

## **Aspectos Éticos Legales en la Interacción del Trabajador Social con los Medios de Comunicación**

Milagros S. Rivera Watterson

Catedrática Auxiliar UCB

El tema que hoy nos ocupa es uno que tiene especial relevancia en esta época contemporánea, donde los medios de comunicación tienen un rol preponderante en el desarrollo de la sociedad e inciden directa o indirectamente en el desempeño profesional del trabajador social. Reconocer el papel importante de los medios de comunicación y aprender a trabajar con éstos de forma tal que podamos brindar información sin desviarnos o romper con nuestros cánones de ética, es otro reto que tenemos los trabajadores y trabajadoras sociales como profesionales y hacia esta discusión es que dirigiremos nuestra participación.

Llevo más de quince años relacionándome con los medios de comunicación, tanto prensa, como radio y televisión desde los diversos roles que he desempeñado como profesional del trabajo social, tanto a niveles públicos, como privados. Esta experiencia me ha ayudado a entender el trabajo en los medios de comunicación, tanto desde el interior de estos como del exterior; digo así porque no solo he sido entrevistada por periodistas de diversos medios sino que también en muchas ocasiones, como productora y moderadora de programas de radio, he sido la persona que entrevista a otros. Estar de ambos lados, pasar por la experiencia de ambos roles no cabe duda que ha contribuido a que pueda visualizar a los medios de comunicación en

forma diferente. Para mí, nunca fueron ni lo serán medios que me puedan poner en aprietos o que están buscando cogermme en pifia, sino organizaciones que tienen roles importantes en nuestra sociedad, que bien utilizados pueden ayudarnos a cumplir con uno de los roles más trascendentales del trabajo social: la orientación de nuestra clientela y en muchas ocasiones la denuncia de las injusticias sociales.

Debemos entender que, tanto los medios de comunicación, especialmente la prensa y aquellos que allí se desempeñan, como nosotros los trabajadores sociales tenemos principios en común. Podríamos mencionar principios como el respeto a la dignidad del ser humano, a la individualidad, a la toma de decisiones sin coacción de ninguna clase, a la participación, a la libre expresión de nuestras ideas, entre otros. En ambas profesiones estamos organizados, unos en la prensa, en asociaciones y nosotros en un colegio, por lo tanto tenemos que responder a unos cánones de ética. La Asociación de Periodistas de Puerto Rico, tiene su Código de Etica, aprobado en la Asamblea de Reglamento del 17 de abril de 1999, que rige a todos sus miembros y establece claramente la conducta ética esperada. El Colegio de Trabajadores Sociales a su vez posee un Código de Etica Profesional, aprobado por la Asamblea en el año 1982.

Nos podríamos preguntar por que las profesiones, tanto las nuestras como otras, en esta sociedad contemporánea tienen que estar discutiendo asuntos de ética. Si los cánones están escritos, si son del conocimiento de sus miembros, algunos pensarán, por que en ocasiones surge a la luz pública situaciones donde estos no se ponen en práctica o donde surgen conflictos cuando cada profesión intenta cumplir con sus

funciones correspondientes. Podríamos decir, usando el refrán popular que “del dicho al hecho va un gran trecho”, que podemos conocer nuestro cánón de ética pero en el fragor de la situación, en el nerviosismo que tiene un trabajador social no acostumbrado a la expresión ante los de medios de comunicación cuando un reportero de un noticiero local le está interrogando, podemos incurrir en errores y violaciones a los cánones de ética. A medida que presentemos el tema que nos ocupa, veremos este asunto con mayor detalle.

Es un hecho que a la mayoría de las personas el comparecer ante la radio, la televisión o ser entrevistado por un periodista que representa algún rotativo del país, representa un momento difícil, para muchos de gran tensión. Reconocer este hecho es importante para que podamos aprender a responder adecuadamente a los retos que representa el mundo de las comunicaciones, por lo tanto este es el primer paso. Por más preparados que estemos, académicamente hablando, o por mayor información que tengamos y aún cuando seamos personas seguras de que estamos haciendo bien nuestro trabajo, en ese momento en que nos enfrentamos a esa cámara de televisión por ejemplo, podemos sentirnos temerosos. Esto es así ya que son miles los ojos que nos están viendo y cualquier falla que tengamos puede verse multiplicada, sujeta de críticas hacia nuestro desempeño. Este efecto puede ser sentido tanto por el trabajador social de servicio directo como por funcionarios de mayor jerarquía en puestos de supervisión y administración.

