

LA VIOLENCIA NOTICIOSA: ANÁLISIS DESDE LA *AGENDA-SETTING* Y LAS MASCULINIDADES EN EL PROGRAMA RADIOFÓNICO *PANORAMA SIN RESERVAS*

NEWS VIOLENCE: ANALYSIS FROM THE AGENDA-SETTING AND MASCULINITIES IN THE RADIO PROGRAM PANORAMA SIN RESERVAS

CARLOS ARTURO OLARTE RAMOS* ROBERTO CARRERA RUIZ* ROCÍO MONTSERRAT VALDEZ RUIZ*

Fecha de recepción: 24/08/2024

Fecha de aceptación: 19/12/2024

En este artículo se presenta un acercamiento a la información periodística sobre hechos de violencia que se transmite en el programa de radio con perfil político *Panorama Sin Reservas*, producido en el estado mexicano de Tabasco, con el objetivo de explicar la relación entre la violencia y las prácticas hegemónicas de la masculinidad. Para ello se monitoreó el noticiario durante el periodo febrero-marzo de 2022, a través de la revisión del resumen informativo y de la grabación completa del programa. Una vez identificadas las notas informativas sobre violencia, se realizó un análisis de contenido para, por un lado, determinar el tratamiento periodístico desde la *agenda-setting* y, por otro, identificar la relación con los mandatos de género masculino. Los resultados indican que problemáticas como feminicidio y homicidio fueron temáticas de alto perfil que se dieron a conocer al auditorio en Tabasco, los cuales reflejan discursos hegemónicos de la masculinidad. Se concluye que la radio como medio de comunicación divulga prácticas de violencia convertidas en noticia, que aunque las transmite con fin informativo, representa un referente de vulneración a los derechos humanos. Ante ello, se sugiere producir periodismo de investigación para dar un tratamiento multidisciplinario al tema de la violencia, que permita mayor sensibilización de la población respecto a este fenómeno y la profesionalización sobre género para un manejo inclusivo y preciso del tema por parte del medio de comunicación.

Palabras clave: periodismo, mensajes, género, hegemonía masculina, vulneración

*This article presents an approach to the journalistic information about acts of violence broadcasted on the political radio program *Panorama Sin Reservas*, produced in the Mexican state of Tabasco, with the objective of explaining the relationship between violence and hegemonic practices of masculinity. For this purpose, the newscast was monitored during the period February-March 2022, through the review of the information summary and the complete recording of the program. Once the news on violence were identified, a content analysis was carried out to, on the one hand, determine the journalistic treatment from the agenda-setting, and on the other, identify the relationship with male gender mandates. The results indicate that issues such as femicide and homicide were high-profile topics that were made known to the audience in Tabasco, which reflect hegemonic discourses of masculinity. It is concluded that radio as a means of communication disseminates practices of violence turned into news, which even though they transmitted for informative purposes, it represents a reference for violation of human rights. It is suggested to produce investigative journalism to provide a multidisciplinary treatment to the issue of violence, which allows greater awareness of the population regarding this phenomenon and professionalization on gender for an inclusive and precise management of the issue by the media.*

Keywords: journalism, messages, gender, male hegemony, infringement

*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

INTRODUCCIÓN

En México, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2024 (INEGI, 2024a), de 10.6 millones de hogares (27.5 % del total del país) registrados en 2023, al menos uno de sus integrantes fue sujeto de algún delito. Se contabilizó, además, 21.9 millones de víctimas de 18 años y más, equivalente a una tasa de 23 mil 323 casos por cada 100 mil habitantes. En esa realidad, la prevalencia delictiva por sexo fue de 22 mil 903 para las mujeres y de 23 mil 817 para los hombres.

En ese mismo año se notificaron 31 mil 62 homicidios en México: una razón de 24.0 homicidios por cada 100 mil habitantes a nivel nacional. En el caso de los hombres, la tasa en 2023 fue de 43.1 homicidios por cada 100 mil habitantes de sexo masculino (INEGI, 2024b).

Por otra parte, en el proceso electoral federal en México y en los procesos electorales locales desarrollados en algunas entidades del país durante 2024, se configuró un entorno peligroso para el ejercicio político nacional. Hechos desde amenazas, descalificaciones y agresiones, hasta secuestros y asesinatos de quienes se postularon a puestos públicos, evidenciaron la inserción y permanencia de grupos criminales en la carrera por el poder, así como pugnas en las esferas económicas y políticas de las elites sociales.

El registro de 889 víctimas de violencia política, que incluye 39 aspirantes a un cargo de elección popular, provocó que el proceso electoral 2023-2024 fuera el más violento en la historia mexicana, con un incremento de 197.3 % en comparación con 2021 y de 132.7 % frente a 2018 (Cano, 2024). Además, 90 atentados, 134 casos de amenazas y 20 secuestros, perpetrados en 65 % contra varones y 35 % contra mujeres (Félix, 2024), hicieron de la política un escenario prolífero para la violación de los derechos humanos. Se identifica, entonces, que los actos violentos en el sector político registran mayor vinculación con los varones, sobre todo porque son ellos quienes dominan el espacio político y quienes ocupan la mayor parte de los cargos de elección popular.

Por más de cinco décadas, la violencia ha sido objeto de análisis desde la comunicación social y la sociología, en específico, sobre el estudio de los efectos de la violencia presentada en los medios de comunicación en los públicos, así como las formas de representación social de estas prácticas (González, 2022). Desde entonces, la violencia convertida en noticia ha conformado el contenido de los medios de comunicación y, desde que empezó el auge de las redes sociales, en temática de las plataformas digitales, con el que, además de informar sobre estos sucesos, dejan entrever prácticas hegemónicas en la estructura social.

Los índices de prevalencia delictiva y el escenario de conflicto que se configuró en la jornada electoral son dos de los fenómenos de violencia que acontecen a diario y que para mucha población es invisible; divulgarlo es una responsabilidad social de los medios de comunicación para mantener informada a la población. Las diversas formas de violencia se convierten, entonces, en contenido, en historias, en realidades anotadas en las agendas de los medios de comunicación para su tratamiento noticioso. Al respecto, resulta interesante analizar cómo los actos de violencia son productos informativos que abastecen la demanda noticiosa de la población mexicana, considerando que los medios de comunicación representan un referente social para la construcción de opinión pública.

