

EL COMPROMISO CRÍTICO DE LOS MEDIOS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO

Dr. Javier Davara Torrego
Universidad Francisco de Vitoria

RESUMEN:

Sin duda estamos inmersos en la sociedad de la información y del conocimiento. Una gran cantidad de innovaciones producidas por el avance imparable de las nuevas tecnologías están cambiando el panorama comunicativo tradicional y conformando un nuevo escenario, donde todo parece posible. La nueva sociedad, basada en el cambio tecnológico, hace aparecer a la información como un recurso político, económico y social de primera magnitud, factor clave del desarrollo social y pieza fundamental de todo proceso de socialización.

En este trabajo queremos enfatizar la importancia de la información, desde el punto de vista de los procesos comunicativos y proponer la adopción de una postura crítica y responsable de los medios de comunicación, con una reflexión que vaya de lo general a lo particular. De la comunicación colectiva al compromiso crítico de los medios.

Está fuera de toda duda que la función crítica de la realidad es uno de los principales cometidos de los medios informativos, tanto en su forma clásica como en las nuevas propuestas que surgen en nuestros días. El periodismo crítico se encuentra en la raíz de las formulaciones teóricas y en las aplicaciones prácticas de los profesionales de la información como algo absolutamente ligado a la profesión periodística. La crítica informativa se hace constante en los sistemas democráticos y permanece, más o menos latente, en los sistemas autoritarios, buscando los necesarios resquicios para hacerse presente.

Siempre se ha podido afirmar que la actividad informativa es, en mayor o menor medida, un trabajo crítico cuyo objetivo es el cambio social y cultural, en beneficio de toda la sociedad. Frente a las nuevas doctrinas económicas y las tentaciones de los poderosos, los medios de comunicación deben promover un modelo crítico y social dirigido fundamentalmente a defender la dignidad de todos los hombres y el respeto de los derechos humanos, con una innegable referencia a la tolerancia.

Sin negar las ventajas de las situaciones de globalización existentes en la hora presente, los medios de comunicación, en la nueva sociedad de la información y del conocimiento, deben adoptar una postura crítica y reflexiva, dirigida fundamentalmente a la formación y la educación de las personas.

EL COMPROMISO CRÍTICO DE LOS MEDIOS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO

Dr. Javier Davara Torrego
Universidad Francisco de Vitoria

“Quien no sea como todo el mundo, quien no piense como todo el mundo, corre el riesgo de ser eliminado”

José Ortega y Gasset

1.- EN TORNO A LA COMUNICACIÓN

Estamos inmersos en la sociedad de la información y del conocimiento. Una gran cantidad de innovaciones producidas por el avance imparable de las nuevas tecnologías están cambiando el panorama comunicativo y conformando un nuevo escenario, donde todo parece posible.

La nueva sociedad, basada en el cambio tecnológico, hace aparecer a la información como un recurso político, económico y social de primera magnitud, factor clave del desarrollo social y pieza fundamental de todo proceso de socialización.

En este trabajo queremos enfatizar la importancia de la información, desde el punto de vista de los procesos comunicativos y proponer la adopción de una postura crítica y responsable de los medios de comunicación, con una reflexión que vaya de lo general a lo particular. De la comunicación al compromiso crítico de los medios.

1.1.- La comunicación colectiva

En nuestra sociedad de la información y del conocimiento los medios de comunicación tienen un lugar relevante. La prensa, la radio, el cine y la televisión, son los narradores de la hora presente y una referencia social imprescindible, englobados en el concepto de comunicación colectiva (Benito, 1995:44-45).