Debemos reconocer que estamos en la época de la informática, donde el conocer el manejo de los medios de comunicación para el trabajador social debe ser parte de las

destrezas que desarrollemos si verdaderamente queremos ser líderes y servidores para nuestro pueblo. Estar discutiendo hoy aquí en este panel el tema de la ética y la interacción con los medios de comunicación, no cabe duda que refleja ese reconocimiento. Es necesario señalar que en el campo del trabajo social no se ha escrito mucho acerca de este tema, sin embargo debemos reconocer que en mayo de 2004, dos estudiantes de Maestría en Trabajo Social de la Escuela Graduada de Trabajo Social Beatriz Lassalle escribieron una tesis donde se explora la percepción de los líderes de las organizaciones sociales y la prensa acerca del manejo de los medios de comunicación. Las autoras fueron Carmen Ana Alicea De León y Elizabeth Merari Vargas Avilés. Estas titularon su tesis ¡Que No te Coma el Cuco! Estudio de la Percepción de los Líderes de las Organizaciones Sociales y la Prensa sobre el Manejo de los Medios de Comunicación en el área metropolitana. El propósito general del estudio, según indica los autores fue “describir y analizar el manejo de los medios de comunicación por parte de los líderes de las organizaciones sociales y la prensa” **(1)** Consideran las autoras y así lo señalan que estudiar “la percepción de los líderes de las organizaciones de servicios sociales y los periodistas sobre como dichos administradores manejan los medios de comunicación y cómo la prensa canaliza la información y recibe, le daré la oportunidad a ambos profesionales de reflexiona en cuanto a las funciones que realizan” **(2)**

---

**(1)** Alicea De León, Ana y Elizabeth Merari Vargas Avilés, ¡Qué no te coma el Cuco! Estudio de la Percepción de los Líderes de las organizaciones sociales y prensa sobre el Manejo de los Medios de Comunicación en el Area Metropolitana, pág x.

(2) Ibid, pág. 78

No cabe duda que en esta época de cambios acelerados en la informática, donde el acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación es cada vez mayor, es necesario que los administradores y todos aquellos que laboran en agencias de servicio social desarrollen destrezas para un manejo efectivo con estos medios. Aquellos que prestan servicios en estas agencias tienen el deber ministerial de mantener comunicado al país, a su clientela acerca de los servicios que prestan, como lo hacen, como utilizan el presupuesto que le es asignado. Mantener cuentas claras mediante información veraz y adecuada es parte de su función, por lo tanto unas buenas relaciones con la prensa, les ayudará a cumplir este cometido. Para lograrlo es necesario reconocer el papel significativo que juega la prensa y quiero clarificar que este término no solo lo estamos aplicando a los periódicos sino cualquier otro medio de comunicación, como lo son la radio, la televisión, el cine, las revistas, entre otros. Dentro de este contexto, como señala la Dra. Milagros Acevedo Cruz, tenemos que visualizar al periodismo entendiendo su fin como “la difusión objetiva de hechos a través de la información y la interpretación de los acontecimientos que son noticia”. (1)

Señala la misma autora que José Luis Martínez Albertos indica que el periodismo tiene tres propósitos: informar, formar y divertir. De estos el más importante es informar , o sea llevar el mensaje mediante los diferentes medios masivos, al mayor

---

(1) Acevedo Cruz, Milagros. Manuel Para Periodistas: Conocimientos y principios básicos, pág. 75

número de personas posible; así lo espera el pueblo y por eso es que la noticia tiene que ser comunicada con rapidez y así responder de lo que está pasando, o lo que es de actualidad, por lo tanto es de interés para el público.

Informar es el propósito más importante del periodismo, los otros dos que señalamos anteriormente, formar y divertir, también tienen su espacio. Se forma mediante los editoriales, artículos de prensa o reportajes especializados, críticas, crónicas, trabajos investigativos, donde se llama la atención a otros asuntos que quizás no sean la noticia del día en ocasiones pero es necesario profundizar en el tema, asumir posturas, clasificar ideas. El tercer propósito, el de divertir, también es importante ya que estamos en un mundo donde impera la tensión, el estrés quiere acabar con nosotros y la gente necesita espacios para poder reírse u ocuparse de otros temas que le relajen, de ahí la preponderancia tomada por las revista y artículos sobre la farándula o el tiempo que se le dedica a ventear públicamente la vida de figuras públicas, nacionales e internaciones, o el incluir crucigramas o muñequitos.

