

Inscripción en cuatro movimientos. Estilos en la construcción del texto informativo-interpretativo

Inscription in four movements.

Styles in the informative-interpretative texts' construction

DOLORS PALAU¹

Los textos periodísticos responden a una serie de estrategias comunicativas que, inevitablemente, dejan su huella en ellos. Desde la elección del léxico a la contextualización de los hechos, pasando por la focalización o la inclusión de otras voces, el periodista incorpora su punto de vista, también en los géneros informativos-interpretativos. Este artículo aporta herramientas metodológicas para estudiar cómo se inscribe la interpretación en ellos.

PALABRAS CLAVE: Estilos periodísticos, textos informativos-interpretativos, pragmaestilística, punto de vista, géneros periodísticos.

The journalistic texts reflect a sequence of communicative strategies that inevitably leave his fingerprint in them. Through the choice of lexicon, the contextualization of the facts, the focalization or the inclusion of other voices, journalists incorporate their viewpoint, also in the informative-interpretative texts. This article details some methodological tools in order to contribute to the study of these interpretative strategies.

KEY WORDS: Journalistic styles, informative-interpretative texts, pragmatylistics, point of view, journalistic genres.

¹ Universidad de Valencia, España.

Correo electrónico: dolors.palau@uv.es

Av. Blasco Ibáñez 32, C.P. 42010; Valencia, España.

INTRODUCCIÓN

La división tradicional de los géneros periodísticos sustentada en la idea de objetividad, ha situado los textos informativo-interpretativos más en el terreno de la prescripción que en el del análisis empírico. De hecho, son escasos los estudios que, desde el campo de la comunicación, han centrado su atención en analizar las características de la noticia o el reportaje, mientras abundan los destinados a investigar columnas y artículos de opinión, esencialmente para conocer el “estilo” de determinados autores. Este desinterés contrasta con la obsesión normativa, proyectada en manuales y libros de estilo, que acompaña las referencias a los géneros informativos e interpretativos.

La asunción de que “los hechos son sagrados y las opiniones libres”, como planteó en los años veinte del pasado siglo el director del *Manchester Guardian*, C. P. Scott, ha calado hasta tal punto en la ideología profesional que ha confiado la consecución de este fin –garantizar la objetividad– a una serie de estrategias de redacción. De este modo, bajo el paraguas de una serie de recetas de escritura denominadas genéricamente “estilo periodístico”, se han desplegado las normas que supuestamente permitirían alcanzar esa objetividad. Sin embargo, la fuerza con la que han arraigado estas ideas en el subconsciente profesional contrasta con los endeblen cimientos sobre los que se sostienen, como se detallará en el marco teórico.

Las propuestas de análisis que plantean una crítica a estos principios han llegado, en buena medida, desde fuera del ámbito de la comunicación. Las tendencias desarrolladas en torno al análisis del discurso –y especialmente al análisis crítico del discurso– ponían las bases para una revisión de los planteamientos, que se ha ido enriqueciendo con la aportación de distintos campos, desde la sociología a la lingüística. Este aspecto centrará el apartado dedicado a las herramientas metodológicas, en el que se fundamentará la propuesta para analizar el punto de vista, la presencia y expresión del periodista en los textos informativos e interpretativos.

El objetivo es articular un método de análisis de los textos periodísticos, a partir de las huellas lingüísticas que deja el periodista en los cuatro movimientos esenciales en la configuración de los mismos:

designar con un determinado léxico una realidad social, avanzar por el texto estableciendo una serie de relaciones sintácticas y semánticas, focalizar la atención sobre determinados puntos de la oración o del párrafo y, finalmente, abrir el texto a la voz, a la palabra de los actores sociales que protagonizan los hechos, sea a través de una cita directa o indirectamente. Cada uno de estos indicadores pragmaestilísticos propuestos se acompañará de ejemplos reales extraídos de la prensa.

MARCO TEÓRICO

La cuestión del estilo ha formado parte de las reflexiones de los primeros teóricos del periodismo como un fenómeno estrechamente vinculado al de los géneros, en la línea marcada por los estudios literarios. Sin embargo, lejos de aparecer como un concepto nítido y cristalino, esta noción se muestra inaprensible, esquiva a cualquier intento de definición (Paz Gago, 1993); un hecho que no ha facilitado, precisamente, su clarificación en el caso de los estudios periodísticos. En general, puede decirse que su consideración en este campo ha estado marcada más por la prescripción, por la repetición de recetas sobre cómo debía ser, que por una aproximación analítica y descriptiva, capaz de dar cuenta no solo de la variedad de estilos sino también de sus implicaciones.

Las razones de este tratamiento hundeen sus raíces en una noción unívoca de estilo periodístico, concebido como garantía de objetividad, como una norma de escritura capaz de reproducir la realidad. Es decir, partiendo de la base que la aplicación de unas reglas de redacción basta para cauterizar cualquier arranque de subjetividad, para borrar del texto la presencia del autor, del periodista y garantizar la pureza objetiva que la distinción anglosajona entre *stories* (hechos) y *comments* (comentarios, opiniones), se empeña en sacralizar. Esta diferenciación, que ha llegado a nuestros días en forma de frase lapidaria (*Facts are sacred, comments are free*), no solo marcó la división de géneros en el ámbito periodístico sino que también significó el inicio de un culto a la objetividad que aún profesan con devoción algunos profesionales y representantes del mundo académico.

Orígenes de un mito

La ilusión objetivadora que atribuye capacidades desconocidas a los periodistas, dando por hecho que pueden intervenir como mediadores en el proceso cognitivo sin dejar huella, se ha mantenido, generalmente, de forma acrítica, sin preguntarse por las circunstancias o condicionantes que hace casi nueve décadas influyeron en el surgimiento de esta idea, como sí ha hecho Schudson (1990). El historiador sostiene que fue la conciencia de la propia subjetividad –ante el auge de agentes de publicidad y relaciones públicas y de la experiencia directa de muchos periodistas inmersos en la maquinaria de propaganda de la Primera Guerra Mundial–, en pleno apogeo positivista, la que motivó el cambio. Los periodistas empezaron a creer en las convenciones de la objetividad “porque necesitaban, forzados por una aspiración humana, tratar de escapar de sus propias y hondas dudas y vacilaciones” (p. 295). Schudson no esconde el peligro que comporta que, pese a la aparente inocuidad, esta idea ha sido empleada como camuflaje por parte del poder. La objetividad, subraya, puede ser un ideal profesional, pero se desintegra tan pronto como es formulado:

Se convierte en un ideal periodístico precisamente cuando la imposibilidad de superar las subjetividades en la presentación de las noticias era ampliamente aceptado. Las críticas al mito de la objetividad han sido un constante contrapunto a la enunciación de la objetividad como ideal desde el principio. La idea de objetividad en periodismo parece estar destinada a ser más un chivo expiatorio que una creencia, más un torpe mecanismo de defensa que una sincera afirmación (p. 269).