En una primera aproximación se puede afirmar que, la comunicación colectiva es un proceso de transmisión de unos mensajes públicos, idénticos en cada una de sus emisiones, difundidos de un modo potencialmente ilimitado a un público heterogéneo y disperso. En la hora actual, el concepto de la comunicación colectiva es la sinergia de muchas realidades distintas. La comunicación colectiva forma un numeroso conjunto de empresas multimedia, en un importante fenómeno de globalización, surgido de una creciente inversión tecnológica. Además, el mundo de los medios es un relevante universo simbólico, donde los hombres y las mujeres de nuestro tiempo han encontrado una importante forma de adquisición de información y conocimiento. Por último, la comunicación colectiva se ha convertido en una escuela paralela, una especie de aula sin muros, donde se realiza el intercambio de todo tipo de pautas de comportamientos, sin olvidar el carácter de lugar para el debate público, en especial el de naturaleza ideológica y política.

Es más que posible que el avance de las nuevas tecnologías puede estar cambiando el concepto de comunicación colectiva, en el sentido aquí definido. Pero parece claro que aunque cambien los soportes y los medios de comunicación la función de informar, la producción de mensajes para dar a conocer lo que ocurre, seguirá siendo un fenómeno inseparable de la precisamente llamada sociedad de la información y de conocimiento.

El estudio de los distintos procesos comunicativos han dado lugar a una serie de modelos y aproximaciones. Todos ellos, que no son objeto de nuestro estudio, han formado un cuerpo de doctrina comunicativa estudiado y analizado por los distintos teóricos de la comunicación, como Ángel Benito (1973:103-208), Felicísimo Valbuena (1997), Mc. Quail (1981) o Rodrigo Alsina (1989), entre otros muchos, con una gran profusión de reflexiones y comentarios. Estos modelos no sólo constituyen un discurso teórico sino que suponen también una indudable aplicación práctica a los distintos fenómenos de la comunicación colectiva.

En este mismo sentido también se hace preciso decir que las diversas teorías de la comunicación colectiva pueden ser englobadas en cuatro grandes categorías de análisis, denominadas paradigmas de la comunicación (Davara Rodríguez, 1992:120-125), en una síntesis coherente. El paradigma cibernético, que se centra en los problemas de las nuevas tecnologías de la información; el paradigma sociológico, que comprende las distintas formas de ver la comunicación desde los planteamientos pisco-sociales; el paradigma semiótico, que plasma los fenómenos comunicativos desde los conceptos del texto y del discurso; y el paradigma antropológico, que se pregunta por la dimensión humana de la comunicación, por el carácter simbólico y axiológico de los procesos informativos.

1.2 La actividad informativa

La actividad informativa, el periodismo, es la síntesis y el núcleo de toda comunicación colectiva, entendido como la manera fundamental de interpretar y explicar la realidad circundante, sigue siendo un factor imprescindible en los momentos presentes. Esta afirmación se pone de manifiesto por el papel mediador y el ingente poder persuasivo de la prensa en la sociedad de la información, como señalan los estudios de la llamada *agenda-setting*, marco teórico de excepcional importancia.

La teoría de la *agenda-setting* es formulada por McComb y D. L. Shaw en el año 1972, cuando los estudiosos de la comunicación colectiva investigaban la relación entre las opiniones recogidas en las encuestas y los temas que difundían los medios de información. Como se ha dicho en repetidas ocasiones, “la prensa, en la mayoría de las ocasiones, no tiene éxito diciendo a la gente lo que hay que pensar, pero continuamente lo tiene, diciendo a sus lectores sobre que han de pensar” (Monzón, 1987:130-131).

Con estas ideas, en la actualidad se puede afirmar que los medios son unos poderosos instrumentos de poder, porque orientan a las personas al ofrecerle unos temas en sus mensajes y silenciarle otros. No le dicen aquello que tiene que pensar pero le acotan el campo de su pensamiento y reflexión por medio de hacer explícito u ocultar, hacer notorio o no dar importancia, dramatizar o simplemente informar, de unos o de otros acontecimientos. De este forma, “cuanto mayor es el énfasis de los medios sobre un tema determinado, mayor es el incremento de la importancia que los miembros de la audiencia otorgan a tales contenidos, como orientadores de la opinión pública” (Buceta, 1992:215).

