

Estilo y autoría en la información. Una aparente ausencia de identidad

DOLORS PALAU SAMPIO

dolors.palau@uv.es

Universitat de València

Recibido: 3 de marzo de 2009

Aceptado: 10 de junio de 2009

RESUMEN

Los textos periodísticos son un reflejo de los diversos estilos, de la diversidad de formas de ver y construir la realidad de los periodistas que los elaboran. Más allá de la prescripción y las posturas acrílicas que han presidido la reflexión sobre estas cuestiones, este artículo aboga por un análisis que saque a la luz los mecanismos lingüísticos en los que se refleja el punto de vista, las estrategias que subyacen a una aparente ausencia de identidad, a una autoría pretendidamente enmascarada. Para ello parte de una revisión pluridisciplinar de los conceptos de estilo y autor, antes de proponer y aplicar un método de análisis pragmaestilístico.

Palabras clave: estilos periodísticos, autoría, pragmaestilística, punto de vista, prensa

Style and authorship in news. An apparent lack of identity

ABSTRACT

Journalistic articles are a reflection of different styles, different ways of seeing and constructing the reality that journalists produce. This paper proposes an analysis method to study newspaper articles in order to bring to light the linguistic mechanisms that reflect the point of view, the strategies that underlie the apparent absence of identity, an alleged authorship masked.

Keywords: journalistic styles, authorship, pragmatylistics, point of view, press

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Marca de autor, de la teoría literaria a la reflexión periodística. 3. Del estilo a los estilos, una pluralidad de visiones y versiones 4. Pragmaestilística, elementos para el análisis de los textos periodísticos. 5. Propuesta metodológica. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

La presencia del periodista en los textos informativos e interpretativos se ha entendido tradicionalmente como una especie de estar sin estar. Como una aparatosa reivindicación, consignada en la firma que encabeza la noticia, el reportaje o la crónica, que, a su vez, trata de diluirse a partir de la primera línea. Todo ello al servicio de una ortodoxia periodística que proclama, en manuales y libros de estilo, la impersonalidad en la escritura –denominada redacción– al tiempo que exige como garantía de autenticidad, de veracidad, el respaldo de un nombre, de una firma, que cargue con el peso de las palabras. Y en este baile de máscaras, el concepto de estilo periodístico, en singular, se ha desplegado con un arsenal de recetas al servicio de la ausencia aparente de autor, de la homogeneidad y la impersonalidad del texto periodístico. Pero ¿hasta qué punto es posible silenciar al autor-periodista, despojarle de su papel de *configurador* de la realidad social?, ¿hasta qué punto es factible enmascarar una identidad que elabora y ofrece una interpretación de la misma, expresada fundamentalmente a través de la palabra?

Para abordar estas cuestiones es necesario referirse a dos conceptos clave, en torno a los cuales bascula la intervención y presencia del periodista en los textos: autoría y estilo. Mientras el primero apenas ha despertado atención en el ámbito teórico –no más allá del articulismo de opinión–, el segundo se ha incorporado a los estudios de comunicación, con su carácter resbaladizo y evanescente, sin la suficiente distancia crítica, sin una mínima revisión de sus implicaciones. Es por ello que este artículo trata de reflexionar sobre ambas nociones a partir de una revisión pluridisciplinar que parte del campo literario, donde han sido objeto de atención preferente –sin olvidar enfoques filosóficos o lingüísticos–, con el objetivo de sentar las bases para una aproximación teórica sobre la que se fundamente el análisis empírico.

El acercamiento se completa con un repaso a las consideraciones que han despertado estos conceptos en el terreno periodístico, ligadas en buena medida a los ideales de objetividad, así como las propuestas críticas que sirven de base para la definición del concepto de estilo –de estilos periodísticos– que aquí se defiende, que renuncia a ignorar al autor, a considerar al periodista como mero redactor capaz de pasar de puntillas, sin dejar huella alguna, por los textos que elabora.

Tras esta aproximación teórica, se detalla la propuesta metodológica de análisis y se exponen los resultados de un estudio empírico¹ desarrollado a partir de una muestra de textos informativos e interpretativos aparecidos en ocho publicaciones diarias españolas, con la finalidad de incidir en las principales estrategias lingüísticas que revelan la presencia del periodista en ellos y cómo esta presencia suscita, determina

¹ El estudio al que se hace referencia forma parte de la tesis doctoral *Estudi pragmaestilístic de la premsa escrita diària. Trets i usos estilístics en les distintes modalitats genèriques dels diaris d'informació general*, dirigida por el doctor Albert CHILLÓN y defendida en julio de 2008 en la Universitat Autònoma de Barcelona, con calificación de excelente *cum laude*.

inevitablemente, una forma de configurar la realidad.

2. Marca de autor, de la teoría literaria a la reflexión periodística

La figura del autor no irrumpe en el terreno literario hasta una época relativamente reciente. Se inscribe, como apunta R. BARTHES (1987: 66), en el tiempo de la modernidad, fruto del momento histórico que marca el final de la Edad Media, en que el empirismo inglés, el racionalismo francés y la fe en la Reforma, “descubre el prestigio del individuo o, dicho de manera más noble, de la ‘persona humana’”. Una excepción en sociedades en las que, hasta entonces, la balanza de intereses se desplazaba del lado de la mediación, para centrar la atención en el recitador.

Esta tardía atención y consolidación –entre la Ilustración y el Romanticismo (1750-1850)–, no resultó óbice para que la noción de autor acabara convirtiéndose en el centro de gravedad, hasta el punto de capitalizar la interpretación, de convertirse con el llamado método biográfico, en el factor dominante en la historia moderna de la literatura y la crítica literaria, gestada en buena medida a partir de las continuas referencias a la persona, historia, gustos y pasiones del autor: “La explicación de la obra se busca siempre en el que la ha producido, como si, a través de la alegoría más o menos transparente de la ficción, fuera, en definitiva, siempre, la voz de una sola y misma persona, el autor, la que estaría entregando sus ‘confidencias’” (BARTHES, 1987: 66).