Este documento tiene el objetivo de analizar la relación entre la violencia y las prácticas hegemónicas de la masculinidad, vista como hecho periodístico desde la *agenda-setting*, en la información de un noticiario radiofónico producido en la ciudad de Villahermosa, en Tabasco, como una propuesta de reflexión para que los medios de comunicación hagan transversal la categoría de género y el estudio crítico sobre las masculinidades en la búsqueda, redacción y presentación de noticias relacionadas con las violencias. Se desprende de una investigación cualitativa sobre varones, emociones y zonas de marginación realizada durante el 2022 en la ciudad de Villahermosa, ubicada en el sur de México, y que fue financiada por el Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco.

Datos de la Fiscalía General del Estado (FGE, 2024) indican que el panorama violento en Tabasco se configura con actos de violencia familiar, robo, homicidio, abigeato, extorsión y narcomenudeo. El estado es considerado, de acuerdo con reportes del Semáforo Delictivo (2023), como una entidad donde existe foco rojo en cuanto a extorsión, lesiones, violencia familiar y feminicidios. En 2024 se intensificaron hechos violentos como saqueos en supermercados, quema de vehículos y ataques en centros de entretenimiento, los cuales están relacionados, de acuerdo con declaraciones del Gobierno del Estado (CNN México, 2024), con adicciones y narcomenudeo. De ahí la importancia de revisar el contenido sobre violencia que se publica en un medio radiofónico en Tabasco.

RADIO E INDUSTRIA INFORMATIVA

Los medios de comunicación, en su función de comunicadores de hechos noticiosos, son espacios sociales que posibilitan la denuncia, opinión y debate acerca de hechos de interés público, por lo que realizan trabajo arduo y constante de selección de datos que considera una agenda que con frecuencia se establece a partir de los acontecimientos diarios. Los canales tradicionales (radio, televisión y prensa), ahora vinculados a redes sociales, producen contenidos con los que buscan, entre otras acciones, informar sobre la realidad social, orientar, entretener y, en algunos casos, educar.

Las audiencias se sirven de los medios y de los contenidos para informarse y debatir sobre los acontecimientos del entorno, por lo que se convierten a su vez en creadores y replicantes de esa información, lo que los vuelve participantes activos (Peña Fernández et al., 2019). En palabras de Califano (2015), el capital simbólico principal de los medios de comunicación “reside en la concentración de ‘recursos de influencia’, que hacen valer frente a cualquier otro actor social con el que entren en conflicto” (p. 15). Para Lasswell (1948, citado por Freidenberg, 2004), las funciones de los medios están centradas en recoger, procesar y difundir la información; proporcionar explicaciones e interpretaciones para ayudar a los ciudadanos a comprender el significado de lo que se ha informado; y transmitir la cultura de generación en generación, hacia otros grupos sociales y hacia fuera de las fronteras.

Por su parte, Bretones (1997) indica que los medios son: 1) instrumentos de poder que responden a una intención persuasiva en el plano ideológico y/o comercial; son espacios para la reproducción de ideas y producción económica; 2) movilizan conductas de la población, que hacen ver la capacidad del medio para orientar y despertar comportamientos ante una

situación específica, como por ejemplo, impulsar la participación ciudadana en una jornada electoral o generar conciencia ante efectos destructivos de fenómenos naturales; 3) poseen control social cuando funcionan como canales para que las instituciones, líderes de opinión y particulares tengan cautiva a la población, a través de espacios para denuncia ciudadana y emisión de posturas frente a hechos de interés público; y 4) reproducen símbolos y significados de la realidad con el objetivo de la socialización cultural, lo que implica la conservación de prácticas sociales que forman la identidad de la colectividad.

Desde una perspectiva neurológica, los medios de comunicación hacen uso de los estímulos cerebrales que se logran mediante su consumo, ya que “muchas emociones se transmiten vía la observación o la experiencia indirecta, como complemento al condicionamiento o a la experiencia directa” (Villegas y Castro, 2018, p. 185), lo que permite a los espectadores captar lo que indica la opinión pública de temas en la agenda.

De las funciones atribuidas a los medios de comunicación, la de informar implica divulgar hechos de interés social, por lo que aquellos que cuentan con un área de noticias determinan qué sucesos serán transmitidos y qué tratamiento se les dará. En ello participan quien dirige la línea editorial, llámese director, coordinador o jefe editorial, además de la jefatura de información, creadores de contenido, reporteros, editores, ilustradores y correctores, dependiendo el canal comunicativo que se trate.

En el caso específico de la radio, este medio “es un instrumento para la educación y sus potencialidades están implícitas cuando cumple funciones de educar, informar y orientar a la sociedad de una manera dinámica” (Méndez Torres y Quintana Madrigal, 2017, p. 247). En palabras de Sosa Velázquez y Martínez Álvarez (2017), “la radio permite conocer la evolución del entorno, ofrece informaciones sobre los acontecimientos, las instituciones y los actores sociales, así como es una importante vía para la socialización, el aprendizaje, la adaptación de las actitudes, de los sistemas de valores y de las normas sociales” (p. 88).

Es un canal que tiene mayor posibilidad de cobertura geográfica, por lo que hay que reconocer el impacto y el peso que tiene la radio como medio de comunicación, ya que posibilita el alcance en zonas rurales y marginadas, tal como lo hace la radio comunitaria. El hecho de que la radio en las comunidades apartadas de la urbanidad sea expuesta por y para los propios habitantes implica una conexión profunda que posibilita el conocimiento de la realidad desde su cosmovisión, pero cuando el fenómeno comunicativo se presenta con comunicadores que no son de la localidad, se promueve la concepción de un mundo más allá del que les rodea.

