

## **El *Framing* en la cobertura periodística de la catástrofe: las víctimas, los culpables y el dolor**

**José Manuel Noguera Vivo**

Universidad SEK

jose.noguera@sekmail.com

### **Resumen**

El porcentaje de noticias trágicas ocupa una parte importante en los informativos. A menudo estas piezas marcan la pauta de todo el producto y surgen los debates acerca de la conveniencia de mostrar una imagen o ser más o menos explícito en la descripción, en defensa de la intimidad de las víctimas y la sensibilidad de la audiencia. Las noticias sobre catástrofes contienen una emotividad porque el hecho narrado es emotivo en sí, pero no es menos cierto que la forma de narrarlo y de dotarlo de un encuadre (*frame*) también contribuye a que esa emotividad aumente o disminuya.

### **Palabras clave**

Catástrofe, encuadre, estilo, lenguaje, emoción, noticias, víctimas.

### **Abstract**

The percentage of tragic news occupies an important part in the press. Often these pieces mark the guideline of the whole product and people talks about the convenience of showing an image or of being more or less explicit in the description, always in defence of the victims intimacy and the readers sensibility. News on catastrophes contains a dramatic force because of the dramatic fact that is reported, but it is not less true that the way of narrating and of providing it with a frame, also contributes to this dramatic force increases or not.

## **Key words**

Catastrophe, frame, style, language, emotion, news, victims.

El empleo de algunas palabras calientes, de unos pocos epítetos o de algunos hipérbatos, por señalar un ejemplo, conlleva contenido implícito en cualquier texto informativo, pero por sí solos cada uno de estos recursos no determinan una carga afectiva importante. Es la suma total de los efectos y relaciones que se establecen entre los usos señalados lo que acaba desencadenando una especie de “dimensión afectiva” del producto periodístico.

Lo que se crea es un matiz general afectivo, un encuadre o *frame*, característico de las noticias que cubren los denominados hechos catastróficos y que necesita de teorías sobre la percepción para ser explicado.

## **El encuadre informativo y su analogía con la Gestalt**

W. Wolff escribe que “el fenómeno consistente en ver un todo cuando se nos presentan las partes constituye la base de nuestra percepción” (Martín Vivaldi, 1993: 97). Esta afirmación (que parece una alusión explícita a la teoría psicológica de la Gestalt), recuerda que el ser humano no es capaz de percibir en su totalidad el entorno que le rodea, es decir, la realidad. Por eso, necesita mecanismos de simplificación que le ayuden a comprender la parte de realidad que percibe mediante intermediarios, como son los medios de comunicación.

Sin embargo, la simple presencia de un intermediario (el medio y/o el periodista) ya garantiza de por sí una inevitable deformación del mensaje que se hubiese podido percibir de forma directa. Para este estudio, la intención de dotar a la noticia de una índole afectiva obedece a un intento de acercamiento entre el lector y el suceso. Cuanto más se emocione el lector o telespectador, o más “sienta” ese hecho, más “directa” estará siendo esa percepción “indirecta”.

Ante esta situación, conviene destacar la existencia de dos teorías, procedentes de distintos ámbitos pero con el mismo objetivo de fondo: facilitar esa tarea simplificadora para que el ser humano pueda percibir una parte de la realidad, y sobre todo, comprender la parte de su entor-

no que es capaz de percibir. Tanto la teoría de la Gestalt como la del *Framing* comparten este objetivo.

A este respecto y sobre las limitaciones perceptivas naturales del ser humano, Martín Vivaldi (1993: 97) aporta una visión interesante y que, aunque de forma implícita, parece aludir a la tarea desempeñada tanto por la Gestalt como por el *Framing*:

“...no todo el mundo percibe la realidad externa exactamente igual. Matizamos nuestro entorno según nuestra estimativa, según nuestro estado emocional, según nuestra acuidad sensitiva, según nuestro temperamento, según nuestros deseos, según nuestra impresionabilidad”.

Ambas teorías contribuyen a explicar mediante qué procesos se desarrolla la percepción de las personas. En este caso, hay que entender el papel de los medios de comunicación en esos procesos como de intermediarios, presentando sus productos (las noticias) en forma de “figuras sobre un fondo” (Gestalt) o como “encuadres” y “marcos” desde los que observar la realidad (*Framing*).