En el caso de los editores, desde un inicio, pese a la aparente vinculación con la ética, no se trataba tanto de una exigencia moral, de una cuestión de integridad, como de una estrategia empresarial. Del mismo modo que en sus orígenes, aún hoy el principio de objetividad, auténtico *mito faro* de la profesión periodística, como lo califica Le Bohec (2000), continúa siendo rentable en términos económicos –¿cómo, si no, se explicaría su hegemonía en los libros de estilo?–, un recurso elegante para justificar la lógica de unos medios que, de otro modo, deberían comparecer ante sus lectores con la crudeza de

no poder ofrecer más que las interpretaciones de una subjetiva redacción periodística:

Es, en cierta medida, un mecanismo de autojustificación. Las empresas de prensa escrita y audiovisual se encuentran en una situación en la que se vuelve más imperiosa esta presión comercial, el principio de “objetividad” difícilmente puede sustraerse de los mitos adoptados por la profesión. Esta evolución (a menudo presentada en términos de “despolitización”) se concreta en una redacción y una retórica particulares, que son pulidas después a través de técnicas de periodismo aparentemente neutras y naturales (p. 237).

Crisis y nuevos enfoques multidisciplinares

Distintos autores sitúan la crisis de fe en la objetividad en la década de los años sesenta del pasado siglo, con la irrupción del llamado Nuevo Periodismo (Chillón, 1999; Wolfe, 1994). Desde el terreno profesional, Capote, Wolfe o Mailer, entre otros, decepcionados por la incapacidad de un periodismo encorsetado en fórmulas expresivas, optaron por un tono descaradamente subjetivo que rompía con los convencionalismos. Estas prácticas coincidían con los inicios de una revisión de los principios sobre los que se sustentaba la labor periodística, de la mano de disciplinas como la sociología o de corrientes filosóficas como la hermenéutica, que acabarían influyendo en su revisión, aunque en el ámbito académico —y como estrategia de legitimación profesional/editorial— aún se mantendría hegemónica la devoción fetichista al ideal de objetividad.

La hermenéutica —que etimológicamente significa “arte de interpretar” y en sus orígenes estaba dedicada al estudio de textos sagrados y jurídicos— contribuyó, como han indicado autores como Freund (1991), a revisar algunos malos entendidos en torno a la idea de objetividad periodística. A mediados de los años setenta del pasado siglo, Gomis (1974) señaló que los periodistas desarrollan una interpretación sucesiva de la realidad social siguiendo las dos fases hermenéuticas, una circunstancia que les convierte en mediadores generalizados. En una obra posterior, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, señaló:

La interpretación periodística permite descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido en el mundo y se completa

con el esfuerzo, también interpretativo, de hacerse cargo de la significación y alcance que los hechos captados y escogidos para su difusión pueden tener (1991, p. 36).

Los medios actúan, por tanto, no solo como emisores sino también –y previamente a ello– como receptores de otros actores sociales. Es imprescindible la intervención de periodistas que interpreten la realidad social y la traduzcan –comprendan y expliquen– en un relato informativo. Por ello, Cornu (1994), se muestra contundente a la hora de poner en claro algunas expresiones:

¿Cómo podemos hablar de noticias puras y, más aún, de hechos brutos? El uso de estas expresiones supone que la información sería capaz de reproducir la realidad, sin pérdida alguna y sin intervención humana. Esto implicaría que el periodista como sujeto no juega más que un rol (aparentemente) pasivo. Recibe y restituye los elementos de la realidad que le son dados o que observa. La verdad se reduciría entonces a la simple reproducción de la realidad o, más exactamente, a su simple reflejo. Es esencialmente a través de este procedimiento como se nutre el culto engañoso del hecho periodístico entendido como hecho bruto (natural, sin elaboración) (p. 373).

La naturaleza “valorativa” y por eso mismo “interpretativa” de la información afecta, como ha explicado Burguet (1997), a las tres etapas en que divide el proceso informativo: pretextual (en ella se decide qué se publica o se mantiene silenciado, se seleccionan los acontecimientos informativamente significativos), textual (contempla la elección de unos datos frente al descarte de otros, así como la determinación de la estructura y escritura de la información, el léxico y los recursos expresivos) y supratextual (distribución jerárquica de las informaciones en el espacio y el tiempo). El resultado de todas estas operaciones queda reflejado en el abanico de cuestiones que el medio ofrece a sus lectores, en el establecimiento de un temario (*agenda setting*) que determina y organiza la actualidad, “la percepción interesada y parcial de la realidad” (Burguet, 2004).

Para Cornu (1994), el debate sobre la “verdad periodística”, y por extensión sobre la objetividad, se empobrece si no se consideran los

tres órdenes de la información: el de la observación (el acontecimiento, los hechos), el de la interpretación (el sentido, los comentarios) y el de la narración (el estilo, el relato), así como la intervención subjetiva de quien da vida a las noticias. El autor plantea estas cuestiones bajo la óptica del conflicto de interpretaciones y la hermenéutica de Ricoeur:

Como observador de lo notable, el periodista se convierte en intérprete de la actualidad ... No tiene un acceso directo al corazón de esta realidad presente. No puede aprehenderla en su verdad profunda, que le escapa. Debe tender a descifrarla a través de los fragmentos de los que puede tener conocimiento: acontecimientos vividos o relatados, actos, discursos sobre los acontecimientos (p. 366).

La actualidad periodística no está basada solo en palabras y discurso, sino que se fundamenta en acontecimientos que precisan de una lectura:

No hay verdad sin sujeto ni interpretación sin intérprete. No se trata solo de afirmar la existencia de una subjetividad sino de establecer una relación íntima, esencial, entre el objeto de la interpretación –sometido ya a diferencias de técnica y a una diversidad de proyectos– y al sujeto interpretante que, en su trabajo de comprensión, implica una interpretación de sí mismo. En un sentido amplio, el periodista como intérprete de la realidad se implica en su interpretación: se descubre en aquello notable que selecciona (p. 369).

