

La construcción de noticias sobre violencia en el fútbol en medios de comunicación gráficos

The construction of news as regards football violence in print media.

Autora: Denisse Andrea Peduzzi

Carrera: Relaciones Públicas e Institucionales

E-mail: denisse.p@hotmail.com

Resumen

El presente trabajo busca exponer las diferencias que existen en la construcción de noticias sobre violencia en el fútbol en los diarios Clarín y La Nación. Para ello se seleccionó un total de diez noticias correspondientes al período comprendido entre marzo y octubre de 2012. Se ha concluido que tanto Clarín como La Nación utilizan estrategias similares en la construcción de noticias en cuanto a su estructura y redacción general, aunque existen diferencias del uso de lenguaje, tiempos y formalidad que denotan el fin último de su producción: la búsqueda de reacciones en el lector y actitudes que intentan lograr con el público meta.

Abstract

The purpose of this project is to explore the differences that exist in the creation of news about football violence in the Argentine newspapers Clarín and La Nación. To attain this purpose, ten pieces of news for the period March-October, 2012 were selected. The conclusion drawn is that Clarín as well as La Nación use similar strategies in the creation of the news regarding structure and general writing strategies, although there are some differences regarding the use of the language, tenses and formality that

indicate the ultimate goal of its production: the search for reactions in the readership and attitudes expected from the target audience.

Palabras claves en español: violencia, fútbol, medios de comunicación.

Key words: violence, soccer, media.

I - Introducción

Los análisis sobre medios de comunicación masivos se han enfocado a lo largo de los años en conocer cuál es su finalidad, sus funciones sociales y sus efectos. Desde los pioneros en el campo, como Lasswell y Lazarsfeld, hasta los teóricos contemporáneos del siglo 21, los temas a investigar han ido evolucionando a medida que los medios se fueron consolidando y pasaron a formar parte tanto de un folclore social fuertemente arraigado como de un mercado altamente competitivo. Tal como lo señalara Ignacio Ramonet (1998) las compañías telefónicas, la televisión, la publicidad y el cine, entre otros, comenzaron a entremezclarse y generar alianzas para dar lugar a un nuevo concepto de la información dentro de un mercado millonario posibilitado por las nuevas tecnologías.

Los medios se presentan en la actualidad como moldeadores de la realidad, además de disparadores de opinión pública. Su meta no sólo es informar sino además llegar a la mayor cantidad de receptores posible. Para ello existen estrategias deliberadamente elaboradas para transformar la información en noticia (Van Dijk, 1983; Verón 2002)

Es por ello que analizamos dichas estrategias de producción de noticias (enunciativas, discursivas y de diagramación, entre otras) sobre la violencia en el fútbol en los diarios argentinos Clarín y La Nación. Los estudiamos con el fin de comprender su dinámica y hacer una “radiografía” de la prensa gráfica teniendo en cuenta las producciones de sentido, significados y demás contenido implícito, que va más allá de la mera lectura informativa que se hace comúnmente de una noticia. Es por este motivo que nos preguntamos *¿Cuáles son los criterios utilizados en la construcción de noticias sobre violencia en el fútbol en las ediciones digitales de Clarín y La Nación?*

Como objetivo general buscamos Identificar cuáles son las características y estrategias de la construcción de noticias sobre violencia en el fútbol en las ediciones digitales de Clarín y La Nación y como objetivos específicos:

Identificar las estrategias enunciativas que utiliza cada uno de los diarios

Identificar aspectos relevantes en la noticia

Analizar los criterios de noticiabilidad utilizados para desarrollar la noticia

Identificar y analizar el género de la noticia

Identificar el tipo de titulación que utiliza cada medio

II - METODOLOGÍA

El diseño que más se ajusta a nuestros intereses es el de tipo exploratorio: “los estudios exploratorios responden a la necesidad de lograr claridad sobre la naturaleza del problema o de alguna de las variables o aspectos en él implicados, buscando lo nuevo por sobre la confirmación de lo que ya sabemos” (Vieytes, 2004, p. 90). En este caso, buscamos indagar acerca del tratamiento de la noticia sobre violencia en el fútbol.

