

La selección de informaciones en la prensa. El caso de la prohibición de la fiesta de los toros en Cataluña

The case of the ban on bullfighting in Catalonia

Noa María Carballa Rivas¹

Resumen

Si algo caracteriza a la sociedad actual es la sobreabundancia de información y esto se extrapola también a las redacciones a la hora de elaborar las noticias. Ante esta situación, la selección y recomendación de información adquiere una relevancia clave en el periodismo: la selección de noticias es tan importante como la creación de las mismas. La función de selección se ha convertido en uno de los principales objetivos en los medios de comunicación, y no sólo en los medios impresos. En el presente estudio se analizará la selección de informaciones en la prensa con respecto a la prohibición de las corridas de toros en Cataluña.

Palabras clave: Periodismo. Noticias. Corridas de toros. Cataluña.

Abstract

The overabundance of information is a distinctive phenomenon of our modern society, especially manifest in media newsrooms when it comes to producing the news. In such circumstances, the selection and recommendation of information comes to play a key role in journalism: the choice of news becomes as important as the creation of them. This function of selection has become one of the main objectives in the media, and not just print media. The present study analyzes the selection of information in the media regarding the ban on bullfighting in Catalonia.

Keywords: Journalism. News. Bullfighting. Catalonia.

Introducción

Generalmente, los autores que han tratado la selección de contenido de los medios impresos insisten más en los criterios de selección que en las formas

¹ Doctora en Comunicación (Premio Extraordinario de Doctorado, 2013), publicitaria y periodista. Actualmente, directora de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca (España).

Contacto: nmcarballari@upsa.es

expresivas (si el tema del que se informa merece una entrevista, una foto, un apoyo o un despiece...) en que se presentará el tema.

La prensa escrita sufre una limitación importante en cuanto a espacio. “Cuando compramos una revista semanal somos conscientes de que ahí no está la realidad, sino una parte muy pequeña de ella, quizá lo más importante de lo ocurrido en las últimas horas o días” (VALLVEY, 1996, p. 39).

Así lo especifica también Sancho (2004), que incide en la idea de que el periodista debe tener criterio para poder valorar y seleccionar la información relevante. Si a esto se le suma el gran número de sucesos que los periodistas tienen encima de la mesa para convertir en noticias, los profesionales del periodismo están obligados a determinar qué acontecimientos serán ofrecidos al público y cuáles no. Rozas (1997) se hace una pregunta cargada de escepticismo en cuanto a quién corresponde decidir qué sabrán mañana los lectores: “si la sola selección supone subjetividad, ¿quién puede decir cuáles son los acontecimientos que son objetivamente importantes?” (p. 21). Tradicionalmente, se ha dicho que corresponde a los periodistas y a los medios elaborar los mensajes que difunden, así como definir qué merece ser difundido.

Definición de los criterios de selección

Los teóricos de la información han expuesto sus teorías sobre los criterios de selección de noticias en función de lo que supuestamente puede interesar al público. Esto lleva a pensar en una cierta objetividad de la importancia de qué hechos pueden ser noticia y cuáles no. Sin embargo, diversos autores creen que no existen criterios profesionales objetivos. Según Rozas (1997), la objetividad, en cuanto a la textualidad de las opiniones y la facticidad de los hechos, se ha puesto en entredicho en el concepto de importancia. De tal forma que la información de los medios es el reemplazo de la importancia (que tiene como referente lo comunitario, lo objetivo) por el interés (que tiene como referente lo individual, lo subjetivo).

A esta operación de decidir qué se publica y qué no se le denomina ‘selección’. Por lo tanto, según Vallvey (1996), la selección es la determinación conforme a los criterios establecidos por el medio de aquellos temas que se incluirán en las páginas de un periódico, en el caso del periodismo impreso, por ejemplo. Vallvey indica que estos criterios implican en cierta medida una

profundización en la definición de noticia, ya que sirven para determinar qué son éstas, lo cual presupone el conocimiento de este concepto.

Esa afirmación aparentemente obvia obliga a pensar en una cierta objetividad (la palabra más desprestigiada del periodismo) de la importancia, y ha tenido como consecuencia el hecho de que, con más o menos solvencia, el periodismo haya ido intentando definir lo que es una noticia (CARBALLA, 2013).