La marca de la interpretación es más visible –explícita– en un tipo de textos que en otros, una circunstancia que a menudo se ha esgrimido para negar, precisamente, la existencia de lo que Cornu (1994), denomina “proceso hermenéutico” en los teletipos de agencia, mientras se mantiene fuera de duda en las diversas formas de comentario periodístico. Nada más lejos de la realidad. En la práctica informativa, dice, resulta ilusorio separar observación e interpretación:

La observación y la interpretación están estrechamente intrincadas, pese a que pueda parecer justificado, por razones de transparencia, distinguir técni-

camente los hechos de las opiniones. Hechos y opiniones no se oponen unos a otros, pertenecen al mismo ámbito ... Así pues, existen, múltiples reconstrucciones posibles de la realidad (pp. 374-375).

La subjetividad, por tanto, está presente desde el mismo momento en que se decide si unos hechos son o no noticia, y esto cuestiona más si cabe el intento de los defensores de la objetividad de desplegar un conjunto de recetas de escritura para garantizarla. Es más, como plantean Cornu y otros autores, bajo estas fórmulas que impone la ilusión objetivadora se esconde también el riesgo de desviación ideológica. El historiador del pensamiento Châtelet apunta que el uso militante de lo que denomina *langue de bois* –el llamado estilo informativo, el lenguaje estereotipado que prescriben los libros de estilo–, no solo no permite reproducir la realidad sino que, además, corre el riesgo de estar ideológicamente contaminado (citado en Cornu, 1994).

Si las aportaciones de la hermenéutica han sido clave para entender el papel de unos medios de comunicación que fundamentan su actividad en comprender y explicar la realidad social –en interpretarla– no lo son menos las que llegaron en los años setenta de la mano de la sociología interpretativa. Esta perspectiva rompía con la idea de los efectos limitados e indirectos impuesta por el paradigma funcionalista –que se consolidó tras la Segunda Guerra Mundial– para subrayar la influencia de los medios a la hora de modelar el conocimiento de la sociedad, de convertirse en instrumentos de mediación y pieza clave en la construcción de la realidad social, en la medida que participan de forma activa en la definición de los universos simbólicos.

La sociofenomenología (Schutz), la etnometodología (Garfinkel y Cicourel), o la sociología del conocimiento (Berger y Luckmann), influyeron de manera determinante en la aparición de nuevas teorías, como la del establecimiento de la agenda temática (McCombs y Shaw), la espiral del silencio (Noelle-Neumann), o la teoría de la mediación a través de los formatos (Altheide y Snow). Estas disciplinas también han tenido un peso destacado en la orientación de los estudios dedicados a la producción o la ideología de la noticia, realizados por parte de Tuchman y Fishman, que cuestionaban claramente la posibilidad de ofrecer una información objetiva. Todas estas contribuciones han influido a la

hora de desplazar el sentido de las investigaciones en comunicación desde los efectos sobre las actitudes del público –hegemónica desde los años veinte a la década de los setenta, cuando se avanza en el estudio de las audiencias y los poderes mediáticos– hacia los efectos sobre el procesamiento de la información por parte de los medios, sus efectos cognitivos.

Del estilo objetivador a los estilos

Aunque el espejismo “objetivador” se ha mantenido vigente en buena parte de los textos académicos (en el ámbito español, a través de la influencia de autores como Martínez Albertos y sus discípulos), las críticas a una noción unívoca de estilo periodístico como norma de escritura capaz de reproducir la realidad empezaron a ganar terreno hace tres décadas. Uno de los primeros intentos de superación vino de la mano de Núñez Ladevéze a finales de los años setenta. Crítico con lo que consideraba un “equivoco” en la identificación entre “veracidad” de la noticia y “modo descriptivo” de la redacción, el autor abogó por quitar la venda de los ojos a aquellos que defendían una calculada apariencia “objetivadora” del estilo, como si se tratara de una propiedad del contenido, como si el empleo de un determinado estilo implicara la imparcialidad de quien lo utiliza, o como si la imparcialidad informativa fuera, en definitiva, una cuestión de estilo (Casasús & Núñez Ladevéze, 1991). Sus aportaciones se integran en una línea en la que cabe incluir las de Van Dijk (1990), López (1996), Garrido (1997) o Teruel (1997).

En publicaciones posteriores, Núñez Ladevéze (1993), amplió sus consideraciones sobre el estilo, sin variar sustancialmente el punto de partida: “Lo que la noción de ‘estilo’ presupone es que el hablante o el escritor pueden expresar la estructura profunda de maneras muy diferentes” (p. 113). Los cambios de estilo, sostiene, no afectan a lo que denomina estructura profunda. Cualquier decisión estilística altera los posibles “efectos psicosociales” del mensaje y de aquí se desprende que el estilo tenga una función “más retórica que cognoscitiva”. Esta definición sintetiza las propuestas del grupo de teóricos que supera el mito del objetivismo –es decir, coinciden en negarle al denominado estilo periodístico la capacidad de “objetivar”–, pero se mantienen ancla-

dos en una definición de estilo en términos de selección y, por tanto, como mero recurso retórico.

A partir de un enfoque teórico y metodológico multidisciplinar, algunos autores han traspasado la orientación “acrítica” y “pseudocientífica” de la redacción, para superar la idea de estilo periodístico o informativo como coartada objetivadora. En sus aportaciones observan cómo esta idea se desmonta bajo la enorme diversidad de estilos y registros en la comunicación periodística y cómo cada uno de ellos configura una versión de la realidad. Chillón (1999), pone en duda la denominación en singular, que lo eleva a la categoría identificadora (“estilo periodístico”) y, al mismo tiempo, lo convierte en justificación para imponer unas normas, unos corsés expresivos que, con la excusa de salvaguardar la objetividad, se extienden por libros y redacciones con una autoridad no cuestionada. A la luz de las reflexiones sobre el giro lingüístico, Chillón (1999), va más allá de la constatación de que el estilo periodístico no es sinónimo de objetividad y apuesta por desterrar una expresión que, como argumenta detalladamente, no supera una revisión crítica:

No existe un supuesto estilo característico de la comunicación periodística en su conjunto sino una muy heterogénea y compleja diversidad de estilos y registros, distintas tanto en lo que hace a su *fisonomía expresiva* como a sus *aptitudes comunicativas* (p. 46).

