



- ◆ Trabajo realizado por la Biblioteca Digital de la Universidad CEU-San Pablo
- ◆ Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de investigación y docencia, de acuerdo con el art. 37 de la M.T.R.L.P.I. (Modificación del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 7 julio del 2006)

CAPÍTULO 6

LA NOTICIA

JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA
Universidad San Pablo-CEU. Madrid

1. Introducción

La naturaleza pedagógica de nuestro texto y de nuestro contexto no excluye, a la hora de enfrentarnos al amplio capítulo de la noticia, de su definición, de su estructura y de su desarrollo, el horizonte, vamos a denominarlo, gnoseológico, en el que se enmarca. Antes bien, este horizonte justifica la propuesta de una categorización o sistematización de modelos de comprensión del objeto de estudio.

Nos encontramos en lo que algunos autores han denominado «nuevo paradigma» de la comunicación y de la información. Un cambio o evolución no sólo en la práctica profesional, sino en la búsqueda de unos criterios comunes a la hora de elaborar una teoría del periodismo y de la noticia. No en vano, lo que hasta este momento entendemos como noticia es, para muchos, el concepto aglutinador de una familia amplia de términos a la par que la conclusión de un proceso polimórfico de transmisión y/o representación social. En este sentido, podríamos hablar de una polisemia intrínseca respecto al concepto de noticia, que no es otra cosa que una manifestación de un proceso anterior: la polisemia epistemológica en la fundamentación de la teoría del periodismo y del desarrollo de los conceptos marcos de esta teoría.

Detrás de cada concepción de lo que es la noticia se encuentra una teoría del conocimiento aplicada a una realidad social de amplia y efectiva implantación como es la forma comunicativa de los hechos, de los acontecimientos. Con lo cual, a la hora de abordar el estudio de la noticia, tendríamos que, inevitablemente, pagar el peaje de una inmersión en la teoría de la realidad, o en las teorías de la realidad, y del acontecimiento. Tarea no fácil en un momento, la postmodernidad, en el que la realidad y los acontecimientos se han disuelto en un mar de profundas disidencias respecto a la posibilidad de conocer lo real más allá del lenguaje sobre lo real. Señala Leo Sigal (1978: 12) en su clásico tratado: «La inseguridad acerca de lo que significan las noticias confunde en forma

similar a los periodistas y a sus críticos. Incluso en una era relativista, dos puntos que es necesario reenfatizar son la subjetividad de todo conocimiento y la inevitabilidad del conflicto acerca de qué es la verdad. [...] Consecuentemente, cada periodista confronta un enigma epistemológico no muy diferente al del historiador o científico social que busca establecer la validez de su interpretación de los acontecimientos. La forma en que cada uno realiza esa tarea determina lo que cada uno "sabe".»

En este sentido, y haciendo un sano ejercicio de retrospectiva, nos encontramos con una primera afirmación de Lorenzo Gomis (2002: 159) sobre la historia de la relación entre la redacción periodística y la noticia: «La necesidad de enseñar redacción periodística explica que en efecto pueda considerarse el paradigma básico de la enseñanza la distinción entre noticias y comentarios. Como esa distinción no se hace en la conversación corriente, había que acostumbrar al estudiante de periodismo a saber si estaba informando u opinando. Los dos axiomas básicos y estables de la enseñanza en los setenta y alrededores fueron, así, el paradigma de Laswell y la distinción tradicional en el periodismo anglosajón entre noticias y comentarios, entre hechos y opiniones, enfatizada por el axioma "Facts are sacred, comments are free", aunque la realidad mostrara que ni los hechos eran tan sagrados ni los comentarios, tan libres. Pero quien supiera desenvolverse cómodamente en el interior de esta distinción era periodista.»

Y, para más complejidad, en el nuevo paradigma, que lo es también de la complejidad —valga la redundancia—, nos encontramos en un momento de redefinición conceptual en el periodismo cuya primera víctima, a decir de Lorenzo Gomis (2002: 168), es el concepto de hecho. «La víctima de este proceso ha sido el concepto de hecho, hoy visto como ingenuo, y por consiguiente, el de la noticia como redacción objetiva y profesional de un hecho que se transmite al público. Pero a este resultado se ha llegado al menos por dos caminos. Uno ha sido la asimilación y digestión de la lingüística y sus derivados, desde Saussure hasta Austin y su estudio de cómo hacer cosas con palabras o Derrida y su deconstrucción de un texto. La realidad transmitida por los medios se ha vuelto así, bajo el microscopio, tan relativa y fluida como el propio texto. El otro camino ha sido la observación participante de los sociólogos que se han metido en los medios para estudiarlos por dentro. Herbert Gans (1979) quiso ver de cerca cómo se decide qué es noticia en las redacciones de los noticieros televisivos de la CBS y la NBC y las de los semanarios *Newsweek* y *Time*. Utilizando un concepto de uno de los pioneros citados antes, Kurt Lewin, se ha querido estudiar también de cerca quién es el *gatekeeper*, el guardián o portero que deja pasar una información o la echa al cesto de los papeles. El proceso está lleno de momentos decisivos: alguien decide que algo puede ser noticia o no lo es.»

Este panorama no es óbice para que, asumida la interdisciplinariedad propia de las ciencias que nos ocupan, y la heterodisciplinariedad

del objeto que nos preocupa, nos lancemos de lleno a una más o menos sistemática exposición sobre lo que entendemos por noticia, sin olvidar lo que afirma el profesor Héctor Borrat (1989: 117): «La producción y comunicación pública de noticias es rasgo definitorio del periódico como actor social, de los periodistas como grupo profesional, del periodismo como institución. No ha de extrañar, por ello, que la noticia genere un gran número de investigaciones y desarrollos teóricos desde los ángulos más diversos.» Núñez Ladevéze (2002: 165), refiriéndose al marco de la necesaria interdisciplinariedad de redacción periodística —presente en este trabajo—, ha añadido: «El ámbito de los estudios de lo periodístico es suficientemente amplio como para que pueda ser afrontado desde distintas perspectivas. Eso no significa que un enfoque interdisciplinario lleve aparejada la renuncia a esforzarse por encontrar un punto de vista unitario. En último extremo, se trata de encontrar la unidad en la diversidad de las ciencias sociales. Así que esta variedad no implica necesariamente dispersión. Las perspectivas sociológica, pragmática y lingüística tienen nexos comunes. La teoría del texto y de la acción son consecuencias de este tratamiento interdisciplinario que, a mi modo de ver, ha sido tan rico en aportaciones a la investigación como en la definición de pautas de conducta aplicables a la formación didáctica.»

Conste aquí que no nos estamos entregando sin más a la solución interdisciplinar, que como señala J. J. García-Noblejas (2000: 39) «en su precaria provisionalidad, resulta engañosa, porque la promiscuidad no se resuelve con la interdisciplinariedad. Desde una perspectiva científica, como diría Kieerkegaard, más vale ir desnudo o con ropas provisionalmente prestadas, que aparecer vestido de “Arlequín interdisciplinar”».

2. Hacia una definición de la noticia

La palabra *noticia* procede del latín *nova*, según la acepción comúnmente más admitida, y nos remite al significado originario del conocimiento de «las cosas nuevas». Si nos fijamos en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, cuatro son los significados principales: noción, conocimiento; contenido de una comunicación antes desconocida; divulgación de una doctrina; y el hecho divulgado. La palabra *noticia* evoca la idea de conocimiento. De ahí que en la definición normativa de la lengua nos encontremos con una dimensión del hecho noticioso ampliamente estudiada por la Teoría General de la Información. Como señala Ángel Benito (1995: 89): «La noticia, teniendo en cuenta el lugar que ocupa en los contenidos de los medios de comunicación, se ha venido a constituir en el mensaje por excelencia para entrar en contacto con todo lo que sucede a nuestro lado. La noticia, sea cual sea la forma en que llega a cada individuo del público, es el fundamento de la información de actualidad.»

¿Qué entendemos por información de actualidad? Nos lo explica Javier Davara (1990: 29): «La información de actualidad es la comunicación masiva de las noticias acerca de los acontecimientos sucedidos en el presente o relacionados con él. El conocimiento de la realidad humana ofrecido por los medios de comunicación puede ser entendido en dos niveles distintos: 1) en un sentido amplio, el contenido de la información de actualidad es toda la realidad humana; 2) en un sentido estricto, la información de actualidad sólo trata de los acontecimientos nuevos que mediante un tratamiento técnico son convertidos en noticias».

Emil Dovifat (1959: 120) decía que «las noticias son comunicaciones sobre hechos nuevos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad». Entendía que la noticia necesitaba tres características: ser de utilidad y valor para el receptor; ser nueva, recién transmitida; y ser comunicada a través de un tercero, que, de una manera u otra, volcará sobre ella la impronta de su propia subjetividad.

Hay que tener en cuenta que, como comenta Leo Bogart (1985: 251), «el término "noticia" se define una y otra vez conforme se van sucediendo las generaciones». Leo Sigal (1978: 11) afirma que «uno de los principales problemas de las noticias reside en que nadie sabe lo que son. El otro problema es que nadie sabe lo que significan. El que nadie sepa qué es una noticia implica la ausencia de un criterio compartido universalmente para distinguir las noticias de las que no lo son. Gran parte de la controversia entre la prensa y sus críticos gira alrededor del factor estándares». Denis McQuail señalaría que los esfuerzos por definir la noticia tienden a disolverse en listas de acontecimientos noticiables.