### **Nacimiento y desarrollo del *Framing***

La teoría del encuadre (o *Framing*) tiene su origen y desarrollo en la llamada sociología interpretativa. El mayor interés de este tipo de sociología se centra en el concepto de “definición de situación”, término explicado de esta forma por Sádaba (2001: 145):

“El concepto de «definición de la situación» es introducido por William Isaac Thomas en 1923 al afirmar que «las situaciones definidas como reales son reales en sus consecuencias», de manera que la realidad interpretada pasa a constituirse como la realidad social por excelencia”.

Este comentario de Sádaba resalta de forma totalmente explícita que las personas perciben su entorno según sus actitudes y conocimientos previos (es decir, según su interpretación). Para la sociología interpretativa, la respuesta del individuo está siempre condicionada por estos parámetros o factores.

Por eso, y volviendo de nuevo a realizar una obligada analogía con el ámbito periodístico, hay que señalar (aunque parezca una afirmación demasiado obvia) que la información que el lector percibe del hecho a través del enfoque de la noticia es lo que finalmente aceptará como el mismo “hecho real”. Pese a que la realidad casi nunca puede acotarse bajo un único marco de referencia, la noticia siempre lo hace, porque de este modo facilita enormemente la percepción del individuo.

Dentro de esta rama de la sociología, se encuentran tres escuelas que protagonizaron las aportaciones que posteriormente darían lugar al nacimiento y desarrollo de la teoría del encuadre: el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología.

### **La teoría del *Framing* informativo**

Marco o encuadre son términos que aluden a una misma teoría, la del *Framing*, y en este caso en concreto, a la del *Framing* informativo. Aunque se trata de una de las corrientes con mayor vigencia en la actualidad (sobre todo desde las últimas dos décadas), todavía son escasos los estudios que profundizan en el concepto de *frame* y, sobre todo, los que justifican su empleo en teoría de la comunicación (Sáda-ba, 2001).

En cuanto a su definición terminológica en castellano, son varios los términos que se han propuesto para sustituir al anglosajón *Framing* (entre ellos “enfoque”, “marco” o “formato”), y parece ser el de “encuadre” el preferido por la mayoría de autores de habla hispana.

Por otra parte, una de las palabras en castellano (al margen de “encuadre”) que más se aproxima a la idea que desarrolla la teoría del *Framing* es la de “ambientar”. Para Martín Vivaldi (1993), “ambientar” es un neologismo periodístico, y se emplea para indicar la acción estilística de “enmarcar” de forma adecuada un suceso, una persona o una cosa. En otras palabras, la acción de describir el ambiente en el que se desarrolla el suceso.

Si bien en un principio el concepto de *frame* surge en el ámbito de la psicología, es en el campo de la sociología, y concretamente en el de la sociología interpretativa, en el que se desarrollan los fundamentos de la teoría del *Framing*. Es Erving Goffmann, en el interaccionismo sim-

bólico, quien primero recoge este término para integrarlo en el estudio de los medios de comunicación.

Hay que remontarse a 1955 para encontrar el primer uso del término *frame* referido al proceso de recepción de los mensajes. Fue el antropólogo Gregory Bateson quien utilizó este concepto para definir el contexto o proceso de interpretación mediante el que las personas prestan atención a unos temas y desestiman otros. Bateson creó la metáfora del marco de un cuadro que permite distinguir entre el lienzo y la pared.

Unos años más tarde, en 1974, Goffmann publica *Frame Análisis. An Essay on the Organization of Experience*, una obra en la que recoge el concepto de marco empleado por Bateson en psicología para integrarlo en el campo de la sociología. Para Goffmann, el término *frame* alude tanto a un marco como a un esquema. Es un marco puesto que delimita el contexto de la realidad del individuo, y se convierte también en esquema al organizar, mediante una estructura mental, los datos externos objetivos.

Para Goffmann, los marcos no son definitivos, sino que están sometidos a una revisión y cambio constante conforme va cambiando la realidad. Para explicar este proceso, Goffmann habla de "reenmarcación de los hechos", y de esta forma explica la existencia de diferentes estratos de realidad, desde la realidad que nunca ha sido transformada hasta la que ha sido reenmarcada en varias ocasiones.