Sin embargo, existe una confusión terminológica que queda patente con las definiciones que aportaron en su día Martínez (1983), al definir noticia como “un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión” (p. 42) y Casasús (1988), quien señala que noticia es “el resultado de las distintas operaciones técnicas y de los diversos procedimientos profesionales aplicados en las sucesivas fases del proceso semantizador –cuando se realiza con el único propósito de divulgar, con precisión y fidelidad, los elementos fácticos del acontecimiento- se manifiestan materialmente en forma de unidades redaccionales periodísticas de carácter estrictamente informativo, denominadas ordinariamente con estos o parecidos términos: noticia, información, original, trabajo, material o artículo” (p. 105).

Vallvey (1996) entiende el concepto de noticia como un conjunto de tipos de texto que informan de acontecimientos de interés público, conocidos en el último periodo de tiempo transcurrido desde la última difusión del medio de comunicación. Sin embargo, no todos los textos que publica un periódico se publican como si fueran noticias, como por ejemplo los reportajes, las columnas de opinión o las cartas al director. Por lo tanto, lo acontecido en la sociedad en cuanto que es conocido por el periodista para ser utilizado en su trabajo se denomina ‘información’ y los textos que se presentan al público con dicha información reciben diferentes nombres, siendo la noticia la manera más habitual de ofrecer ese conocimiento.

La información puede ser divulgada a través de diversos géneros. Esto varía en función de la periodicidad del medio, de las posibilidades económicas o del tipo de sección de la que se trate, entre otras, pero teniendo en cuenta que una de las premisas de los medios de comunicación es estar al tanto de la actualidad, una información que en un primer momento ha sido noticia, puede ser presentada después con otro modelo textual, por ejemplo una entrevista. Por

lo tanto, es posible decir que no toda información es noticia, pero sí que toda noticia debe ser información.

Tipos de criterios de selección

Los criterios de selección se dividen en dos grupos igualmente importantes. Por un lado, aquellos que determinan la inclusión o no de una información en la próxima publicación y, por otro lado, los que establecen si tal información que se va a difundir se presentará en forma de noticia, entrevista, reportaje, etc., qué extensión y qué complementos la acompañarán.

Warren (1975) explica de la siguiente manera cada uno de los criterios:

1. **Actualidad:** se refiere a que la información ha sido conocida en las últimas horas, en el intervalo de tiempo que transcurre desde la última publicación: en el caso de la prensa escrita, 24 horas.
2. **Proximidad:** cercanía de lo sucedido con respecto a la audiencia.
3. **Prominencia:** la relevancia tanto de lo social de las personas que se ven implicadas en la información como la importancia del tema abordado.
4. **Curiosidad:** deseo de saber temas de poca relevancia o cotilleo por las personas implicadas (generalmente famosos).
5. **Conflicto:** criterio que apela a los problemas sociales: los partidos políticos que buscan sus intereses entran en conflicto con otras formaciones políticas.
6. **Suspense:** se entiende que se da en situaciones en las que se desconoce el resultado de una información.
7. **Emoción:** aquellas noticias que relatan acontecimiento como historias de superación personal.
8. **Consecuencias:** se refiere a una información que previsiblemente tiene diversos acontecimientos a posteriori, tanto positivos como negativos.
9. **Sexo:** aspecto que despierta cierto morbo, como por ejemplo un crimen pasional.

10. Progreso: concepto que indica que aquellas informaciones sobre aspectos que hace avanzar a la sociedad son también noticiables.
11. Interés humano: categoría muy amplia para referirse a historias o informaciones en las que están involucradas personas comunes.

Herraiz (1996) indica que para conocer qué puede ser noticia, en las escuelas de periodismo se estudia la lista de caracteres de la noticia o, con mayor precisión, de los factores objetivos de interés público, de las circunstancias que pueden actuar sobre un acontecimiento para que éste se convierta en noticia...

“De la escuela de Norteamérica, tan propicia a la esquematización práctica, nos han llegados las primeras listas de caracteres de la noticia o puntas de lo periodístico. Ni qué decir tiene que estas relaciones demuestran ciertas variedades de criterio y que, al incorporarse a nuestros manuales y tratados, han sufrido modificaciones o ampliaciones” (p. 21).