Los periodistas tienen una función social, deben guiarse por unos principios básicos, que son buscar la verdad y reportarla lo más completamente posible, actuar independientemente minimizar el daño (1) Veamos esto con mayor detalle, por buscar la verdad y reportarla lo más completamente posible, se quiere decir que el

---

(1) Supra, pág. 5

periodista debe informar bien, conocer el tema del cual quiere informar, conocer todos los puntos de vista posibles. El segundo principio, el actuar independientemente quiere decir que usted como periodista debe tener la capacidad y desarrollar la destreza de poder separar sus creencias, valores personales fuera de la historia narrada. El tercer principio, minimizar el daño se refiere a que el periodista debe tener claro su responsabilidad profesional con las personas a quienes entrevista o de quienes escribe, debiendo ser respetuoso, compasivo. (1) Estos tres aspectos están íntimamente ligados con la ética, ya que en la medida que el periodista siga estos tres principios podrá tomar decisiones, que a menudo son complejas, en una forma más adecuada y responsivas a los cánones éticos de su profesión.

Hill Konach y Tom Rosenstiel señalan que el periodismo tiene unos elementos de carácter universal y el primero de todos es reconocer que el propósito de este “es proveerle a la gente la información que necesita para ser libres y auto-gobernables” (2) Añaden los autores que para cumplir este objetivo los periodistas deben llevar a cabo nueve tareas básicas, las cuales señalamos a continuación:

- 1- la principal obligación del periodista es la verdad
- 2- Su primera lealtad es con los ciudadanos
- 3- Su esencia es la disciplina de la verificación
- 4- Sus practicantes deben mantener independencia de aquellos que cubre

---

(1) Supra, pág. 115

(2) Kovach, Bill, Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Will Expect*

- 5- Debe servir como un monitor independiente del poder
- 6- Debe proveer un foro para la crítica pública y el compromiso
- 7- Debe esforzarse por hacer de lo significativo algo interesante y relevante
- 8- Debe escribir las noticias en forma comprensiva y proporcional
- 9- Sus practicantes deben poder ejercer una consciencia personal. **(1)**

Por último, estos autores señalan que la Sociedad Americana de Editores de Periódicos en su Código dicen que la “meta del periodismo es servir al bienestar general informando a la gente **(2)**. En Puerto Rico, la Asociación de Periodistas (ASPPRO) en su Código de Etica, señala en su canón número 10 que “el deber de todo periodista es informar y contribuir a la educación del pueblo”. **(3)** Estos señalamientos nos sirven para hacer hincapié en las tesis básica de nuestra comparecencia, el periodismo tiene una función social y nosotros los que trabajamos en el campo de los servicios sociales, ya sean públicos o privados, tenemos que reconocerlo para poder restablecer relaciones de respeto y colaboración, sin poner en riesgo el cumplimiento de nuestro código de ética. No debemos ni podemos visualizar a los medios de comunicación y sus representantes como un “cuco” al cual debemos temerle, sino aprender a trabajar con ellos, ya que estos podrían ayudarnos a proyectar al pueblo nuestro trabajo, los servicios que brindamos y las necesidades que tenemos. En muchas ocasiones, podrían convertirse en nuestros aliados, para por ejemplo hacerle saber a aquellos que

---

**(1)** Supra, pág. 115

**(2)** Kovach, Bill, Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know

and the Public Will Expect

**(3)** Código de Etica, ASPPRO, 17 de abril de 1999; pág. 2

que trabajan con el presupuesto, a los organismos ejecutivos y legislativos los cambios necesarios para brindar mejores servicios.