Una forma concebible de resolver este aparente dilema es definir las noticias según el concepto que de ellas tienen los periodistas. Por tanto, existirían tantas definiciones de noticia como periodistas. Fishman apostaba por entender la noticia como el resultado de los métodos que empleaban los periodistas; a diferentes métodos, diferentes noticias y diferentes percepciones del mundo por el público.

Leo Sigal (1978: 11-12) es más concreto, y pone los siguientes ejemplos:

- John Bogart, editor del *New York Sun*, solía explicar a los reporteros novatos que «cuando un perro muerde a un hombre, no es noticia; pero cuando un hombre muerde a un perro, ésa sí es noticia».
- Para otros, lo que separa a las noticias de otro tipo de información es la calidad de la reacción que producen: «Noticia es algo que hará hablar a la gente.»
- Turner Catledge, editor administrativo que fue del *The New York Times*, decía: «Noticia es cualquier cosa de la cual se entere hoy y que desconocía antes.» Para Sigal, «el interés acerca de qué es lo que hace la noticia, conduce directamente a la cuestión de cómo se elaboran las noticias».

En este mismo arco de pensamiento nos fijamos en John Given (1907: 168) que define la noticia como «información fresca de algo que ha ocurrido recientemente». Charles Ross (1911: 43), en su libro *The writing of news*, señala: «La noticia ha sido genéricamente definida como aquello que interesa a la gente, pero puesto que no todo lo que interesa a la gente es noticia, la definición es demasiado general. Un hecho es noticia si interesa a un público.» Será Willard G. Bleyer (1916: 6), que describió la noticia como «cualquier cosa que interese a cierta cantidad de gente; y la mejor noticia es aquella que tenga el mayor interés para el mayor número de gente», quien nos ofrezca un elenco de definiciones:

- Noticia es cualquier cosa que ocurra en la que la gente esté interesada.
- Noticia es la exacta y oportuna información de los acontecimientos, descubrimientos, opiniones y asuntos de todo tipo que afecten o interesen a los lectores.
- Noticia es todo lo que ocurre, las causas de los acontecimientos y los resultados de los acontecimientos.
- Noticia son los hechos esenciales de un acontecimiento, evento o idea que tengan interés humano; que afecten o posean alguna influencia sobre la vida de las personas.
- Noticia es todo lo que los lectores desean saber.

En el arco de nuestra geografía mediterránea, la variedad de vocablos con que se alude a las realidades de la Periodística se enmarca dentro de las múltiples culturas profesionales. En la, pudiéramos denominar, teoría clásica, Martínez de Sousa (1981: 331) entiende por noticia la «publicación o divulgación de un hecho». Domenico de Gregorio (1996: 59) habla de que «la noticia es la información “en acto” cuando ha tomado ya la forma de un “texto” en el que se ha encontrado una sistematización de los elementos constitutivos de la información». José Ortego Costales (1966: 48) considera la noticia como «todo acontecimiento actual, interesante y comunicable». Nicolás González Ruiz (1966: 125) entiende por noticia «la comunicación de cualquier hecho acaecido o con posibilidades de acaecer». Para Gonzalo Martín Vivaldi (1993: 345) no hay diferencia entre noticia e información, dado que «dar parte de algo equivale a hacer un informe; dar noticia de algo equivale a informar. Sucede, sin embargo, que cuando se habla de “noticia”, periodísticamente, suele hacerse referencia a lo más escueto de la información, a lo más esencial e imprescindible de un hecho». Y J. L. Martínez Albertos (1983: 298) la define como «un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, después de que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión». Especifica en otra obra (1978: 84-85): «Para que haya noticia periodística, para que se produzca ese fenómeno social que llamamos periodismo, el primer requisi-

to es que unos emisores-codificadores seleccionen y difundan unos determinados relatos para hacerlos llegar a unos sujetos receptores, que guardan dichos mensajes con la esperanza de hallar en ellos una satisfacción inmediata o diferida, mediante la cual consiguen elaborar un cuadro de referencias personales válido para entender el contexto existencial en el que viven. Convertir un hecho en noticia es una operación básicamente lingüística, que permite cargar de determinado significado a una secuencia de signos verbales (orales o escritos) y no verbales, es la tarea específica de unos hombres y mujeres que actúan como operadores semánticos: los periodistas. El segundo requisito de la noticia es que la difusión por parte de los sujetos emisores debe realizarse con ánimo de objetividad.»

Mar Fontcuberta (1981: 10) aprecia, en toda noticia, tres elementos significativos: «Un suceso, que implica algún género de acción; una información, donde se describe o se relata la acción en términos comprensibles, y un público al cual se dirigen esas noticias a través de los medios de comunicación.»

Hay cuatro elementos básicos que están presentes en este conjunto de definiciones, denominémoslas, profesionales: el hecho-acontecimiento; la actualidad (últimos acontecimientos); el interés público y del público; y el periodista en el medio. Antes de profundizar en cada uno de ellos debemos preguntarnos, en síntesis: ¿a qué nos referimos cuando hablamos de noticia? En un primer momento podemos pensar que nos referimos a la materia prima del periodismo como acto comunicativo de lo novedoso y de lo que tiene interés y relevancia social. Es decir, a la realidad, al acontecimiento, al hecho, al suceso, con capacidad de ser percibido y transmitido socialmente. Pero al mismo tiempo la noticia se nos presenta como la realidad y como la comunicación de la realidad. La noticia estaría a caballo entre la información de la realidad y la conformación comunicativa de la realidad. O también se refiere a la actuación profesional sobre esa realidad que se traduce en un proceso organizado individual e institucional; o a la ideología de la noticia como criterio diferenciador de la naturaleza comunicativa de la realidad social; o, por último, al texto, discurso sobre ese proceso o sobre ese hecho, acto o acontecimiento. O, simplemente, a todo ese proceso que arranca de un hecho y concluye en un texto capaz de ser transmitido por los medios de comunicación. Bien es cierto que esa materia prima tiene en sí unas cualidades específicas que la hacen diferenciarse de otro tipo de acontecimientos, hechos, sucesos acaecidos, en el día de la relación social, que no serán noticia. Esas cualidades específicas pasarán de la potencia al acto comunicativo en la medida en que intervenga un actor comunicacional legitimado socialmente para esa actuación profesional, es decir, un periodista y una empresa de comunicación, y una finalidad de comunicación que satisfaga las necesidades e intereses de quienes son tanto promotores del proceso como los receptores a partes habitualmente desiguales.

Teun A. Van Dijk (1996: 17) apostilla que en el uso diario, el concepto de la noticia en los medios hay que interpretarlo desde los siguientes presupuestos: «1) Nueva información sobre sucesos, objetos o personas. 2) Un programa tipo (de televisión o radio) en el cual se presentan ítems periodísticos. 3) Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un tipo o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.»

De las cualidades específicas de esa materia prima en el nivel del hecho y de la versión sobre el hecho destinada a la mediación social nos ocuparemos más adelante. Ahora nos interesa completar estas aproximaciones a la noticia con las siguientes teorías explicativas, que han marcado una serie de corrientes de la historia de la docencia del periodismo en nuestras facultades de ciencias de la información y de la comunicación. Teniendo muy presente lo que señala J. M. Casasús (1988: 105): «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 manifiesta materialmente en forma de unidades redaccionales periodísticas de carácter estrictamente informativo, denominadas ordinariamente con estos o parecidos términos: noticia, información, original, trabajo, material, “papel” o, impropriamente, artículo.»

Una de las tareas básicas en la pedagogía de la redacción ha sido la de definir los conceptos y delimitar los territorios de esos conceptos. La evolución de la teoría de la información y de la noticia ha sido un proceso, también, de clarificación. En la utilización de los conceptos de información y noticia hay quien considera que la noticia es el texto, o un tipo de texto, o un conjunto de textos que informan de acontecimientos novedosos y/o actuales de interés público. Hay que tener en cuenta que, además, existen otros tipos de textos que nos refieren acontecimientos, actos, actos de habla, novedosos, actuales y de interés, que no tienen la forma de noticia, como son las entrevistas y los reportajes. La noticia sería un modo textual de narración de hechos novedosos y actuales socialmente relevantes y de interés, mientras que la información sería la realidad social con la que el periodista trabaja, la materia prima. La noticia sería un modo textual de presentar la información. Sin embargo, como veremos más adelante, hay autores que consideran que la noticia es el acontecimiento, y que el texto del acontecimiento es la información. En este sentido debemos precisar que, por ejemplo, G. Martín Vivaldi (1987: 369) apuesta por el término *noticia* para denominar al género esencial del periodismo informativo: «Noticia es el género periodístico por excelencia que da cuenta de un modo sucinto por completo de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado, y de innegable repercusión humana.» Mientras que J. L. Martínez Albertos considera que la información, en cuanto género, es la modalidad lingüística textual más escueta para presentar una noticia.

La información es «la noticia de un hecho con la explicación de sus circunstancias y detalles expuestos en orden inverso a su interés».

Lorenzo Gomis (1991: 40) considera que el periodismo es un método de interpretación de la realidad social. Una realidad social que puede ser captada en la medida en que se percibe fragmentada en unidades independientes y completas, denominadas hechos. El proceso de conversión del hecho a lenguaje es la noticia: «La noticia es la expresión periodística de un hecho capaz de interesar hasta el punto de suscitar comentarios. O, más brevemente, noticia es un hecho que dará que hablar» (1991: 50). El hecho noticioso forma parte de un proceso que no termina en él. Produce comentarios, genera repercusiones, que a su vez son fuente de otros hechos noticiosos. No todos los hechos sociales son noticia. Sólo aquellos que sean capaces de generar una corriente de comentarios y que sirvan para tomar decisiones, y así hacer que progrese la persona y la sociedad. Recientemente, L. Gomis (2002: 25) ha explicado su teoría en el diario *La Vanguardia*, en un artículo titulado «Lo que hará hablar a la gente». Decía: «De los centenares de definiciones que circulan, la que me gusta más porque creo que da en el blanco es la de un periodista americano del *Sun* en el siglo XIX: “Noticia es cualquier cosa que hará que la gente hable”. Otra definición parecida, también de un periodista americano del XIX, es: “Noticia es todo lo que hace exclamar ¡caramba! al lector”. “Mañana la gente hablará de esto”, “La gente quiere saber esto”, son expresiones que he oído muchísimas veces en las redacciones. Se escoge lo que se supone que le va a interesar al lector.»