El método seleccionado fue el cualitativo. Este encuentra su raíz en una perspectiva de comprensión de un fenómeno social. Vieytes afirma que este método

se ocuparía del entendimiento interpretativo de la acción social en su significado subjetivo (...) la investigación cualitativa se preocupa por la construcción de conocimiento sobre la realidad social y cultural desde el punto de vista de quienes la producen y viven (2004, p. 69)

El método cualitativo depende de los conocimientos del investigador, su capacidad de interpretación y análisis de los datos e información recolectada. Comprender un fenómeno es una actividad que requiere más atención de la que se le presta a un texto comúnmente. Es necesario estudiarlo en profundidad para descubrir sus características implícitas más allá de la superficialidad con que estamos acostumbrados a abordarlo. Al respecto, Vieytes agrega que lo que se pretende es “llegar a captar las relaciones internas existentes, indagando en la intencionalidad de las

acciones, sin permanecer únicamente en la capa externa a la que aparece propicia la descripción de los fenómenos” (Vieytes, 2004, p. 70)

La técnica que utilizamos es el Análisis de Contenido entendiendo que un texto se define como “todo conjunto coherente y cohesionado de signos con amplitud mayor a la oración que presenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas y constituye una práctica social” (Vieytes, 2004, p. 290). Este tipo de análisis se basa en comprender aspectos de la realidad social a través del estudio de sentido de las producciones lingüísticas del hombre, sean orales, escritas o en forma de fotografías, entre otras (2004). La idea principal es producir nuevos conocimientos al ir descubriendo significados y símbolos implícitos en un texto a través de estrategias deliberadamente desarrolladas. El contexto no puede ser aislado, ya que es en gran medida lo que determina el tipo de manifestación escrita que el hombre realiza. Particularmente en nuestro caso, el análisis textual se aplica a las noticias extraídas de los diarios Clarín y La Nación para comprender cómo fueron construidas.

El recorte de corpus, es decir, el material seleccionado como objeto de estudio, se basa en los artículos periodísticos de los diarios Clarín y La Nación. El tema central de las noticias será la violencia en el fútbol en sus diversas manifestaciones (violencia hacia árbitros, entre barras bravas, entre jugadores y dirigentes, entre otros). La finalidad de considerar esta variedad de contenidos consiste en poder conocer la forma de tratamiento que se da a los distintos tópicos según la información que poseen los medios. En total trabajamos con diez (10) noticias comprendidas en el período Marzo de 2012 a Octubre de 2012.

III - UNA MIRADA ANTROPOLÓGICA SOBRE LOS MEDIOS, EL FÚTBOL Y LA VIOLENCIA

Desde sus comienzos en la actividad mediática (desde los tangos de Gardel y Marcó en la radio, el cine, la aparición en diarios y la primera transmisión televisiva en vivo de un partido hasta nuestros días), el fútbol ha experimentado un cambio significativo en distintos aspectos.

El incremento en la violencia en el fútbol a lo largo de los años ha sido redituable para la prensa y por lo tanto los medios lo han tomado para convertirlo en noticia. La necesidad de inmediatez en la información nos trae la noticia apenas ocurre

un hecho de interés general. Así, con esta transición, también mutó la forma en que nos muestran al fútbol y sus acontecimientos. La prensa ha cambiado nuestra concepción de los personajes deportivos y su imagen, presentando al *hinch*a como aquel simpatizante común que concurre a la cancha acompañado de su familia, a vivir una fiesta en el espectáculo que ya es parte de la idiosincrasia argentina y una tradición de domingo. Y presenta al *barra brava* como el individuo o grupo de individuos que, intimidantes, arrasan las canchas con sus crímenes disfrazados de fanatismo. Sin embargo, no mencionan que el hincha común también es un generador de violencia simbólica, quizá porque un conflicto armado donde hubo heridos es más vendible para el medio que un insulto.

Además, somos conscientes de que en Argentina gran parte del sistema mediático se basa en ideología política y nos vemos obligados socialmente a posicionarnos en uno u otro bando. De este factor también depende en gran medida la forma en que los medios construyen la noticia, que si bien no fue mencionado en este trabajo, creemos importante y aprovechamos a señalar en este espacio de reflexión final. Tanto Clarín como La Nación son opositores al gobierno de turno y poseen una fuerte carga ideológico-política que marca su posición. Notamos que en muchas de las noticias seleccionadas describen los hechos de violencia atribuyéndolos a que los entes reguladores (a cargo del gobierno) no cumplen su función como deberían.