Pese a las voces que durante décadas habían ido cuestionando este acercamiento², no fue hasta finales de los años 60 y principios de los 70 del pasado siglo cuando la crítica posmoderna rompió con estos vínculos y proclamó, de la mano de BARTHES, la muerte del autor, del Autor-Dios. Éste encogía hasta convertirse en un elemento mínimo, ausente hasta transformar la concepción del texto moderno. También su precedencia temporal. Ya no es el autor quien nutre la obra, quien aporta sus vivencias, quien pone su existencia al servicio de la misma, sino que, por el contrario, el escritor moderno nace al mismo tiempo que su texto.

Esta desaparición del autor tiene, a partir de las reflexiones de BARTHES, consecuencias de peso en la concepción tradicional del otro concepto que aquí se analiza, el estilo entendido a la manera del conde de BUFFON –de su malinterpretada definición–, que se ha presentado como un rasgo de personalidad, de identidad del individuo, como extensión de sus huellas dactilares, como la caracterización, la expresión íntima de los sentimientos de éste: “le style c’est l’homme même”. El escritor, sustituto del Autor, “ya no tiene pasiones, humores, sentimientos, impresiones, si no ese inmenso diccionario del que extrae una escritura que no puede pararse jamás: la vida nunca hace otra cosa que imitar al libro, y ese libro mismo no

² Tanto desde el terreno filosófico, con HEGEL, MARX o NIETZSCHE, como desde el literario, que se inicia en el Romanticismo y alcanza las vanguardias, o la filosofía del lenguaje inaugurada en los años 20 del pasado siglo por WITTGENSTEIN, con la publicación del *Tractatus Logico-Philosophicus* (PÉREZ PAREJO, 2004).

es más que un tejido de signos, una imitación perdida, que retrocede infinitamente” (BARTHES, 1987: 70). La expresión del autor ya no puede ser considerada como la traducción de la “cosa” interior que impregnaba de originalidad su creación.

Las aportaciones de BARTHES y de M. FOUCAULT –que introdujo la idea de función-autor–, abrieron el camino a las teorías de la estética de la recepción, crítica con las corrientes formalistas y estructuralistas, que abogaban por el análisis textual como núcleo para la búsqueda de significación. A partir de los años 60, influida por la hermenéutica de H.-G. GADAMER, la atención se centra, por parte de teóricos como H. R. JAUSS o W. ISER, en una figura hasta entonces olvidada, el lector, un “tercer componente” reprimido o silenciado: “De su función histórica apenas se habló, aun siendo, como era, imprescindible. En efecto, la literatura y el arte sólo se convierten en proceso histórico concreto cuando interviene la experiencia de los que reciben, disfrutan y juzgan las obras” (JAUSS, 1987: 59). Sin embargo, tras la recuperación de esta figura y los años de euforia se impone una cierta autocrítica, que si bien no acaba con la figura del lector, matiza en buena medida su peso específico y recupera la fuerza del texto y de un autor casi desaparecido. Consciente de que existe un significado de la obra que se puede “describir objetivamente” e identificar con la *intención* del autor, F. LÁZARO CARRETER (1990: 22) considera una mutilación la renuncia a la parte creadora-productiva para apostar por un lector-Edipo: “Que de la comunicación poética se excluya al autor, es decir, al hombre biografiado, es sin duda una gran conquista de la crítica moderna; que se prescindiera del poeta, carece de razón, por cuanto la lectura de un poema consiste en un proceso de *identificación* con quien lo ha escrito [...] el poeta quiere que el lector incorpore la significación y el sentido; pero el lector sólo puede hacerlo parcial e imperfectamente”.

Estudiosos como C. KERBRAT-ORECCHIONI (1986: 235) apuntan, en la misma línea, que si bien leer no implica someterse en cuerpo y alma a la tiranía de los códigos emisores, tampoco supone dar rienda suelta a los caprichos del propio deseo/delirio interpretativo: “Es sin duda ingenuo querer atribuir al autor el conjunto de las propiedades que caracterizan al (o a los) narrador (es), cómo si no fuesen(n) más que su sombra proyectada sobre el texto. Pero igualmente es injustificado negar la existencia del autor [...] al proclamar ‘la desaparición del autor’ se rehúsa, sin embargo, a echar por la borda, e identificarlo lisa y llanamente, en un proceso de fagocitosis inverso pero también dudoso, con el narrador, así como lo propicia a veces Barthes cuando declara [...] que el autor no es finalmente más que un ‘ser de papel’, su vida una ‘bio-grafía’, y el texto, una ‘escritura sin referente’ ” (KERBRAT-ORECCHIONI, 1986: 227-228).

Lejos de proclamar su desaparición, M. M. BAJTIN (1999: 180-181) aseguraba que el autor-creador es un elemento constitutivo fundamental. “El autor posee autoridad y el lector lo necesita no como una persona, no como otro hombre, ni como un héroe, ni como un determinismo del ser, sino como un *principio* a que hay que seguir”. Optaba así por rechazar el examen biográfico del autor, sin perder de vista, sin embargo, que

éste dirige activamente nuestra manera de ver las cosas, es “principio activo de la visión, que es un acto que lo vuelve pasivo a él”. Las aportaciones de BAJTÍN sobre el *dialogismo* contribuyen a mostrar la interrelación, el entramado de voces que coinciden en cada acto de comunicación, los ecos del pasado y las resonancias de futuro, pero en ningún caso plantean la anulación de este autor, no niegan su intervención como árbitro y organizador de los intercambios, como ente autónomo a través del cual se incorporan esos ecos y voces en el texto. En el caso de los textos periodísticos, ¿tiene sentido negar la intervención de un autor-periodista a través del cual se ordenan y escuchan las voces noticiosas? ¿Se puede cegar la forma de ver las cosas que impone?

