres, N. G., Paredes Placencia, I. E., y Ocaña-Morales, J. M. (2022). La calidad de la información en los medios digitales de noticia. *RECIMUNDO*, 6(4), 46-57. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.46-57](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.46-57)

Soto, C. A. A. y Sánchez, K. D. V. (2016). Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo de 2016: Una aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género. *Revista Comunicación y Medios*, (34), 52-69.

Vogels, E. A. (2021). The state of online harassment (Vol. 13, p. 625). Washington, DC: Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2021/01/PI_2021.01.13_Online-Harassment_FINAL-1.pdf