

IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología  
XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología  
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos  
Aires, 2017.

# **La viralización de la violencia: el rol de los medios de comunicación en la multiplicación de casos.**

Soto, Romina, Meinardo, Florencia, Fiotti,  
Julieta y Chausovsky, Iván.

Cita:

Soto, Romina, Meinardo, Florencia, Fiotti, Julieta y Chausovsky, Iván  
(2017). *La viralización de la violencia: el rol de los medios de  
comunicación en la multiplicación de casos. IX Congreso Internacional  
de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de  
Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del  
MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires,  
Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-067/719>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eRer/Cbq>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso  
abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su  
producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite:  
<https://www.aacademica.org>.*

# LA VIRALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA: EL ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA MULTIPLICACIÓN DE CASOS

Soto, Romina; Meinardo, Florencia; Fiotti, Julieta; Chausovsky, Iván  
Universidad de Buenos Aires. Argentina

---

## RESUMEN

El siguiente trabajo estudia el problema de los medios de comunicación como gatillo para la multiplicación de distintos tipos de violencia. Se revisa el rol de los medios en la comunicación de actos violentos, y su responsabilidad desde una perspectiva crítica que articula con la noción de procesos identificatorios respecto de cómo la identificación con agresores en la televisión puede llevar a aprender comportamientos violentos para la resolución de problemas a futuro. Esta información se analiza a la luz de la multiplicación de casos de violencia específica contra la mujer en la República Argentina.

## Palabras clave

Violencia, Medios de comunicación, Femicidio, Identificación

## ABSTRACT

VIRALIZATION OF VIOLENCE: THE ROLE OF MEDIA IN CASES MULTIPLICATION

The following paper studies the issue of media as a trigger phenomenon in the multiplication of cases of violence. It reviews the role of mass media in acts of violence, as well as its responsibility, from a critical perspective which takes into account the identification processes involved in how identifying to aggressors on TV can lead to learning violent behaviour in order to solve future problems. This information will be analyzed from the perspective of the growth of violence specifically against women in Argentina.

## Key words

Violence, Media, Femicide, Identification

## Introducción y objetivos

La viralización de contenidos se manifiesta como un fenómeno de común ocurrencia en la actualidad. Esto se ve reflejado en diferentes áreas de la vida, desde la publicidad hasta el contenido creado por los mismos usuarios que lo comparten, como es el caso de las conocidas “memes”. El presente trabajo se propone exponer cómo las formas específicas de violencia se viralizan, reproduciendo en cantidad los casos, a partir del tiempo de pantalla y el tratamiento que se les otorga desde los medios masivos de comunicación en sus diferentes modalidades transmediales.

La hipótesis que sostiene este trabajo consiste en la existencia de un nexo entre los hechos de violencia mostrados en los medios de comunicación - tomaremos especialmente en consideración a los femicidios en nuestro país por contar con una notoriedad especial

en los medios - y la repetición de hechos similares en otros espacios de la sociedad. Este nexo ubicaría a los medios como generadores de un fenómeno de gatillo para la eventual viralización de tipos específicos de violencia debido a la exposición sostenida de las audiencias a este tipo de hechos.

Para esto, haremos un recorrido bibliográfico por diferentes autores, que luego analizaremos a la luz de las estadísticas de violencia, tomando como ejemplo diferentes actos violentos dotados de características específicas.

## DESARROLLO

Vattimo, G. (2000) sostiene que la modernidad deja de existir cuando desaparece la posibilidad de hablar de la historia como entidad unitaria, lo cual para el autor se debe en mayor medida a la irrupción de los medios de comunicación social, ya que los mismos son elementos de una multiplicación de la cosmovisión, de concepciones del mundo. En esta línea lo que el autor intenta defender es que en la Posmodernidad, si bien los medios de comunicación desempeñan un papel determinante, no la “*caracterizan como una sociedad más «transparente», más consciente de sí, más «ilustrada», sino como una sociedad más compleja, incluso caótica, y (...) que precisamente en este relativo «caos» residen nuestras esperanzas de emancipación*” (Vattimo, 2000, p.12-13). En este sentido, cabe preguntarse acerca del papel que cumplen los medios de comunicación en tanto difusores de temas específicos de actualidad como es el caso de los Femicidios.