A continuación, este autor presenta tres listas, dos de composición norteamericana y una de confección española:

- Lista americana (1)

1. Proximidad temporal
2. Proximidad física
3. Consecuencia
4. Prominencia
5. Drama
6. Atracción
7. Conflicto
8. Sexo
9. Emoción
10. Progreso

- Lista americana (2)

1. Actualidad
2. Proximidad
3. Prominencia
4. Importancia

5. Rareza
6. Interés humano
7. Amor a la lucha
8. Emociones
9. Deseos de superación
10. Entretenimiento y diversiones

- Lista española

1. Actualidad
2. Proximidad y familiaridad
3. Eminencia o celebridad
4. Novedad o rareza
5. Vida
6. Rivalidad o lucha
7. Sentimientos
8. Amor
9. Utilidad
10. Dinero o propiedad
11. Diversiones y deportes
12. Intereses locales y generales
13. Intereses domésticos
14. Moralidad
15. Cultura
16. Número y calidad de los lectores afectados

Estas listas de criterios y factores, que vienen a decir lo mismo, aunque con ligeros cambios, intervienen en las decisiones de elección de los contenidos y obligan a intentar algún tipo de teoría explicativa sobre la integración global de los mismos.

Los criterios de selección de información y la actualidad

Como se ha visto, varios teóricos incluyen el criterio de actualidad entre los principales criterios a seguir a la hora de seleccionar la información. Además,

el resto de criterios se ven influidos por la actualidad, es decir, los temas que informa un periódico impreso están mediatizados por los demás asuntos de la actualidad. Los gabinetes de comunicación de los partidos políticos, por ejemplo, tienen la actualidad en cuenta a la hora de publicar sus notas de prensa, ya que primero deben evaluar y prever qué otros temas informativos pueden surgir ese día.

La actualidad es el factor que convierte un hecho en digno de ser noticia. El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define la actualidad como la cosa o suceso que atrae y ocupa en un momento determinado la atención del común de las gentes. Esto hace que en el ámbito periodístico, el profesional que trabaja en un medio de comunicación, se encargue de intentar conocer los hechos de actualidad, saberlos y trasladarlos.

No obstante, el concepto de actualidad depende del espacio temporal que transcurra en la difusión de un medio: si se trata de un medio con frecuencia diaria, frecuencia semanal o frecuencia mensual. En el caso del periodismo impreso, la frecuencia de un periódico es de un día. Lo que ha sucedido el sábado es lo que se va a contar en el periódico del domingo, así como lo que ocurra el domingo será lo que se publique el lunes.

Según Vallvey (2011), un redactor jefe debe estimar qué tema será el más relevante de su sección al día siguiente, pero puede encontrarse con otros temas que surgen de manera inesperada y que desplacen el interés del primero o que le obliguen a disminuirlo. Entonces, aunque cada sección del periódico suele tener un número más o menos estable de páginas, si la actualidad reclama que se publique una noticia inesperada o no programada, se aumenta el número de páginas, generalmente en detrimento de otra sección.

La fiesta de los toros como actividad económica en España

Los espectáculos taurinos constituyen una actividad importante dentro de la economía de España por el número de puestos de trabajo, directos e indirectos, y por la afluencia de espectadores que acuden a las corridas de toros.

La industria del toro es un bien económico y sostenible porque aporta crecimiento, riqueza y mantenimiento del ecosistema de la dehesa, pero al tratarse de un negocio, se contraponen intereses políticos y económicos desde los comienzos de la Fiesta. Los toros eran una industria cultural y, como toda industria, implicaban a diferentes grupos con diversos intereses, cuyas relaciones

eran complicadas. “Toreros, ganaderos, empresarios, críticos y aficionados han formado siempre un caleidoscopio de intereses contrapuestos y han peleado entre sí por el poder y la ganancia” (SHUBERT, 2002, p. 27).

Según Borregón (1992), en la economía del mundo del toro intervienen tres factores: las ganaderías; las empresas que gestionan las plazas de toros, incluyendo a los profesionales que participan en la lidia, apoderados, veterinarios, policías, etc.; y el consumo del aficionado.

En cuanto al primer factor, el ganadero cría ganado de reses bravas, con los gastos que conlleva: la extensión de las tierras, el pago de los distintos operarios asalariados de la finca (vaqueros, mayoral y otros empleados), la inversión en maquinaria agrícola, piensos y otros materiales precisos para la cría o explotación agrícola. Sus ingresos proceden de la venta de toros -bien para novilladas con o sin caballos, corridas de toros, rejones o festejos populares, o bien para la venta de ganado desechado para carne o productos de la tierra- y de las subvenciones.