La concepción del fútbol ha cambiado desde aquellos años en que era una sana diversión en donde la violencia se manifestaba esporádicamente. En gran medida esta transformación fue impulsada por los medios y hoy debemos pensar si ir a la cancha sería conveniente como espectáculo familiar. La utilización del fútbol y la violencia en la construcción de las noticias nos invita a reflexionar ¿mostrar violencia genera más violencia?

III.1 - Categorías de noticias

Para realizar el análisis, en primer lugar, se identificaron en las noticias utilizadas una serie de macro-temáticas seguidas de micro temáticas o sub-temas:

- **Ataques de hinchadas y barras brava**
 - A otras barras bravas en colectivos, canchas y vía pública (enfrentamientos)

- A dirigentes de clubes de fútbol
- A árbitros
- A los jugadores
- A civiles y espectadores sin vinculación a barras brava
- **Medidas impuestas y sanciones dictadas por**
 - Dirigentes políticos y organismos estatales encargados de la seguridad y regulación del fútbol
 - Dirigentes y autoridades de los clubes
- **Muertes y heridos**
- **Seguimiento de casos:** juicios a barras brava, casos de heridos y fallecidos llevados a la justicia.
- **Conflictos que involucran a jugadores de fútbol**
- **Testimonios:** Además se observan testimonios sobre los hechos de violencia por parte de testigos y familiares de víctimas, se incluyen acusaciones y declaraciones de dirigentes de clubes, árbitros y jugadores.

a) **Género periodístico**

Atorresi (1995) establece que existen diversos géneros periodísticos de información y entre ellos señala las noticias, notas, trabajos de investigación, reportajes, portadas, fotografías y crónicas. Los textos que se utilizaron en este análisis se encuadran dentro de las *crónicas* y no de las *noticias*. La diferencia radica en que ésta última “se usa para anunciar hechos por ocurrir” (Atorresi, 1995, p. 21). Mientras que la crónica se define como un “discurso narrativo que relata un acontecimiento dando la ilusión de un desarrollo cronológico, representando, a partir de una serie de recursos, la temporalidad” (1995, p. 22). Se observó que tanto Clarín como La Nación utilizan una forma de escritura que respeta el orden temporal de los hechos y describe acontecimientos pasados.

Además, existen dos tipos de temporalidad en una crónica: la que corresponde a los hechos y la del relato. El tiempo base que guía el relato es el pretérito perfecto simple pero cuando el cronista necesita “volver hacia atrás” para rever la información utiliza el pretérito pluscuamperfecto; y para “ir hacia adelante”, para resolver ciertos enigmas que lo lleven a especular soluciones o respuestas, utiliza el modo condicional,

que nos muestra la forma en que el periodista apela al “misterio” y lo enigmático respecto a lo que pasará en el futuro, tan característico de las noticias deportivas. (Atorresi, 1995)

b) Estrategias discursivas y enunciativas

Posición del destinatario

Verón (1985) se refiere al contrato de lectura como la relación que el enunciador establece con el lector a través de las formas “del decir” y de la redacción que se utiliza en los soportes de prensa. Remarca que al escribir el texto de la noticia, el periodista posiciona al lector de una forma determinada respecto a él.

- Pasiva: Encontramos que tanto en las noticias de Clarín como de La Nación se coloca al lector en una posición mayormente pasiva, sin demasiada interacción, donde aparece como un mero receptor de la información contenida en el texto del relato que el periodista produce para él. Dicha pasividad radica en que no se utilizan estrategias de redacción que lo induzcan a razonar o reflexionar acerca de una situación determinada.
- Activa: Sin embargo, también se vislumbran ciertas formas de redacción que buscan generar complicidad con el lector, como en el caso de Clarín, donde el emisor se involucra enunciativamente como un ciudadano más en cuanto víctima de los hechos de violencia, haciendo tomar al lector una posición activa que incluye preguntas que invitan a la reflexión y también retóricas.