## Antecedentes

Autores como Anderson et al. (2003) aseguran que el peso de la evidencia indica que “las acciones violentas rara vez son el resultado de una sola causa, sino que múltiples factores que convergen con el tiempo contribuyen a tal comportamiento. En consecuencia, la influencia de los medios de comunicación es mejor vista como uno de los muchos factores potenciales que ayudan a dar forma al comportamiento, incluyendo la agresión.” (p.13) . Por lo pronto, este análisis se propone detenerse en los efectos producidos por los medios de comunicación pero, debe considerarse que las conductas violentas, y en especial las conductas violentas hacia las mujeres son producto de múltiples factores convergentes.

Por su parte Coyne et al. (2011, p. 61) realizaron un estudio que relaciona la exposición de escenas de violencia en los medios con la violencia de pareja ejercida por parte de jóvenes adultos. En su escrito analizan diferentes tipos de violencia y determinan la diferencia en los tipos de comportamientos agresivos resultantes por

parte de hombres y mujeres, concluyendo que los hombres tienen mayor predisposición a actuar de forma agresiva ejerciendo violencia física a partir de ser expuestos a este tipo de contenidos, pero también teniendo en cuenta que por lo general los programas con mayor contenido de violencia están dirigidos a una audiencia mayoritariamente masculina. Esto último se relaciona con lo que propone Huesmann (1986, p. 126), al destacar que la identificación a personajes de TV violentos que resuelven conflictos interpersonales de modo agresivo, puede llevar a la persona a guardar en su memoria las soluciones agresivas a problemas que ha observado. Si bien el estudio de Huesmann analiza especialmente la infancia, el autor destaca que en esa etapa de la vida la exposición a la violencia en los medios puede generar como consecuencia comportamientos a largo plazo, que llevarían la agresión infantil hacia la vida adulta (Huesmann, 1986, p. 125). Donnerstein y Berkowitz's (como se citó en Anderson et al., 2003, p.20) expresaron como "la combinación de representaciones violentas con la estimulación sexual es particularmente potente para estimular a los espectadores masculinos a estar más dispuestos a atacar físicamente a las mujeres que los han provocado. En este experimento, estudiantes universitarios masculinos vieron una película que retrataba sexo y violencia, una película sexual sin violencia película que no era ni sexual ni violenta y luego se les dio la oportunidad de tomar represalias contra una mujer que los había enojado antes, dándole descargas eléctricas. Los hombres que habían visto la película sexual violenta castigaban a la mujer más intensamente que sus colegas que habían visto la película neutra o la película sexual sin violencia". Esta relación entre sexualidad y violencia nos lleva a analizar en nuestra historia cómo fue que nace la figura del femicidio, antes catalogado como un mero crimen pasional. En el año 2012 se sanciona la ley 26.791 que establece el Femicidio como figura penal en la que "figura agravante del delito de homicidio simple, el caso en que sea cometido por un hombre contra una mujer, mediando violencia de género, y cuando el homicidio se cometa con el propósito de causar sufrimiento a una persona con la que se mantiene o ha mantenido una relación de pareja o exista un vínculo de consanguinidad ascendente y/o descendente, castigándolo con la máxima pena prevista para nuestro ordenamiento legal" (Rico et al., 2013, p. 27). El hecho de que se haya sancionado una ley que delimita un tipo específico de crimen con un nombre propio le da otro tipo de visibilidad a la cuestión. Antes de esto, "Los medios de comunicación informaban sobre "crímenes pasionales", cuando en realidad se referían a crímenes que terminaban con la vida de mujeres por su condición de ser mujer." (Rico et al., 2013, p. 17). Resulta necesario destacar que al tiempo que se comienza a visibilizar este tipo específico de violencia hacia las mujeres, que en Argentina se instala como problemática a nivel nacional tras la magnitud que alcanzó en los medios el caso Wanda Taddei, se hizo presente también otro fenómeno: el de la multiplicación de casos de mujeres quemadas por sus parejas o ex parejas. Los femicidios se habían tornado en una constante en las noticias de último momento que ofrecían los medios masivos de comunicación. Este tipo de afirmaciones llevan a pensar sobre el rol de los medios a la hora de informar. Sáez Baeza (2005, p. 22) propone la noción de los medios de comunicación como formadores de la opinión pública,