El empresario, por su parte, es el propietario de la plaza de toros y se encarga de organizar los espectáculos taurinos. Las plazas de toros se clasifican en tres categorías, según la antigüedad, tradición, tamaño y números de festejos anuales. En las plazas que gozan de cierta categoría, el empresario taurino participa en la organización y explotación del festejo, mientras que en las plazas de menor categoría, propiedad de los ayuntamientos, se suele nombrar una comisión de fiestas. El momento de la contratación de las corridas es un tira y afloja entre el ganadero y el empresario de la plaza, que en ocasiones depende del protagonismo político que quieran tener las autoridades.

“El político, que por lo común sabe poco de toros, influye en decisiones que resultan, en ocasiones, faltas de razón, de práctica o afición, con cierto atropello en el reglamento, en muchas facetas, inclusive en la no exigencia por la autoridad de los papeles o certificaciones exigidas” (COSSÍO, 2007a, p. 623).

En cuanto a la figura del torero, los ingresos giran en torno a las corridas que desempeña durante el año en España y en plazas extranjeras, con los correspondientes pactos económicos que se realizan con las empresas taurinas. Los actos publicitarios también suponen una importante fuente de ingresos: cada vez más anunciantes aprovechan el éxito de matadores para promocionar sus productos con su imagen. Por otro lado, los gastos vienen de la mano del mantenimiento de apoderados (representantes), de la cuadrilla (banderilleros,

picadores, el mozo de espadas y el ‘ayuda’), transporte y fabricación de trajes de luces muy elaborados.

El último factor dentro de la economía del mundo del toro es el consumo de los aficionados, de los que una amplia mayoría escoge las corridas a las que asistir en función del cartel de los matadores.

Salamanca, tierra de toros

La cría de ganado de lidia es una de las actividades más características y tradicionales en Castilla y León, y Salamanca es la provincia de producción de toro bravo por excelencia a nivel nacional.

Según la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León (2013), la segunda región española con mayor número de ganaderías de toro de lidia, después de Andalucía, es Castilla y León. La Comunidad cuenta con 39.316 animales repartidos en 224 ganaderías y Salamanca es la provincia de España con mayor número tanto en censo como en explotaciones, con 32.000 animales y 170 ganaderías. Además Salamanca es la provincia de la Comunidad con mayor superficie dedicada a los toros de lidia, con 48.184 hectáreas de las 56.804 destinadas a este fin en Castilla y León. Aún así, según indica Rodríguez (2005), la cabaña brava vallisoletana es la segunda en número de explotaciones en la Comunidad Autónoma, seguida por la de Ávila.

La tradición ganadera en la provincia de Salamanca data del siglo XVII. Según relata Sánchez (2009), los orígenes de las ganaderías en Salamanca se remontan a cuando Manuel González Reyero, Francisco Hipólito Miranda, Antonio del Castillo y Antonio Anaya trasladan sus reses desde Salamanca a Madrid y Pamplona.

Actualmente, la mayor parte de las ganaderías que pertenecen a la provincia de Salamanca se asientan en el Campo Charro, característico por su paisaje llano de dehesas y pastos. Las reses de lidia, los cerdos ibéricos y las moruchas conviven en estos encinares. Miles de hectáreas se dedican a la crianza del toro bravo en Salamanca.

Además, la historia de Salamanca está llena de tradiciones y leyendas en las que el toro bravo es el protagonista. Los festejos taurinos se muestran como documentos gráficos en distintos rincones de la ciudad, como en la escalera de la Universidad de Salamanca.

Prohibición de la fiesta de los toros en Cataluña

Desde 1989 una serie de municipios catalanes se han ido declarando antitaurinos de manera progresiva y, a lo largo de los años, en la comunidad catalana, se han sucedido multitud de manifestaciones contra este tipo de fiestas.

Después de varias iniciativas prohibicionistas, en 2008 se presenta como Iniciativa Legislativa Popular (ILP) una Proposición de Ley que prohíbe las corridas de toros y la Mesa del Parlamento de Cataluña la acepta a trámite. El Parlamento de la Comunidad Autónoma de Cataluña aprueba la decisión de abolir las corridas taurinas el 28 de julio de 2010, por 68 votos a favor, 55 en contra y nueve abstenciones. El apoyo mayoritario de CiU y de su líder, Artur Mas, a la propuesta, respaldada también por ERC e ICV-EUiA, hizo posible que prosperara esta iniciativa, que prohíbe las corridas de toros, pero no las fiestas con toros sin muerte del animal (*correbous*)².

Diversos medios de comunicación a nivel nacional e internacional se hicieron eco de la noticia, resaltando el carácter independentista y separatista de Cataluña.