El Código de Etica del Colegio de Trabajadores Sociales de Puerto Rico señala “que el trabajador social debe estar alerta a la manifestación de problemas sociales en la sociedad para: pronunciarse libremente sobre aquellas cuestiones sociales que afecta la vida de las personas, de los grupos y del país” **(1)** Esta aseveración como vemos compete directamente al trabajador social, sin especificar su tipo de posición o rol que desempeña en el lugar donde presta servicios, una responsabilidad de hacer oír su voz acerca de aquellas circunstancias que afecten a las personas a quienes servimos y a toda la sociedad. Por eso se reconoce como principio básico que tenemos “ la responsabilidad, tanto individual como colectiva, de hacer realidad para todos los principios de justicia social que constituyen la razón de ser la profesión” **(2)** Si esto es así, es necesario que utilicemos adecuadamente la comunicación con la prensa y los diversos medios de comunicación masiva, para hacer realidad el cumplimiento de una visión tan crucial como lo es el ser defensores de la justicia social. El uso eficaz que hagamos de los medios de comunicación nos permitirá denunciar aquello que está mal, pero a la misma vez también nos ayudará a dar a conocer lo que estamos haciendo, informando al pueblo de sus derechos y los servicios que están a su disposición.

---

**(1)** Código de Etica, pág. 1

(2) Ibid

También, como hemos dicho, podemos utilizar nuestra presencia en los medios para comunicarle a los legisladores cambios en política pública que hagan realidad esa justicia social. No cabe duda que la mayoría de los trabajadores sociales reconocen la importancia y la labor, tanto informativa, como social que llevan a cabo los medios de comunicación, en especial la prensa, pero muchos se sienten incómodos, cohibidos y hasta amenazados, al tener que llevar mensajes usando estos medios. Tengo que reconocer que yo también pasé por esa experiencia pero mis muchos años en la práctica de la profesión, la participación como productora y moderadora de programas de radio y otras experiencias me han permitido sobrepasar mis limitaciones, para lograr hacerlo con naturalidad y gran sentido de responsabilidad conmigo misma, mi profesión y mi país. Deseo por lo tanto, compartir con ustedes algunas ideas, que puedan facilitarle a los aquí presentes ese intercambio con la prensa y los medios de comunicación masiva que tan relevantes son en estos momentos. Les traigo estas ideas como una especie de guía que pueda ayudarnos a conciarnos de como lo estamos haciendo actualmente y como podemos mejorar, para lograr unas relaciones de provecho mutuo con los representantes de los medios de comunicación.

Lo primero que debemos reconocer para poder tener unas buenas relaciones con los representantes de los medios de comunicación es entender sus funciones, las cuales ya hemos explicado. En segundo lugar debemos señalar que los medios de comunicación no son un reflejo aislado de nuestra sociedad, la representan, por lo

tanto no le podemos achacar la culpa por todos los conflictos, los problemas o los males sociales del país. Ellos los señalan, nos lo hacen reconocer, pero existen por ser parte de nuestra realidad cotidiana; por lo tanto, no es invención, es realidad. Que haya periódicos que sean de carácter amarillista y lo que mayormente destacan es lo sensacionalista, eso es otra cosa, es una cuestión de estilo que responde a la línea editorial de cada rotativo. Lo mismo acontece cuando el medio involucrado es la radio o televisión, donde podemos observar en muchas ocasiones exageraciones o como aconteció hace poco en el país, ofrecimiento de información que llevó a la histeria colectiva por el paro de los camioneros el día 21 de julio de 2005.

En tercer lugar es necesario que reconozcamos que una de las estrategias principales que utiliza la prensa para llevar a cabo su función es mediante la entrevista, por lo tanto el trabajador social debe prepararse y adquirir las destrezas necesarias para contestar las preguntas que le están haciendo. Para lograrlo usted, trabajador social, sin importar el puesto que ocupe, debe asegurarse que al divulgar información debe hacerlo respetando el Código de Ética de nuestra profesión, protegiendo la confidencialidad de los procesos que involucra una relación con el cliente o clientes **(1)**. Es importante que usted le haga saber con sinceridad y respeto al periodista que no podrá revelar la información de carácter confidencial. Si usted tiene un puesto administrativo y la información que le están solicitando no es de carácter confidencial, ya que no está violando el derecho a la privacidad de su cliente, no se ampare en ese canon para no dar información. Si es una información que usted puede ofrecer, una

---

(1) Código de Ética, pág. 3 (12 a)

información que usted podrá ofrecer pero no tiene los datos en el momento, no se la invente e indique que está dispuesta conseguirla para hacerla llegar al medio correspondiente; si así lo hace, cumpla su compromiso lo más rápidamente posible, ya que retrasar la información o conseguirla a medias afectará su credibilidad ante los medios de comunicación y por ende ante el país.