La importancia de Goffmann en la conceptualización del *Framing* radica en que le confiere a éste, a diferencia del ámbito psicológico y de Bateson, una dimensión social (Sádaba, 2001). De esta forma, la explicación del *frame* queda insertada también en procesos organizativos y sociales, y no sólo en procesos psicológicos como postulaba la escuela psicológica. Por ello, desde esta concepción el *Framing* aparece como un instrumento totalmente pertinente en el estudio de los procesos informativos de los medios de comunicación.

Autores como Tarrow (Sádaba, 2001: 152) consideran los medios de comunicación como agentes poderosos en los procesos de encuadre, y sobre todo, como los principales generadores de marcos sociales. Es en este contexto en el que surge un debate vigente sobre la verdadera influencia e importancia de los marcos sociales creados por los medios de comunicación. Sádaba (2001: 154) se hace eco de este debate de la siguiente manera:

“Para Todd Gitlin (...) los *frames* son recursos que utilizan los medios desde una posición dominante, hegemónica, para organizar la realidad de una sociedad. William Gamson, sin embargo, desmitifica este poder absoluto otorgado a los medios en relación con la acción colectiva, al afirmar que no son la única fuente de conocimiento y que su influencia no equivale en todos los casos al control social”.

Esta discusión surge prácticamente desde el mismo momento en el que se desarrolla la teoría del encuadre desde la teoría de la comunicación, en los años setenta y ochenta. Fue en esas décadas en las que los investigadores en comunicación empezaron a tener en cuenta las aportaciones de la sociología interpretativa, para profundizar de este modo en un análisis eminentemente cognitivo y que tendría como objeto de estudio el significado de la realidad que difunden los medios y la repercusión de esos significados en la audiencia (Sádaba, 2001: 156).

La teoría del encuadre entra en conflicto con la pretensión de objetivismo puro puesto que, como apunta Sádaba (2001: 159): “la respuesta que ofrece la teoría del *Framing* al objetivismo es negar sus postulados, ya que argumenta que, cuando cuenta lo que sucede, el periodista encuadra la realidad y aporta su punto de vista”.

La explicación de la frase de Sádaba es lógica: si no se puede eludir totalmente la parte subjetiva de cualquier mensaje periodístico (puesto que el emisor es un *sujeto* y no un *objeto*), una de las maneras más fiables de lograr la objetividad sería mostrar todos los puntos de vista de una noticia, dejando al lector la valoración de cuál es el más importante; pero es precisamente la teoría del encuadre la que señala la imposibilidad de realizar esta tarea, dada la gran dificultad de presentar todas las versiones de un hecho sin incidir (aunque sea de forma inconsciente) más en una que en otra. De hecho, el encuadre o *Framing* puede ser una de las premisas por las que se rechaza el objetivismo puro en el trabajo periodístico, al convertirse en una de las manifestaciones más evidentes de la intervención del informador. En estos términos lo explica Sádaba (2001: 159):

“Partiendo del concepto de marco que usa Goffmann, el distanciamiento con la postura objetivista es total, al afirmar que el sujeto, el periodista en este caso, se encuentra en la misma noticia y que esa aparición se traduce en forma de *frames*”.

Dentro de las ciencias de la comunicación, la teoría del encuadre apoya la tradición que señala a los medios de comunicación como intermediarios entre el hombre y su entorno social, un papel mediador que alcanza su máximo grado de importancia cuando el medio se convierte en "el único modo de acceso a lo que sucede «ahí fuera»..." (Sádaba, 2001: 159).

Es en este punto en el que se confirma la "indefensión" del ciudadano ante el medio (porque no es capaz de captar la realidad personalmente y por ello aceptará casi "dogmáticamente" lo que el periodista le presente). Autores como Van Dijk (1996: 22) justifican la necesidad de utilizar *frames* y señalan que el *frame* no es un instrumento de manipulación, sino más bien una herramienta necesaria para construir y desarrollar el producto periodístico: "La noticia no se caracteriza como una imagen de la realidad, que puede ser correcta o deformada, sino como un marco a través del cual se construye rutinariamente el mundo social".