Metodología

Este estudio de análisis de contenido de las noticias referidas a la prohibición de las corridas de toros en Cataluña pretende dar respuesta a un objetivo primordial: conocer cuales fueron los criterios de selección de noticias para poder determinar hasta qué punto es diferente o similar el tratamiento informativo realizado entre la prensa local de Salamanca, los periódicos editados en Barcelona y las cabeceras nacionales.

El universo o población de análisis del presente trabajo estuvo compuesto por todas las noticias, reportajes y/o entrevistas, editoriales y cartas al director

² Según Boix (2011), quedó así en evidencia la existencia del pacto entre los animalistas y las fuerzas nacionalistas, de fuerte implantación en las del Ebro, según el cual, a cambio del apoyo parlamentario y de sus bases más radicales para acabar con los toros, los animalistas nada pedirían en su ILP contra los *correbous* cuando las mismas fuerzas parlamentarias se dispusieran a su blindaje en nombre de la tradición cultural.

que fueron publicadas por los periódicos de ámbito nacional, locales de Salamanca y los periódicos editados en Barcelona en los meses de julio y agosto de 2010.

Concretamente, este estudio cuantitativo-cualitativo se centró en los tres periódicos de tirada nacional en 2012 con mayor importancia, atendiendo a su historia, trayectoria y número de ejemplares. En este sentido, se han seleccionado las noticias aparecidas en los diarios El País, El Mundo y ABC. De esta manera quedaron cubiertas en su mayor parte las corrientes ideológicas de los españoles.

En total, se revisaron nueve cabeceras (El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, Avui, La Gaceta de Salamanca, El Adelanto de Salamanca y Tribuna de Salamanca), un total de 558 periódicos (nueve diarios por día), durante un período de tiempo de 62 días (desde el 1 de julio de 2010 hasta el 31 de agosto de 2010). Este proceso de selección y localización de unidades de análisis permitió identificar y someter a análisis 650 unidades.

Las unidades de análisis que compusieron la población seleccionada fueron las distintas publicaciones (noticias, reportajes, columnas/viñetas, cartas al director...) sobre la prohibición de las corridas de toros en Cataluña, que se divulgaron en los meses de julio y agosto de 2010, recogiendo así las distintas reacciones y manifestaciones.

Resultados

Los temas más empleados por los diarios fueron Política/debate (n=128) y Nacionalismo (n=96). Por el contrario, los que menos presencia tuvieron fueron Ecología (n=1), Derechos del animal (n=5), Maltrato animal (n=8) e Indemnización (n=10). Además, se pudo determinar el uso que hicieron los distintos periódicos de cada tema analizado:

1. Tradición: los periódicos que mayor número de noticias encuadraron con este tema fueron El Periódico de Catalunya (22,2%) y ABC (22%), mientras que los únicos que obviaron este encuadre fueron El País y Avui.

2. Libertad: ABC fue el diario que más empleó este encuadre (56,1%), seguido de La Gaceta (30,8%) y El País (30%), mientras que El Periódico de Catalunya y El Adelanto no hicieron referencia a esta cuestión en ninguna noticia.

3. Nacionalismo: este tema se ha repetido en gran número de noticias, principalmente en El País (60%), Avui (56,3%) y La Vanguardia (54,2%). Todos los periódicos analizados han hecho referencia al nacionalismo catalán dentro del marco de las noticias relacionadas con el tema de estudio.

4. Ecología: sólo se ha reflejado en ABC (2,4%). El resto de los periódicos no han empleado este encuadre en ninguna noticia. Este dato manifiesta que los diarios salmantinos no aludieron en sus noticias a la figura del toro de lidia, las dehesas del Campo Charro, etc.

5. Política/debate: todos los diarios hicieron referencia al debate de la votación del Parlamento de Cataluña. La Vanguardia (75%) y El Adelanto (70,1%) fueron los que más veces publicaron este encuadre.

6. Indemnización: El País (10%) fue el periódico que hizo más uso de este encuadre, seguido de El Mundo (7,2%), mientras que La Gaceta, El Adelanto y La Vanguardia no lo emplearon.

7. Maltrato animal: la mayor parte de los periódicos no trataron este tema en las noticias sobre la prohibición de las corridas de toros en Cataluña. Destacan La Vanguardia (16,7%) y El Periódico de Catalunya (11,1%) por ser los que enmarcaron más noticias con este tema.