Teniendo en cuenta estas contribuciones es difícil sostener, como han invocado las instancias *objetivadoras* del campo de la comunicación, la anulación del sujeto, su completa desaparición de los textos periodísticos, como si fuera posible poner el punto y final y desvanecerse sin dejar ningún rastro. Estar presente en la firma, dejar la inscripción personal –como diría J. DERRIDA–, para, acto seguido, borrar cualquier huella que vincule la interpretación, la mirada, la enunciación con quien lo que ha enunciado.

A propósito del Quijote y los juegos de presencia/ausencia que perfila Cervantes, M. ASENSI aporta en *La maleta de Cervantes o el olvido del autor* (1996: 18) algunas reflexiones que resultan interesantes a la hora de abordar la cuestión de la autoría en el periodismo. “¿Es la ausencia el mejor procedimiento para estar ausente? Y viceversa, ¿es la presencia lo más efectivo para estar presente?”, se pregunta. De alguna manera, la prensa ha tratado de legitimar la opción contraria a la que dibuja Cervantes con su maleta perdida. Si el escritor opta por la ausencia en escena –como propietario de la maleta/autor de los escritos– para mostrar de manera más patente su presencia, el periodista, en cambio, la reafirma con su nombre para después tratar de negarla en el texto, no ya como expresión íntima de su genio –que no es, a diferencia de la literatura, su caso–, sino como filtro particular que selecciona, escoge, organiza y compone una serie de ingredientes informativos, y que, finalmente, impone una particular forma de ver las cosas.

“Si algo –señala ASENSI (1996: 20-21)– puede deducirse de lo expuesto es que, alrededor de la maleta y sus papeles, por aquí y por allá, todo son cuños, indicaciones, etiquetas del dueño y/o autor [...] ha utilizado unas estrategias textuales, que no nos dejan olvidarnos de él, que nos obligan a tenerlo presente”. En el texto periodístico, en cambio, la ortodoxia recomienda el camino inverso: la firma de la información, exhibida como garantía, como responsabilidad susceptible de punición, y por el contrario, la disolución de esta particularidad en el propio texto, que pretende ofrecerse como una reproducción de la realidad, una copia exacta de los hechos que se narran, como si éstos tuvieran la capacidad de configurarse en reportajes, crónicas o noticias sin ninguna mediación, sin la intervención de aquel que no sólo da forma sino que también escoge los materiales noticiosos, e incluso pone las condiciones para

que éstos lo sean.

El periodista, ateniéndose a la noción de autor nacida a partir del siglo XVIII y fomentada por la ideología capitalista, no sólo asume la autoría sino que hace ostentación de ella en su lugar más visible –justo entre el titular y el inicio de la información, en la mayoría de medios–, como una marca de identidad que han potenciado –y, de hecho, potencian– las mismas empresas periodísticas, para proporcionar garantías al lector. Y a pesar de la manifiesta presencia, en las informaciones, a diferencia de los escritos anónimos de la maleta de Cervantes, el periodista se hace cargo de lo que firma para, acto seguido, borrar cualquier rastro que le identifique, siguiendo las normas de los libros de estilo, que prescriben la anulación de las marcas personales más evidentes, la evaporación de cualquier rastro de subjetividad. Es por ello que la situación que plantea Cervantes en su novela resulta, por contraste y a la luz de las reflexiones surgidas en los años 70 del pasado siglo, interesante.

Para ASENSI (1996: 24), la escritura siempre va acompañada de formas, que denomina metonímicas o fantasmagóricas, que nos devuelven al autor: “Y esas formas son las que convierten en inevitable la presencia del autor, las que perfilan y son, a la vez, consecuencia de la posibilidad de venida del autor”. De esta manera se dibuja un callejón sin salida que pasa por tomar al autor como una figura hipotética, inverificable, pero también inevitable.

En los textos periodísticos encontramos, pues, un autor manifiesto que pretende esconder esta condición a los papeles: firma, pero no deja marca aparente de su ‘yo’ –no habla en primera persona, a excepción de algunos artículos de opinión– en lo que narra, como si escribiera sobre el agua. Hay que preguntarse, por tanto, si el autor-periodista consigue desaparecer, anularse con todas las estrategias evasivas que dicta la canónica objetividad periodística o, por el contrario, se mantiene presente a través de formas metonímicas o fantasmagóricas. ¿Se puede negar la relación de contigüidad que liga al periodista con el texto? Y si es así, ¿quién selecciona el léxico, quien escoge la focalización de los elementos de la frase, los conectores entre oraciones, el uso de modalizadores?

Conscientes de la presencia de un sujeto –o sujetos, teniendo en cuenta el carácter corporativo de muchas de las tareas periodísticas– configurador –librada ya de las batallas del genio creador de los románticos, de las pulsiones y pasiones íntimas–, los teóricos del análisis del discurso –especialmente del análisis crítico (FOWLER et al., 1983)–, han puesto de manifiesto que las noticias, que los textos que ofrecen los medios no son copias neutras de la realidad, sino que constituyen representaciones del mundo, construcciones con una carga añadida de valores, ideologías, concepciones. En definitiva, que surgen de miradas particulares e imponen maneras de ver la realidad a través de los diferentes estilos, a través de las diversas formas de dar cuenta de ella que ponen en marcha los periodistas-autores del texto.

3. Del estilo a los estilos: una pluralidad de visiones y versiones

Si el concepto de autor ha sido objeto de no pocas polémicas y controversias, el de estilo no le ha ido a la zaga. Lejos de mostrarse nítida y cristalina, esta noción se presenta resbaladiza, como algo evanescente e inaprensible, incapaz de sucumbir a la definición cerrada, como pone de manifiesto la diversidad de aproximaciones que pretenden catalogarla, desde las que inciden en un marcado personalismo, intrínseco al carácter del autor, hasta las que consideran que se trata de una desviación de la norma. Elección entre diferentes alternativas para unos, mero envoltorio del pensamiento para otros, o norma establecida a partir de un conjunto de características colectivas, la definición de estilo está sujeta a las más variadas contradicciones. El problema, señala PAZ GAGO (1993: 25), reside básicamente en la dificultad de encontrar una definición, de formular sus propiedades y de fijar su estatuto teórico y científico, así como en la imposibilidad de precisar su naturaleza: lingüística, formal, estética, psicológica o filosófica. Cualquier intento de aproximación a la noción de estilo tiene un resultado abstracto e impreciso. Además, su polisemia, con múltiples aplicaciones a los campos más diversos, sólo ha contribuido a desdibujar los trazos.