El tránsito de la radio a las plataformas digitales ha posibilitado una comunicación expansiva que antes estaba reservada a pequeños grupos de poder (Alberdi, 2017), como si no existieran las clases sociales como división discriminatoria. Esto se puede atribuir a la existencia del acceso a espacios compartidos, como lo son los programas en vivo, ya que dan pauta para que se genere realimentación y se puedan presentar diálogos, peticiones e incluso denuncias concretas.

El productor o director de un programa radiofónico, en específico de noticias, planea para que el tiempo sea aprovechado con información de calidad que, además de dar cuenta de los acontecimientos, impacte al receptor de tal forma que el público funcione como reproductor de lo que escucha, dándole confianza al comunicador y al medio. Esto significa

que las estaciones de radio deben ser selectivas de los hechos que les pudieran garantizar audiencia porque finalmente responden a un *rating* que las posiciona como canales de valor; asimismo, dar el tratamiento adecuado a la información para que se transmita un producto coherente, veraz y oportuno.

El tratamiento consiste en que la información proporcionada se maneje desde una línea editorial marcada por la empresa informativa, porque el medio responde a un interés de sus representantes legales, que pueden ser los inversionistas, en el caso de una concesionaria, u organismos gubernamentales y/o educativos, en el caso de las permisionarias. De igual manera, son la fluidez tecnológica, el aprendizaje-conocimiento y la ciudadanía digital, las dimensiones en las que se estructura el tratamiento de la información (Jaurilaritza, 2012), considerando, además, el contexto en que se origina la información y las características del público destino.

TEMAS NOTICIOSOS EN LA AGENDA

Al buscar la noticia, las estaciones de radio establecen lo que en el argot del periodismo se denomina *agenda-setting* o la fijación del orden para priorizar temáticas (McCombs y Evatt, 1995). Ello implica un análisis para reconocer y seleccionar los hechos y temas que los medios consideren más relevantes para ser presentados de manera persuasiva al público, influyendo así en las temáticas que los radioescuchas tendrán presentes al recordar los sucesos que impactan en su entorno; saben que “el comportamiento de la opinión pública no responde al entorno real, sino a un pseudo-ambiente creado por los *mass media*” (Limppmann, 1922, citado en Aruguete, 2017, p. 37).

Es posible comprender que “la *agenda-setting* recoge en todo momento que existe un mundo real del que no llegamos a conocer—en la mayoría de los casos—de forma directa sino a través de las imágenes que reproducen los medios de comunicación” (Rodríguez Díaz, 2004, p. 23), por lo que implica una responsabilidad por parte del medio. En la *agenda-setting* se identifican niveles de impacto entre la población, a partir de la información que se transmite, con la intención de mantener cautiva a la audiencia, realizar demanda social como voz de la población, establecer un punto de referencia para la opinión pública e, incluso, para promover la actuación de figuras públicas del escenario político ante una necesidad evidente de la comunidad.

Se habla, entonces, que de la teoría de la agenda, desde un primer nivel, sugiere que los medios de comunicación pueden afectar lo que se piensa. Desde un segundo nivel, sostiene que los medios también pueden influir en cómo se piensa y en el tercer nivel se dice que los medios de comunicación no solo dicen en qué pensar y cómo pensar, sino que también son capaces de decir qué asociar y cómo hacerlo (López-Escobar y Llamas, 1996; Jones y Baumgartner, 2004).

Ardèvol-Abreu et al. (2020) y McCombs y Barrios (2013) señalan que para que los medios pongan en acción esta importante y valiosa herramienta existen opciones de las que pueden hacer uso. La primera es resaltar información o manejar un perfil alto, es decir, el medio se encarga de exponer los datos de manera constante y reiterada, incluso hasta la sobreexposición, tal como sucede con los casos llamados cortinas de humo, utilizados para desviar la atención que la audiencia tiene sobre ciertas temáticas. La segunda es manejar un

perfil bajo o de poca relevancia con situaciones específicas, ya que se toma a la ligera o se habla muy poco de lo que al medio o a quienes controlan el medio no le interesa reproducir, para que a su vez los espectadores no le den la importancia que pudiera ameritar. La tercera es la completa y absoluta omisión; simplemente se deja un tema fuera del aire para que el público no lo tome en cuenta y no esté en circulación.

Esta teoría se concentra en el control de contenidos, manejo de temas y en general la selección precisa de los mismos. Al respecto, los medios deben ser conscientes sobre la realidad social y saber que ellos tienen el poder de informar, educar y entretener, pero bajo sus propias condiciones o capacidades particulares. Los medios deciden la selección de temas y tratamiento de información para conformar su contenido; aunque la población tenga interés en ciertas temáticas, finalmente es el medio quien define lo que transmitirá. “En los estudios de *agenda-setting* el concepto de agenda es muy simple y se refiere a una lista de asuntos o temas. Los asuntos se constituyen a partir de eventos. Por ejemplo, la inseguridad como tema, se constituye a partir de múltiples eventos como marchas, crímenes, discursos públicos, etc.” (Petrone, 2009, p. 3). Asimismo, un gran número de la audiencia se fía totalmente en lo que se dice al aire; aunque la información no tenga tanta solidez, para muchos esa es la única verdad.

VIOLENCIA Y CONTENIDO PERIODÍSTICO

De las temáticas presentadas como noticias en los canales informativos, muchas están relacionadas con prácticas de abuso que vulneran la dignidad humana. Si se considera el concepto de violencia establecida por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2002), que la define como “el uso deliberado de la fuerza física o el poder ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones” (p. 5), es posible determinar si el contenido de la información transmitida por los medios está teñida de esas prácticas.

De acuerdo con el Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud (OMS, 2002), la violencia se divide en tres grandes categorías según el autor del acto violento: violencia dirigida contra uno mismo, violencia interpersonal y violencia colectiva.