Tipo de lenguaje

- Formal: tanto Clarín como La Nación utilizan un lenguaje predominantemente formal para describir la información de sus noticias. Sin embargo, el primero utiliza una formalidad desestructurada, con palabras simples que agilizan la lectura, mientras que La Nación utiliza un tono más serio y estructurado, con palabras técnicas.
- Informal: Clarín hace mayor uso de la informalidad en sus textos que La Nación. No sólo utiliza palabras que denotan informalidad sino que ésta también aparece en su forma de escritura. Su expresión informal se caracteriza por utilizar un

lenguaje simple, un tanto coloquial, y palabras que son comunes en el habla diaria de las personas, lo que podría interpretarse como una forma de acercamiento al lector, al mimetizarse con su lenguaje cotidiano y generar empatía desde una condición de “igual”. En La Nación, si bien encontramos vestigios de informalidad, éstos se observan sobre todo en las citas textuales de testigos, jugadores y demás personajes implicados en un hecho. Sin embargo, también se puede ver su utilización en pequeñas frases que se incluyen en un párrafo redactado formalmente, que busca demostrar la toma de postura u opinión del medio respecto a un tema en particular.

Valoraciones, toma de postura e ironía

Tanto Clarín como La Nación se encargan de dejar clara su postura respecto a un tema cada vez que tienen ocasión y en la mayoría de los casos la postura tomada es contraria a un tema. En cuanto a las valoraciones, Clarín las incluye en algunos casos para demostrar su toma de postura y en otros sólo utiliza adjetivos para describir una situación. La Nación, en la mayoría de los casos analizados, deja clara su postura con su forma de redacción y con los adjetivos negativos que emplea para referirse a una situación, una persona o un grupo.

Tanto las valoraciones como la toma de postura pueden explicarse a raíz de diferentes razones. En primer lugar, por la tendencia ideológica del medio, ya que a través de la estrategia de redacción utilizada, deja ver de forma explícita o implícita su postura respecto a un tema determinado (Teramón, 2003).

Otra de las razones se encuentra en que “los argumentos son raramente neutros: ciertos operadores los iluminan, los ponen de relieve y les confieren a la vez ciertos valores” (Teramón, 2003, p. 1). Es decir, la subjetividad del periodista entra en juego y, de forma consciente o no, puede alterar la intención última del diario generando una tendencia en la opinión; a lo que Espeche agrega que “somos objetivos pero no imparciales” (2012, p. 1)

En cuanto al uso de la ironía, sólo la observamos en Clarín ya que La Nación no presentaba dicha característica en sus noticias.

c) Criterios de noticiabilidad

La relevancia temática observada en los diarios se refleja en los denominados criterios de noticiabilidad (Amado Suárez, 2003). Observamos que en las noticias estudiadas se utilizan cuatro estrategias de selección:

Impacto y gravedad

La utilización de esta clasificación radica en la incidencia de un hecho sobre la sociedad y la conmoción que genera en ella. Además se tiene en cuenta el interés que representa para la nación (Martini, 2000). El criterio de impacto y gravedad se encuentra en ambos diarios y se basa, en la mayoría de las noticias analizadas, en conflictos que derivaron en muertes o personas heridas.

El fútbol representa uno de los mayores intereses del público mediático argentino y por lo tanto no puede quedar afuera de dos grandes matutinos como Clarín y La Nación. En las noticias analizadas, el impacto y gravedad refieren a la magnitud que los hechos de violencia tomaron a medida que se fueron desarrollando. En otras noticias, donde sólo hubo destrozos o un solo herido, el criterio de noticiabilidad seleccionado suele ser otro. Sin embargo, estos componentes sumados (destrozos, heridos, muertes e incendios, según los párrafos seleccionados) dan como resultado un evento de tamaño e importancia tal, que permite ser tomado dentro de la clasificación de “impacto y gravedad”.

Novedad

El criterio de novedad se encontró en la siguiente cita:

*“La decisión es firme: Javier Cantero y toda la nueva conducción de Independiente le van a dar pelea a los violentos. **Lo dicen de la boca para afuera y también con hechos.** Ayer, el presidente hizo el pedido formal del derecho de admisión ante el CoProSede (...) **Esta, en definitiva, será la primera de las tantas medidas que piensan tomar para, de una vez por todas, erradicar a los violentos**” (No dejan entrar a tres barras. Clarín, 05 de mayo de 2012)*

Si tenemos en cuenta que la violencia en el fútbol es un hecho cotidiano en todas sus variantes, lo destacable aquí es que son contadas las veces en que los

dirigentes del club toman medidas para erradicar a las *barras bravas* y es allí donde se encuentra la “novedad”.