A diferencia de la literatura, los estudios que se han realizado tradicionalmente desde el ámbito del periodismo no han prestado suficiente atención a los fenómenos de estilo. Al menos no más allá de hacer perdurar el mito de su carácter *objetivador*, en un principio y, como máximo, situarlo como una elección entre posibilidades retóricas. En este terreno se han movido las primeras caracterizaciones que, en términos generales, se han fundamentado en la prescripción, una aproximación basada en la mera repetición de recetas y fórmulas desgastadas, que ha dejado de lado los enfoques de carácter analítico y descriptivo, susceptibles de superar un estadio impresionista.

Las razones de este tratamiento cabe buscarlas en una noción unívoca de *estilo periodístico* concebida como una garantía de objetividad, como una norma de escritura capaz de reproducir la realidad, y vinculado a ello, en las premisas que proceden de la denominada redacción periodística, que presenta el periodismo como un oficio caracterizado por el dominio de una serie de técnicas y conocimientos aplicados. En este camino se situarían las aportaciones de autores como E. DOVIFAT, que ha influido de manera poderosa en las reflexiones de buena parte de sus sucesores, especialmente de los más destacados, J. L. MARTÍNEZ ALBERTOS y G. MARTÍN VIVALDI.

A finales de los años 70, uno de los primeros intentos de superación del mito de la objetividad periodística y de ampliación de perspectivas vino de la mano de L. NÚÑEZ LADEVÉZE. Crítico con lo que consideraba un “equivoco” en la identificación entre “veracidad” de la noticia y “modo descriptivo” de la redacción, el autor apostaba por sacar la venda de los ojos a aquellos que defendían una calculada apariencia *objetivadora* del estilo, como si se tratara de una propiedad del contenido, como si el empleo de un determinado estilo implicara la imparcialidad de quien lo utiliza, o como

si la imparcialidad informativa fuera, en definitiva, una cuestión de estilo (CASASÚS y NÚÑEZ LADEVÉZE, 1991: 103-104). Sus aportaciones se integran en una línea crítica en la que cabe incluir a autores como T. A. Van DIJK (1990), Á. LÓPEZ (1996), J. GARRIDO (1997) o E. TERUEL (1997).

En *Métodos de redacción periodística y fundamentos de estilo*, NÚÑEZ LADEVÉZE amplía las consideraciones anteriores sobre el estilo, sin variar sustancialmente sus planteamientos de base: “Lo que la noción de ‘estilo’ presupone es que el hablante o el escritor pueden expresar la estructura profunda de maneras muy diferentes”. Los cambios de estilo, sostiene, no afectan a lo que denomina estructura profunda. Cualquier decisión estilística altera los posibles “efectos psicosociales” del mensaje y de aquí se desprende que el estilo tenga una función “más retórica que cognoscitiva”. Esta definición de NÚÑEZ LADEVÉZE viene a resumir las propuestas del grupo de teóricos que han superado el mito del objetivismo, pero no han dado el paso más allá. Es decir, coinciden en negarle al denominado *estilo periodístico* la capacidad de objetivar, pero se mantienen anclados en una definición de estilo en términos de selección y, por tanto, como mero recurso retórico.

Los autores que han dado ese paso más allá y han inaugurado un tercer estadio de la reflexión sobre el estilo en los textos periodísticos lo han hecho a partir de un enfoque teórico y metodológico multidisciplinar. Superada la orientación “acrítica” y “pseudocientífica” de la redacción, la nueva perspectiva aborda el periodismo como un fenómeno complejo. Desde este punto de vista, el estilo periodístico o informativo deja de ser una coartada *objetivadora*. Diversos autores observan cómo se desmonta esta idea bajo la enorme diversidad de estilos y registros en la comunicación periodística y cómo cada uno de ellos configura una versión de la realidad. Entre ellos A. CHILLÓN, que empieza por poner en duda la denominación en singular, que lo eleva a la categoría de llave identificadora (“estilo periodístico”) y, al mismo tiempo, lo convierte en justificación para imponer unas normas, unos corsés expresivos que, con la excusa de salvaguardar la objetividad, se extienden por libros y redacciones con una autoridad no cuestionada. Frente a este panorama acrítico y complaciente, se plantea, a poco que se inicie la reflexión, la necesidad no sólo de revisar los orígenes y adscripciones de este concepto sino también de analizar, desde un punto de vista empírico, la diversidad de formas expresivas puestas al servicio del relato de la actualidad, y lo más importante, sus implicaciones cognitivas, el compromiso en la construcción de la realidad social.

A la luz de las reflexiones sobre el giro lingüístico, CHILLÓN va más allá de la constatación de que el estilo periodístico no es sinónimo de objetividad y apuesta por desterrar una expresión que, como argumenta detalladamente, no supera una revisión crítica: “No existe un supuesto estilo característico de la comunicación periodística en su conjunto sino una muy heterogénea y compleja diversidad de estilos y registros, distintas tanto en lo que hace a su *fisonomía expresiva* como a sus *aptitudes comunicativas*” (CHILLÓN, 1999: 46). Propone abandonar los puntos de vista

normativos y prescriptivos en aras de un acercamiento de carácter analítico y descriptivo, capaz de “dar cuenta *inductivamente* de los distintos y cambiantes estilos periodísticos, y de sus interacciones con, por un lado, las también cambiantes y distintas institucionalizaciones expresivas –esto es, con los géneros y subgéneros del periodismo considerados *como tipos de enunciados relativamente estables*– y por otro, con las singulares *lógicas de autor*” (CHILLÓN, 1999: 46).