Parece muy claro que el papel de valoración de los acontecimientos, el rol de *gatekeeper* que realizan los medios en su actividad diaria, seleccionando unos

acontecimientos y despreciando otros, tiene mucha relación con el establecimiento de la agenda en el entorno de los ciudadanos. La *agenda-setting* surge del trabajo diario de los profesionales de la información, dentro de marco de las empresas comunicativas. Como dice Saperas (1987:60), la función de valoración y de selección de la realidad elaborada por los periodistas “adquiere una gran importancia para la definición de la capacidad del establecimiento de la agenda temática” de las gentes de nuestro tiempo.

De esta forma los periodistas al seleccionar y prestar atención a unos temas determinados y silenciar e ignorar otros, de una forma consciente y voluntaria, están determinando las reglas de juego del debate social, las referencias dominantes en la sociedad de cada momento. La información, el conocimiento, la atención pública, los temas relevantes quedan establecidos prioritariamente en la llamada agenda de los medios, que pasa automáticamente a ser la agenda establecida en la orientación de los públicos y en la formación de una opinión determinada, que no puede ser discutida, ni mucho menos negada.

Los públicos, sometidos a un cierto modo de aprendizaje y posiblemente adoctrinamiento, responden a los mensajes, considerados como estímulos, que le presentan los medios y juzga, opina, se entretiene o debate sobre los contenidos de la información de actualidad. Como dice Martínez Albertos (1989:231), “el principal efecto atribuible a la *agenda-setting* es que limita rigurosamente el campo de los contenidos informativos. Los periódicos y periodistas no solo periodifican la realidad, sino que además descartan por exclusión la posibilidad de que haya otros elementos fuera de la agenda a los que valga la pena prestar atención”.

Todo ello quiere decir que en los medios de información se termina hablando de aquello que los profesionales de la información deciden, más allá de lo que dirían los dirigentes de las empresas informativas, posiblemente sin una necesidad de una conspiración o confabulación previa, como muchas veces parece. En este sentido, se puede afirmar que el poder de los medios en la sociedad de la información es muy grande y de una forma general, salvo excepciones, los contenidos de los medios de comunicación son utilizados por los públicos y usuarios de la información, como una poderosa forma de mediación social que ofrece indudablemente el pensamiento social dominante.

Podemos concluir afirmando que la interrelación de los hombres a través de la actividad informativa es uno de los más importante logros de la humanidad, empañado en muchas ocasiones por procesos informativos manipulados y viciados que producen ciertas instancias emisoras controladas por los poderes públicos y los poderes políticos (Benito, 1978:101-141).

2. FORMAS Y MODOS DE LA INFORMACIÓN

Una vez definidos los parámetros principales de la comunicación colectiva y de la actividad periodística, es preciso hacer una reflexión sobre los principales rasgos del trabajo informativo en la sociedad de la información y del conocimiento.

2.1.- Los textos clásicos

Los estudios periodísticos han dejado muy claro la diferencia entre los hechos y sus distintas narraciones informativas. Los hechos pertenecen al campo de la realidad social y son indiscutibles. Las narraciones, interpretaciones y opiniones sobre los hechos son libres

y por lo tanto pueden ser discutidas y discutibles. Aplicando estos principios a la actividad informativa se puede decir que solo existen dos textos periodísticos fundamentales: El relato y el comentario, el *story* y el *comment* en la terminología anglosajona (Martínez Albertos, 1989:64-65).

El relato es un texto informativo donde se produce el enunciado de los hechos de interés público. El relato, termino solapado con el de noticia, es un mensaje no intencionado, pues solamente tiene el interés de su propia difusión, dotado de la mayor imparcialidad posible, en una clara tendencia hacia la objetividad y realizado de una forma despersonalizada.