Proximidad al evento

La proximidad geográfica a un evento se refiere a que, cuanto más cerca nuestro se produzca un hecho, más noticiable será (Martini, 2000). A través de su posición frente al tema y su expresión, Clarín, por ejemplo, traslada la violencia concentrada en un recinto cerrado (el estadio de fútbol, donde solo están en peligro los asistentes a los partidos) a las calles, donde los ciudadanos conviven día a día. Así, un tema totalmente ajeno al área geográfica, toma tintes del criterio de proximidad. El efecto buscado es que el lector reflexione acerca de su seguridad aun estando lejos del lugar de los hechos.

Jerarquía de los personajes involucrados

Este criterio abarca las noticias, cuyo eje principal es la importancia de las personas que están implicadas en el hecho informativo. La presencia de personajes famosos es una de las variantes, aunque también pueden tomar relevancia personas comunes que por ser parte de un evento de interés general, se vuelven reconocidos o merecen ser noticia (Martini, 2000).

En ambos diarios encontramos textos que se valen de personas reconocidas para basar en ellos la noticia.

d) Titulación

El primer contacto que hace el lector con la noticia es a través del título. Éste es un resumen de la información que el redactor seleccionó cuidadosamente con el fin de atraerlo hacia el cuerpo de la noticia. El destinatario se encuentra con un titular que capta su atención y lo induce a buscar más información. Entre redactor, título y lector se genera una relación de intimidad ya que es un proceso individual, un juego que no sólo busca la atención de quien lee, sino que requiere que se ponga en práctica su capacidad de decodificación de mensajes para comprender y entrar en complicidad con lo que el redactor resumió en esa breve frase (Rodríguez Charry, 2006).

Sin embargo, esta complicitad y comprensión es requerida a diferentes niveles, según el tipo de título elegido. Hemos encontrado que tanto Clarín como La Nación usan encabezados diferentes según la noticia.

En primer lugar, en cuanto a título *informativo* se destacan los siguientes:

“*Atacaron a un micro: uno de los heridos tiene cinco años*” (Clarín, 06 de marzo de 2012)

“*River, en el Monumental: sólo clausuraron la tribuna Sívori alta*” (La Nación, 19 de junio de 2012)

En cuanto al título seleccionado por Clarín, observamos que se ajusta a la tipología informativa ya que describe la acción, es decir, el núcleo de lo sucedido y de la información principal, dejando de lado valoraciones u opiniones sobre el hecho (Martínez, Miguel y Vázquez, 2004).

En el caso de la Nación, si bien el título presentado concuerda con la clasificación de informativo, roza los límites que se establecen con el de tipo *expresivo*, ya que al remarcar que sólo clausuraron un sector de la tribuna, se está presuponiendo que el lector está al tanto de por qué la medida fue tomada.

Con respecto al encabezado *temático* seleccionamos los siguientes ejemplos:

“*No dejan entrar a tres barras*” (Clarín, 05 de mayo de 2012)

“*Tarde de furia: la violencia se adueñó del estadio de San Lorenzo*” (La Nación, 19 de marzo de 2012)

En ambos ejemplos, la frase seleccionada como encabezado es corta y concisa. Aunque no aporta muchos datos, logra resumir la información esencial de la noticia. En el primer caso, se requiere un proceso de decodificación del lector que no solo abarca la comprensión del texto sino también un ligero conocimiento previo acerca del ámbito del fútbol. “No dejan entrar a tres barras” presupone que el lector entiende que no los dejan entrar a la cancha aunque no delimita una zona geográfica.

En el caso de La Nación, se especifica que los hechos de violencia se desencadenaron en la cancha de San Lorenzo, pero no menciona qué tipo de agresiones sucedieron ni quién o quiénes las ocasionaron.