La pregunta siguiente es: ¿qué hace que esos hechos sean comentados? ¿Existe algún rasgo, factor, cualidad en el hecho que haga que se convierta en noticia? Es básico en este proceso la posibilidad de que el hecho sea captado por el medio de comunicación, se haga visible, accesible, patente, que interese y que repercuta en nuevos hechos. Cuatro son los rasgos que hacen noticiosos un hecho:

- **Resultados:** «Son resultados los términos finales de un proceso, registrado de forma fehaciente. Son resultados los tanteos de los encuentros deportivos, los premios de los sorteos de lotería u otros concursos, los precios, los índices de precios, las cotizaciones en bolsa, las estadísticas, los sondeos de opinión, los votos escrutados en unas elecciones, las leyes parlamentarias, los decretos gubernativos, las órdenes ministeriales, las sentencias judiciales, los nombramientos, ceses y dimisiones (aceptadas), los presupuestos y balances, las ganancias y las pérdidas. Los números y las firmas suelen ser pistas rápidas para reconocer los resultados» (1991: 199).
- **Apariciones:** «Son presencias elocuentes y generalmente públicas de personajes conocidos. Son apariciones las declaraciones, los discursos, conferencias, respuestas y otras formas de opinión. También es aparición la presencia silenciosa pero significativa de un personaje en un lugar y momento, atestiguada por la fotografía.

[...] Una aparición suele ser un hecho de producción fácil, económica, por el que el interesado se hace presente y a menudo aspira a conseguir repercusiones» (1991: 2000).

- Desplazamientos: «Son movimientos o agrupaciones significativas, cambios de lugar, reuniones de personas, trayectorias que dejan una huella significativa. [...] La utilidad periodística de los desplazamientos deriva de que son hechos anunciados, previstos, que a menudo tienen una organización detrás y por su carácter visible y espectacular se pueden cubrir con las cámaras y movilizan a mucha gente» (1991: 200).
- Explosiones: «Son el término imprevisto de procesos inesperados. Un volcán entra en erupción, un hombre enloquecido se asoma al balcón y dispara. Un tren descarrila, un coche bomba estalla. La medida de la importancia del hecho es el número de muertos. Son a la vez el rasgo periodístico más raro y el más destacado. Representan la irrupción de la alarma en la sociedad» (1991: 201).

Luis Núñez Ladevéze (1991: 189) contrapone los conceptos de noticia y de información *versus* texto informativo. A partir de la consideración de la noticia como «una secuencia del acontecer considerada unitariamente por aplicación de una regla de interpretación de un intérprete contextual», entiende que la noticia es el «acontecimiento singular en cuanto tal, mientras la “información” o “texto informativo” es una versión lingüísticamente elaborada de ese acontecimiento. Cuando se trata de informar a un interlocutor acerca de la noticia ha de realizarse esta actividad a través de un instrumento intermediario de su reproducción simbólica». Cuando hablamos de texto nos referimos a un tipo de unidad de significado que tiene dos características: coherencia lineal entre las oraciones del texto y coherencia global que nos permite señalar el texto como unidad significativa.

Sin embargo, la aportación de este maestro de la teoría del periodismo que ahora más nos interesa es la cuestión ya anteriormente avanzada de «a qué tipo de incitaciones responden los periodistas para detectar que un acontecimiento merece ser considerado como noticia. Aun reconociendo que los gustos varían en el espacio y en el tiempo, hay que aceptar que si los periodistas tienden a coincidir en la selección, jerarquización y ordenación de los datos informativos es porque aplican reglas comparativas y expositivas de valor general». El criterio más general es el del interés común por el hecho. ¿Qué tipo de interés? Dos fundamentalmente: el interés público y el interés del público.

El interés público procede de «la objetivación de las relaciones políticas y de la interacción social». Surge de la condición política de la persona en cuanto que es miembro de una comunidad y se conforma con sucesivos procesos de socialización que forman parte de los procesos de comunicación y que tienen como efectos la integración, la participación, la estructuración de la vida y el tiempo de ocio, entre otros. Entra aquí

de lleno el conjunto de decisiones políticas que afectan y comprometen a la vida personal y social. Sin embargo, el interés del público se encuentra en acontecimientos que genéricamente conmueven a la mayoría de las personas por motivos principalmente psicológicos. Son las noticias de interés humano, que abarcan desde la curiosidad por la vida de los famosos hasta los acontecimientos deportivos o las catástrofes. Esta clasificación nos conduce a distinguir dos especies de periodismo, o formas de conceputar los procesos sociales de la información: el periodismo de calidad, que responde a la constelación de criterios de interés público; y el periodismo de sensación o sensacionalista, que responde a los criterios del interés del público.

Otra perspectiva que nos ayuda a comprender la naturaleza de la noticia, desde la influencia de la metodología sociológica, es la que nos ofrece Miquel Rodrigo Alsina (1989: 181) en el contexto de las teorías de la producción de la información a partir de la insistencia en que no existe un concepto universal de noticia, dado que ésta es el producto de una sociedad concreta. En su tratado sobre la producción de la noticia divide las definiciones de noticia en dos grandes grupos. Por un lado, los que consideran que la noticia es un espejo de la realidad y, por otro, los que piensan que es una construcción de la realidad. La idea de la noticia como espejo de la realidad estaría en las definiciones tradicionales. Se parte de la objetividad como gozne de la actividad periodística, con lo que nos enfrentaríamos a un amplísimo campo de derivaciones éticas del quehacer profesional informativo. La segunda concepción se centra en la actividad de los informadores y de las organizaciones empresariales, es decir, de los medios de comunicación. G. Tuchman (1983: 197), que entenderá la noticia como un fenómeno negociado, señala a este respecto que «la noticia no es el espejo de la sociedad. Ayuda a constituir la como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso. [...] La noticia está definiendo y redefiniendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales». Rodrigo Alsina (1989: 185) define la noticia como «una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible».

La noticia es, como nos recuerda desde la perspectiva preferentemente semiótica Gonzalo Abril (1997: 237), un hecho textual y un producto institucionalizado de las organizaciones enmarcadas en el sistema industrial y mercantil de la comunicación masiva. La noticia es un género discursivo. Un enunciado narrativo o una secuencia de enunciados narrativos. Los enunciados narrativos son los «actos semiocomunicativos constitutivos del discurso». Los discursos de la información periodística se constituyen a partir de los enunciados de interés público, en referencia a acontecimientos novedosos para el destinatario (información) o evaluando los acontecimientos y valorándolos (opinión). El discurso de la noticia consta de enunciados narrativos de acontecimientos acaecidos o descubiertos en proximidad al tiempo de la enunciación y que tienen

relevancia pública. No debemos olvidar que la noticia es el resultado de una serie de interacciones y el inicio de otra serie de enunciados y de relatos (crónicas, reportajes, entrevistas). Héctor Borrat (1989: 117) considera la noticia como la «primera instancia de este proceso de toma de decisiones que encontrará nuevas instancias en la ulterior producción de otros relatos y comentarios».

3. Cualidades específicas del hecho noticioso

En la delimitación del fenómeno noticioso hemos percibido una serie de cualidades específicas del hecho noticioso o acontecimiento que le acreditan para ser materia prima del proceso de producción informativa de naturaleza social. Nos encontramos, por tanto, con dos horizontes de singularidad: el hecho noticioso o acontecimiento y el interés del público en el marco de la percepción significativa de la naturaleza y finalidad del acontecimiento por parte del profesional de la información y del medio para el que trabaja, que se traduce en los clásicos criterios de selección. Esta radiografía está sometida a una presión del universo comunicativo y de la denominada sociedad de la información que hace no muy fáciles las delimitaciones de género y especie en cada uno de estos horizontes. En este sentido, la integración de medios, a la par que unifica y estandariza los procesos, modifica los modos de percepción y de desarrollo de los citados horizontes. Existe, por tanto, un riesgo de profanación sustantiva de la naturaleza del acontecimiento mediático, del interés del público y de la capacidad de percepción de la relación que se establece entre el acontecimiento y el interés, que es la clave de los criterios de selección que aplica el periodista a la hora de decidir qué es noticia, que está modificando el rostro de lo que llamamos periodismo, y de la Periodística, como ciencia del citado fenómeno. Vayamos por partes.