M. GALLARDO (1988: 29) se muestra también partidario de “describir” buena parte de lo que se ha dicho sobre el estilo, de las apreciaciones que lo definen en términos de agilidad, rapidez o entretenimiento. En su opinión, el principal problema reside en creer que consiste sólo en unas condiciones formales: “El estilo no es sólo una forma, sino un conjunto de reglas que regulan la forma y que la relaciona con la funcionalidad”. Para explicarlo de forma plástica, apela a la imagen de un puente que une las dos riberas de un mismo río: el estilo no sería ni la forma periodística ni la función informativa sino el nexo entre las dos, “el código no escrito que las comunica a ambas”. Por eso no duda en referirse a “los infinitos estilos que posee la forma periodística”, las infinitas opciones lingüísticas que se le presentan (GALLARDO, 1988: 22). ¿Qué sentido tiene, entonces, ‘santificar’ unos recursos formales y un puñado de soluciones ingeniosas y prácticas, un juego de recetas que, a fuerza de repetir las, “han perdido el gozo del asombro, la vitalidad de lo propio, el vértigo del error”?, se pregunta (GALLARDO, 1988: 35).

Las recetas tampoco convencen a R. MUÑOZ, que advierte que no se puede confundir una categorización general, una apreciación sobre el lenguaje de los medios con una obligación. “Señalar el *qué* del estilo periodístico no significa estar entregando las llaves del *cómo*”, del mismo modo que recetar una aspirina no asegura que resultará efectiva para *ese* dolor de cabeza: “Por lo tanto, no soy partidario de establecer recetas, sino más bien de aclarar que existe un supraestilo que obedece a los objetivos de una profesión y a las necesidades de los medios de comunicación [...] ello no significa en modo alguno conculcar el estilo personal, puesto que ahí reside toda la capacidad creativa del hombre. El estilo es materia de grados a partir de parámetros previamente definidos (MUÑOZ, 1988: 61-62).

Pese a que los enfoques sociocognitivos han contribuido a poner de manifiesto la ideología que trasluce detrás de prácticas profesionales habituales, no han superado un punto básico: “La terca falta de comprensión acerca de la naturaleza retórica del lenguaje, y del modo en que éste es el puente o bisagra entre sujeto y objeto, pensamiento y ‘realidad’ ” (CHILLÓN, 1999: 48). De aquí la íntima sintonía entre estilo y contenido: “No es que, dada una cierta realidad objetiva haya diversas maneras y estilos de referirla, sino que cada manera y estilo suscita y construye su propia *realidad representada*”. Por tanto, la “realidad” referida en los medios “sólo nos es dado conocerla como realidad representada por medio del estilo empleado para su evocación” (CHILLÓN, 1999: 49).

Lo que plantea, pues, va un paso más allá de las consideraciones de estilo como simple elección o selección que permitiría decir “lo mismo” de formas diferentes. Al introducir la idea de “realidad representada” sugiere la importancia del lenguaje en la configuración de ésta: “El lenguaje no es simplemente un instrumento con el que puede darse cuenta de una realidad presuntamente independiente de él, sino la manera fundamental en que todo individuo experimenta ‘la realidad’”. Esto conecta con la definición de G. FLAUBERT (1998) sobre el estilo, que consideraba, en sí mismo, como “una manera absoluta de ver las cosas”. Por tanto, lejos de su carácter ornamental, el estilo se muestra como un elemento fundamental y suma a la reconocida naturaleza estética un componente cognoscitivo de primer orden: “No uno sino diversos, los estilos de la comunicación periodística suscitan y configuran distintas versiones y visiones de eso que damos por llamar ‘la realidad’. No existe un estilo o lenguaje periodístico inocente ni transparente, especie de herramienta neutra apta para captar ‘las cosas’, sino muy diferentes estilos de la comunicación periodística, cada uno de los cuales tiende a construir su propia realidad representada (CHILLÓN, 1999: 49).

Sin apelar directamente al concepto de estilo –una noción que sí que introduce en algunos de sus últimos artículos–, N. FAIRCLOUGH plantea sus estudios de análisis crítico del discurso desde una vertiente muy próxima a los autores citados en este apartado, consciente de que el análisis de los textos implica necesariamente forma y contenido: “Although it may be useful analytically to contrast these two aspects of texts, it is in reality difficult to separate them. Meanings are necessarily realized in forms, and differences in meaning entail differences in form. Conversely, it is a sensible working assumption that where forms are different, there will be some difference in meaning” (FAIRCLOUGH, 1995: 57-58).

4. Pragmaestilística. Elementos para analizar la presencia del autor en el texto

Si como decía GENETTE (1991) no hay texto sin estilo y éste, el estilo, revela un modo de ver las cosas, cabe preguntarse cómo queda reflejado en los textos periodísticos. En definitiva, en qué elementos se manifiesta esta presencia del autor-periodista, dónde es posible localizar su rastro, en qué medida las diversas formas de ver la realidad tienen un reflejo, una expresión lingüística que puede ser analizada desde una metodología pragmaestilística. Abordar el estudio del estilo en los textos periodísticos plantea la necesidad de tener presente esta inscripción, no de los rasgos biográficos o de las pulsiones íntimas del autor, sino de su punto de vista a la hora de configurar una realidad que contribuye a designar y crear a partir de una serie de marcas lingüísticas observables y analizables.

Los textos periodísticos conservan en buena medida esa esencia de muñecas rusas que KERBRAT-ORECCHIONI (1986) atribuye a los enunciados, esa *fascinación perversa*, como la denomina, la fascinación del abismo al que aboca una exploración que parece no acabar nunca. Los múltiples matices que presentan las piezas publicadas en los medios de comunicación, constituyen un motivo de interés, pero también de incertidumbre a la hora de afrontar un análisis que combina una mirada

microlingüística con la voluntad de no perder el horizonte donde se inscriben las diferentes realizaciones periodísticas. La aproximación a ellas requiere, de entrada, el diseño de un método de estudio que sea capaz de filtrar las diversas maneras de ver la realidad que quedan patentes en los textos.