Las cometidas contra uno mismo son los comportamientos suicidas y las autolesiones; de violencia interpersonal, que van desde la violencia física, sexual y psíquica hasta las privaciones y el abandono, es cometida por un individuo o un grupo de personas hacia la otredad; y colectiva, que adopta diversas formas, como conflictos armados dentro de los Estados o entre ellos, genocidio, represión y otras violaciones de los derechos humanos, terrorismo y crimen organizado (OMS, 2002). De esta forma, se aprecia que los temas noticiosos pudieran ser catalogados como hechos que implican prácticas de violencia contra uno mismo, interpersonal y colectiva.

La violencia como fenómeno social, como problema de salud pública y como tema prioritario para los planes de desarrollo comunitario es tratado por los medios de comunicación como un suceso de interés público tendiente a ser masificado como noticia, ya que el impacto desde lo familiar, educativo, salud, económico y político es significativo

en el desarrollo social. Un acontecimiento generado por una práctica de violencia será presentado como noticia y, por lo tanto, transmitido para ser informado, interpretado y analizado. Tal contenido es recibido constantemente por el auditorio, por lo que el consumo masivo convierte a la noticia en mercancía.

Con un tratamiento periodístico del tema, se transmite como hecho de interés público cuyo valor de contenido es la violación de la dignidad humana, la cual es generalmente presentada como nota roja en la sección policiaca de los medios de información. Sin embargo, no se les da el tratamiento como fenómeno social multifactorial analizado desde las perspectivas psicológica, legal, sociológica, educativa, por mencionar algunas, que convergen en la vulneración a los derechos humanos, un tópico central en la opinión pública, más en un contexto social donde se busca la igualdad de género y la diversidad de ideas. Menos, aun, se mencionan las cuestiones emocionales ni prescripciones sociales de género que están implícitos en los actos de violencia.

El fenómeno de la violencia es divulgado en los medios informativos debido al impacto en el campo de la salud pública, además de ser un tema relacionado con los objetivos del desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2022). Ello justifica la abundancia de hechos noticiosos con esta temática, sobre todo cuando se dan a conocer los homicidios que se registran frecuentemente en un país.

En el caso de los conflictos bélicos, el contenido noticioso evidencia barreras ideológicas entre países (con el fenómeno del desempleo se refleja una violencia simbólica). Los temas de política internacional, además de los asuntos diplomáticos, abordan actos violentos entre grupos culturales y relaciones internacionales, tal como la movilidad humana y el racismo.

A partir de los años 70, los episodios de violencia contra las mujeres comenzaron a tener cabida en las agendas de los noticiarios, pero abordados sin empatía, ya que “la cobertura mediática episódica de la violencia de género tiende a culpabilizar a la propia víctima de su situación” (Varona Gómez y Gabarrón, 2015, p. 8); además de que “no aborda específicamente el tema de la cobertura noticiosa y se enfoca más en categorizar ‘estereotipos’ que en definir las formas adecuadas de comunicar noticias sobre violencia contra la mujer” (Rojas, 2014, p. 46).

Durante la redacción de una nota sobre violencia contra las mujeres salen a relucir hechos que desvían la atención del suceso principal, encontrándose elementos disruptivos a los que se les atribuye la violencia, como estupefacientes, riñas previas o enfermedad, “poniendo en duda la responsabilidad del victimario y culpabilizando a la mujer” (Tiscareño-García y Miranda-Villanueva, 2020, p. 55).

La teoría de la *agenda-setting* es un pilar vital para la comprensión de este fenómeno, ya que plantea que los medios de comunicación escogen los temas sobre los que se habla y se discute, así como su importancia, su orden y la manera de transmitirlos.

El entorno legal que busca proteger a la población femenina ha promovido el tratamiento de la información sobre violencia contra las mujeres como problemática social y no solo revictimizando a las afectadas. Para que los medios pudiesen llegar a este modelo, nombrado por Varona y Gabarrón (2015) como instrumental, “en el que las noticias no se eligen con base en los criterios tradicionales de noticiabilidad sino porque persiguen un determinado objetivo social” (p. 9), han tenido que ocurrir sucesos que impacten a la

sociedad, generalmente por la brutalidad con la que se perpetúan (tales son los casos de feminicidio).

Es una realidad que los varones son quienes cometen más actos de agresión (Inmujeres, 2022; Madrid et al., 2021), más en contra de las mujeres, pero no se explican los factores por los cuales ese sector poblacional tiene comportamientos que violentan la existencia del otro o la otra. Aunque se informe que la población identificada como masculina es la que agrede, es necesario reflexionar el que los varones son víctimas de un sistema patriarcal que les exige las prácticas de poder, muchas de ellas convertidas en violencia.

PRÁCTICAS DE PODER MASCULINO

Una de las temáticas sobre la dinámica social de las masculinidades que es frecuentemente divulgada como información periodística es el acto de violencia cometido por los varones. En este sentido, los medios de comunicación se valen de la organización social que hay respecto a los varones y las mujeres, cuya socialización está marcada por las prescripciones sociales de género, es decir, mandatos que estipulan lo que un hombre y una mujer deben ser, pensar y actuar.

Así, los varones son asociados a la fuerza, la productividad y lo público, mientras que las mujeres, a la afectividad, la reproducción y lo privado, en una relación desigual donde ellos son posicionados como sujetos superiores respecto a las mujeres. “El ser hombre está ligado al éxito, al trabajo, a la fuerza física, el tener poder adquisitivo, el demostrar liderazgo y competencia” (Hernández Ramírez y Lozano Verduzco, 2023, pp. 225), deberes que implican uso y hasta abuso del poder. En ese sentido, los varones demuestran su masculinidad a través de prácticas hegemónicas como exposición a riesgos, promiscuidad, adicciones y represión emocional. Los mandatos de la masculinidad les son impuestos como deberes (Connell y Messerschmidt, 2021), por lo que se exponen al señalamiento social en caso de no cumplirlos (Ramírez Rodríguez, 2020).

En ese orden de ideas, ¿qué relación se identifica entre la violencia y las prácticas hegemónicas de la masculinidad en el contenido noticioso sobre violencia que se transmite en la industria radiofónica?, ¿cuál es el tratamiento desde la *agenda-setting*? Para ello se analizó el contenido de la información radiofónica relacionada con el tema de la violencia y la dinámica social de los varones, con el que se busca visibilizar la necesidad de transversalizar los estudios sobre las masculinidades en la actividad periodística.