El comentario es un texto periodístico donde se realiza la manifestación de ideas, pensamientos y opiniones. El comentario ofrece las mas diversas expresiones de los periodistas, los juicios de valor y por lo tanto se trata de un mensaje intencional y posiblemente persuasivo. Los diversos comentarios periodísticos son consecuencia de las opiniones de los profesionales y colaboradores del medio, a los que los ciudadanos tenemos que pedirles una cierta honradez, unas reglas de juego limpio y un respeto por la libertad de los públicos, dentro de las normas de la convivencia de una sociedad democrática y pluralista.

Con estos planteamientos clásicos del periodismo, los más distintos autores han elaborado una sencilla síntesis compuesta por tres modelos diferenciados del periodismo contemporáneo: Periodismo informativo, periodismo interpretativo y periodismo de opinión (Martínez Albertos, 1991; Santamaría y Casals, 2000; Santamaría, 1990; Fagoaga, 1982 y Casasús, 1988).

El periodismo informativo mantiene vigentes los rasgos de la vieja prensa de todos los tiempos. Es el tratamiento informativo de primer nivel de la actualidad y se presenta la narración y descripción de los acontecimientos de una forma simple, breve y concisa. Los géneros periodísticos más utilizados son la noticia y el reportaje corto nada persuasivo, que a su vez divide en reportaje de acontecimiento, reportaje de acción, reportaje de citas o entrevista y reportaje de seguimiento.

El periodismo interpretativo está basado en un tipo de información de actualidad de segundo nivel. Es una forma de periodismo basada en presentar los hechos y acontecimientos de una manera más profunda y elaborada, con el objeto de explicarlos y razonarlos. En Europa se ha llamado también periodismo de explicación y en los Estados Unidos periodismo en profundidad. Los géneros utilizados son el reportaje interpretativo y la crónica. Es un paso más hacia las formas persuasivas del periodismo actual.

El periodismo de opinión es el tercer nivel de la información de actualidad, donde se hace uso del ecosistema ideológico para narrar los acontecimientos de interés social. Trata de opinar y de persuadir a sus públicos, por medio de la argumentación y la persuasión. En el periodismo de opinión se realizan juicios de valor y se pueden adoptar actitudes polémicas, con el claro deseo de influir en la opinión pública. Los géneros más corrientes en el periodismo de opinión son el artículo, el artículo editorial, las críticas, las columnas y los sueltos. Es el modelo mas claro un tratamiento persuasivo de la información.

Como puede suponerse, estos modelos periodísticos se solapan y complementan en las páginas de los periódicos y revistas, en las emisiones radiofónicas y en los informativos de televisión. En la prensa escrita los tres modelos periodísticos se encuentran debidamente estructurados, con predominio de los textos de interpretación y de opinión. En los informativos radiofónicos se utiliza casi exclusivamente el periodismo

informativo, aunque es completado por textos interpretativos y de opinión. En la televisión modelos y géneros se encuentran confundidos, en un frenético espectáculo audiovisual, donde prima la información, en donde "a veces no resulta nada fácil distinguir la realidad de la ficción" (Casals, 1999:49)

2.2. El compromiso crítico

Desde hace algunas décadas, las formas y los modos del periodismo han ido evolucionando sin olvidar los conceptos clásicos. En un intento de unificar las diversas tendencias de la actividad periodística, surge el llamado *Nuevo Periodismo*, basado en un rechazo de la objetividad, entendida como un límite estricto del trabajo informativo, y reclamando el protagonismo del informador ante sus propios textos. Dejando de lado la ambigüedad del propio término, son muchas las interpretaciones y los debates que ha originado la tarea de comprender y de conocer el *Nuevo Periodismo*, como una original forma de relatar los acontecimientos.