Propone abandonar los puntos de vista normativos y prescriptivos en aras de un acercamiento de carácter analítico y descriptivo, que ponga de manifiesto la diversidad de formas expresivas puestas al servicio del relato de la actualidad, y lo más importante, sus implicaciones cognitivas, el compromiso en la construcción de la realidad social. Una revisión capaz de:

Dar cuenta *inductivamente* de los distintos y cambiantes estilos periodísticos, y de sus interacciones con, por un lado, las también cambiantes y distintas institucionalizaciones expresivas –esto es, con los géneros y subgéneros del periodismo considerados *como tipos de enunciados relativamente estables*– y por otro, con las singulares *lógicas de autor* (p. 46).

Gallardo (1988) se muestra también partidario de “describir” buena parte de lo que se ha dicho sobre el estilo, de las apreciaciones que lo definen en términos de agilidad, rapidez o entretenimiento. En su opinión, el principal problema reside en creer que consiste solo en unas condiciones formales: “El estilo no es solo una forma, sino un conjunto de reglas que regulan la forma y que la relaciona con la funcionalidad” (p. 29). Las recetas tampoco convencen a Muñoz (1988), que advierte que no se puede confundir una categorización general, una apreciación sobre el lenguaje de los medios con una obligación. “Señalar el *qué* del estilo periodístico no significa estar entregando las llaves del *cómo*” (p. 61), del mismo modo que recetar una aspirina no asegura que resultará efectiva para *ese* dolor de cabeza:

Por lo tanto, no soy partidario de establecer recetas, sino más bien de aclarar que existe un supraestilo que obedece a los objetivos de una profesión y a las necesidades de los medios de comunicación ... ello no significa en modo alguno conculcar el estilo personal, puesto que ahí reside toda la capacidad creativa del hombre. El estilo es materia de grados a partir de parámetros previamente definidos (p. 62).

Si bien los enfoques sociocognitivos han contribuido a poner de manifiesto la ideología que trasluce detrás de prácticas profesionales habituales, no han alcanzado a comprender, en opinión de Chillón (1999), “la naturaleza retórica del lenguaje, y del modo en que este es el puente o bisagra entre sujeto y objeto, pensamiento y ‘realidad’” (p. 48). Y, a partir de ella, la íntima sintonía entre estilo y contenido: “No es que, dada una cierta realidad objetiva haya diversas maneras y estilos de referirla, sino que cada manera y estilo suscita y construye su propia *realidad representada*”. Por tanto, la “realidad” referida en los medios “solo nos es dado conocerla como realidad representada por medio del estilo empleado para su evocación” (p. 49). Lo que plantea va un paso más allá de las consideraciones de estilo como simple elección o selección, que permitiría decir “lo mismo” de formas diferentes.

La idea de “realidad representada” sugiere que el lenguaje no es un simple instrumento, sino un elemento clave en la configuración de esta y en el modo en que cada individuo la experimenta. Esto conecta con la

definición del escritor Flaubert (1998) sobre el estilo, que consideraba, en sí mismo, como “la manera absoluta de ver las cosas”. Por tanto, más allá de su naturaleza estética, el estilo se muestra como un componente cognoscitivo de primer orden: “No uno sino diversos, los estilos de la comunicación periodística suscitan y configuran distintas versiones y visiones de eso que damos por llamar ‘la realidad’” (p. 120). No es que exista, dice Chillón (1999), “un estilo o lenguaje periodístico inocente ni transparente, especie de herramienta neutra apta para captar ‘las cosas’”, sino “muy diferentes estilos de la comunicación periodística, cada uno de los cuales tiende a construir su propia realidad representada” (p. 49).

El análisis de esta “realidad representada” y de sus implicaciones ha venido más de la mano de otras disciplinas que en un momento determinado han aplicado su metodología a los textos periodísticos que a propuestas desarrolladas desde el ámbito de los estudios de comunicación, más interesados, en general, en alimentar el mito que en analizar la diversidad de estilos y sus implicaciones, como se plantea en el siguiente punto. La importancia de este cambio de perspectiva reside en situar los textos periodísticos no como elemento aleatorio sino como centro de atención, es decir, en pasar del estudio puntual sobre el tratamiento de un tema en la prensa a intentar comprender un fenómeno global, como es el de la incidencia de los estilos en la configuración de la realidad ofrecida por los medios. Esto permite desarrollar una metodología que establece una íntima conexión con los mecanismos y la dinámica del texto informativo.

NUEVAS HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS

La juventud de los estudios de comunicación obliga a abordar desde un enfoque multidisciplinar, por una parte, y a importar de otros ámbitos con mayor bagaje teórico y metodológico, por otra, las herramientas para acercarse con garantías a los textos periodísticos, para traspasar la fase prescriptiva. Así, la lingüística y la estilística se convierten en soportes fundamentales para iniciar una reflexión empírica. El análisis del estilo en los textos periodísticos debe situarse en el terreno de una pragmática que contemple los factores lingüísticos y extralin-

güísticos que han intervenido en su producción. De aquí la elección de la pragmaestilística, la vertiente de estudio del estilo –heredera de la tradición estilística– en el marco de la lengua en uso, siguiendo a Hickey (1987), como método adecuado para la investigación. Su objetivo no se limita a conocer el significado de un texto, sino a analizar su carácter de unidad comunicativa.

Esta aproximación pragmaestilística al texto periodístico parte de dos tesis: la primera, formulada por Genette (1991), es que no hay texto sin estilo, y la segunda, siguiendo la definición de Flaubert (1998), que el estilo revela en sí mismo un modo de ver las cosas. Con base en ellas, el objetivo es conocer en qué elementos del texto informativo-interpretativo se manifiesta esta presencia del periodista, dónde es posible localizar su rastro, en qué medida las diversas formas de ver la realidad tienen un reflejo, una expresión lingüística que puede ser analizada desde una metodología pragmaestilística. Abordar el estudio del estilo en los textos periodísticos plantea la necesidad de tener presente la inscripción del punto de vista del autor a la hora de configurar una realidad que contribuye a designar y crear a partir de una serie de marcas lingüísticas observables y analizables.