La juventud de los estudios de comunicación obliga a importar de otros ámbitos con mayor bagaje teórico y metodológico las herramientas para acercarse con garantías a los textos periodísticos, al menos para traspasar las veleidades prescriptivas. Así, la lingüística y la estilística se convierten, como han puesto de manifiesto diversos autores, en soportes fundamentales para iniciar una reflexión empírica. Lejos de cualquier tentación autárquica, el análisis del estilo en los textos periodísticos debe situarse en el terreno de una pragmática que contemple los factores lingüísticos y extralingüísticos que han intervenido en su producción. De aquí la elección de la pragmaestilística, la vertiente de estudio del estilo –heredera de la tradición estilística– en el marco de la lengua en uso, siguiendo a L. HICKEY, como método adecuado para la investigación. Su objetivo no se limita a conocer el significado de un texto, sino a analizar su carácter de unidad comunicativa.

La propuesta de análisis de la inscripción del punto de vista, de la presencia del periodista en el texto resulta necesariamente fragmentaria e incompleta, teniendo en cuenta la diversidad de elementos enunciativos e ideológicos que entran en juego. Sin embargo, más allá de estas salvedades, es posible establecer, como se detalla a continuación, una serie de parámetros de estudio que muestran claramente algunos elementos lingüísticos que pueden analizarse, ligados a las diferentes tareas que realiza el periodista. Con esta finalidad, los indicadores se han distribuido en cinco grupos, que pretenden recoger las especificidades del trabajo periodístico, dar cuenta de las acciones en las que el periodista-autor deja, inevitablemente, su particular huella.

Estas acciones van desde la selección de hechos y protagonistas, que dispone estratégicamente siguiendo la voluntad de dar relieve a unos u otros datos, desplazando elementos o añadiendo operadores argumentativos, hasta los mecanismos de cohesión que implican al periodista en la textura discursiva, y hacen que, al tiempo que asegura el engranaje y el vínculo entre las oraciones, filtre su particular punto de vista. Su presencia queda patente como enunciador que escoge los operadores de modalización léxicos, fraseológicos o ligados a la sintaxis y la morfología, que permiten que aflore la subjetividad del autor del texto periodístico. Pero la suya no es la única voz que se escucha. Más aún, esta tarea de reportador de discursos no se limita a la de mero altavoz, a la de vehículo neutro de canalización de la palabra de otros, sino que comporta una implicación evidente. Por el hecho de escoger unas y dejar otras fuera, pero también por el modo en que éstas, las palabras, se insertan en el texto del periodista, por los matices que rodean al verbo de dicción o la particular forma de incluir la cita indirecta. Finalmente, en contra de la anatematización que lanzan manuales, libros de estilo y otros guardianes de las esencias *objetivistas*, el periodista

se muestra también como creador, artífice de figuras retóricas que, lejos de ponerse al servicio de un falso embellecimiento, de una ornamentación vacía, comunican con eficacia y transmiten una visión del mundo y de la realidad que presentan.

5. Propuesta metodológica

A partir de las reflexiones anteriores, se detalla en este punto la propuesta metodológica de análisis de los estilos periodísticos, que pretende mostrar la diversidad de estilos al servicio de una variedad de formas de ver y construir la realidad. Para ello se desglosan en cinco suapartados las acciones que marcan la intervención del periodista y aquellos elementos lingüísticos en los que es posible detectar su rastro. Las distintas operaciones se acompañan de ejemplos extraídos de textos informativos-interpretativos en los que es posible observar cómo se canaliza la introducción del punto de vista. Todos ellos pertenecen a la tesis doctoral referida en la primera nota y proceden de una muestra de más de doscientos artículos (entre noticias, informes, reportajes, crónicas y entrevistas), recogida entre el 30 de abril y el 6 de mayo de 2007 en ocho periódicos españoles: *El País* (EP), *El Mundo* (EM), *ABC* (ABC), *La Razón* (LR), *La Vanguardia* (LV), *El Periódico de Catalunya* (EpC), *Levante-EMV* (LE) y *Las Provincias* (LP).

5.1. Estrategias de relieve focal, modificaciones del orden sintagmático y construcciones de énfasis

El periodista contribuye a destacar unos u otros elementos de la oración, a fijar la atención del lector en determinados aspectos, una estrategia que revela cuáles son sus intereses prioritarios. El orden en que se exponen estos ingredientes es clave, especialmente cuando rompe con la disposición canónica de la frase para anteponer o retrasar la aparición de un sintagma respecto a su *espacio natural*, como ocurre en los siguientes ejemplos³, en los que la anteposición, lejos de ser una anécdota, aporta una fuerte carga interpretativa:

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

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

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

³ Los elementos destacados de cada epígrafe aparecen en gris y se señalan en cursiva otros indicadores del punto de vista que resultan interesantes.

A la hora de focalizar la atención en un aspecto, las llamadas estructuras ecuacionales o escindidas –constan de una magnitud a destacar, un relativo que concuerda con el término enfatizado y el verbo *ser* en presente o en la forma del verbo original– desempeñan un papel importante en las dinámicas informativas, como también algunas construcciones catafóricas (acompañadas de dos puntos) que se avanzan para introducir un matiz irónico y una interpretación más explícita:

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

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

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

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

Otro elemento con presencia y fuerza en los textos analizados son los denominados *operadores argumentativos* o *accionadores presuposicionales*, adverbios que marcan o predeterminan una lectura sobre aquello a lo que se refieren. A través de ellos, el periodista se implica para subrayar de manera efectiva lo que está expresando, ya sea para romper con una idea preconcebida o para añadir un matiz de insistencia:

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

♦ EpC: “En varias ocasiones, el agente pidió al enfermo que se detuviera. **Incluso** realizó un primer disparo en un órgano no vital que no frenó su marcha. Inmediatamente después, realizó otros tres disparos, *como mínimo*”.