Para algunos autores el *Nuevo Periodismo* es simplemente una corriente literaria, llena de mensajes de corte novelístico, donde los profesionales de la información utilizan una técnica mixta, propia del periodismo pero cercana a la literatura, dando lugar a lo que Tom Wolfe (1976) llama la nueva narrativa de no-ficción. Si aceptamos este supuesto, el *Nuevo Periodismo* es una modalidad periodística en la que se recurre a diversos artificios narrativos de carácter literario que pretenden dotar a los relatos una mayor dosis de inteligibilidad, implicación y profundidad psicológica (Martínez Albertos, 1978:222-223).

En este sentido el *Nuevo Periodismo* propone que la información haga uso de elementos propios de los géneros literarios, como elaborar textos narrados en tercera persona, profundizar en el interior de los personajes, incluir una abundancia de datos de interés humanos, describir adecuadamente los escenarios y utilizar la emotividad en los diálogos. Los periodistas quieren abandonar las exigencias informativas, adquirir una posición superior en el escalafón de la creación narrativa, similar al de los novelistas tradicionales.

Esta forma de entender el *Nuevo Periodismo* representa un enorme y limitado reduccionismo al olvidar que la finalidad fundamental del periodismo no es otra que la de informar, e ignora que las grandes figuras de la literatura de todos los tiempos estuvieron presentes en la prensa diaria. Podemos afirmar, en este sentido, que la visión de Wolfe es simplemente una corriente más de un fenómeno que engloba muchas y distintas manifestaciones.

Nosotros preferimos afirmar que el *Nuevo Periodismo* es una corriente muy amplia donde de pueden incluir variados modos de concebir la actividad informativa, en la cual es preciso albergar aquellas manifestaciones periodísticas que superan el simple y frío reflejo de la actualidad informativa. Se trata de diferentes formas de acercarse a la información que, sin perder de vista la objetividad, se sumergen en ella para alejarse de lo meramente superficial.

Así, entendemos con Claude-Jean Bertrand (1974) la existencia de siete categorías distintas dentro del *Nuevo Periodismo*, en coincidencia con la aportación elaborada por Dennis y Rivers (Cfr. Martínez Albertos, 1978), las cuales analizamos seguidamente:

1. *Underground Journalism*. El llamado periodismo contracultural nace como consecuencia de la actitud de una generación joven que se manifiesta contra lo establecido,

como una respuesta activista y política. Michael L. Jonson (1975) indica que la contracultura surge de la ya acabada *generación beat* y de los medios de comunicación alternativos de los años cincuenta, pero la primera voz significativa de la prensa underground aparece en 1964 con *Los Angeles Free Press*. La prensa contracultural trata temas distintos a los de la prensa comercial y se centra en la política radical, el arte psicodélico, las drogas, el sexo y la protesta. Surgen unas nuevas publicaciones realizadas por jóvenes insatisfechos, con una actitud general antisistema, con una pretensión de saneamiento político y transmitir los valores de la nueva juventud a través de los medios.

2. *Activist Journalism*. Es lo que podríamos llamar periodismo comprometido o periodismo activista, que toma dos formas diferentes: En primer lugar el *Participatory Journalism* o periodismo de participación, donde el periodista interviene activamente en los acontecimientos que relata y se convierte en uno de los protagonistas del suceso. En los años sesenta destacan la participación de los profesionales del periodismo en diversas protestas, manifestaciones y actividades alternativas, para narrar desde dentro lo sucedido.

A ello hemos de añadir el *Advocacy Journalism* o periodismo de apología, en el cual el periodista actúa como un abogado en defensa de una causa en la que se siente involucrado. La aparición de este periodismo no es otra cosa que la recuperación del periodismo ideológico propio de los orígenes del periodismo europeo. El periodismo de apología surge por el rechazo de los jóvenes periodistas a la ausencia de espíritu crítico en la prensa dominada por los poderes públicos y muy dependiente de las fuentes oficiales. La información se utiliza para guiar los juicios y las opiniones de los ciudadanos en un tipo de periodismo que bien podíamos llamar crítico. Dennis y Rivers también recogen el *Advocacy Journalism* y subrayan que sus contenidos se centran en el cambio social, la actividad política y los más variados aspectos públicos.