3.1. EL ACONTECIMIENTO

La necesidad simplificativa del texto que nos ocupa nos lleva a establecer un paralelismo entre hecho noticioso y acontecimiento, aun sabiendo que autores como Lorenzo Gomis consideran que acontecimiento sugiere un hecho de especial relevancia y solemnidad. Sin embargo, como veremos, la categoría de acontecimiento ha asumido la complejidad de matices del hecho noticioso, quizá debido a la presión de las nuevas teorías sociológicas de la construcción social de la realidad que han consagrado este concepto. Bien es cierto que, en nuestro caso, la utilización de acontecimiento no significa una pérdida de responsabilidad respecto a las dimensiones de verdad del hecho, ni a sus derivaciones éticas en la práctica profesional de la elaboración de la noticia. Y, sobre todo, con la utilización del concepto acontecimiento asumimos la implicación

del actor comunicativo en el hecho comunicable y comunicado. Una implicación referencial de carácter cognitivo e instrumental. Bezunartea, Del Hoyo y Martínez (1998: 54) sostienen que «la historia moderna se ha desprendido del concepto de acontecimiento ligado a la categoría de *evenementielle*, como referencia exclusiva, para prestar atención a los procesos a largo plazo, a los sistemas sociales, incluso estables, para redescubrir lo que Michel Foucault llama "acontecimiento ruptura", es decir, el acontecimiento modificador a partir del cual se desencadenan las "desorganizaciones-reorganizaciones" sociológicas».

En este sentido, como señala J. M. Casasús (1988: 85), «la primera fase del proceso de la información se identifica con el fenómeno del acontecimiento. Desde la perspectiva de las ciencias de la comunicación, la palabra *informar*, en su acepción primera y etimológica, significa precisamente dar forma a los acontecimientos con el fin de convertirlos en un producto capaz de ser difundido, aprehendido y comprendido masivamente. Los acontecimientos son, pues, la materia prima que la técnica periodística somete al tratamiento adecuado con el fin de convertirla en mensajes inteligibles y veraces». La estructura del acontecimiento de interés periodístico está, para este autor, compuesta por tres elementos: 1) la materialidad, que nos habla de la manifestación física o mental de naturaleza espacial o abstracta, de la conformación de un acontecimiento. Es la identificación con el concepto de realidad entendida como existencia efectiva de una cosa: el hecho. 2) La actualidad, que es el momento físico de lo real, «el estar presente de lo real desde sí mismo». El concepto de actualidad está unido al de tempestividad, que es «la calidad de conocimiento y de notificación oportuna, que viene a tiempo y a ocasión». 3) La publicidad en alguna de sus fases, que es «la cualidad que presenta un acontecimiento como fenómeno susceptible de ser informado, divulgado, comunicado». Cuando se dan estos tres elementos, el acontecimiento es susceptible de comunicabilidad mediática.

Ha sido Edgar Morin, entre otros, quien ha hecho posible que la ciencia de la noticia permeabilice una teoría del acontecimiento dentro de la denominada «sociología del presente». Para este autor, el acontecimiento debe concebirse como una información, un elemento nuevo que interrumpe en el sistema social y que permite comprender la naturaleza de la estructura y el funcionamiento del sistema. El acontecimiento se supedita a dos características: a) es todo lo que sucede en el tiempo, y b) es todo lo improbable, singular y accidental. Rodrigo Alsina (1989: 28) explicita los presupuestos que E. Morin asienta en la sociología del presente respecto al acontecimiento:

- El acontecimiento significa imprevisibilidad, singularidad.
- El acontecimiento es lo que está inscrito en las regularidades estadísticas.
- El acontecimiento es accidente; perturbador-modificador. Se da en una dialéctica evolutiva-involutiva.

Ahora bien, según explican algunos autores, el acontecimiento ocurre en tanto que es reconocido e interpretado como tal acontecimiento por el sujeto. El acontecimiento supone un marco cognitivo que la práctica profesional ha denominado «criterios de selección». Y, además, el acceso al acontecimiento, por parte de los productores sociales de la información, está sometido a las presiones de comunicabilidad de los medios informativos (institucionales, técnicas...). Los periodistas acceden a los acontecimientos, en el orden del conocimiento temporal o de la realidad, mediante versiones textuales, con lo que se constituyen en intérpretes referenciales de discursos o relatos. No me resisto, en este punto, a reproducir la crítica que el profesor J. Martín Barbero (1978: 171-173) hace del acontecimiento noticioso, de la mano de Gonzalo Abril:

- El acontecimiento es imprevisible. Pero su «infrecuencia» no es una probabilidad matemáticamente medible ni una «variable independiente», sino un valor de las coordenadas culturales, un problema de convenciones.
- El acontecimiento es implicativo, en cuanto que una determinada cantidad y calidad de personas puede verse implicada. La implicación suscita el valor de lo interesante, lo que puede poner en movimiento y llevar a la participación.
- El acontecimiento tiene una característica: «que vive en y de la noticia», y se inserta en el ritmo y el valor de la cultura de masas. «Los medios no son independientes del acontecimiento sino su condición.»

En el mundo de los medios nos encontramos con una proliferación de lo que Lorenzo Gomis ha denominado «seudoeventos» o «seudoacontecimientos», que son hechos previstos, preparados, suscitados y generados para que aparezcan en los medios de comunicación social. Su intención primera es la publicitación. Las ruedas de prensa son el ejemplo más comúnmente aceptado.

3.2. VALORES NOTICIOSOS DEL ACONTECIMIENTO

Los valores de la noticia son, al mismo tiempo, cualidades del acontecimiento que le hacen ser percibido con singularidad por el periodista y reglas prácticas en la elaboración y selección de la realidad. Tienen un contrapeso en la aceptación del público que asume disciplinadamente los procesos de los profesionales y los comparte, rubricando su eficacia en el uso y consumo del medio. La discriminación de lo noticiable está condicionada por lo que J. Robinson, entre otros, llama el dictamen sobre la noticia: un acuerdo consensuado que nace de experiencias profesionales comunes, de criterios estándar y de prácticas transmitidas de generación en generación. La expresión inglesa *new values* podría verse al caste-

llano como «valores noticiosos» o como «criterios de noticiabilidad». Para J. R. Muñoz Torres (2002: 75), «los criterios de noticiabilidad pueden dividirse en dos grandes tipos, ligados estrechamente. Por una parte, los que se derivan de la formación profesional y de la cosmovisión personal que tiene el periodista; por otra, los relativos a los condicionantes de la actividad informativa como proceso productivo (recursos económicos y humanos, modos de organización del trabajo, concepción empresarial, relación con las fuentes institucionales...)».

Parafraseando a S. Chibnall podríamos hablar de cuatro características comunes a los valores concordados de las noticias:

- Existen reglas de relevancia compartidas por las organizaciones informativas en los sistemas comunicativos consolidados. Marcan la «política» implícita de las organizaciones.
- Los periodistas suelen creer que las reglas de lo noticiable, del interés y de la relevancia no son conocidas por las fuentes de información, por aquellas personas o instituciones que suministran la información base.
- Las reglas de noticiabilidad se legitiman en los deseos y expectativas de la audiencia.
- Estas reglas, que se traducen en criterios de selección de la realidad, no son explicitadas por los medios, por sus textos, ni por sus justificaciones.

El capítulo de los criterios de selección ha sido ampliamente abordado por los teóricos de la noticia. Suele aparecer como manifestación implícita de la noción de noticia y sirve como reglas de juicio profesional. Es parte fundamental en este «arte de la selección» que es el periodismo. Serían la otra cara de la noticia y posibilitan la toma rápida de decisiones para los profesionales. Mauro Wolf (1987: 216) define la noticiabilidad como «el conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias».

M. Wolf señala que son operativos en varios estratos o momentos:

- De forma sustantiva: en lo referido a la importancia e interés.
- Dependientes del producto, que se traduce en la disponibilidad del acontecimiento, calidad de la historia, novedad.
- En relación con el medio: frecuencia, existencia de lenguaje audiovisual, formato.
- En relación con el público: si se adapta a sus intereses y necesidades.
- En relación con la competencia: creación de expectativas recíprocas.

H. Gans (1980: 147) señala las siguientes características que determinan la relevancia:

- Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable.
- Impacto sobre la comunidad.
- Cantidad de personas implicadas en el acontecimiento.
- Importancia del hecho respecto a la evolución de las situaciones contextuales.

A esta lista de normas compartidas, de fundamental naturaleza contextual y procesal, hay que añadir la reflexión sobre las cualidades intrínsecas del acontecimiento noticiable, que podríamos sintetizar, a modo de inicio, en:

- **Objetividad:** no nos referimos a su sola naturaleza ética, sino a la ecuanimidad, a la imparcialidad o apariencia de imparcialidad con la que se cubre una noticia. Se manifiesta en la búsqueda del contraste con otras fuentes.
- **Novedad:** las noticias deben hablar de acontecimientos desconocidos por los destinatarios. Toda información debe contar con presuposiciones. Según el citado Van Dijk, «los periodistas deben suponer que los lectores pueden no haber leído o pueden haber olvidado la información previa».
- **Actualidad:** la novedad ha de ir acompañada de una proximidad temporal del acontecimiento noticiable, según G. Abril. La actualidad se manifiesta de forma doble: en el tiempo de los acontecimientos y en el tiempo del relato. Este último depende de la periodicidad del medio. Podemos hablar también de la actualidad reciente, cuando nos referimos a acontecimientos que han ocurrido en la inmediatez; de la actualidad permanente, si los hechos interesan al público durante un período prolongado de tiempo; de la actualidad duradera, que nos habla de los acontecimientos que siempre interesan, y de los procesos de actualización, con los que nos enfrentamos a cuestiones que propiamente han dejado de ser actuales pero que vuelven a adquirir relevancia por aspectos novedosos descubiertos o por acontecimientos asociados.
- **Van Dijk (1990: 176-181)** añade tres valores: la consonancia, la noticia ha de ser congruente con las normas, valores y actitudes socialmente compartidos; la relevancia, que determina las preferencias significativas para el lector y que hace que una noticia interese más que otra; y la proximidad local e ideológica de los acontecimientos.
- **Desviación y negatividad:** las noticias se refieren a hechos anómalos y desgraciados, lo negativo en la percepción social. Van Dijk afirma que se debe a que los hechos negativos están «directamente relacionados con el sistema emocional de autodefensa». Además, son una alerta de las normas y valores socialmente compartidos.
- **El formato:** las noticias son idóneas si están concebidas y presen-

tadas con una estructura narrativa permeable a los medios que disminuya el coste de los procesos. Este hecho se ha agudizado con la omnipresencia de lo audiovisual que exige grandes dosis de dramatismo y espectacularidad.