MARCO METODOLÓGICO

La construcción del dato se hizo a partir del monitoreo de información en la estación de radio 6.20 AM Sin Reservas, del 18 de febrero al 31 de marzo del 2022 y su posterior análisis del tratamiento periodístico. Se trabajó en ese periodo debido a que se dieron a conocer diversos casos de violencia ocurridos en el estado mexicano de Tabasco y por la incidencia del fenómeno que se registró en el primer trimestre de ese año.

El medio radiofónico fue seleccionado por la facilidad otorgada por los directivos de la estación para la investigación, así como por su cobertura en el sureste de México: Tabasco, norte de Chiapas, sur de Veracruz y oeste de Campeche. La programación, en la fecha de seguimiento, estaba integrada por los noticiarios *Urcola MX Noticias*, *Panorama Sin Reservas*

(con varias ediciones), *De última hora* y *La Hora del Chaquiste*.

6.20 AM Sin Reservas es una empresa informativa multiplataforma que transmite y comparte información simultáneamente en redes sociales como X, Instagram, TikTok y Facebook, así como la frecuencia radial de 620 AM, lo cual permite tener presencia en segmentos poblacionales diversos, particularmente en zonas con comunidades rurales a nivel regional. De igual manera, las plataformas sociales permiten impactar a una población joven de zona urbana de cualquier parte del país o del mundo.

El programa de noticias a considerar fue *Panorama Sin Reservas*, que se transmite de lunes a viernes, de 12:00 a 15:00 horas, cuyo perfil de información es noticias con alto grado de política. Al ser una estación radiofónica multiplataforma tiene la posibilidad de que los 64 grupos con los que cuenta en Facebook lleguen a más de 3 millones y medio de usuarios. Por ello es el principal noticiario de dicha estación.

La información que se consigna en dicho noticiario se genera de una revisión minuciosa diaria de diferentes portales de noticias de orden internacional, nacional y local, para posteriormente jerarquizarla y proveer al público de lo más importante o llamativo que acontece en la realidad social.

Un monitoreo es “un seguimiento sistemático y periódico de la ejecución de una actividad, que busca determinar el grado en que su desenlace coincida con lo programado, con el fin de detectar oportunamente deficiencias, obstáculos y/o necesidades de ajuste de la ejecución” (González Torres, 2011, p. 80). Para este ejercicio se establecieron las siguientes categorías:

- a. Violencia. Se exploró aquella información donde se muestra cualquier tipo de acción que denigra la condición humana.
- b. Masculinidades. Se reflexionaron las acciones de los sujetos varones involucrados en el contenido de la información, para identificar la vinculación con las prácticas hegemónicas de la masculinidad.

El monitoreo se realizó de la siguiente manera: a) la revisión de *teaser* (avances informativos del programa) para identificar noticias con temáticas sobre violencia y masculinidades, así como el contexto en que se generó tal información y las reacciones que al respecto se registraron; b) la revisión de la grabación completa del programa para identificar la importancia que se otorga a dicha información en la emisión noticiosa, así como para conocer la duración de tales reportes y el tratamiento en el manejo del contenido. Una vez identificada la información sobre hechos de violencia, se realizó un análisis de contenido considerando las categorías anteriormente señaladas.

RESULTADOS

Aunque la investigación realizada es cualitativa, se considera necesario dar a conocer el conteo de la información presentada por el programa *Panorama Sin Reservas* durante el periodo 18 de febrero al 31 de marzo de 2022, la cantidad de notas cuyo contenido se relacionó con las categorías establecidas (violencia y masculinidades), así como las que dieron cuenta del contexto en que se presentaron tales eventos y las reacciones al respecto.

El programa se transmitió durante 27 días en el lapso que se revisa, con un total de 1053 notas, de corte local, nacional e internacional. De esa cantidad, 3 % corresponde a

información cuyo contenido son hechos directamente relacionados con la violencia y prácticas hegemónicas de la masculinidad; entre tanto, 16 % son notas acerca del contexto donde se gesta la información relacionada con esa realidad social, así como reacciones del hecho noticioso. El resto de las noticias (81 %) corresponde a temas políticos, económicos y culturales que no tenían vinculación alguna con prácticas de violencia.

Esto indica que el perfil informativo del programa *Panorama sin Reservas*, al ser sobre política y sociedad, evita contenido considerado como nota roja (menos de la cuarta parte del total de sus reportes noticiosos hacen referencia a ese tipo de eventos). En caso de contenerlo, se ejecuta cuando el hecho resulta de interés para el público potencial, sobre todo cuando refleja temáticas que están en la opinión pública y cuyo impacto en la dinámica social del estado de Tabasco sea significativamente negativo.

En esa cantidad menor de información se identificaron tres temáticas relacionadas con la violencia y las masculinidades, las cuales se establecieron considerando la clasificación de la violencia que la OMS (2002) establece a partir del sujeto quien la comete. En orden de mayor a menor cantidad de notas transmitidas, los tópicos fueron: violencia interpersonal, violencia contra uno mismo y violencia colectiva.

De las relacionadas con violencia interpersonal, las notas sobre actos contra la mujer fueron las que tuvieron mayor frecuencia, a través de reportes sobre asesinatos (feminicidios, homicidio doloso y homicidio culposos), acoso y abuso sexual donde el victimario es la figura masculina; tales actos son tipificados como violencia de género. Como segundo tema fue el asesinato a funcionarios públicos, mayoritariamente varones, perpetuado por agresores hombres, seguido de reportes sobre asesinato a periodistas, donde las víctimas y victimarios son varones. Finalmente, contra migrantes, varones y mujeres, provenientes de Centroamérica.

La información sobre actos violentos contra uno mismo se divulgó con notas sobre suicidio, perpetrado generalmente por los varones, con causales económica y amorosa; es decir, pérdida de empleo, incapacidad de proveeduría, así como el rompimiento de relación afectiva de tipo heterosexual, en donde la mayor parte de los casos es la mujer quien decide no continuar con el vínculo romántico debido a situaciones de violencia que se presenta con la pareja.