3. *Adversary journalism*. El periodismo de oposición se dedica a atacar sistemáticamente las más diversas posturas sin defender ninguna causa, como en el caso anterior, rechazando toda forma de colaboración con el poder constituido. A nuestro modo de ver, esta categoría de periodismo, puede ser entendida también como una forma de periodismo crítico, pero las razones de su existencia son bien distintas que el anterior. El papel de vigilante de la democracia, lo hace desde la postura de feroz perro guardián, tomada como norma de su trabajo informativo, sin hacer defensa de ninguna causa determinada. Es la crítica por la crítica, la existencia de una sospecha permanente.

4. *Interpretative journalism*. El periodismo de interpretación comienza donde termina la labor propia del periodismo informativo convencional. A través de la interpretación y la explicación pretende completar la significación de la simple presentación de los acontecimientos en forma de noticias. Frente a la prensa informativa, llena de informaciones y noticias, surge este tipo de periodismo para ofrecer una visión más pausada de la realidad, explicando el porqué de las cosas pero sin alejarse de ellas. Como hemos visto, esta categoría de periodismo se consolida en los países democráticos a partir del año 1950.

5. *Investigative Journalism*. El periodismo de investigación pretende esclarecer algunos aspectos de la realidad que están confusos. Los periodistas no se conforman con las informaciones de las fuentes oficiales y utilizando métodos de investigación, muchas veces cercanos a los detectives, intentan llegar a descubrir la verdad de los hechos. Este tipo de periodismo, realizado tanto por prestigiosos diarios como por publicaciones sensacionalistas, tiene un lugar propio en la prensa española en publicaciones como

Cambio 16, El Mundo o El País, desde sus primeros números (Martínez Albertos, 1991:1005).

6. *Precision Journalism*. El periodismo de precisión o científico realiza un periodismo en profundidad utilizando los métodos propios de las ciencias experimentales y de las ciencias sociales. Se trata de aplicar los métodos científicos de la investigación social y empírica sobre los comportamientos humanos a la práctica del periodismo, en contraposición de los profesionales que usan técnicas narrativas de ficción para hacer un espectáculo de la información de actualidad (Meyer, 1993).

7. *The new nonfiction*. La nueva narrativa de no-ficción es una categoría, más literaria que periodística, propuesta por Wolfe que ya describimos anteriormente. Como ya dijimos, algunos piensan que esta forma es la única manera de entender el *Nuevo Periodismo*, puesto que el resto de las categorías citadas no son sino simples variaciones del periodismo de siempre.

Con estas ideas previas queremos formular las líneas de fuerza del compromiso crítico de los medios, enmarcado en una formulación básica: la función crítica de la información de actualidad, en la compleja y sofisticada situación de la sociedad de la información y del conocimiento. Si analizamos los diversos modelos del *Nuevo Periodismo*, en especial del periodismo comprometido, y particularmente del periodismo de apología y del periodismo de oposición, podemos entender que el periodismo crítico es una constante de la actividad informativa de los medios.

La prensa siempre estuvo atenta al devenir de los acontecimientos y a jugar “un papel inconformista de los poderes sociales” (Martínez Albertos, 1978:55). El periodismo crítico está en la raíz de las formulaciones teóricas y de las aplicaciones prácticas de los profesionales de la información y es algo absolutamente ligado a la profesión periodística. Esta crítica se hace presente en los sistemas democráticos y permanece latente en los sistemas autoritarios, buscando los necesarios resquicios para hacerse presente.