5.2. Procedimientos para el mantenimiento o la transformación de las representaciones semánticas

Este apartado contempla el análisis de recursos como la anáfora o la correferencia y las sustituciones valorativas, así como los conectores de carácter argumentativo empleados para establecer relaciones de causalidad o consecuencia entre los hechos narrados. Es decir, aquellos indicadores pragmaestilísticos que no sólo se encargan de garantizar la cohesión sino que, además, implican, inevitablemente, al periodista-tejedor en el texto. Los siguientes ejemplos muestran cómo éste retoma a lo largo de su artículo datos que ya había proporcionado previamente bajo una nueva formulación que tiene implicaciones valorativas, pero también las diversas designaciones que ofrecen los medios analizados a partir de un referente informativo común:

♦ LV: “Los nuevos **dueños y señores del mundo económico** –los fondos de capital (private equity, en inglés)– han decidido entrar en la puja por el control

de Altadis”.

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

◆ LE: “El recuento de los votos en Escocia se ha visto ensombrecido por **una serie de problemas** que pueden haber obligado a invalidar hasta 100.000 papeletas”.

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

◆ LR: “Los británicos se precian de ser la democracia más veterana del mundo, pero aún les cuesta ejecutar con soltura el ritual por excelencia de las sociedades libres: las elecciones. Los votantes ya están acostumbrados al fraude postal y a esperar al día siguiente para enterarse del resultado, pero los comicios escoceses **batieron todas las marcas de incompetencia**. Ante el **aluvión de irregularidades**, las autoridades tuvieron que aplazar el recuento en siete circunscripciones y anular unas 100.000 papeletas”.

Los conectores argumentativos que unen sintagmas, cláusulas, oraciones o elementos contextuales para indicar una relación de oposición, de certeza, de causa/consecuencia o concesiva revelan también los vínculos que establecen entre ellos el periodista:

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

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

◆ LE: “El terrorismo es, por tercer mes consecutivo, la principal preocupación de los españoles, **aunque** baja 4,3 puntos respecto al mes anterior”.

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

5.3. Léxico y discurso prefabricado

La elección de léxico constituye un aspecto determinante en el anclaje subjetivo y por ello uno de los puntos a tener en cuenta, así como el denominado *discurso prefabricado* –en especial locuciones y colocaciones–, que se suma a los incisos o recursos como la oralidad y los coloquialismos a la hora de trasladar el punto de vista.

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

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

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

♦ LR: “Un mosso ‘acorrulado’ mata a un **maniaco**”.

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

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

La fraseología representa un campo muy amplio, en el que tiene cabida el llamado discurso prefabricado, es decir, aquellas piezas o construcciones fijadas en la lengua y que implican una serie de instrucciones interpretativas para el receptor. Pese a su variedad y diversidad, las más productivas y abundantes desde el punto de vista de su presencia y expresión del punto de vista son las locuciones verbales y adverbiales y las colocaciones con adverbio en *–mente*, como muestran los siguientes ejemplos:

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

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

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

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

♦ EP: “El gol de Eto’o **reflejó justamente** el *barroquismo* del Barça y su dependencia de Messi”.

Los textos periodísticos están contruidos a partir de estrategias lingüísticas que proporcionan una mayor o menor cohesión a la hora de integrar los elementos, pero, más allá de la dimensión arquitectónica, su contribución incide directamente sobre la esencia de aquello que transmiten, a través de incisos entre comas, estructuras

parentéticas entre guiones o apostillas en las que se reformulan y añaden nuevos puntos de vista:

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

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

-“*Lo malo es* cuando esto no se explica despacio, sino deprisa y corriendo, a la americana, cuando se empiezan a mezclar churras con merinas en las escuelas, y cuando al final, a la teoría del «diseño inteligente», de inteligente sólo le queda el nombre. Cuando deja de ser una opción del espíritu, para abrir oscuras simas de fundamentalismo en la América profunda. Allá donde a todo le llaman Dios. Hasta el punto de ponerlo de excusa para hacer guerras o ser del Ku Klux Klan”.

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

♦ EP: “Al acto, **al que no acudieron los socialistas en 2006**, asistió Miguel Sebastián”.

-“«Este proyecto no se puede llevar a cabo [...]. Tenemos muy buenos arquitectos y urbanistas con ideas ingeniosas que no obliguen a talar», continuó. **No mencionó** que su grupo votó a favor del proyecto inicial en 2003”.

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

♦ LR: “una masa de jóvenes con no pocos elementos de los denominados antisistema (**cercanos a la izquierda radical y también simples punkies en busca de destrucción gratuita**)”.

5.4. Introducción del discurso reportado

El periodista sigue distintas estrategias para incluir otras voces en su discurso y, lejos de hacerlo de manera neutra, sin intervenir, reproduciéndolas sin más, a través de esta operación toma posición respecto a las palabras que incorpora. Así pues, introduce estas reflexiones o ideas a través de unos verbos de dicción en los que deja inevitablemente su punto de vista, ya sea para mostrar un matiz crítico, para subrayar que las palabras resulten incómodas a quien las pronuncia o para aportar otras descripciones intencionales:

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

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

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

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

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

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

5.5. Metáfora y construcción de sentido

Si hay una figura retórica con presencia constante y destacada en los textos periodísticos esta es, sin duda, la metáfora, un recurso que permite trasladarse de un campo de la experiencia a otro, dar un salto de sentido, con la finalidad de expresar de forma más directa y contundente un punto de vista. Pero esta opción, rentable en términos cognitivos –como demuestra la presencia de metáforas en todos los ámbitos–, no es una concesión literaria neutra, sino que liga inevitablemente el campo de referencia con el punto de vista del periodista:

◆ EM: “Caminando sobre una alambrada sembrada de pinchos, el responsable de la política judicial en el PP sorteó también el precedente del rechazo del alto tribunal de la demanda de ilegalización”.

◆ LV: “El triunfo nacionalista en Escocia es un terremoto político cuyos temblores se percibirán desde Londres hasta Québec”.

◆ EP: “Pero puede que el laborismo acabe cayendo en una piscina con *muy poquita* agua y se rompa la cabeza”.

-“Escocia marca la agenda de Londres”.

◆ LR: “Además, Brown puede consolarse por los tibios resultados de los conservadores en las urnas, pese a que remataban casi a puerta vacía”.