Respecto a las notas sobre violencia colectiva, la información giró en torno a la guerra de Rusia contra Ucrania, que es una temática en el plano internacional y que deja en claro las diferencias de ideología de los jefes de Estado y el dominio que uno de ellos pretende hacer frente al otro territorio.

Desde la teoría *setting*, la información relacionada con la violencia interpersonal, específicamente la cometida en contra de las mujeres, funcionarios públicos y periodistas, así como la violencia colectiva (guerra Rusia-Ucrania), tuvieron un manejo con alto perfil. Fue una constante en la frecuencia de transmisión, no solo por el hecho mismo del fenómeno de la violencia que a través del reporte periodístico se da a conocer a la población en general, sino por el contexto de violencia que existe en Tabasco. Además de las reacciones que los sectores diversos, principalmente el político y el jurídico, tuvieron de los eventos de agresión a las mujeres.

El caso del suicidio de varones (violencia contra uno mismo) y la violación a los derechos humanos de los migrantes (violencia interpersonal), tuvo perfil bajo, ya que la cantidad de notas fue mínima en comparación con las reportadas en contra del colectivo femenino. Esto deja entrever la falta de espacio-tiempo en el noticiario o el limitado interés por reportar hechos que tienen que ver con las prácticas de riesgo a la que se expone la población masculina y con las acciones que denigran los derechos humanos de quienes transitan de forma ilegal en el sureste de México.

El tratamiento noticioso dependió en gran medida de las circunstancias de cómo se dieron los hechos, es decir, de la crudeza del suceso, por lo que cuando la noticia fue de trascendencia. En este caso, las relacionadas con asesinatos de mujeres (presentadas como actos de feminicidio), el programa le destinó un bloque de aproximadamente 15 minutos, que se extendió hasta 30 minutos cuando se generaron reacciones de actores políticos, autoridades en sus diferentes niveles de gobierno, sectores afectados, así como de grupos y ciudadanía encargados de cuidar los derechos humanos, además de dar seguimiento en los días subsecuentes. Cuando la nota es de menor importancia, se destinó un tiempo entre tres y seis minutos, dado que solo se menciona el desarrollo de la noticia.

DISCUSIÓN

Vincular la violencia con las masculinidades tiene fundamento: a los varones les son impuestos mandatos para demostrar fuerza y productividad, una forma de violencia simbólica del que son víctimas y victimarios. Víctimas porque asumen el deber ser hombres, donde deberán (aunque haya quienes se opongan a tal mandato) dominar y subordinar a la feminidad; victimarios porque para responder a la exigencia de dominio, sus prácticas atentan contra la integridad de sus pares.

Las prácticas hegemónicas de la masculinidad implican la estructuración de una “agresividad excedente”, producto de sociedades patriarcales, heterosexistas, autoritarias y clasistas, los cuales institucionalizan la violencia en la vida social, económica y política (Kaufman, 1989). Son respuestas a la violencia que viven en todos los escenarios, como una especie de acto justificado y obligado para contestar a la violencia de la cual son víctimas (Connell, 2015), donde el mercado establece los parámetros de la masculinidad, donde el hombre debe construirse como agresivo y competente para ser un hombre en, con y de poder, para mantener el dominio sobre las mujeres y sobre otros varones (Kimmel, 1997).

Además de que la violencia representa una práctica cotidiana en la masculinidad hegemónica, son los varones quienes, de acuerdo con reportes de ONUMujeres México (2018) e INEGI (2023), cometen con mayor frecuencia las violencias. Una de cada tres mujeres en el mundo ha sufrido violencia física y/o sexual a lo largo de su vida y al menos seis de cada 10 mujeres mexicanas ha enfrentado un incidente de violencia. Esto ha generado que en ellas exista una sensación de inseguridad cuando perciben la presencia masculina, ya que la información que se transmite sobre la realidad violenta que impera en el país alude a que los varones cometen el delito y que las mujeres están en estado de indefensión.

Las cometen contra sí mismo cuando se exponen a situaciones de riesgo, como el consumo de sustancias psicoactivas, suicidio, poco cuidado de la salud física y mental; someten sus

emociones al silencio, practican actividades de fuerza o forman parte de grupos delictivos (Martínez Guzmán, 2021; Marcos-Marcos et al., 2020). Las perpetran en contra de otros varones en pleitos callejeros, trafican estupefacientes, cometen robo, asalto y homicidio; contra las mujeres, como dominación física, abuso y violación sexual, control del ingreso económico o asesinatos (OPS, s.f.), así como contra las infancias y las adolescencias, con actos de dominio en todos los sentidos.

La radio, al ser un canal de comunicación cuyo alcance es mayor a otros medios, más cuando está vinculado a las redes sociales, tiene el compromiso de informar y orientar a la población sobre temáticas de interés público, entre ellas, las situaciones de riesgo. Esto hace necesario que las prácticas de violencia sean visibilizadas como producto del sistema patriarcal que obliga a los varones a demostrar masculinidad a través de la fuerza y no solo como un hecho que ocurre en la dinámica social o como estadística que refleja actos que atentan contra la salud pública.

El tema de la violencia como hecho noticioso tendría que ser tratado en los medios de comunicación en general, como prácticas analizadas desde los estudios de género, donde se considere el contexto social histórico del suceso y la construcción social del cuerpo masculino como principal victimario de la violencia.

Rojas Rajs (2015) destaca la importancia de que los medios de comunicación ofrezcan una visión crítica sobre la violencia como un problema social, de interés público y que requiere ser atendido por el Estado, las instituciones y la sociedad; indica que entre más atención se le brinde a un problema en el espacio público de los medios, más importante es para los distintos actores sociales tomar medidas para participar en su resolución.

Al respecto, ONU Mujeres (2023) recomienda que en cada noticia sobre violencia se informe sobre las cifras semestrales o anuales del fenómeno o las registradas en el mes del hecho. Ello permite visibilizar la extensión del problema y también sugiere incluir las cifras de denuncias semestrales o anuales y otros datos estadísticos vinculados a la violencia.