El compromiso crítico de los medios se hace patente en su labor diaria enmarcada en una serie de rasgos característicos que destacamos:

- Un inconformismo constante en la actividad profesional no dando por sentada ninguna fuente oficial o interesada.
- Una labor desmitificadora que libre a las personas y al conjunto de la sociedad de los sofismas de los falsos mitos propuestos por los poderes públicos.
- Un hacer interpretativo que cuestione la realidad circundante con el deseo de hacer llegar a los ciudadanos el más amplio abanico de las diversas interpretaciones de los acontecimientos.
- La ineludible elaboración de unos mensajes de denuncia de las estructuras sociales viciadas, sea cual sea el origen de tal desviación. Siempre en defensa de las causas justas y solidarias,
- Una tarea educadora de los textos que haga una revisión constante de las más diversas doctrinas políticas, en la búsqueda inaplazable de la libertad del hombre.

Siempre se ha podido afirmar que la actividad informativa es, en mayor o menor medida, un trabajo crítico cuyo objetivo es el cambio social y cultural, en beneficio de toda la sociedad. Sin negar las ventajas de las situaciones de globalización existentes en la hora presente, los periodistas deben adoptar una postura crítica y reflexiva, dirigida

fundamentalmente a la formación y la educación de las personas, en una defensa de la dignidad humana y del respeto a los derechos humanos.

En palabras de un pensador de la ciencia política, “un ciudadano a quien se oprime no tiene más que un medio de defenderse y este es dirigirse a la nación entera y si se mantiene sorda, al género humano; pero no tiene más que un medio para hacerlos y es la prensa” (Tocqueville, 1969:376). La prensa siempre fue el mejor canal para el normal ejercicio social del periodismo crítico.

BIBLIOGRAFÍA

BENITO, A. (1973): *Teoría general de la información*. Madrid, Guadiana.

BENITO, A.(1978): *La socialización del poder de informar*. Madrid, Pirámide.

BENITO, A.(1995): *La invención de la actualidad*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.

BERTRAND, C-J.(1983): *Los medios de comunicación social en Estados Unidos*. Pamplona, Eunsa.

BUCETA, L.1992): *Fundamentos psicosociales de la información*. Madrid, Ceura.

CASALS, M. J.(1999): “El arte de la realidad: prospectiva sobre la realidad periodística” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Revista del Departamento de Periodismo I de la UCM, número 5.

CASASÚS, J. M.(1988): *Iniciación a la periodística*. Barcelona, Teide.

DAVARA RODRÍGUEZ, J.(1990): *Estrategias de comunicación en marketing*. Madrid, Dossat.

FAGOAGA, C.(1982): *Periodismo interpretativo*. Barcelona, Mitre.

JOHNSON, M. L.(1975): *El nuevo periodismo*. Buenos Aires, Troquel.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.(1978): *La noticia y los comunicadores públicos*. Madrid, Pirámide.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.(1989): *El lenguaje periodístico. Estudios sobre el lenguaje y la producción de textos*. Madrid, Paraninfo.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.(1991): *Periodismo*, en Ángel Benito (Director), *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas. Masas. Barcelona, Ariel.

McQUAIL, D.(1981): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona, Eunsa.

- MEYER, P.(1993): *Periodismo de precisión*. Barcelona, Bosch.
- MONZÓN, C.(1987): *La opinión pública*. Madrid, Tecnos.
- RODRIGO ALSINA, M.(1989): *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Tecnos.
- SANTAMARÍA, L. y CASALS, M. J.(2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid, Fragua.
- SANTAMARÍA, L.(1991): *Géneros periodísticos de opinión*, en Ángel Benito (Director), *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- SAPERAS, E.(1987): *Los efectos cognitivos de las comunicaciones de masas*. Barcelona, Ariel.
- TOCQUEVILLE, A.(1969): *La democracia en América*. Madrid, Guadarrama.
- VALBUENA, F.(1997): *Teoría general de la información*. Madrid, Noesis.
- WOLFE, T.(1976): *El nuevo periodismo*. Barcelona, Anagrama.