dirigiendo la mirada de las masas hacia cuestiones específicas. En este sentido, la mercantilización de los medios y la exacerbación de noticias violentas "*porque venden*" llevaría a una sobre-exposición de la audiencia a situaciones violentas que, entre otras cosas, crean una sensación de miedo social. "El efecto ideológico proviene de la representación falaz de la realidad, en términos de las proporciones en que los hechos ocurren, la aparición de sujetos determinados o la distribución geográfica de éstos" (Sáez Baeza, 2005, p. 22). A su vez, Luis Fernando Velez (1998), en su artículo sobre la violencia en los medios de comunicación donde explica cómo se transmiten valores culturales desde los medios audiovisuales que influyen en la sociedad. Ejemplifica cómo la violencia que aparece en los medios de comunicación masivos transmite modelos culturales de resolución de conflictos. Responsabiliza por esto, no a los medios de comunicación, sino a los productores y monopolios que quieren la mayor ganancia posible con la mínima inversión. Explica que tanto para cubrir una noticia criminal, el cine, un programa de entretenimiento o un dibujo animado es más barato producir violencia, ya que no se necesitan grandes actores, o una gran labor periodística o bien porque las traducciones son simples. "Los medios reflejan y transmiten valores e intereses de quienes los producen" (Velez, 1998, P. 75). Podría afirmarse que la violencia en los medios genera violencia en la comunidad, lo que George Gebner (Escuela de comunicaciones de Annenberg en la Universidad de Pensilvania) dió a llamar "Síndrome del mundo hostil". Como propuesta dice que hay que empezar por reconocer que "los medios son una forma moderna de transformar, mantener y transferir símbolos culturales" (Velez, 1998, P. 77), que no sólo debemos cuestionarlos sino revisar los modelos culturales que favorecen la presentación de la violencia. Marca como urgente asumir una posición política respecto del acceso democrático a los medios. En la misma línea, Dammert (2005, p. 55) propone que esta sobre-exposición a actos violentos en los medios lleva a una desensibilización de las personas ante este tipo de hechos, y analiza la representación social existente entre la audiencia de que la constante muestra de tales comportamientos en los medios perfecciona la delincuencia.

En el año 2008 se creó la Asociación Civil "La Casa del Encuentro" la cual desde entonces ha publicado un informe anual de investigación de femicidios en Argentina. Según las cifras expuestas hubo una crecida numérica de casos, siendo un total de 207 los femicidios en el año 2008, y 290 en el año 2016, lo que equivale a un femicidio cada 30 horas (Rico et al, 2013). Nos preguntamos si este notable aumento de los casos de violencia de género podría deberse en cierta medida al "efecto copycat" propuesto por Loren Coleman, M.S.W (2004). Dicho efecto hace referencia a la imitación de conductas violentas tras haberlas visto en medios de comunicación y es mencionado en diversos informes en relación a los casos de mujeres quemadas con ácido en países como Bangladesh, India y Camboya, donde se sostiene que el incremento de los casos de mujeres quemadas de esta manera puede deberse al efecto copycat (Kalantry y Kestenbaum, 2011). Así, es habitual que tras la aparición en los medios de un suceso violento, se reproduzcan varios similares, y se encuentra mayor probabilidad del "efecto *copycat*" cuando el modelo es una persona célebre. En el marco local, siguiendo esta línea puede pensarse el caso de Wanda

Taddei, esposa del ex baterista de Callejeros, quien murió el 10 de febrero de 2010 a raíz de las quemaduras provocadas por su pareja. A partir de este hecho la modalidad se repitió en 26 casos, de los cuales 13 acabaron en muerte.