Si bien la metáfora de Bateson citada con anterioridad es bastante clara para conceptualizar el *frame* como un instrumento mediador entre el individuo y la sociedad, tal vez para el ámbito periodístico sea mucho más explícita la comparación propuesta por Gaye Tuchman (1972). En ella, la noticia (el "lugar" donde se desarrolla el marco, encuadre o *frame*) es una ventana, y según sean sus características lo que se ve a través de ella, la realidad, se observará de una forma u otra.

Esta explicación lleva inevitablemente a una mayor responsabilidad de los periodistas, que son los que fijan los puntos de atención sobre la realidad, es decir, los que determinan unos encuadres u otros. Para Tuchman, los dos factores que conllevan una fijación determinada de la realidad, y por tanto la utilización de marcos de referencia, son la organización y las rutinas profesionales de los periodistas (Sádaba, 2001).

A su vez, dentro de estos dos factores existen muchas más razones que determinan en última instancia el producto final, la noticia, tales como la distribución en secciones, los condicionamientos técnicos, las fuentes disponibles, la ideología...

## Encuadres (frames) en la cobertura de catástrofes

Después de la reflexión teórica sobre la existencia de marcos (*frames*) en las noticias, se echan en falta algunas apuestas arriesgadas acerca de los modos de visualizar, hallar y concretar la aparición de los marcos de referencia en dimensiones operativas válidas.

A este respecto se pronuncia James Tankard (Sádaba, 2001: 165), al especificar algunos mecanismos que sirven para analizar los *frames*. Se trataría de la observación y análisis de elementos como titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, entradillas, fuentes, citas, estadísticas, tablas o gráficos. De ellos, conjuntamente o por separado, se puede desprender el enfoque de una noticia porque determinan, por ejemplo, qué ideas se subrayan y cuáles se ocultan.

Respecto al caso de estudio de esta investigación, se podría resumir que la cobertura periodística de catástrofes viene argumentada principalmente bajo alguno de estos cinco *frames* o marcos de referencia (si bien algunos como el primero y el tercero pueden estar estrechamente ligados):

- a) En un contexto de “tragedia inevitable e imprevisible”, en el que predomina el pesimismo y la descripción de las causas y consecuencias del hecho.
- b) En un marco de “responsabilidad civil y administrativa”, con un discurso en el que se buscan principalmente las causas de la catástrofe para poder señalar a los culpables; dentro de este discurso también aparece inserto el de recuerdo hacia las víctimas.
- c) Bajo un *frame* articulado con un discurso centrado casi exclusivamente en la “descripción del dolor y la solidaridad” con las víctimas.
- d) Con un discurso centrado en el “balance de daños” tanto personales como materiales, ocasionado a corto, medio y largo plazo.
- e) Con historias enmarcadas bajo el hilo argumental de las “labores de rescate”, tanto de desaparecidos como de cadáveres, así como las de atención a los heridos.

No es difícil observar cómo los cinco marcos de referencia citados son muy susceptibles (aunque lógicamente unos más que otros) de ser tratados bajo un prisma afectivo o sentimental significativo.



## **Crear un encuadre a través del estilo**

Buceta Facorro recurre a Newcomb (1992: 118) para mostrar la evidente relación que existe entre el marco de referencia que adopta la noticia y el lenguaje empleado en ella:

“El rótulo verbal incide en la percepción de las cosas en uno y otro marco de referencia. Con mucha frecuencia son presentados los objetos o acontecimientos con el acompañamiento de palabras calificativas favorables o desfavorables, con lo que las cosas, personas o situaciones son enfocadas de acuerdo con el marco de referencia asociado con el rótulo adjudicado”.

Es importante advertir cómo Buceta Facorro (1992) se expresa en términos de “palabras calificativas favorables o desfavorables...”, en lugar de utilizar “adjetivos favorables o desfavorables”. El matiz es clave, ya que incide sobre la idea comentada en el capítulo anterior sobre el carácter “heterogéneo” de la connotación, ya que ésta no radica simplemente en la presencia o no de un adjetivo, sino en la elección de cada una de las palabras que conforman el texto y por tanto en la construcción final de éste.