Por su parte, el Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE, 2002), que opera en España, sugiere que el tratamiento informativo respecto a temáticas de violencia considere, en cuanto a la valoración, trabajarse con minuciosa cautela para dejar claro que los malos tratos son un problema social; transmitir noticias que contribuyan a evidenciar la raíz del problema, tanto las que critiquen deficientes actuaciones de organismos de justicia como las que aporten posibles soluciones; ubicarlas en el contenido noticioso sin recurrir al cierre emotivo ni a la apertura sensacionalista a fin de no buscar rentabilidad económica o índice de audiencia con este tipo de informaciones.

En general, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de transmitir información de la realidad social para que la población tenga oportunidad de construir una postura crítica ante los fenómenos sociales y participar en la transformación de la realidad.

CONCLUSIÓN

El contenido de las notas revisadas evidencia que se mantiene vigente el sistema patriarcal en la construcción social de la masculinidad, donde los varones hacen uso del poder en contra de grupos vulnerables, con el que directa o indirectamente demuestran superioridad,

que es uno de los mandatos para el género masculino. El marco legal que se ha generado a partir de noticias sobre la violencia a las mujeres, más que reparador y de sensibilización en la población, es castigador, donde quien comete la falta debe recibir una pena que asemeje el dolor que siente la víctima. Se ha documentado que tal sistema de justicia no logra el cometido de transformar las prácticas de los varones que han violentado a una dinámica de comprensión de la otredad. El peso de la construcción patriarcal en los varones es tal que el estereotipo masificado en los medios de comunicación es que ellos son fuertes y son quienes encabezan los actos punitivos.

La producción de periodismo de investigación es una de las posibilidades que tienen los medios para informar y orientar a la población, ya que permite el análisis de causas y consecuencias de aquellos eventos que repercuten en la dinámica social.

Como el tratamiento noticioso de la radio comercial es que la noticia sea mercancía, el acto destructivo es convertido en un producto que interesa a la masa por el morbo y no como síntoma de una sociedad que adolece de justicia social; se produce información para un público que consume la dolencia de la otredad. El medio de comunicación debería despertar conciencia en la población ante situaciones de conflicto, pero la ausencia de tratamiento sociológico y psicológico del tema despierta más el sensacionalismo en la población, que provoca que la opinión pública se convierta en juez a través de la réplica de la información en redes sociales.

Respecto a los varones, se hace necesaria la presentación de temas desde las ciencias sociales y de la salud, para evitar la limitación de las noticias que refieren que los hombres son violentos. Esto lleva a considerar que el silencio de los medios de comunicación ante la violencia contra varones es un área de oportunidad para generar información especializada.

La noticia será mercancía porque se genera en una empresa radiofónica, pero si se le agrega el tratamiento especializado desde lo jurídico, lo sociológico y psicológico, pudiera tener valor social, que si bien es cierto seguirá siendo mercancía, tiene más posibilidades de aportar a la construcción de espacios de justicia social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberdi, J. (2017). La comunicación horizontal se impone a las estructuras verticales de poder. *El Asombrario & Co.* <https://elasombrario.publico.es/comunicacion-horizantal-verticales-poder/>
- Álvarez, J. (25 de noviembre de 2024). Brote de violencia en Tabasco está relacionado con adicciones y venta de drogas, según el gobernador de ese estado mexicano. *CNN México*. Disponible en: <https://cnnespanol.cnn.com/2024/11/25/brote-violencia-tabasco-drogas-orix>
- Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H. y McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la *agenda-setting* en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional De La información*, 29(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Aruguete, N. (2017). *Agenda-setting* y framing: un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local* (30), 36-42. <https://bit.ly/3s8fM2o>
- Breetones, M.T. (1997). *La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales*. (Tesis de Doctorado en Sociología). Universidad de Barcelona. <https://bit.ly/44xwqam>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (19), 61-78. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.02.001>
- Cano, N. (8 de julio de 2024). Proceso electoral 2023-2024 es el más violento en la historia de México con 39 candidatos asesinados, según firma consultora. *CNN México*. Consultado el 17 de agosto de 2024 en <https://cnnespanol.cnn.com/2024/07/08/proceso-electoral-2023-2024-mas-violento-historia-mexico-39-candidatos-asesinados-consultora-orix/>
- Connell, R.W. (2015). *Masculinidades* (Segunda edición). México: UNAM-PUEG. <https://bit.ly/3NT6Mpn>
- Connell, R.W. y Messerschmidt, J.W. (2021). Traducción de Barbero, Matías de Stéfano y Morcillo, Santiago. Masculinidad hegemónica. Repensando el concepto. *Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, 6, 32-62. <https://doi.org/10.46661/relies.6364>
- Félix, L. (31 de marzo de 2024). Elecciones letales en México. *Global Initiative*, consultado el 17 de agosto de 2024 en <https://globalinitiative.net/analysis/sinaloa-aumento-violencia-elecciones-mexicanas/>
- Fiscalía General del Estado (FGE). (2024). *Prontuario Estadístico Digital*. Disponible en: bit.ly/49AM87U
- Freidenberg, F. 2004. Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores. *Selected Works*, 1-18. <https://bit.ly/3YmkQwo>
- González, N.D. (2022). La violencia es noticia. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (108), 159-167. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi108.4052>
- González Torres, I. (2011). El monitoreo y la evaluación de las estrategias de desarrollo local: sus requerimientos metodológicos e informativos. *Economía y Desarrollo*, 146 (1-2), 78-96. <https://bit.ly/3Oi2Gbx>
- Hernández Ramírez, C.I. y Lozano Verduzco, I. (2023). Estudio de las identidades masculinas: cómo se aprende a ser hombres en la Ciudad de México. *Iqual. Revista de Género e Igualdad*, 6, 221-245. DOI.[http://dx.doi.org/10.6018/igual.496381](https://dx.doi.org/10.6018/igual.496381)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024a). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE) 2024*. Disponible en: bit.ly/4ixZ9TI
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024b). *Defunciones por homicidio. Enero a diciembre de 2023*. Disponible en: bit.ly/3VAhKEM
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Víctimas, inculpados y sentenciados registrados*. <https://bit.ly/3Dirhgx>