Según Pilar Diezhandio (1994: 59), las características comunes de la noticia son:

- **Novedad:** cercana en el tiempo, lo más reciente. También hemos de tener en cuenta que los periodistas crean la novedad.
- **Oportunidad:** importa lo inmediato, que discurra el menor tiempo posible desde que ocurre el acontecimiento hasta que se conoce.
- **Proximidad:** lo cercano geográfica y, sobre todo, culturalmente siempre es más noticia.
- **Prominencia:** las noticias son muy permeables a la celebridad y notoriedad de sus protagonistas. Los medios buscan siempre a los líderes mediáticos, y si no, los crean.
- **Conflicto:** guerras, crimen, alteración del orden.
- **Impacto:** cuanto mayor sea el efecto, mayor será su valor como noticia.
- **Acción:** las actividades y movimientos son más noticia que el pensamiento y la reflexión.
- **Rareza:** lo inesperado o infrecuente o imprevisto supone siempre un cambio.
- **Interés humano:** apela a la emoción y al drama.

Para Galtung y Ruge, según la autora anteriormente citada, los factores noticiosos que aumentan la posibilidad de que un hecho se convierta en noticia son:

- **Frecuencia:** una noticia será mejor percibida si se da en el marco temporal en el que opera el medio.
- **Sonoridad:** el hecho tiene que tener una alta intensidad, es decir, debe provocar estruendo social.
- **Falta de ambigüedad:** debe ser claro, cuanto mayor ambigüedad, menos posibilidad de entrar en la agenda del medio. Es casi un proceso de simplificación.
- **Significación:** debe tener proximidad cultural y relevancia. Son más permeables las noticias cercanas culturalmente hablando.
- **Lo inesperado, lo raro.** Y frente a ello, lo armónico.
- **Elitismo:** todo lo referente a las elites tienen mucho impacto para los que están fuera de ellas.
- **Personalización:** los hechos asociados a personas son más permeables a la conciencia colectiva, percibidos con mayor actualidad, más fácilmente identificados e identificables.
- **Negatividad:** el conflicto es un valor permanente.

Herbert Gans (1979: 165) realizó un estudio en los principales medios norteamericanos y concluyó que los valores que más interesan se enmarcan en los siguientes supuestos:

- Historias de gente, tanto de gente común como de gente calificada de especial.
- Acciones chocantes, como «hombre muerde a perro».
- Historias de interés humano, que producen emoción, empatía, piedad, admiración.
- Las acciones de quienes rompen las normas generalmente aceptadas.
- Grandes aventuras.
- Acciones inusuales.

Es clásica la cita de Ismael Herráiz, en el texto de Nicolás González Ruiz, en la que afirma que: «En las escuelas de Periodismo se estudia la lista de los caracteres de la noticia o, con mayor precisión, de los factores objetivos de interés público, de las circunstancias que pueden actuar sobre un acontecimiento convirtiéndolo en noticia. De la escuela norteamericana, tan propicia a la esquematización práctica, nos han llegado las primeras listas de caracteres de la noticia o puntos de lo periodístico. Ni que decir tiene que estas relaciones demuestran ciertas variedades de criterio y que, al incorporarse a nuestros manuales y tratados, han sufrido modificaciones o ampliaciones. He aquí respectivamente dos listas de composición norteamericana y una de confección española: 1) proximidad temporal, proximidad física, consecuencia, prominencia, drama, atracción, conflicto, sexo, emoción y progreso; 2) actualidad, proximidad, prominencia, importancia, rareza, interés humano, amor a la lucha, emociones, deseos de superación y entretenimiento; 3) actualidad, proximidad y familiaridad, eminencia o celebridad, novedad o rareza, vida, rivalidad o lucha, sentimientos, amor, utilidad, dinero o propiedad, diversiones y deportes, intereses locales y generales, intereses domésticos, moralidad, cultura y número y calidad de los lectores afectados».

Carl Warren (1975: 25) ejemplifica el ejercicio en el que nos encontramos de la siguiente forma: «Coja usted cualquier periódico con lápiz y papel en la mano. Examine las informaciones de la primera página como si fuera un matemático en busca de denominadores comunes o un químico decidido a separar los elementos. Cada vez que usted encuentre una característica común en dos o más informaciones, escriba una palabra o frase para describirla». Después de realizado este ejercicio, C. Warren apunta los siguientes criterios:

- Actualidad.
- Proximidad.
- Prominencia.
- Curiosidad.
- Conflicto.

- Suspense.
- Emoción.
- Consecuencias.

L. Jeffres (1986: 107) señala los siguientes criterios de selección:

- Oportunidad y proximidad.
- Progreso y desastre.
- Eminencia y prominencia.
- Conflicto.
- Novedad.
- Consecuencias.
- Interés humano.

Y Martínez de Souza (1981: 337 y ss.), en su *Diccionario de periodismo*, nos habla de:

- Actualidad.
- Proximidad.
- Prominencia.
- Curiosidad.
- Conflicto.
- Suspense.
- Emoción.
- Consecuencias.

Como señala Héctor Borrat (1989: 118-119), «no hay una única escala de valores instituida con alcance general. Pero hay varios valores acerca de los cuales parece existir un acuerdo entre quienes seleccionan, construyen y comunican públicamente las noticias. Destacan entre ellos lo reciente, lo súbito, lo unívoco, lo predecible, lo relevante, lo próximo del hecho noticiable, dando prioridad a las tramas acerca de la política gubernamental, la política exterior y la política interna del propio estado, la economía, la industria; a lo que es conflicto o desastre o tiene "interés humano" o resulta negativo o dramático; a lo que puede personificarse; a los estados centrales y a las élites dentro del propio país».

Para concluir este apartado, no debemos olvidar lo que señala Mar de Foncuberta (1991: 95): «El discurso periodístico tradicional tiene cinco características fundamentales: *a*) actualidad: el objeto de la noticia es lo que se acaba de producir, anunciar o descubrir; *b*) novedad: el hecho noticiable se sale de la rutina cotidiana, es excepcional y se transmite en el menor espacio de tiempo posible; *c*) veracidad: las noticias deben ser verídicas, es decir, responder lo más fielmente posible a la realidad; *d*) periodicidad: los hechos noticiables se presentan al público con un intervalo fijo de tiempo; y *e*) interés público: los hechos periodísticos tienen como característica fundamental la de ser punto de referencia o la

de servir a las expectativas y necesidades de información de un público masivo. A pesar de los cambios y las contradicciones, la comunicación periodística se sigue vertebrando en tres ejes básicos: el acontecimiento, la actualidad y el período».

La cuestión del interés merece un particular apartado. La pregunta es bien sencilla: ¿por qué interesan las noticias? Ya hemos visto algunos de los aspectos del porqué del interés de ciertos acontecimientos para el público en general. Una noticia interesa porque contiene alguna o algunas de las características anteriormente descritas que satisfacen las necesidades del público, necesidades de saber, de conocimiento, de racionalidad personal y social. J. Ortego Costales (1966: 71-81) ha estudiado ampliamente en su tratado clásico sobre la noticia la cuestión del interés. Considera que «el interés, en cuanto satisface nuestro apetito de conocer, que no queda satisfecho con lo no interesante, es el valor de la noticia. No agrega ni quita nada al conocimiento. Un juicio sobre él nos revela que es interesante, que vale; o que no lo es, que no vale. Por tanto el interés es el valor que la noticia tiene para el lector. La necesidad que ha de ser satisfecha mediante el valor, el interés de la noticia es el afán de saber». En el nuevo panorama de los medios tenemos que tener muy en cuenta, a la hora de abordar este capítulo, el hecho de la fragmentación de la audiencia y de la creciente especialización en los procesos de la comunicación en la medida en que afectan a la relación entre el interés general y el interés particular de sectores de audiencia. No todos los contenidos de los medios generalistas interesan a toda la audiencia, pero sí existe un presupuesto de aceptación social del variable interés y de la propuesta de nuevos temarios o de la creación del interés por parte de los medios.

El interés humano está, sin duda, inmerso en el mundo de los intereses de cada día. La cuestión del interés, central en esta dinámica del saber socialmente reconocido, está relacionada con la vida, que interesa en tanto que es pretensión de obrar libre. Vivir es un asunto práctico. La cuestión por la vida, por el sentido, por el desarrollo, no puede ser respondida por un discurso sólo teórico. El interés es consecuencia de la apertura a la vida. Y, por tanto, como afirma J. R. Muñoz Torres (2002: 282): «Las narraciones en general, y las periodísticas en particular, son un intento —nunca plenamente satisfactorio— de esclarecer la pregunta por el sentido. Son variaciones infinitas sobre los mismos temas —la libertad y la felicidad—, que se presentan en una polifonía de formas y matices diversos, y que pueden ser escuchadas mil veces sin peligro de causar hastío, por su carácter novedoso e inagotable. Que los medios no suelen ocuparse explícita y discursivamente de los usos de la libertad en busca de la felicidad es evidente (no les corresponde teorizar sobre ellos). Pero no debería ser menos evidente —ni para los profesionales ni para el público— que los medios muestran narrativamente, a través de acciones y circunstancias concretas cargadas de valor simbólico, una concepción de la vida y del mundo, que es una respuesta implícita a las gran-

des cuestiones que siempre preocupan al hombre. Al elaborar los textos noticiosos, en apariencia efímeros, los medios hunden sus raíces profundas en tales cuestiones. Son ellas las que ofrecen la clave para dar cuenta de por qué interesan las noticias.»