8. Derechos del animal: Al igual que el encuadre anterior, la mayor parte de los diarios no emplearon este tema en las noticias. Destaca La Vanguardia (12,5%) al ser el periódico que más lo utilizó.

9. Identidad cultural de España: este encuadre destacó en los diarios salmantinos, sobre todo en La Gaceta (61,5%) y en El Adelanto (41,2%), seguidos de ABC (31,7%) y El Mundo (30,4%). Sin embargo, en El País, El Periódico de Catalunya y en Avui no se encontró ningún encuadre que hiciera referencia al carácter cultural de la fiesta de los toros.

10. Interés turístico-económico: fue destacado principalmente en los periódicos de Salamanca (El Adelanto, 23,5%; Tribuna, 20% y La Gaceta, 15,4%) y en ABC (17,1%), mientras que en los diarios editados en Barcelona se hizo poca referencia a este frame (El Periódico de Catalunya, 11,1%; La Vanguardia, 4,2% y Avui, 3,1%). Por otro lado, El País fue el único periódico que no utilizó este tema.

Conclusiones

Como se puede comprobar, la prensa catalana presentó más diversidad de encuadres que la prensa nacional y salmantina.

Todos los periódicos analizados enfocaron las noticias de la prohibición de las corridas de toros en Cataluña bajo el paraguas de ‘Política/debate’ y ‘Nacionalismo’, que eran los temas de actualidad. Por lo tanto, esto coincide con los autores que destacaban el criterio de actualidad en la selección de información.

Los diarios salmantinos presentaron más noticias bajo el encuadre ‘Interés económico y turístico’ que el resto de diarios analizados. Con este encuadre se pretendía justificar que las corridas de toros generan ingresos económicos y turistas. Sin embargo, estos diarios de Salamanca no hicieron referencia a la cuestión ecológica, no aludieron a las características particulares de las dehesas y su ecosistema ni a la desaparición de la especie de prohibirse las corridas de toros.

Esto pone de manifiesto que, siguiendo las listas de criterios de selección de noticias, el interés humano no se tuvo en cuenta en el caso de Salamanca, a pesar de la importancia económica y la tradición cultural que tiene la fiesta de los toros en esta provincia.

Referencias

BOIX, S. *Toros sí. una defensa razonada*. Madrid: Ediciones Planeta, 2011.

BORREGÓN, A. Economía del Toro de Lidia. *El Campo: Revista de Información Agraria*, Bilbao, v. 125, jul./sept., p. 25-32, 1992.

CARBALLA, N. M. *El debate de la prohibición de las corridas de toros en Cataluña en la prensa nacional española*. 2013. 527 f. Tese (Doutorado em Comunicaçãõ)- Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2013.

CASASÚS, J. M. *Iniciación a la periodística: manual de comunicación escrita y redacción periodística informativa*. Barcelona: Teide, 1988.

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN. Disponible em: <<http://www.jcyl.es/web/jcyl/AgriculturaGanaderia/es/Plantilla100DetalleFeed/1246464862173/Noticia/1284295102858/Comunicacion>>. Acceso em: 23 jul. 2014.

- COSSÍO, J. M. *Los toros, el toro bravo I*. Madrid: Espasa-Calpe, 2007.
- HERRAIZ, I. Reportalismo. In: GONZÁLEZ, Nicolás et al. *El periodismo: teoría y práctica*. Barcelona: Noguer, 1996. p. 14-100.
- MARTÍNEZ, J. L. *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Paraninfo, 1983.
- RODRÍGUEZ, A. *La raza de lidia en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León, 2005.
- ROZAS, E. La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. *Cuadernos de Información*, Santiago, n. 12. p. 20-25, 1997.
- SÁNCHEZ, A. *Salamanca, apuntes de la Fiesta de los Toros*. Salamanca: Globalia Ediciones Anthema, 2009.
- SANCHO, F. *En el corazón del periódico*. Pamplona: Eunsa, 2004.
- SCHUBERT, A. *A las cinco de la tarde: una historia social del toreo*. Madrid: Turner Publicaciones, 2002.
- VALLVEY, F. M. *Herramientas periodísticas*. Salamanca: Librería Cervantes, 1996.
- VALLVEY, F. M. *Teoría del periodismo*. Madrid: Universidad a Distancia de Madrid, 2011.
- WARREN, C. *Géneros periodísticos*. Barcelona: ATE, 1975.

Data da submissão: 02/08/14

Data do aceite: 26/10/14