- Instituto Nacional de las Mujeres (INM). (2022). *Indicadores Básicos sobre la Violencia contra las Mujeres Grupo Interinstitucional de Estadística. Junio de 2022, con información al 31 de mayo de 2022. Distribución de Personas Agresoras Enero-mayo 2020-2022*. <https://bit.ly/3OilXtz>
- Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE). (2002). *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales. <https://bit.ly/3OgTBQu>
- Jaurilaritza, E. (2012). Competencia en el tratamiento de la información y competencia digital. *Gobierno Vasco: Innovación Educativa*. <https://bit.ly/3K1YjPB>
- Jones, B. y Baumgartner, F. (2004). Representation and Agenda-setting. *Policy Studies Journal*, 32 (1), 1-24. <https://doi.org/10.1111/j.0190-292X.2004.00050.x>
- Kaufman, M. (1989). *Hombres. Placer, poder y cambio*. Santo Domingo: CIPAF. <https://bit.ly/44GNr1y>
- Kimmel, M. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. En T. Valdés y J. Olavarria (Coordinadores), *Masculinidad/es. Poder y crisis* (pp. 49-62). Santiago de Chile: Ediciones de las Mujeres N. 24, Isis Internacional/FLACSO-Chile. <https://bit.ly/3JXIjhy>
- Laboratorio Electoral (2024). *Violencia Electoral 2023-2024*. Consultado el 17 de agosto de 2024 en <https://laboratorioelectoral.mx/violencia>
- López-Escobar, E. y Llamas, J.P. (1996). Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel. *Comunicación y Sociedad*, 9(1), 9-15. <https://bit.ly/3YsJNGn>
- Marcos-Marcos, J., Mateos, J.T., Gash-Galleón, A. y Álvarez-Dardet, C. (2020). El estudio de la salud de los hombres desde una perspectiva de género: de dónde venimos, hacia dónde vamos. *Salud Colectiva*, 16. <https://doi.org/10.18294/sc.2020.2246>
- Madrid, S., Rojas, F., Aguayo, F., Herraz, P. y Beyer, D. (2021). Tensiones teórico-prácticas en la incorporación de los hombres en el trabajo de prevención primaria de la violencia de género. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 5(12), 114-135.
- Martínez Guzmán, F.A. (2021). Masculinidad hegemónica genera factores de riesgo: Antar Martínez. *Universidad de Colima*. Disponible en: https://www.ucol.mx/noticias/nota_9440.htm
- McCombs, M. y Barrios, M. (2013). *Evolución de los tres niveles de la teoría de la Agenda-Setting: el impacto de las noticias en el público*. Communication and Social Life – Comunicación y vida social. Universidad de Navarra: Eunsa.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda-setting. *Communication & Society*, 8(1), 7-32. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>
- Méndez Torres, V.M. y Quintana Madrigal, J. (2017). Algunas consideraciones teóricas sobre la función de la Aradio en la promoción de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 33(2), 238-250. <https://bit.ly/3Oid16b>
- ONUMujeres (2023). *Guía para la cobertura periodística de feminicidios y violencia basada en género*. UCU, CAINFO y ONUMujeres. Disponible en: <https://bit.ly/3OVAnPH>
- ONUMujeres México. (2018). *La violencia contra las mujeres no es normal ni tolerable. Garantizar los derechos humanos de las mujeres y las niñas es trabajo de todas y de todos*. <https://bit.ly/3rpntB1>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://bit.ly/3OIJSZg>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. Washington: ONU-OPS. <https://bit.ly/3OIQabl>
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). (s/f). *Violencia contra la mujer*. Disponible en: <https://bit.ly/3P1JTAN>
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I. y Larrondo Ureta, A.. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16(40), 351-372. Epub 18 de mayo de 2020. <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>

- Petrone, F. (2009). Estudio de *agenda-setting*: conceptos, metodología y bordajes posibles. V *Jornadas de Jóvenes Investigadores*, 1-19. <https://bit.ly/3Q1G5kN>
- Ramírez Rodríguez, J.C. (2020). *Mandatos de la masculinidad y emociones: hombres (des)empleados*. Conacyt-UdG. <https://bit.ly/3Kr3Xef>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria. *Observatorio Europeo de Tendencias Sociales*, Universidad de Alicante. <https://bit.ly/3DkP1dF>
- Rojas, M. (2014). La violencia contra las mujeres en las noticias en México: el tratamiento acrítico y dispar de un grave problema social. *Acta Sociológica*, 65, 37-64.
- Rojas Rajs, M. S. (2015). La violencia contra las mujeres en las noticias en México: el tratamiento acrítico y dispar de un grave problema social. *Acta Sociológica*, (65). [https://doi.org/10.1016/S0186-6028\(14\)70236-1](https://doi.org/10.1016/S0186-6028(14)70236-1)
- Semáforo Delictivo. 2023. *Semáforo Delictivo en México, en marzo 2023*. <https://bit.ly/3K61Xrz>
- Sosa Velázquez, A. y Martínez Álvarez, F. (2017). La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual. *Quórum Académico*, 14(1), 87-114. <https://bit.ly/3K54x0T>
- Tiscareño-García, E. y Miranda-Villanueva, O.M. (2020). Víctimas y victimarios de feminicidio en el lenguaje de la prensa mexicana. *Comunicar*, 28(63), 51-60. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-05>
- Varona Gómez, D. y Gabarrón, N. (2015). El tratamiento mediático de la violencia de género en España (2000-2012): *agenda-setting* y agenda building. *InDret*, (2), 1-49. <https://bit.ly/44vMAAY>
- Villegas, O. y Castro, J. (2018). Modelo del proceso de influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública. *Educere*, 22(71), 179-191. <https://acortar.link/WzkHGI>