Otro aspecto importante que debe reconocer el trabajador social es que en toda comunicación, por ser un proceso, se presentan unas barreras que pueden impedir o retrasar o distorsionar la comunicación. Algunas de esas barreras surgen de nosotros mismos y nuestras actitudes, por lo tanto podemos identificarlas y aprender a salvarlas, a fin de mejorar nuestra comunicación. Entre las barreras más comunes están las semánticas, refiriéndonos al uso del lenguaje; a veces usamos palabras que son parte de la jerga de nuestra profesión, pero no son del dominio público, por lo tanto debemos limitar su uso y si es indispensable hacerlo, explicar su significado. Debemos también aprender a escuchar, es decir estar atentos a lo que dice el periodista y no comenzar a contestar antes de éste haber terminado su respuesta. Otra barrera puede ser las emociones, si usted se molesta, le da ira con el periodista, se le va a notar, va a perder perspectiva y hasta puede hacer un papelazo. Recuerde mantenerse sereno, lo puede lograr si no toma lo que diga el periodista como un ataque personal, ni se pone a la ofensiva; es importante que reconozca que el periodista está cumpliendo con su trabajo, no necesariamente tiene una agenda particular contra usted o su agencia.

Además, es necesario aprender que, tanto en radio, como en televisión, tenemos poco tiempo para hacer llegar nuestras ideas, por lo tanto aprenda a ser preciso en sus contestaciones; no las adorne mucho, vaya al grano, pero sin llegar al extremo de solo contestar con monosílabos. No elabore más allá de lo indispensable, sea claro y no hable muy rápido. Si está en televisión, manténgase sereno y tenga mucho cuidado con los gestos, tanto faciales como del cuerpo. No debe gesticular demasiado y haga contacto visual con la cámara. Use un tono de voz adecuado, no grite o hable muy alto. Tampoco sea monótono.

Es importante que si en algún momento usted siente que no se interpretó adecuadamente un comentario que usted hizo, lo aclare en forma precisa, sin ser ofensivo ni demostrar molestia con el entrevistador. Atacar al entrevistador o ponerse a discutir con este no es adecuado ya que su imagen será una negativa que afectará el mensaje que usted quiere llevar. Si usted no entendió una pregunta que le hizo el periodista, pídale que se la aclare antes de contestarla, esto le permitirá hacerlo en una forma más adecuada. Avanzar a contestar una pregunta sin tener claro su significado puede llevarlo a dar información errónea. Tampoco interrumpa al periodista cuando este le está haciendo una pregunta, ya que puede afectar la entrevista, perdiendo concentración una de las partes y por lo tanto, quedándose muchas veces pensamientos o ideas inconclusas que le quitan claridad a la presentación. Se puede interrumpir de otras formas, como por ejemplo, sonido de un celular, mientras le estén entrevistando, por lo tanto debe apagarse el mismo. No permita interrupciones durante la entrevista o la Conferencia de Prensa, el hacerlo puede causar barreras de

comunicación, lo cual fue uno de los puntos negativos señalados por los periodistas en el estudio de Carmen Ana Alicea y Elizabeth Merari Vargas. **(1)**

En el estudio señalado anteriormente se indica como otra barrera de la comunicación, el no ofrecer información completa, expresando casi la totalidad de los periodistas entrevistados, que la mayoría de los líderes de las agencias de servicio social “dan la información si es positiva y le conviene a la organización” **(2)**

Para evitar estas barreras considero es necesario seguir unas guías:

- 1- Prepárese antes de ofrecer una Conferencia de Prensa o participar en un programa de radio, televisión o contestar una entrevista, buscando información. Debe tener datos estadísticos al día, por ejemplo, si ese es el caso, de la información que está dando. Repetimos, si no puede contestar una pregunta por no tener la información a mano, no se la saque de la manga e indique que no la tiene en ese momento.
- 2- Debe importancia a su presencia física, recuerde si está en televisión son miles los que le están observando, así que debe vestirse adecuadamente, en forma profesional.
- 3- No de información en demasía, ni elabore de no ser necesario. No ofrezca datos que identifiquen al cliente o pongan en riesgo su seguridad.
- 4- Asegúrese de las normas que existan en su agencia acerca de ofrecer información a la prensa.