Según un estudio realizado por la Universidad de California (UCLA, 1996), la evidencia científica denota la existencia de un vínculo entre la violencia en la televisión y en el mundo real. Dicho estudio sostiene que la televisión no posee estímulos-respuesta simples, directos en sus audiencias y que la forma en que la misma afecta a las personas se encuentra influenciada por múltiples factores tales como actitudes, hábitos, intereses, conocimiento previo, el uso que individuos e instituciones le dan a la televisión, y el contexto socio-cultural en el que se produce la comunicación. Es decir, se sostiene que la televisión no tiene efectos uniformes, y por tanto no se debe pensar a la misma como causa suficiente. El comportamiento humano es algo complejo causado por una amplia gama de factores. Por tal motivo se plantea la dificultad de determinar las precisas influencias de la televisión. Podemos sostener la idea de una estimulación de conductas violentas a través de los medios desde donde se construye una simbología cultural que permite que se repliquen hechos violentos por imitación. Existe una banalización del crimen y de la violencia creando un efecto desensibilizador de la audiencia frente a la muerte. Se modelizan conductas hostiles que de modo identificatorio son incorporadas a la realidad cotidiana, este es un efecto real e indiscutible de la cercanía de la violencia.

Otro autor, Rowell Huesmann (1986, p. 132) trata la noción de que la violencia en los medios actúa como fenómeno de gatillo en la activación de guiones cognitivos violentos adquiridos en la infancia. Los guiones o scripts cognitivos constituyen conductas que una vez observadas son internalizadas y almacenadas en la memoria para luego ser recuperadas y empleadas para resolver problemáticas. Se trata de un efecto acumulativo de aprendizaje, en el cual el aprendizaje de conductas violentas puede llevar a comportamientos violentos habituales en niños y en adultos. Huesmann también detalla cómo, además de obrar como señales para el uso de guiones ya guardados, puede ofrecer nuevos guiones capaces de incentivar nuevos comportamientos agresivos. En relación a esto, Lucía Dammert (2005, p. 55) comenta que la exacerbación de la violencia en los medios de comunicación tendría tres efectos definidos: acostumbramiento, repetición y temor. La noción de acostumbramiento tendría que ver con una desensibilización de la audiencia por sobre exposición a la violencia. El concepto de temor se relaciona con la percepción de peligro social que genera la repetición constante de este tipo de noticias por parte de los medios de comunicación, que tienen el poder de instalar temas en la opinión pública. En este sentido, se produce alrededor de los medios un fenómeno de masas en el cual estos obran como un catalizador de la atención pública masiva a determinados temas. Finalmente, la repetición se relaciona con una función educativa negativa de los medios en estos casos, en tanto difusores de conductas delictivas y su - falta de - consecuencias (Dammert, 2005, p. 68). De aquí desprendemos que la difusión excesiva - en todos los canales, todo el día - de noticias que muestran tipos específicos de violencia concentrados en casos que se tornan famosos en la opinión pública podría constituir una de las variables que contribuyen al aumento de estos modos de violencia