En la misma línea, Martín Vivaldi (1993) señala que el hecho de “enmarcar” un suceso, entendiendo por “enmarcar” la acción de describir el ambiente en el que se desarrolla el suceso informativo, no es posible sin una determinada acción estilística. En este caso, cabe interpretar esa acción estilística como el empleo de un estilo premeditado en el texto, con una finalidad y rasgos propios, y en este caso, de la cobertura de catástrofes. Otra autora que señala el innegable papel que desempeña el lenguaje a la hora de determinar un encuadre u otro es Sádaba (2001: 159):

“...según el lenguaje utilizado, la información varía tanto de un medio a otro que, en casos extremos, no se puede identificar el mismo acontecimiento bajo dos rúbricas que, en principio, tratan el mismo tema”.

Hay que remontarse hasta la corriente del interaccionismo simbólico para encontrar otra manifestación explícita acerca de la importancia del

lenguaje respecto al *frame*. Y no es ni siquiera en el interaccionismo, sino en uno de sus antecedentes, en la sociología pragmatista, en la que encontramos esta reflexión. En ella, Herbert Mead (Alexander, 1997: 169) apunta que:

“El lenguaje no simboliza simplemente una situación u objeto que está allí de antemano; posibilita la existencia o aparición de dicha situación u objeto, pues forma parte del mecanismo por el cual se creó la situación u objeto (...) Los objetos dependen de estos significados o son constituidos por ellos”.

Así pues, Mead argumenta que el lenguaje (que para el interaccionismo simbólico es el sistema de símbolos más común) se constituye no como consecuencia de la acción, sino incluso como causa de ésta (Alexander, 1997).

### **Caso de estudio: las inundaciones de Tous (1982) y la riada de Biescas (1996)**

La muestra del presente estudio consta de cincuenta páginas de periódico, es decir, de cincuenta unidades de análisis. A su vez, estas cincuenta unidades pertenecen a dos casos diferentes, tratados en el mismo medio de comunicación (el periódico *El País*) pero que distan entre sí catorce años (las inundaciones de Tous en 1982 y la riada de Biescas en 1996).

De esas cincuenta páginas, 22 corresponden al caso de Tous, mientras que las 28 restantes al de Biescas. El punto de partida de ambos casos es el primer día de cobertura mediática que tuvieron los hechos en el medio analizado (jueves, 21 de octubre de 1982 en Tous, y jueves, 8 de agosto de 1996 en Biescas). A todas las unidades se les aplicó una plantilla de análisis (donde se medían diversas variables en títulos, antetítulos, cuerpo, fotos o ladillos para determinar la naturaleza del encuadre) que se puede solicitar al autor de este artículo a través del correo electrónico.

La plantilla está formada por un total de 33 cuestiones divididas en cuatro parcelas según su función dentro del análisis del documento, y

concibe como unidad de análisis cada página (por tanto, una doble página computa como dos unidades de análisis).

Las nueve primeras preguntas conforman la parte de "Localización" de la unidad, tanto geográfica como espacial, y en diferentes niveles. De las cuestiones diez a la catorce se codifica la "Descripción" del documento, a un nivel muy general ya que tan sólo se demanda el número de columnas, la existencia de acompañamiento gráfico alguno o de publicidad, la división del hecho y el protagonismo del tema (exclusivo o compartido). A continuación, y por la necesidad de combinar el estudio cuantitativo con el cualitativo (es decir, el análisis de contenido con el análisis del discurso) la ficha se divide en cinco preguntas correspondientes a la medición cuantitativa y catorce para la cualitativa.

De la cuestión quince a la diecinueve se miden recursos como los hipérbatos, los epítetos, las citas textuales, el uso de nombres propios en el cuerpo de texto o el de cifras en titulares. De la pregunta veinte a la treinta y tres, se aborda el uso de palabras calientes y frías, los significados derivados del uso de algunos recursos lingüísticos, las categorías o macroestructuras predominantes en las noticias (véase el epígrafe 7.1.2.1) y los marcos de referencia predominantes en distintos puntos de la unidad de análisis (titulares, subtítulos, antetítulos y fotografías), así como el marco de referencia resultante de todos ellos.

A partir de todas estas cuestiones y de la combinación de la parte cuantitativa con la cualitativa, el estudio con la plantilla de análisis propuesta y utilizada en esta investigación ofrecerá mayores resultados cuantas más relaciones se establezcan entre sus diferentes partes (para ello resultan especialmente apropiados programas informáticos para el tratamiento estadístico de datos como el SPSS).