---

**(1)** ¡Qué no te coma el Cuco!, pág. 94

**(2)** Supra, pág 96

En la mayoría de las agencias existe un portavoz identificado y autorizado a ofrecer información.

- 5- Los medios de comunicación y su personal son un recurso, aprenda a tratarlos con respeto y consideración. Es importante que cumpla con el horario, por ejemplo si citó a una Conferencia de Prensa, comience a tiempo. No se debe jugar con el tiempo de los demás, sobre todo los periodistas tienen muchas tareas que realizar y no pueden estar esperando por usted. Lo mismo sucede cuando usted se compromete a asistir a un programa de radio, llegue antes del comienzo de este y comuníquese al periodista o al productor del programa.
- 6- Controle sus gestos; cuidado con mover los brazos y piernas en demasía, comerse las uñas, apretarse las manos o usar otro gesto que lo haga ver como nervioso e inseguro.
- 7- Evite el uso de muletillas o repetición de frases. Use oraciones completas, con un tono de voz variable, que refleje cambios y no deje intermedios o momentos de silencio, ya que tanto en radio como en televisión estas lagunas impresionan mal y no permiten un buen uso del tiempo.
- 8- Aprenda a entender el mundo del periodista, en especial, como estos procesan la información, así podrá ofrecer conferencias de prensa más coherentes y propias para su publicación. Es importante que en una noticia

usted reconozca que esta debe incluir el dónde, cómo, cuándo, qué, quién y por qué como punto de partida, por lo tanto tome esto en consideración al preparar un Comunicado de Prensa.

Podemos concluir nuestra intervención reconociendo nuevamente que estamos viviendo en el mundo de la informática, hoy más que nunca los que laboramos en agencias de servicio social, debemos prepararnos para hacer llegar nuestro mensaje en forma clara y precisa, para que logre los resultados esperados. Los medios de comunicación representan un recurso educativo, por lo tanto, aprender a manejarlos en forma adecuada es obligación de todos los que servimos clientela en este país. Esperamos que los conocimientos y experiencias que hoy hemos compartido, le sirvan en algo para lograrlo.

**Preparado por:**

Milagros S. Rivera Watterson

Catedrática Auxiliar UCB

### Bibliografía (Libros Consultados o Citados)

Acevedo Cruz, Milagros. Manual para periodistas conocimientos y principios básicos

(2000). Editorial Plaza Mayor, España.

Alicea De León, Carmen Ana, Y Elizabeth Merari Vargas Avilés. ¡Qué no te coma el

Cuco! Estudio de la Perfección de los Líderes de las Organizaciones Sociales y la Prensa sobre el Manejo de los Medios de Comunicación en el Area Metropolitana.

(2004) . Tesis de Maestría Escuela Graduada de Trabajo Social Beatriz Lasalle, Universidad de Puerto Rico, sin publicar.

Asociación de Periodistas de Puerto Rico. Código de Etica. (1999) Puerto Rico.

Buhler, Patricia. Management Skills: Organizational Communication, (2001) Alpha Publications. United State.

Colegio de Trabajadores Sociales de Puerto Rico. Código de Etica. (1982) Puerto Rico.

Estrada, Wilfredo, Rivera Irma, Rodríguez Julia, Edgardo. Etica y Responsabilidad en la Gestión Pública (2002) Editorial Talcual, Puerto Rico.

Guzmán, Milagros. La supervisión ante nuevos retos. (2001) First Book Publishing, Puerto Rico.

Kovach, Bill y Tom Rosentstiel The Elemenst of Journalism: What Newspeople Should Expect. (2001) Three Rivers Press, New York.

Loreti, Damián M. El Derecho a la Información: Relación entre medios, público y Periodistas (1999) Editorial Paidós. Buenos Aires.

Nacional Association of Social Workers (NASW) Code Of Ethics. (1996).

Pedreira, Antonio S. El Periodismo en Puerto Rico (1969). Editorial Edil, San Juan.

Posada García-Peña, Roberto. El arte de Opinar: Lecciones de Periodismo de Opinión. (2000). Editorial La Oveja Negra, Colombia.

Stella, Martín y Lila Luchesi. Los que hacen la Noticia: Periodismo, información y poder. (2004). Editorial Biblos, Argentina.