por parte de individuos que presentan predisposición a la agresión. Sobre dicha predisposición, Huesmann (1986) propone que la agresión e identificarse con programas violentos, son dos caras de una misma moneda, en el sentido que *“los niños más agresivos se identifican más con personajes agresivos de TV, y aquellas personas que se identifican con personajes de TV tienden a mirar más televisión. Por ende, la agresión, ver violencia, e identificarse con personajes en la TV, se interrelacionan e influyen mutuamente”* (Huesmann, 1986, p. 134). Sobre esto, la Academia Americana de Pediatría (AAP, 2009) sostiene que: *“Debido a que los niños tienen altos niveles de exposición, los medios de comunicación tienen mayor acceso y tiempo para desarrollar las actitudes y acciones de los jóvenes que los padres o maestros, reemplazándolos como educadores, modelos a seguir y como fuentes primarias de información sobre el mundo y cómo comportarse en él”* (p. 1496). Se puede inferir que la exposición a noticieros con contenido violento podría generar similares efectos, y teniendo en cuenta que muchas veces cuestiones de mercado y audiencia llevan a los programas de noticias a repetir incesantemente casos específicos de violencia, esto podría exacerbar un *“efecto ideológico”* (Sáez Baeza, 2005, p. 22) sobre cómo las personas perciben a la sociedad en la que viven. En última instancia, es fundamental considerar que tal como plantean algunos analistas, entre ellos Mc Quail (citado en López de la Roche, 2005): *“además de su papel informativo y recreativo, los medios y el periodismo pueden asumir también funciones de estímulo o desestímulo de “comportamientos pro-sociales”, de empatía y de solidaridad entre los miembros de sus audiencias, comportamientos que resultan vitales para la construcción del orden social(...) (p.92)”*. Sin embargo el autor no pretende *“construir una agenda rosa”* que procure embellecer cómo los ciudadanos perciben la ciudad, por el contrario, sostiene que los medios masivos de comunicación deberían direccionarse rumbo a una *“agenda informativa de la vida urbana equilibrada”* (Mc Quail citado en López de la Roche, 2005, p.92).

Tal como sostiene Ricaurte (2005), no se trata de que los medios de comunicación no den cuenta de los crímenes, pero es necesario preguntarse si lo que se transmiten es proporcional a lo que realmente sucede en la sociedad, ya que de no serlo los medios se vuelven el vehículo para fomentar la *cultura del miedo*. Por otra parte, ciertos programas de televisión tienen a ridiculizar situaciones de violencia, tal como plantea la AAP (2009) *“despertar el interés respecto de la violencia en contextos sexuales y la violencia cómica es particularmente peligroso, porque asocia un sentimiento positivo con el hecho de lastimar a otros”* (p. 1497).

## DISCUSIÓN

La exacerbada muestra de violencia específica en medios de comunicación, tendría la potencialidad de multiplicar la ocurrencia de casos similares en la sociedad por un proceso de identificación con el victimario. El rol de los medios de comunicación a la hora de informar es fundamental y necesario. Explica Vélez (1998) *“acusar a los medios por presentar violencia es buscar la calentura en las sábanas”, el problema radica en los monopolios que quieren el máximo de ganancias con la mínima inversión...”*. Los comunicadores son empleados de los noticieros o del medio en cuestión, el

contenido y el carácter de la noticia está determinado por el perfil del monopolio. Existe un entrecruzamiento entre el rol del comunicador y el rol del empleado que genera un efecto en la transmisión de la noticia que resulta desfavorable para la audiencia. Sobre esto, consideramos que una solución posible tendría en cuenta algún tipo de regulación que considere que los espectadores deben ser explícitamente informados cuando un programa aborda una problemática de violencia sólo desde de la opinión, considerando que los participantes de un panel no suelen ser expertos dedicados a estudiar ese caso específico, sino profesionales que conocen el caso desde los medios mismos, y por ende ofrecen sus apreciaciones personales.

Del mismo modo, resulta necesario tener en cuenta que muchas veces las noticias que más venden y por ende las que más se propagan son las que tienen un mayor valor de shock social. De este modo, los medios dirigen la atención de las masas a hechos puntuales, que si bien muchas veces tiene el poder de generar una concientización sobre diversas problemáticas, al mismo tiempo también logran instalar en la mente de las personas cierta predisposición respecto de algún tipo de conductas violentas como una posible forma de resolución de problemas interpersonales.