-“A su probable sucesor, el escocés Gordon Brown, le quedará la ingrata tarea de insuflar energías a sus desfondadas tropas, pese a que ni siquiera ha sido capaz de preservar su patio trasero en manos de su partido”.

-“La cosecha laborista fue raquíca”.

6. Conclusiones

El análisis empírico de los textos periodísticos muestra cómo, más allá de las estrategias de impersonalidad, destinadas a negar la presencia del periodista en sus escritos, es posible descubrir el rastro del sujeto que los compone y elabora. Así pues,

lejos de una aparente ausencia, la identidad del autor-periodista sale a la luz a través de un conjunto de opciones textuales que quedan inevitablemente impresas en sus artículos, como huellas que es posible analizar y recomponer con la ayuda de las herramientas que proporcionan disciplinas como la lingüística. De este modo, el llamado estilo periodístico –en singular–, prescrito en los libros de estilo y entendido como ardid *objetivador*, se muestra más como un corsé de fórmulas y recetas de redacción que como un auténtico escudo protector contra las veleidades subjetivas. Éstas surgen a poco que se abandonen, como muestra la propuesta metodológica del punto anterior, las posturas prescriptivas por un acercamiento empírico que contemple las implicaciones que conlleva la elección del léxico, la distribución y composición de los elementos de la oración, los procedimientos para el mantenimiento y la transformación del referente o las fórmulas de introducción de otras voces en el discurso.

7. Referencias bibliográficas

ASENSI, Manuel

1996: *La maleta de Cervantes o el olvido del autor* (Documentos de trabajo). Valencia, Episteme

BAJTÍN, Mijaíl Mijáilovich

1999: *Estética de la creación verbal*. Madrid, Siglo XXI Editores

BARTHES, Roland

1987: *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura*. Barcelona, Paidós

BÉNARD, Serge

2002: *Les mots de la presse écrite*. Tours, Ed. Belin

BUFFON, Georges-Louis Leclerc [conde de]

1934: “Discours à l’Académie Française”, en: *Pages choisies*. Paris, Larousse, pp. 66-74

CALSAMIGLIA, Helena; TUSÓN, Amparo

2001: *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona, Ariel

CASASÚS, Josep Maria; NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis

1991: *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, Ariel Comunicación

CASTELLÀ, Josep Maria

1992: *De la frase al text*. Barcelona, Empúries

CHILLÓN, Albert

1993: *Literatura i periodisme. Literatura periodística i periodisme literari en el temps de la post-ficció*. València/Alacant/Castelló, Universitat de València/Secretariat de Publicacions de la Universitat d’Alacant/Publicacions de la Jaume I

CORPAS, Gloria

1996: *Manual de fraseología española*. Madrid, Gredos

- DIJK, Teun A. Van
1990: *La noticia como discurso*. Barcelona, Ediciones Paidós
- DOVIFAT, Emil
1964: *Periodismo*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispanoamericana
- FAIRCLOUGH, Norman
1995: *Media discourse*. Londres, Arnold
- FLAUBERT, Gustave
1998: *Sobre la creación literaria. Extractos de la correspondencia*. Madrid, Ediciones y talleres de escritura creativa Fuentetaja
- FOUCAULT, Michel
1994: "Qu'est-ce qu'un auteur", en: *Dits et écrits 1954-1969*, vol. I. París, Éditions Gallimard
- FOWLER, Roger; HODGE, Bob; KREES, Gunter y TREW, Tony
1983: *Lenguaje y control*. México, Fondo de Cultura Contemporánea
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina
1999: *La organización informativa del texto*. Madrid, Arco/Libros
- GALLARDO, Mauricio
1988: "El estilo", en: ROZAS, Eliana (ed.): *Estilo periodístico*. Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 7-31
- GARRIDO MEDINA, Joaquín
1997: *Estilo y texto en la lengua*. Madrid, Gredos
- GENETTE, Gérard
1991: *Ficción y dicción*. Barcelona, Lumen
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, Salvador
1997: *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid: Arco/Libros
- HICKEY, Leo
1987: *Curso de pragmaestilística*. Madrid, Coloquio
1989 (ed.): *The pragmatics of style*. London, Routledge
- JAUSS, Hans Robert
1987. "El lector como instancia de una nueva historia de la literatura", en MAYORAL, José Antonio (ed.): *Estética de la recepción*. Madrid, Arco/Libros, pp. 59-85
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine
1986: *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires, Hachette
- LÁZARO CARRETER, Fernando
1990: *De poética y poéticas*. Madrid, Cátedra
- LÓPEZ, Ángel
1996: *Escritura e información*. Madrid, Cátedra

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo

1986: *Géneros periodísticos*. Madrid, Paraninfo

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1991: *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Editorial Paraninfo

MUÑOZ, Raúl

1988: “Nihil novo sub sole”, en: ROZAS, Eliana (ed.): *Estilo periodístico*. Santiago de Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile, pp. 49-64

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis

1991: *Manual para periodismo*. Barcelona, Ariel Comunicación

PAZ GAGO, José María

1993: *La Estilística*. Madrid, Editorial Síntesis

PÉREZ PAREJO, Ramón

2004: “La crisis de la autoría: desde la muerte del autor de Barthes al renacimiento de la anonimidad en Internet”, en *Espéculo. Revista de estudios literarios*: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero26/crisisau.html> [fecha de consulta: 24 de febrero de 2009]

SALVADOR, Vicent

1995: “De la fraseología a la lingüística aplicada”, en *Caplletra*, nº 18, pp. 11-30

2000: “L’estil nominalitzat”, en *Caplletra*, nº 29, pp. 69-82

2003: “Pragmàtica i estilística”, en *Noves. Revista de Sociolingüística*, nº 4: <http://www6.gencat.net/llengcat/noves> [fecha de consulta: 24 de febrero de 2009]

TERUEL, Elvira

1997: *Retòrica, informació i metàfora*. Bellaterra/Castelló de la Plana/València, Universitat Autònoma de Barcelona / Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I/Publicacions de la Universitat de València.