4. Estructura y tipos de noticia

La periodística, en su vertiente didáctica, se ha caracterizado por la búsqueda de modelos de noticia que respondan a la estructura profunda de la transmisión del acontecimiento y que se adapten a los procesos de la realidad y de la naturaleza de los medios. Se han hecho clásicas una serie de formas de redactar la noticia, entre las cuales la más común es la denominada pirámide invertida, junto con la de reloj de arena, y que son formas validadas por el decurso de la práctica profesional en la historia del periodismo. Sin embargo, hay alguna cuestión que sigue estando presente: ¿qué elementos tiene que tener una estructura narrativa que responda con fidelidad a la estructura del acontecimiento, sin olvidar que, como señala L. Gomis, «la noticia no es lo que pasa, sino las palabras con que interpretamos lo que pasa», en la medida en que «la reducción del hecho a lenguaje desemboca en la redacción del hecho como noticia»?

Hay que tener en cuenta que los procesos de convergencia mediática marcan una línea de integración en el tratamiento de los acontecimientos, que hace que la adaptación de las estructuras narrativas de la información a la naturaleza y procesos de los medios, que se concreta en las formas específicas de redactar noticias para cada uno de los soportes, tienda hacia una búsqueda de una estructura profunda común capaz de facilitar la adaptación a cada uno de los tiempos y lugares mediáticos.

4.1. ESTRUCTURA INTERNA

Para adentrarnos en la búsqueda de una estructura del texto narrativo debemos —siguiendo las líneas marcadas por el profesor Casasús (1988: 108 y ss.)— remontarnos a los fundamentos y desarrollos de la retórica antigua, clásica y medieval. Bien es cierto que la práctica común en la enseñanza del periodismo por estos lares ha sido iniciar el capítulo de la estructura de la noticia con la regla —en origen norteamericana— de las, para algunos autores, 5 *W's* (*Who*/quién, *What*/qué, *When*/cuándo, *Where*/dónde y *Why*/por qué) o, para otros, 6 *W's* (*Who*/quién, *What*/qué, *When*/cuándo, *Where*/dónde, *Why*/por qué y *How*/cómo —añadido propio del periodismo español—). Regla inicial que traducía los elementos del paradigma de Laswell: quién dice qué, a quién, en qué canal y con qué efecto.

Marco Fabio Quintiliano dividió la materia del discurso en: *personam, causa, locus, tempus, materia* y *res*. San Agustín ordenó los siete elementos retóricos de la siguiente forma: *quis, quid, quando, ubi, cur, quem ad modum, quibus auxiliis*. Y Mathieu de Vendôme escribió un hexámetro que debían aprender de memoria los retóricos en los que figuran los elementos clave del discurso: *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quo modo, quando*. Con lo que podemos establecer la siguiente tabla de identificaciones:

- *Quid / What / Qué.*
- *Quis / Who / Quién.*
- *Quibus auxiliis (Quo modo) / How / Cómo.*
- *Cur / Why / Por qué.*
- *Quando / When / Cuándo.*
- *Ubi / Where / Dónde.*

Esta regla cuasi nemotécnica está en estrecha relación con los *topoi* o *loci* de la *inventio* de la retórica. La *inventio* es el primer proceso de ideación, adquisición y clarificación del discurso en el que se identifican los elementos principales y las relaciones entre esos elementos. En la perspectiva de los análisis estructuralistas, J. M. Casasús explicita el significado de cada uno de estos elementos de la siguiente forma:

- Qué: «caracteriza el acontecimiento en una familia de hechos y determina su función dentro de las relaciones de causalidad».
- Quién: «identificación completa y rigurosa de los protagonistas del hecho, ya sean sujetos agentes o pacientes, sujetos individuales o colectivos».
- Cómo: «configura las operaciones de descripción, abarca todas las referencias a los aspectos procesales e instrumentales del acontecimiento que relata».
- Por qué: «se identifica con las operaciones de explicación, es la mención explícita de las causas, sea cual fuere su tipo o grado de abstracción o de generalidad».
- Cuándo: «consiste en la referencia al instante de la producción del acontecimiento, a los distintos momentos de la secuencia de los hechos que lo integran, o a un dato cronológico determinado del cual forma parte el hecho semantizado».
- Dónde: «consiste en presentar el hecho en el marco geográfico en el cual se localiza».

Mar de Foncuberta (1993: 74-76) ha explicado así los citados elementos:

- Qué: son los acontecimientos, los hechos e ideas que conforman la noticia.

- Quién: los protagonistas, sus antagonistas, todos los personajes que aparecen en la noticia.
- Cuándo: la acción tiene un tiempo concreto, marca su inicio, su duración y su final.
- Por qué: presenta las razones que han originado los hechos, sus antecedentes.
- Dónde: pone límites al espacio del desarrollo de los hechos.
- Cómo: describe las circunstancias y los modos con los que se han presentado los hechos.

4.2. ESTRUCTURA EXTERNA

Reconocidos los elementos de la estructura interna del relato noticia, debemos dar un paso más hacia la estructura externa de la narración informativa, estrechamente ligado al proceso de la *dispositio* de la retórica, entendido como el modo de ordenación natural de los materiales adquiridos en la *inventio*. Los elementos de la estructura externa serán los textos, los títulos y las ilustraciones, en permanente connivencia y relación a la hora de su ordenación, valoración y jerarquización de la superficie de la página, en el periodismo impreso, y de su desarrollo en el audiovisual. En el periodismo escrito están siendo sometidos a una presión constante de las técnicas del diseño gráfico, a su vez influidas por las estéticas audiovisuales.

Nos fijaremos en primer lugar en el texto de la noticia y en sus partes. Lo primero siempre es tener ideas claras, y después conocer los modelos que se adapten más al acontecimiento que queremos narrar y a las necesidades y expectativas de los lectores. En la teoría clásica, la noticia consta de dos elementos: el *lid* o *lead*, núcleo fundamental de la noticia, y el cuerpo, que explica la noticia. Como señala Mar de Foncuberta (1981: 31-32): «Toda noticia es una historia que requiere un desarrollo estructurado que, en un principio, cuenta con los siguientes elementos:

- Un *lid*.
- Una explicación y una ampliación del material contenido en el *lid*.
- Una información que sitúa la noticia dentro de un determinado contexto (*background*) si es necesario.
- Material secundario (si es necesario).»

Esta estructura externa responde a una ley subyacente que ha sido admitida, hasta ahora, como uno de los dogmas de la elaboración de la noticia: la ley del interés decreciente. En la *dispositio* de la retórica clásica regían dos principios de ordenación natural: el *modus per tempora* y el *modus per incrementa*. El *modus per tempora* se basaba en la sucesión histórica de los hechos. El *modus per incrementa* se articulaba en función del interés progresivo y gradual de la historia que se reflejaba

a medida que avanzaba el texto. Sin embargo, un acontecimiento histórico, la guerra civil norteamericana, y un condicionante tecnológico, la inseguridad en los sistemas de transmisión de las informaciones, en los telégrafos, obligaron a idear y desarrollar una forma narrativa en la que lo principal se colocara al inicio y se atuviera a un doble final de redundancia significativa, con lo que se evitarían los riesgos de pérdida sustancial en la transmisión de información. Se había introducido a la narración habitual, que contenía un inicio, el relato cronológico y un final o clímax, un párrafo anterior que resumía lo que se contaba después y que se llamaba *lead*.

Pero la historia de la génesis de la estructura de la noticia no termina aquí. Está unida a la consolidación del periodismo de agencias. En concreto, la Associated Press generalizó un modo de narración en el que se alteraba el orden de los elementos en respuesta a una nueva ley del interés: la ley del interés decreciente. Y que se expresa en la forma de la «pirámide invertida» en la que hay tres elementos principales: el *lead* o entradilla; los párrafos que contienen los elementos principales; y los párrafos que se atienen a los elementos secundarios. A la suma de los párrafos que contienen los elementos principales y secundarios se le denomina cuerpo de la noticia. Por tanto, los elementos fundamentales de la noticia, que si se atiende a la ley del interés decreciente se conforma en pirámide invertida, son los siguientes:

- *Lead, lid* o entradilla: es el encabezamiento de la noticia y su parte fundamental. Debe contener los datos más importantes, es decir, responder a las principales preguntas de las *W's*. No es necesario que respondan a todas las preguntas para no convertir ese párrafo en un párrafo ilegible o en un acta del Congreso de los Diputados. Toda entradilla necesita captar la esencia del acontecimiento y hacer que el lector se adentre en el texto. Tiene que tener sentido en sí misma, autónoma, y, además, responder a un sentido global del texto de la noticia. La entradilla debe guardar relación con el título y servir de puente entre éste y el cuerpo. De hecho, el título se debe extraer de la entradilla.

Hay algunos autores que diferencian entre el primer párrafo de la información y la entradilla. Para éstos, el primer párrafo de la información es el inicio de la información y en él encontramos los elementos más importantes de la noticia. El arranque tendría dos funciones, atribuidas clásicamente a la entradilla: captar la esencia de la noticia y hacer que el lector siga leyendo. La entradilla, por tanto, se utilizaría para resumir el contenido de una información amplia. Como señalan J. I. Armentia y J. M. Caminos (2003: 59): «La entradilla no debe confundirse con el primer párrafo de la información. Como punto de partida, el primer párrafo o arranque recoge el o los elementos esenciales de una noticia y forma parte de su cuerpo, mientras que la en-

tradilla no forma específicamente parte del cuerpo de la noticia. Es más, algunos medios de comunicación, como era el caso de "La Vanguardia", consideraban hasta hace poco tiempo que la entradilla formaba parte del titulado de la unidad informativa».