Con respecto a la categoría de título *expresivo* encontramos:

“Le harán juicio a la provincia por la Batalla de San Juan” (Clarín, 02 de mayo de 2012)

“El partido que perdió contra el miedo” (La Nación, 24 de abril de 2012)

Como mencionamos anteriormente, el título expresivo da por sentado que el lector conoce determinado tema de antemano. Por eso, en el caso de Clarín, no se explica a qué se refiere “la Batalla de San Juan”. Es un hecho acontecido previo a lo que se informa actualmente: el seguimiento del caso de las demandas realizadas a la provincia tras los incidentes. Se considera que el lector ya está informado sobre cuál fue dicha Batalla.

En el segundo caso, el titular de La Nación no aporta ningún dato concreto sobre la noticia, pero para poder entender de qué se trata debe conocer el tema (Martín, Miguel y Vázquez, 2004). Es necesario saber a qué se refiere el “miedo” del que se habla aunque también las fotografías, bajada y volanta ayudan al lector en su proceso de decodificación.

IV - Conclusiones

Los medios de comunicación representan un instrumento de influencia social que utiliza el poder y el control para establecer la agenda mediática e indicar a la audiencia qué es lo que debe saber (McQuail, 1994). Además, la competencia que existe actualmente por ganar el terreno de la prensa hace que los diarios se mimeticen y apelen al sensacionalismo con el fin de vender más ejemplares (Ramonet, 1998). Sumado a esto, la evolución de internet ha generado que la rapidez de la información se vuelva una necesidad que los medios deben satisfacer tanto para ganar mercado como para cumplir las expectativas del lector (Von Sprecher, 1996; Ramonet, 1998)

Hemos intentado dar una descripción inicial de las características empleadas en la construcción de noticias sobre violencia en el fútbol en los diarios Clarín y La

Nación, valiéndonos de diversas teorías de referentes en el área comunicacional y de los conocimientos adquiridos en el ámbito académico que nos permiten reflexionar y analizar temas de actualidad.

Como profesionales de las Relaciones Públicas e Institucionales (y como Comunicadores en general), estudiar el ámbito de la prensa y sus características resulta tanto una necesidad como un reto, a raíz del cambiante panorama tecnológico y a la transformación social, cultural y política que nos toca vivir, y a la cual están constantemente expuestos los medios y los públicos. Analizar la construcción de noticias implica tomar conocimiento acerca del trasfondo comunicativo utilizado por los medios a la hora de presentar la información y consideramos que hemos podido proporcionar una descripción pertinente al material seleccionado.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Amado Suárez, A. (2003). *Prensa y comunicación. Personas y empresas frente a los medios*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- ✓ Atorresi, Ana. (1995). *Los géneros periodísticos*. Buenos Aires: Colihue.
- ✓ Martínez, F.; Miguel, L.; Vázquez, C. (2004). *La titulación en la prensa gráfica*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de La Plata.
- ✓ Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Ediciones Norma.
- ✓ McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- ✓ Ramonet, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- ✓ Teramón, M. (2003). Medición de la subjetividad en la prensa escrita. [Versión electrónica] Comunicación y Sociedad. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.

- ✓ Verón, E. (2002). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de ThreeMile Island*. Barcelona: Gedisa.
- ✓ Verón, E. (1985). *El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*. París: IREP.
- ✓ Van Dijk, T. (1983). Estructuras textuales de la noticias de prensa. [Versión electrónica] *AnalisiQuaderns de comunicació i cultura* 7(8), 77-105.
- ✓ Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Buenos Aires: De las ciencias.
- ✓ Von Sprecher, R. (1996). *Panoeclip. Introducción a la Comunicación Social*. Córdoba: Área de Educación a Distancia, Escuela de Ciencias de la Información.

Material consultado de internet:

- ✓ Espeche, C. (2012). *Periodismo objetivo o subjetivo, una falsa dicotomía*. Congreso de Periodismo y Medio de Comunicación. Universidad Nacional de la Plata. Recuperado de:
http://www.perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar/congresos/files/mesa_2-espeche_final.pdf
- ✓ Rodríguez Charry, A. (2006). *La titulación en prensa*. Recuperado de:
<http://analisisdemensajes.blogspot.com.ar/2006/10/la-titulacion-en-prensa.html>