Si hay un terreno fronterizo al de la pragmaestilística que se ha preocupado especialmente por la producción periodística, ha sido la crítica estilística o crítica lingüística –o análisis crítico del discurso, según las diferentes denominaciones–, interesada en la transmisión ideológica a través del lenguaje. El análisis crítico del discurso representa una etapa reciente en la evolución del análisis del discurso, una disciplina que se gesta en la segunda mitad de la década de 1960 en Francia (Charaudeau & Maingueneau, 2002), como respuesta a las carencias del análisis de contenido desarrollado en Estados Unidos, en el marco de la investigación empírica sobre los efectos de la comunicación y la sociología funcionalista de los medios.

Como su referente, el análisis crítico del discurso recupera un punto de vista militante, especialmente desarrollado a la hora de acercarse a los medios de comunicación. La obra de Fowler y del grupo de investigadores de la Universidad de East Anglia (1983), dedicada a los medios de comunicación, constituye, junto con la de Fairclough (1989, 1995, 1998), un marco sugerente para situar el análisis de los estilos periodís-

tics. Pese a la diferencia en los objetivos sus trabajos dedicados a los medios comparten con la propuesta que aquí se desarrolla, la voluntad de poner de manifiesto la ideología que acompaña las prácticas lingüísticas vehiculadas a través de ellos, es decir, el conjunto de configuraciones cognitivas que sustenta una serie de representaciones mediáticas. A diferencia de otros estudios sobre los medios, como los del Glasgow Group, donde el aspecto lingüístico es anecdótico o poco detallado, Fowler (1991), defiende que, en su propuesta, el lenguaje adquiere una importancia fundamental, no solo como un instrumento analítico, sino también como la expresión de una teoría general de la representación, que es completamente congruente con la teoría asumida por otros investigadores que no están especializados en aspectos lingüísticos.

Los textos periodísticos presentan la esencia que Kerbrat-Orecchio (1986) atribuía a los enunciados, esa “fascinación perversa”, como la llama, a que aboca una exploración que parece no acabar nunca. Los múltiples matices que presentan las piezas publicadas en los medios de comunicación constituyen un motivo de interés, pero también de incertidumbre, a la hora de afrontar un análisis que combina una mirada microlingüística con la voluntad de no perder el horizonte donde se integran las diferentes realizaciones periodísticas. La aproximación a ellas requiere, de entrada, el diseño de un método de estudio que sea capaz de filtrar las diversas maneras de ver la realidad que quedan patentes en los textos.

PROPUESTA DE ANÁLISIS

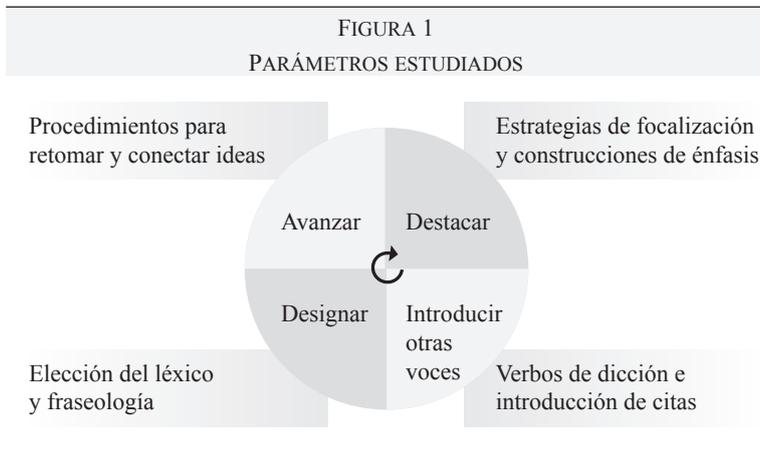
Estudiar la inscripción del punto de vista del periodista en el texto resulta una tarea necesariamente fragmentaria e incompleta, dada la diversidad de elementos enunciativos e ideológicos que entran en juego. Sin embargo, es posible delimitar una serie de parámetros, de indicadores en los que queda marcada la huella del periodista, incluidos los informativos-interpretativos. La propuesta que sigue, pretende establecer una vinculación entre las diferentes tareas que realiza el periodista y su manifestación en el texto, su expresión a través de una serie de elementos lingüísticos. El modelo de análisis parte de las aportaciones realizadas por Calsamiglia y Tusón (2001), Castellà (1992), Corpas

(1996), Fuentes Rodríguez (1999), Gutiérrez Ordóñez (1997), Maingueneau & Salvador (1995), Palau (2008), Salvador (2003), Saavedra (2000) o Teruel (1997).

Aunque manuales y libros de estilo abogan por restringir a los géneros de opinión la posibilidad de que el periodista exprese su punto de vista sobre los hechos que narra, es inevitable que éste —el periodista—, en la medida que configura su texto, se manifieste en él. Manifiesta su punto de vista a la hora de escoger el léxico y la fraseología para designar unos hechos y para contextualizarlos, para subrayar determinados aspectos de éstos o para introducir otras voces que se mezclan con la suya. La elección de unas u otras palabras no es accesorio, sino que tiene un peso determinante en la configuración de aquello que se cuenta.

El objetivo de este estudio es, precisamente, constatar esta circunstancia, que pone en entredicho el ideal de objetividad y la supuesta impersonalidad de los textos informativos e interpretativos, a través de ejemplos reales de textos de estos géneros, extraídos de la prensa de información general española. Para realizar el análisis se seleccionaron siete ediciones diarias —la semana del 30 de abril al 6 de mayo de 2007— de ocho periódicos: *El País* (EP), *El Mundo* (EM), *ABC* (ABC), *La Razón* (LR), *La Vanguardia* (LV), *El Periódico de Catalunya* (EpC), *Levante-EMV* (LE) y *Las Provincias* (LP). De este corpus se extrajo una muestra de más de 200 artículos representativos de los géneros informativos-interpretativos (noticias, informes, reportajes, crónicas y entrevistas), a los que se aplicó una ficha de análisis cualitativo, para detectar aquellos elementos lingüísticos en los que el periodista explicitaba su punto de vista. La Figura 1 muestra una síntesis de los parámetros estudiados (elección del léxico y fraseología, procedimientos para retomar y conectar ideas, estrategias de focalización y construcciones de énfasis, y verbos de dicción e introducción de citas) y trata de ilustrar cómo las operaciones habituales que el periodista realiza cuando elabora sus textos (designar, avanzar en la información, destacar o introducir otras voces), envuelven necesariamente una manifestación de su punto de vista.