Hay, según la doctrina clásica, diferentes tipos de entradilla. Fernando Martínez (1999: 94 y ss.) los describe de la siguiente manera:

1. Según el modo de presentar los datos: directa, la que se adentra en la respuesta a las preguntas fundamentales de la información; sumario o múltiple, se enumeran varios asuntos de forma global en un solo texto; interpretativa, incide en la valoración del hecho como gozne del inicio del relato; y diferida, retrasa la explicitación de lo relevante en aras de un recurso retórico que pretende captar la atención.

2. Según los recursos narrativos o expositivos empleados: impacto, el texto llama la atención del lector de forma sorprendente en el arranque; retrato, es una descripción del, habitualmente, protagonista actor principal de la noticia; contraste, coloca dos realidades de forma enfrentada para que produzca un claroscuro en la percepción; interrogante, se inicia con una pregunta retórica; ambiente, se adentra de inicio en la atmósfera del espacio de la información con recursos literarios convencionales; cita, se inicia el párrafo con una cita, no larga, de uno de los actores de la información; extravagancia, comienza con algo sorprendente e inusual; anécdota, responde al recurso de la anécdota elevada a la categoría que ejemplifica un mensaje o sentido.

Tie-in o cuello de la noticia: es uno o dos párrafos de apoyo al primer párrafo. No es obligatorio que aparezca en todas las informaciones, suele darse en las contextuales o en aquellas relacionadas. Tiene, según J. I. Armentia y J. M. Caminos (2003: 59-60), las siguientes funciones:

1. Descargar en un segundo párrafo identificaciones que serían muy extensas para el primer párrafo. Si colocáramos esas identificaciones en el arranque estaríamos escribiendo un párrafo desmesurado, que atentaría contra la propia esencia del primer párrafo periodístico. Se utiliza, por ejemplo, para identificar en un segundo párrafo a personas y los cargos que ocupan.

2. Añadir detrás del primer párrafo uno o dos hechos que son secundarios, pero significativos para la historia que vamos a relatar.

3. En una información que forma parte de un proceso informativo que dura varios días, el cuello puede servir para vincular la noticia del día con hechos sucedidos en días anteriores y que han podido ser publicados por el medio de comunicación.

4. Como un elemento que sirve para anticipar al lector la existencia en el cuerpo de la información de material de antecedentes, que sirve para vincular el hecho del que se informa con otros sucedidos anteriormente o con anterioridad.

- **Cuerpo de la noticia:** tiene una función explicativa de los datos que han aparecido en la entradilla, de los que ayudan a entender la noticia y contextualizar los principales, y el material secundario especificativo. Suelen ser varios párrafos, que explican y amplían el primer párrafo y que nos adentran en el escenario de la información. Son muy importantes los materiales de complemento y secundarios, el orden lógico de su exposición y cómo se establecen las relaciones en la estructura del cuerpo. Dentro del cuerpo se ha señalado particularmente la importancia de los párrafos de contexto o relato de antecedentes. En el periodismo anglosajón se denominan párrafos de *background*. Nos ayudan a entender el contexto, dado que todo texto, fuera de su contexto, se convierte en un pretexto. Es verdad que el contexto de la información puede aparecer en otros textos complementarios al de la noticia que estamos redactando, en forma de sueltos, gráficos, estadísticas. El principio que rige este proceso es el de la claridad expositiva. Uno de los elementos más comunes en este desarrollo del contexto de la noticia es el recuadro de apoyo, o despiece, que ofrece datos relacionados con la sustancia de la información principal y que es dependiente del texto informativo primario. Suelen tratar un solo aspecto o tema de la información y están sometidos a la creatividad del diseño gráfico.
- **Los titulares:** son el conjunto de elementos —unidades sintácticas de sentido pleno— que acompañan a una noticia. Reciben el nombre de «antetítulo», «título» y «subtítulo». El único de obligada referencia es el título, que es la quintaesencia de la noticia. Sirven, según la doctrina clásica, para identificar un texto y marcar las pautas de jerarquización, valoración, orden y clarificación de los textos en una superficie redaccional.

La pirámide invertida ha sido, digámoslo así, la forma textual base más común en el género de la información, consagrada por y en el periodismo de agencias. Martín Vivaldi decía que su estructura interna es la de la novela policíaca, pero al revés. Para muchos pertenece al pasado, para otros, es el primer modelo básico de aprendizaje en la redacción de la noticia. Pilar Diezhandino (1994: 97), glosando a MacDougall, ofrece cuatro razones que justifican la estructura de la pirámide invertida: facilita la lectura, satisface la curiosidad, facilita la composición y facilita escribir el titular.

Pero lo importante no es la forma estandarizada que empleemos para narrar y describir el presente o la novedad. Lo importante es que la estructura textual responda a la necesidad de saber de quien lee la noticia. La «pirámide invertida» ha sido un válido instrumento en el continuo y continuado proceso de aprendizaje en la redacción de la información. Nunca hemos olvidado que existen otras formas textuales. J. M. Casasús (1988: 122-123) nos recuerda algunas principales:

1. El relato objetivo de hechos, o *fact-story*. Arranca con la entradilla y continúa con el resto de los hechos en interés decreciente.
2. El relato dinámico o de «acción» (*action-story*): en cada momento del desarrollo del texto se recuerdan los hechos principales.
3. El modelo de citas o *quote-story*, en donde el eje principal son las citas de personajes o de documentos.

4.3. TIPOS DE NOTICIAS

Se han elaborado variadas clasificaciones de tipos de noticias que responden, habitualmente, a la relación entre la estructura interna y a la externa. En un primer acercamiento a la clasificación de las noticias nos encontramos con las denominadas noticias duras, basadas en acontecimientos de impacto, relacionadas estrictamente con la actualidad; y noticias blandas, basadas en ideas, tendencias, recorridos temáticos, que no implican una estricta novedad y que suelen ser programadas y planificadas.

Héctor Borrat (1989: 118) nos habla de:

- Noticia súbita, la noticia imprevisible de un hecho.
- Noticia previsible, anunciada por los propios actores de la información.
- Noticias en desarrollo: cuando la naturaleza del hecho noticiable genera nuevas informaciones que profundizan en él.
- Noticias de seguimiento: la naturaleza del hecho se inscribe en un proceso de cobertura informativa continuada.

Aquí seguiremos, por último, la clasificación que en su día elaboró J. M. Casasús (1988: 134-139) por su polifonía y riqueza a la hora de establecer las relaciones con los diversos elementos de la información:

- a) Desde el prisma de su irrupción:
 - Fortuitas: o también denominadas casuales, aquellas que tratan de un hecho imprevisto sin que se haya pensado en él.
 - Previsibles: aquellas que son susceptibles de ser conjeturadas con anticipación. Suelen tener una forma fortuita.
 - Programadas: su desarrollo está previsto con antelación y los resultados alcanzan un alto índice de probabilidad.
- b) En referencia a su contenido:
 - Noticias de interés humano: contienen un alto grado de elementos que causan la emoción en la medida en que reflejan lo pluriforme de la vida. Provocan la complicitad del lector.
 - Noticias de interés público: tratan temas de objetivo interés público para la sociedad.
- c) Según la fuente utilizada:

- Oficiales: noticias cuya información proviene de personas que informan en su calidad de representantes públicos.
 - Oficiosas: las fuentes solicitan al periodista la reserva de la atribución e identificación de la persona que ha revelado la información.
 - Extraoficiales: las fuentes no están vinculadas a la institución objeto de la información.
- d) Según la proximidad de la fuente utilizada:
- De primer nivel: el periodista ha tenido acceso directo a un hecho, un documento o una información.
 - De segundo, tercero o niveles sucesivos: son noticias mediadas que han llegado al medio a través de un canal no directo, ya sea por una agencia de información o por otro medio.
- e) De acuerdo con la complejidad de la estructura de la noticia:
- Noticia simple: son las que recogen un solo acontecimiento o una sola idea básica.
 - Noticia múltiple: son las que contienen más de un acontecimiento o más de una idea.
- f) Según la función informativa:
- Directa: sólo pretende informar. Trata los acontecimientos con inmediatez, de forma séptica, objetivista. Son las noticias de agencia, principalmente.
 - De creación: además de informar, no olvidan las clásicas funciones de entretener, dar sentido. Suelen experimentar nuevas formas narrativas. Tienen un notable manejo del lenguaje y de los recursos estilísticos.
 - De situación: son las que anticipan el conocimiento de los problemas de la sociedad, ofrecen un servicio. También están vinculadas a la permanente actualidad en clave de profundidad, denuncia y movilización social.
 - Complementarias: son las que completan o acompañan a una noticia principal. Se denominan, también, despieces.
 - De contexto: describen el entorno psicológico y psíquico de los acontecimientos.
- g) Según su esquema redaccional:
- De sumario: informan sobre diversos asuntos de actualidad que provienen de una única fuente.
 - Cronológica: describen la evolución de un acontecimiento o el desarrollo de varios sobre la correspondencia del orden natural de los mismos. Es una excepción a la regla del interés decreciente.
 - De citas: incluyen textos de documentos o referencias a declaraciones o manifestaciones orales. Es un género muy común hoy en el periodismo.
 - Espaciales: informan de diversos hechos que han ocurrido en diversos lugares pero vinculados entre sí.