Resulta evidente la estrecha relación entre la comunicación de actos violentos a través de los medios masivos de comunicación y la multiplicación de hechos de violencia en la sociedad. Una posible solución a esta problemática no implicaría que los medios de comunicación dejen de transmitir este tipo de noticias, sino de revisar los modos en que este tipo de información se transmite y qué tratamiento se le da. En este sentido, como sostiene Sierra (2005), el exceso de detalles puede convertir el acto violento en un espectáculo y al relato en un hecho para producir horror e impacto. Resulta destacable mencionar en este punto que la American Academy of Pediatrics (AAP) (2009), ha enunciado algunas recomendaciones a la industria del entretenimiento, entre las cuales podemos enunciar:

- “Eliminar el uso de la violencia en un contexto cómico o sexual o en cualquier otra situación en la que la violencia sea divertida, estimulante o trivializada.
- Eliminar las representaciones gratuitas de violencia interpersonal y lenguaje o situaciones odiosas, racistas, misóginas u homofóbicas, a menos que la explícitamente retrate cuán destructivas son tales palabras y acciones.
- Si se utiliza la violencia, se debe utilizar pensativamente como un drama serio, siempre mostrando el dolor y la pérdida sufrida por las víctimas y los perpetradores.” (p.1499)

En este sentido, Vattimo, (2000) sostiene que en la sociedad de los medios de comunicación se da lugar a una emancipación que posee en su base la pluralidad y la oscilación. El efecto emancipante va más allá de garantizar a cada uno una posibilidad más completa de reconocimiento y autenticidad, consiste en el preciso efecto de desarraigo que acompaña al primer efecto de identificación. De esta manera, vivir en la sociedad de la comunicación generalizada y de la pluralidad de culturas significa hacer uso de la libertad entendida como una oscilación continua entre pertenencia y desasimilación. Sin embargo, el autor enuncia que este efecto no está garantizado, por lo tanto cabe preguntarse acerca del rol no

solo de los medios de comunicación sino también de cada miembro de la sociedad. La base de la emancipación está en el desgaste del principio de realidad. Como sostiene Vattimo (2000) la realidad es el resultado de contaminarse con las múltiples representaciones sin coordinación central alguna. Es así como no solo debemos revisar los modos de transmisión de los medios de comunicación sino también nuestro rol y compromiso con la información en tanto ciudadanos. El mismo autor sostiene que la dificultad que nos presenta esta emancipación es que nos cuesta concebir la libertad como oscilación, ya que aún añoramos los horizontes cerrados y aseguradores. Se debe entonces pensar en un rol activo y de ruptura con los desenlaces uniformes que nos permita alcanzar el efecto emancipante de la liberación.

En relación a todo lo que se viene planteando, nos proponemos cerrar el trabajo con una reflexión sobre el rol de los medios de comunicación masivos y su responsabilidad frente a las personas que pretenden informar. Consideramos que si bien resulta necesario transmitir las noticias de actos violentos, el trato que debe dárseles debería estar sometido a intensos cuidados. El tratamiento de la noticia como entretenimiento raya el peligro de banalizar la gravedad de cuestiones tales como crímenes. Además, los comunicadores que se presentan en dichos programas suelen no estar formados en la materia y sólo proveen impresiones personales, muchas veces amarillistas. Resulta notable la multiplicación de programas sobre archivos criminales y casos policiales. Existen incluso canales dedicados justamente a difundir este tipo de información al punto de teatralizar las reconstrucciones de los casos en pro de los intereses comerciales que persiguen quienes fundan este tipo de programas. Creemos que la transmisión de este tipo de noticias debería hacerse con seriedad, en pro de educar a la sociedad sobre lo que pasa, más allá de cuanto venda la noticia en sí. Repetir incesantemente un caso o un tipo de crimen en la pantalla porque es el caso del momento, presenta el riesgo de representar a la sociedad de una forma no fiel, al tiempo que crea miedo y expone a la audiencia a violencia de forma constante, desensibilizándola respecto de la misma y su gravedad.

En cuanto a los femicidios, por falta de datos estadísticos puntuales resulta imposible en este punto determinar si los casos surgieron en las noticias de forma cada vez más regular por haberse visibilizado su existencia, o si se multiplicaron los casos porque a raíz de una sobre exposición del tema en los medios, personas con predisposición violenta tomaron este modus operandi como una forma de atentar contra mujeres. Dejamos abierta esta línea para una futura investigación.