A partir de estas premisas se desglosan en cuatro subapartados las acciones que marcan la intervención del periodista y aquellos elementos lingüísticos en los que es posible detectar su rastro. Estos actos propios



Fuente: Elaboración propia.

del trabajo periodístico se acompañan de algunos ejemplos² extraídos de los textos informativos-interpretativos estudiados, con el objetivo de poner de manifiesto cómo la pretendida objetividad de noticias, informes, reportajes, crónicas y entrevistas queda en entredicho cuando se analiza cualitativamente los textos. Así, los extractos entrecomillados muestran cómo el periodista no se limita a exponer de manera neutra la información, sino que se implica en ella, valorando, con mayor o menor nivel de explicitud, aquello que relata.

Designar: elección del léxico y fraseología

El léxico constituye un aspecto determinante en la elaboración del discurso, y por ello, también a la hora de analizar la presencia del sujeto en él. De ahí el interés analítico en revisar qué términos usan los periodistas

² Dada la tendencia a la acumulación de los elementos pragmaestilísticos, se ha optado por subrayar el aspecto que quiere ilustrarse en cada epígrafe y mostrar en cursiva elementos complementarios que inciden en el punto de vista del periodista en ese mismo fragmento. Para reproducir los ejemplos extraídos del corpus analizado se ha optado por identificar el medio con las iniciales y citar entre comillas (“”) el fragmento textual. Cuando éste incluía un entrecomillado (“”), se ha sustituido por comillas simples (‘’).

para construir sus versiones de la realidad (sustantivos, adjetivos, adverbios y verbos, desde modales o de obligación a perífrasis), pero también qué elementos del llamado “discurso prefabricado” –construcciones fijadas en la lengua que implican una serie de instrucciones interpretativas para el receptor–, en especial locuciones y colocaciones, se emplean a la hora de trasladar el punto de vista. Las más productivas son las locuciones verbales y adverbiales y las colocaciones con adverbio en –“mente”. A continuación se incluyen algunos ejemplos de la muestra analizada que evidencian el punto de vista del periodista sobre lo que cuenta:

LV: “El hecho de que la clase política sea considerada como un problema por los españoles no mereció, *sin embargo*, *ningún comentario* de los dirigentes de los principales partidos políticos PSOE y PP–, que se limitaron a valorar, *y a reprocharse ...*”.

LR: “Un mosso ‘acorrallado’ mata a un maniaco”.

“En las últimas semanas, Tony Blair había hecho campaña por todo el país *para evitar que los votantes aprovecharan su último examen* en las urnas para echarle a patadas de Downing Street”.

ABC: “Los sindicatos permiten al PSOE e UI la *politización del Primero de Mayo*”.

EpC: “Bajo mandato del PP, los barómetros *solían situar* el paro y el terrorismo como primera y segunda preocupaciones, respectivamente, *pese a que Aznar se jactaba de haber vencido* el desempleo y *doblegado* a ETA”.

“Al PP no le importa demasiado que Zapatero haya logrado reducir la preocupación por el terrorismo y el paro *a niveles desconocidos* por el anterior Ejecutivo. El secretario de los conservadores, Ángel Acebes, prefirió recalcar ayer el hecho de que el terrorismo *se mantenga* por tercer mes consecutivo como primera inquietud de los españoles”.

EP: “*Pero más que un éxito tory*, el voto de Blackpool fue un castigo al Gobierno laborista”.

EM: “Lo dijo el secretario de libertades públicas, Ignacio Astarloa, que que-
ma el último cartucho pidiendo al Supremo que ilegalice a ANV”.

“Los populares, además de exigir la responsabilidad política del Gobierno, intentan apuntarse el tanto. Que ANV sea ilegalizada, por lo que ha hecho el PP, no el Gobierno”.

LE: “Imágenes distribuidas por las televisiones muestran cómo agentes de la Policía Municipal de Madrid golpearon desproporcionadamente a algunas de las personas que se encontraban en los aledaños de la Plaza del 2 de Mayo”.

También intervienen recursos de carácter sintáctico o morfológico, desde usos verbales que muestran la certeza o probabilidad que concede el periodista a lo que narra hasta la arquitectura de la oración puesta al servicio de las estrategias interpretativas. La necesidad de aprovechar el espacio y empaquetar la información lleva a incluir incisos entre comas, estructuras parentéticas entre guiones o apostillas que, además de aportar datos complementarios, permiten filtrar el punto de vista del periodista:

LR: “Una masa de jóvenes con no pocos elementos de los denominados anti-sistema (cercanos a la izquierda radical y también simples punkies en busca de destrucción gratuita)”.

EP: “Este proyecto no se puede llevar a cabo ... Tenemos muy buenos arquitectos y urbanistas con ideas ingeniosas que no obliguen a talar’, continuó. No mencionó que su grupo votó a favor del proyecto inicial en 2003”.

“La baronesa se mostró muy dialogante ... Al finalizar el acto, la plataforma le regaló una maceta con un roble como el que hace unos días plantaron en el Parque Santander, que Aguirre acaba de convertir en su mayor parte en un campo de golf”.

ABC: “Junto a esas pruebas, que vienen a demostrar la firme intención de Batasuna de participar de modo fraudulento en la convocatoria electoral, los demandantes citan varios indicios”.

“Un americano defensor del ‘diseño inteligente’ no es en esencia tan distinto de un europeo que cree en Dios (que hay muchos), pero no piensa que con eso ya sabe Física”.

LP: “Y Puxeu respondió un rotundo ‘sí’, citando incluso el recurso, en la UE, a las viejas armas de las cláusulas de salvaguardia y la preferencia comunitaria. Cuando las cosas se complican, vale lo que ya no valía”.

Avanzar: procedimientos para retomar y conectar ideas

Más allá de la necesidad de conectar sintagmas y oraciones en un tejido sin fallas semánticas, los periodistas establecen, a través de recursos como la anáfora, la correferencia o las sustituciones valorativas, relaciones entre los hechos que se narran. Se trata de indicadores pragmaestilísticos que no solo se encargan de garantizar la cohesión sino que, además, implican, inevitablemente, al periodista/tejedor en el texto. A través de estos conectores argumentativos apuntan una relación de oposición, de certeza, de causa/consecuencia o concesiva entre diferentes elementos:

ABC: “En la segunda pista de este espectáculo, el candidato socialista a la Alcaldía de Madrid, Miguel Sebastián, se da una vuelta por el Paseo del Prado a ver si también ahí puede enarenar”.