- De continuidad: se refieren a un asunto o asuntos de los que ya se ha informado.

5. Breves consideraciones finales de carácter hermenéutico

Como ha señalado Hanna Arendt, «nos mantenemos contemporáneos a algo, sólo mientras nuestra comprensión está bien despierta». Este acercamiento somero al capítulo de la noticia nos plantea un reto: ¿es posible una teoría crítica de la noticia que, a la vez, lo sea de la información? En sentido estricto, el capítulo de la información ya ha sido abordado en anteriores obras de esta colección, desde las perspectivas teóricas (G. Galdón 2001) y éticas (J. Á. Agejas y J. F. Serrano 2002). Inevitablemente existe una línea de continuidad en los enfoques y orientaciones y abordajes del tratamiento de los diversos objetos de estudio analizados. Sin embargo, un apartado dedicado a la noticia como realidad textual, periodística, comunicable, en suma, quedaría cercenado si no se le catapultara a horizontes de comprensión más amplios. No vaya a pasarnos como en la novela de Antonio Tabucchi, *Sostiene Pereira*, que alguien nos repita el consejo que le dio Pereira a su aprendiz de brujo periodista Monteiro Rossi: «Usted es un novelista espléndido, pero mi periódico no es el lugar apropiado para escribir novelas, en los periódicos se escriben cosas que corresponden a la verdad o que se asemejan a la verdad, de un escritor no debe usted decir cómo ha muerto, en qué circunstancias o por qué, debe decir simplemente que ha muerto y después debe usted hablar de su obra, de sus novelas y de sus poesías, escribiendo una necrológica, claro está, pero en el fondo se debe escribir una crítica, un retrato del hombre y de su obra, lo que usted ha escrito es perfectamente inutilizable.»

Es ya un lugar común, que abarca desde el pensamiento de D. Wolton al de Marínez Albertos, por citar a dos autores conocidos, que vivimos una crisis en el periodismo, y que la crisis del periodismo consiste, entre otras razones, en la deslegitimación veritativa de la noticia, acompañada de una sobreabundancia de opinión en todos los órdenes, medios y mediadores. Más allá, algunos autores, como C. Rausell Köster y P. Rausell Köster (2002: 96-99), sostienen que el periodismo actual distorsiona el funcionamiento de la democracia en la medida en que los medios, en el contexto del sistema capitalista y de mercado, producen la información con leyes meramente economicistas que sólo sirven para producir el beneficio de los que juegan al juego de los intereses económicos, políticos y de poder personal y social, olvidándose de los hechos, de la realidad y de quienes tienen un derecho a la información y a la vida digna en sociedad igualitaria. Como otras realidades sociales, la noticia, para estos autores, ha mudado de humus vital, se ha trasladado de la comunicación de la realidad social al consumo informativo, a la ideología del consumo y al mercado tecnologizado de la información, en permanente amenaza de quiebra para la democracia real.

Pero nuestra perspectiva es otra. Pretendemos el desarrollo de una teoría de la noticia desde el hontanar del saber, de la sabiduría, de la información. La noticia al servicio y en correspondencia con el saber, no con el poder; con la *auctoritas* (social), no con la *mera potestas* (social). Uno de los problemas de la noticia es el análisis del valor de la información. Un valor que, ciertamente, no es el del mercado, ni el de la bolsa de la competencia desenfrenada en los procesos de producción de la información. Un valor, el de la información y el de la calidad del texto informativo, que radica en la percepción significativa de las «ideas, hechos y opiniones» destacados por lo que tienen de «libertad implicada en el actuar humano», como diría el profesor García-Noblejas (2000: 31).

El saber de la profesión periodística pivota sobre el conocimiento y reconocimiento de la significatividad de las libres acciones humanas. La materia prima de la información no es otra que la acción libre personal abordada como algo sustantivo, consistente en sí mismo, que los periodistas hacemos comunicativamente consistente para el imaginario social después de un proceso de selección y transformación del contenido en formatos compatibles con la naturaleza de los canales y las circunstancias vitales de los receptores. Este trabajo está sometido a criterios más o menos cuantificables en el orden del beneficio del medio, pero ¿lo está en el orden del conocimiento de lo real para la audiencia, para las personas concretas que nos leen, nos escuchan o nos ven? Lo ha escrito A. M. Rosenthal, antiguo director de *The New York Times*, y lo reproduce García-Noblejas en su libro ya citado. Y es un buen principio para nuestro final:

Al cabo de toda una vida en el periodismo diario, todavía me produce inquietud el que una auténtica noticia sea tratada como si no lo fuera en absoluto.

Los periodistas escriben sobre lo que les interesa a ellos y —así lo esperan— a una parte de sus particulares audiencias lo suficientemente amplia como para hacer de sus periódicos o de sus emisoras de televisión una costumbre diaria.

En los países libres, la diversidad de publicaciones y de emisoras garantiza información sobre cualquier tema que afecte a lo que es de importancia para la vida humana, junto con grandes cantidades de lo que es deliciosamente intrascendente.

Existe una convivencia de colores en la vida, los que separan a los pueblos libres del espantoso gris sucio del despotismo.

Los periodistas decidieron, en ocasiones, que algunos temas no eran noticia, como la matanza comunista de millones de ciudadanos soviéticos, el Holocausto, la pobreza y los odios raciales en nuestro propio país o algunas esencias universales como la religión y la sexualidad.

No sé por qué. Quizá, en lo que respecta al periodismo, se deba a que, en su magnitud, resulta demasiado complicado y presenta demasiados perfiles como para que nuestras pobres mentes se enfrenten a él.

Bibliografía

- ABRIL, G. (1997): *Teoría general de la información*, Cátedra, Madrid.
- AGEJAS, J. A., SERRANO OCEJA, J. F. (coords.) (2002): *Ética de la comunicación y de la información*, Ariel, Barcelona.
- ARMENTIA, J. I. y CAMINOS, J. M. (1997): *Principios básicos de la noticia escrita*, Universidad del País Vasco, Bilbao.
- (2003): *Fundamentos de periodismo impreso*, Ariel, Barcelona.
- BENITO, A. (1995): *La invención de la actualidad. Técnicas, usos y abusos de la información*, Fondo de Cultura Económica, México.
- BEZUNARTEA, O., DEL HOYO, M. y MARTÍNEZ, F. (1998): *Lecciones de reporterismo*, Universidad del País Vasco, Bilbao.
- BLEYER, W. (1916): *Newspaper writing and editing*, Houghton M. Co., Boston.
- BOGART, L. (1985): *La prensa y su público*, EUNSA, Pamplona.
- BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona.
- CASASÚS, J. M. (1988): *Iniciación a la Periodística*, Teide, Barcelona.
- DAVARA, F. J. et al. (1990): *Introducción a los medios de comunicación*, Paulinas, Madrid.
- DE GREGORIO, D. (1966): *Metodología del periodismo*, Rialp, Madrid.
- DOVIFAT, E. (1959): *Periodismo*, Uteha, México.
- FONCUBERTA, M. (1981): *Estructura de la noticia periodística*, ATE, Barcelona.
- (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona.
- GANS, H. (1979): *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Panteón Books, London.
- GARCÍA-NOBLEJAS, J. J. (2000): *Comunicación borrosa. Sentido práctico del periodismo y de la ficción cinematográfica*, EUNSA, Pamplona.
- GIVEN, J. (1907): *Making a newspaper*, Henry and Co., New York.
- GOMIS, L. (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- (2002): «Lo que hará hablar a la gente», en: *La Vanguardia*, 15 de abril de 2002, 25.
- GOMIS, L., MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L., NÚÑEZ LADEVÉZE, L. y CASASÚS, J. M. (2002): «Encuesta: ¿vive la comunicación periodística un cambio de paradigma?», en: *Anàlisi*, 28, pp. 157-185.
- GONZÁLEZ RUIZ, N. et al. (1966): *Enciclopedia del periodismo*, Noguer, Barcelona.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1978): *Comunicación masiva: Discurso y poder*, CIESPAL, Quito.
- MARTÍN VIVALDI, G. (1993): *Curso de Redacción*, Paraninfo, Madrid.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1978): *La noticia y los comunicadores públicos*, Pirámide, Madrid.
- (1983): *Curso general de redacción periodística*, Mitre, Barcelona.
- MARTÍNEZ DE SOUZA, J. (1981): *Diccionario general de periodismo*, Paraninfo, Madrid.
- MARTÍNEZ VALLVEY, F. (1999): *Cómo se escriben las noticias*, Librería Cervantes, Salamanca.
- MUÑOZ TORREZ, J. R. (2002): *Por qué interesan las noticias. Estudio de los fundamentos del interés informativo*, Herder, Barcelona.

- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1991): *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*, Ariel, Barcelona.
- ORTEGO COSTALES, J. (1966): *Noticia, actualidad, información*, EUNSA, Pamplona.
- RODRIGO ALSINA, M. (1989): *La construcción de la noticia*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- ROSS, C. (1911): *The writing of news*, Henry and Co., New York.
- SIGAL, Leo (1978): *Reporteros y funcionarios. La Organización y las Normas de Elaboración de las Noticias*, Gernika, México.
- TUCHMAN, G. (1983): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Gustavo Gili, Barcelona.
- VAN DIJK, T. A. (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós Comunicación, Barcelona.
- WARREN, C. (1975): *Géneros periodísticos informativos. Nueva enciclopedia de la noticia*, ATE, Barcelona.
- WOLF, M. (1996): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva*, Paidós, Barcelona.