## BIBLIOGRAFÍA

- American Academy of Pediatrics (2009). Policy Statement - Media Violence. [Declaración de política - Violencia en los medios de comunicación] Recuperado de: <http://www.pediatrics.org/cgi/doi/10.1542/peds.2009-2146>
- Anderson et al. (2003). The influence of media violence on youth [La influencia de la violencia en los medios de comunicación en los jóvenes] Recuperado de: [http://thepci.org/articles/anderson\\_Research.pdf](http://thepci.org/articles/anderson_Research.pdf)
- Coyne, S. M., et al. (2011). Media depictions of physical and relational aggression: connections with aggression in young adults' romantic relationships [Representación en los medios de agresión física y relacional: conexiones con la agresión en relaciones románticas de jóvenes adultos]. *Aggressive behavior*. Vol. 37. pp 56-62.
- Dammert, L. (2005). Violencia, miedos y medios de comunicación: desafíos y oportunidades. En Cerbino, M. (Ed), *La Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (pp. 51-72). Ecuador: FLACSO.
- Huesmann, R. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer [Procesos psicológicos que promueven la relación entre exposición a violencia en los medios y comportamiento agresivo por parte de la audiencia]. *Journal of Social Issues*. Vol. 42 (no. 3). pp. 125-139.
- Loren Coleman, M.S.W. (2004). *The Copycat Effect: How the Media and Popular Culture Trigger*. [El efecto Copycat: Cómo desencadenan los medios de comunicación y la cultura popular]. Publishers weekly.
- López de la Roche, F. (2005). Periodismo, medios y percepciones de seguridad en escenarios urbanos. Reflexiones en el marco de la renovación urbanística y cultural de Bogotá en la última década' En Cerbino, M. (Ed), *La Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (pp. 73-100). Ecuador: FLACSO. Recuperado de: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/46114.pdf>
- Kalantry, S. y Kestenbaum, J. (2011). *Combating Acid Violence in Bangladesh, India, and Cambodia* [Combatiendo la Violencia Ácida en Bangladesh, India y Camboya]. Avon Global Center for Women and Justice and Dorothea S. Clarke Program in Feminist Jurisprudence. Paper 1
- Rico, A. et al. (2013). Por ellas... 5 años de Informes de Femicidios. La historia. El comienzo. En *La casa del encuentro* (Ed), *Por ellas... 5 años de Informes de Femicidios*. (pp. 15-18)
- Rico, A. et al. (2013). Por ellas... 5 años de Informes de Femicidios. Los femicidios desde un punto de vista legal. En *La casa del encuentro* (Ed), *Por ellas... 5 años de Informes de Femicidios*. (pp. 27-34)
- Psicología Jurídica Forense (2011). *Revista Veintitrés: ¿Por qué aumentan los casos de mujeres quemadas por sus parejas? Teoría del copycat*. <https://psicologiajuridicaforense.wordpress.com/tag/copycat/>
- Sáez Baeza, C. (2005). *Seguridad Ciudadana y Conflictos Sociales. Cobertura y tratamiento en la TV*. En Cerbino, M. (Ed), *La Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (pp. 21-50). Ecuador: FLACSO.
- Universidad de California (UCLA). (1966). *Television Violence Report*. [Informe de Violencia de Televisión] Center of Communication Policy, Los Angeles.
- Recaurte, C. (2005). Las violencias televisivas. En Cerbino, M. (Ed), *La Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (pp. 149-162). Ecuador: FLACSO.
- Sierra, A. (2005). La responsabilidad del investigador periodístico de la violencia. En Cerbino, M. (Ed), *La Violencia en los Medios de Comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana* (pp. 131-148). Ecuador: FLACSO.
- Vattimo, G. y otros. (2000). *Posmodernidad: ¿Una sociedad transparente?*. En "En torno a la posmodernidad." (pp. 9-19). Barcelona: Anthropos
- Velez, L. F. (1998). *Violencia y Medios de Comunicación*. Chasqui, *Revista Latinoamericana de Comunicación*. Nro 64. Editorial Quipus-Ciespal