LE: “El terrorismo es, por tercer mes consecutivo, la principal preocupación de los españoles, aunque baja 4.3 puntos respecto al mes anterior”.

EP: “Las elecciones al Parlamento de Escocia quedaron ayer rodeadas de escándalo y aromas de incompetencia por la anulación de más de 100.000 votos ... El lío de ayer”.

LR: “Los británicos se precian de ser la democracia más veterana del mundo, pero aún les cuesta ejecutar con soltura el ritual por excelencia de las sociedades libres: las elecciones. Los votantes ya están acostumbrados al fraude postal y a esperar al día siguiente para enterarse del resultado, pero los comicios escoceses batieron todas las marcas de incompetencia. Ante el aluvión de irregularidades, las autoridades tuvieron que aplazar el recuento en siete circunscripciones y anular unas 100 000 papeletas”.

“Fiscalía y Gobierno *admiten que* HB usa a ANV, pero no impugna todas sus listas”.

EpC: “Realizada entre el 17 y el 23 de marzo pasado, la encuesta muestra cómo el *bombazo* de ETA del 30 de diciembre en la terminal T-4, que costó la vida a dos inmigrantes ecuatorianos, sigue pesando en el ánimo de los españoles a la hora de inventariar sus preocupaciones. Sin embargo, *y pese a que* el terrorismo ocupa de nuevo el primer lugar del ranking, su incidencia como problema para la población *es mucho más baja que durante el Gobierno de José María Aznar*”.

“ETA, sin embargo, *desazona menos* que el mes anterior y que bajo el Gobierno del PP”.

Destacar: estrategias de focalización y construcciones de énfasis

Las estrategias de relieve focal permiten al periodista destacar unos u otros elementos de la oración, fijar la atención del lector en determinados aspectos, una opción que revela cuáles son sus intereses prioritarios. Las modificaciones afectan al orden sintagmático (cambios en la disposición canónica de la oración, desplazamientos), las construcciones de énfasis (estructuras ecuacionales o escindidas, que constan de una magnitud a destacar, un relativo que concuerda con el término enfatizado y el verbo *ser* en presente o en la forma del verbo original) o los operadores argumentativos o accionadores presuposicionales, adverbios que marcan o predeterminan una lectura sobre aquello a lo que se refieren. Estas opciones aportan una fuerte carga interpretativa, a través de la introducción de diferentes matices:

LR: “Lastrados por el empacho de poder de una década en Downing Street y ocho años al frente del Ejecutivo regional, los laboristas fueron *incapaces de frenar* la locomotora nacionalista”.

ABC: “Por un solo escaño, el Partido Nacionalista Escocés *logró su histórico objetivo* de convertirse en la primera formación política de Escocia, *terminando así* con medio siglo de hegemonía laborista y abriendo un futuro incierto para el mantenimiento de la unidad británica”.

“El Price ya tiene una dura competencia: acaba de nacer el circo Thyssen”.

“La ostentación de la clase pudiente contribuye además a atizar el descontento. Y es que los *gerifaltes* de la época soviética, aunque gozaban de un bienestar muy superior al del resto de la población, eran muy discretos”.

EP: “A tres semanas de las elecciones municipales y autonómicas, Carmen Cervera, vicepresidenta vitalicia de la Fundación Thyssen, *se involucró ayer en la campaña electoral* durante un acto organizado por grupos ecologistas frente al museo madrileño que ella creó con su marido”.

LV: “Y es lo que el PP quiere. Que el Supremo, de oficio, en ejecución de la sentencia de Batasuna ...”.

“El PP ya ha dictado sentencia: ‘ETA va a estar en las elecciones porque Zapatero quiere’”.

EM: “El hecho es que el Partido Popular presentó ayer ... un documento sin precedentes tanto en su contenido como en su propósito”.

Incluir otras voces: verbos de dicción e introducción de citas

El tejido polifónico en que se convierte el texto periodístico, a través de la incorporación de otras voces que valoran, explican o justifican los ingredientes informativos, brinda al periodista la oportunidad de tomar posición respecto de estos enunciados que incluye y entreteje con los suyos. Esta operación no se realiza de manera neutra, sin intervenir, reproduciendo las declaraciones sin más, sino que introduce reflexiones o ideas a través de unos verbos de dicción en los que deja su punto de vista, ya sea para mostrar un matiz crítico, para subrayar que las palabras resultan incómodas a quien las pronuncia o para aportar otras descripciones intencionales:

ABC: “En explicarlo se esfuerza especialmente la Fiscalía, *quizá más convencida* de que ha optado por la vía correcta”.

“En su escrito, el fiscal admite que existen indicios ‘que permiten esclarecer un ámbito de colaboración ... *Sin embargo*, ‘el objeto del presente procedimiento ...’”.

LR: “Fiscalía y Gobierno admiten que HB usa a ANV, *pero no impugna* todas sus listas”.

“Es decir, insiste en que *no hay pruebas* sobre la que sustenta una impugnación global que impida que ANV concurra a las elecciones, *pese a reconocer* que un número importante de sus listas las está utilizando Batasuna”.

EM: “Así lo reconocía, *sin remilgos*, el propio Astarloa, al término de la rueda de prensa ofrecida en la sede del partido. ‘El Tribunal Supremo puede actuar de oficio ...’, llegó a declarar”.

EP: “El todavía primer ministro quiso consolarse al subrayar que el laborismo no había sufrido el *desplome* que algunos pronosticaban”.

CONCLUSIONES

Lo anterior ilustra cómo el periodista inscribe su punto de vista en los textos, incluidos los de carácter informativo-interpretativo, que los manuales y libros de estilo adscriben al ámbito de la objetividad. Más allá de las estrategias de impersonalidad o de las recetas de redacción, el análisis de los textos revela cómo emerge una pluralidad de estilos, de formas diversas de ver y construir la realidad, bajo una serie de indicadores pragmaestilísticos que pueden ser estudiados. Esta propuesta plantea de qué modo un acercamiento empírico, alejado de la simple prescripción –habitual en manuales y libros de estilo–, puede contribuir a conocer mucho mejor las características del discurso periodístico. Y también sus implicaciones, es decir, permite tomar conciencia de cómo cada forma de narrar la realidad conlleva una construcción de esa realidad. La elección de un término, como la palabra “maniaco” –para referirse a un enfermo mental–, de “espectáculo” –para remitir a un acto contra la tala de árboles– o de un verbo como “jactarse” –para indicar la actitud de alguien– no son actos neutros. El periodista está haciendo algo más que simplemente contar –por muy

impersonal que sea la construcción de la oración en la que se incluyen–, con estos términos para calificar a personas o acciones.

Los ejemplos incluidos en el apartado anterior, en los que el periodista hace explícito su punto de vista, sea en la elección del léxico, sea destacando un determinado elemento informativo, no solo cuestionan mitos como el de la objetividad –que aún pervive en el ámbito académico y profesional– sino que apelan a la responsabilidad y deontología del periodista en escritura. No es que aplicando determinadas recetas de escritura u optando por una redacción impersonal –de la que queda excluida el yo– se pueda lograr la objetividad, es que ésta, la objetividad, está descartada en la actividad de los sujetos periodistas.

Así pues, a través de una serie de actividades asociadas a la creación del texto, el periodista, inevitablemente, deja su huella en él. Desde que escoge un sustantivo o un verbo –y no otro–, hasta que utiliza unos u otros conectores para avanzar en las ideas que quiere exponer o focaliza la atención en un aspecto de la oración que quiere subrayar. Esta inscripción subjetiva, no solo está presente en los textos de opinión sino que se hace evidente también en aquellos que, según las convenciones clásicas de la llamada redacción periodística, están libres de ella. Simplemente cabe analizarlos para reconocer los distintos elementos lingüísticos en los que se manifiesta.

Sin este necesario acercamiento analítico, la enseñanza del periodismo –en particular de la escritura periodística– queda lastrada por la repetición de recetas basadas más en la tradición que en la eficacia real. Recetas que, además, empobrecen la escritura, ya que coartan, bajo la prescripción de un estilo aparentemente “objetivador”, la diversidad de opciones narrativas, de estilos periodísticos, que, con mayor precisión, pueden ponerse al servicio de un relato informativo.

Bibliografía

- Burguet, F. (1997). *Construir les notícies. Una teoria de la redacció periodística*. Barcelona, España: Dèria Editors.
- Burguet, F. (2004). *Les trampes dels periodistes*. Barcelona, España: Edicions 62.
- Calsamiglia, H. & Tusón, A. (2001). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona, España: Ariel.

- Casasús, J. M. & Núñez Ladevéze, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, España: Ariel.
- Castellà, J. M. (1992). *De la frase al text*. Barcelona, España: Empúries.
- Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. París, Francia: Éditions du Seuil.
- Chillón, A. (1999). *Literatura i periodisme. Literatura periodística i periodisme literari en el temps de la post-ficció*. Valencia/Alicante/Castellón, España: Universitat de València/Secretariat de Publicacions de la Universitat d'Alacant/Publicacions de la Jaume I.
- Cornu, D. (1994). *Journalisme et vérité*. Ginebra, Suiza: Labor et Fides.
- Corpas, G. (1996). *Manual de fraseología española*. Madrid, España: Gredos.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Londres, Inglaterra: Longman.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Londres, Inglaterra: Arnold.
- Fairclough, N. (1998). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Londres, Inglaterra: Longman.
- Flaubert, G. (1998). *Sobre la creación literaria. Extractos de la correspondencia*. Madrid, España: Ediciones y talleres de escritura creativa Fuentetaja.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news. Discourse and ideology in the press*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- Fowler, R., Hodge, B., Creech, G. & Trew, T. (1983). *Lenguaje y control*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Freund, A. (1991). *Journalisme et mésinformation*. París, Francia: La Pensée Sauvage Éditions.
- Fuentes Rodríguez, C. (1999). *La organización informativa del texto*. Madrid, España: Arco/Libros.
- Gallardo, M. (1988). El estilo. En E. Rozas (Ed.), *Estilo periodístico* (pp. 7-31). Santiago de Chile, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Garrido Medina, J. (1997). *Estilo y texto en la lengua*. Madrid, España: Gredos.
- Genette, G. (1991). *Ficción y dicción*. Barcelona, España: Lumen.
- Gomis, L. (1974). *El medio media. La función política de la prensa*. Madrid, España: Seminarios y Ediciones.

- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Paidós.
- Gutiérrez Ordóñez, S. (1997). *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid, España: Arco/Libros.
- Hickey, L. (1987). *Curso de pragmaestilística*. Madrid, España: Coloquio.
- Hickey, L. (Ed.). (1989). *The pragmatics of style*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires, Argentina: Hachette.
- Le Bohec, J. (2000). *Les mythes professionnels des journalistes*. París, Francia: L'Harmattan Communication.
- López, Á. (1996). *Escritura e información*. Madrid, España: Cátedra.
- Maingueneau, D. & Salvador, V. (1995). *Elements de lingüística per al discurs literari*. Valencia, España: Tàndem.
- Martínez Albertos, J. L. (1991). *Curso general de redacción periodística*. Madrid, España: Paraninfo.
- Muñoz, R. (1988). Nihil novo sub sole. En E. Rozas (Ed.), *Estilo periodístico* (pp. 49-64). Santiago de Chile, Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Núñez Ladevéze, L. (1993). *Métodos de redacción periodística y fundamentos de estilo*. Madrid, España: Síntesis.
- Palau, D. (2008). *Estudi pragmaestilístic de la premsa escrita diària. Trets i usos estilístics en les distintes modalitats genèriques dels diaris d'informació general*. Tesis doctoral. Bellaterra, España: Facultat de Ciències de la Comunicació-Universitat Autònoma de Barcelona.
- Paz Gago, J. M. (1993). *La estilística*. Madrid, España: Síntesis.
- Saavedra, G. (2000). La "narrativización" del discurso y el "efecto omnisciente" en no ficción periodística. *Caplletra*, 29, 157-172.
- Salvador, V. (2003). Pragmática i estilística. *Noves. Revista de Sociolingüística*, 4. Recuperado el 11 de octubre de 2011 de <http://www6.gencat.net/llengcat/noves>
- Schudson, M. (1990). *Origins of the ideal of objectivity in the professions: Studies in the history of American Journalism and American law*. Nueva York, EE.UU.: Garland Publishing.
- Teruel, E. (1997). *Retòrica, informació i metàfora*. Bellaterra/Castellón/Valencia, España: Universitat Autònoma de Barcelona/Servei

de Publicacions de la Universitat Jaume I/Publicacions de la Universitat de València.

Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona, España: Paidós.

Wolfe, T. (1994). *El nuevo periodismo*. Barcelona, España: Anagrama.