## **Comentario de resultados**

El marco resultante de ambos hechos muestra de forma clara las principales características de cada uno de ellos. Mientras que en Tous los dos marcos más frecuentes fueron el balance de daños y el dolor y solidaridad con las víctimas (en un 50% y un 27,3% respectivamente), en Biescas fueron la explicación de la tragedia como imprevisible e inevitable y el balance de daños (en un 39,3% y un 21,4%). La búsqueda de

responsabilidades se saldó en Tous con un 4,5% y en Biescas con un 17,9%. Sin tener en cuenta si se trata de una tragedia u otra, el primer día de cobertura obtiene el marco de explicación de tragedia imprevisible e inevitable en un 60% de los casos. En segundo lugar aparece el balance de daños con un 20%, el mismo porcentaje que alcanzan el resto de marcos de referencia juntos.

Para el segundo día, el discurso centrado en el dolor y solidaridad con las víctimas aparece en primer lugar con un 45,5%, después el balance de daños, con un 36,4, y la explicación de tragedia imprevisible pasa de un 60% el primer día a un 9% el segundo. Estos resultados son bastante comprensibles si se tiene en cuenta que en el primer día de la cobertura de una tragedia difícilmente se pueden obtener datos fiables y definitivos sobre el número de víctimas y el balance de daños, algo que sí es más factible al segundo día de cobertura informativa. El tercer día de cobertura el discurso centrado en el dolor y la solidaridad, junto con la explicación de tragedia imprevisible e inevitable son los marcos más frecuentes, ambos con un 33,3%. La búsqueda de responsabilidad y el balance de daños comparten también porcentaje con un 11,1%.

El cuarto día la explicación de tragedia imprevisible e inevitable tiene un 54,5%, y el balance de daños un 27,3%. Tanto el quinto como el sexto día el balance de daños es el marco más común, con un 50% y un 75% respectivamente (tiene lógica, a más paso del tiempo mayor balance de los daños causados). En proporción, estos días también aumenta la búsqueda de responsabilidades, un 33,3% el quinto y un 25% el sexto.

## **Conclusiones**

El discurso informativo sobre catástrofes posee unas particularidades que le confieren un aspecto hasta literario en algunas ocasiones. Pero esto, cuando se produce, no menoscaba el rigor periodístico de la noticia. Cualquier recurso lingüístico es válido si con él la noticia es mejor comprendida, leída con más atención o mejor recordada. De hecho, parece que así sucede con determinados temas periodísticos que, como señala Van Dijk (1996: 226), permanecen más en el recuerdo por su talante trágico, sentimental o humano:

“Por lo general, las personas recuerdan mejor el tipo de relatos negativos o espectaculares, característicos también de los relatos cotidianos y de ficción, y/o los que tienen mayor atracción emocional o relevancia cotidiana: la delincuencia callejera, los accidentes, los desastres, etc.”.

El estilo ayuda a que lo intencionado parezca casual, y ésta es una condición idónea para un periodista que sabe que debe “informar emocionando”, y que es mejor si lo hace “diciendo” las informaciones y “sugiriendo” las emociones. A partir de ahí las posibilidades son tan extensas como el dominio del lenguaje permita a cada uno.

A un nivel específico, se podría decir que los contenidos implícitos de una redacción se vislumbran en los elementos particulares, los detalles, mientras que en otro nivel más global, el enfoque o dimensión de la información vendría determinado por la suma total de todas las relaciones consecuentes.

En la cobertura informativa de catástrofes se pueden definir con claridad hasta cinco enfoques que comparten, en uno u otro grado de intensidad, un elemento común: una dimensión afectiva. Tanto si se informa desde una perspectiva de “tragedia inevitable”, de “búsqueda de responsables” o de “solidaridad con las víctimas”, como si se hace desde otras de “balance de daños” o centrándose en las “labores de rescate”, el discurso aparece siempre impregnado de un talante eminentemente emotivo. Y conviene no caer en el error de pensar que ha sido sólo por el carácter trágico que ya tiene el hecho en sí, ya que, como se apunta en este texto, distintas herramientas del lenguaje e intenciones contribuyen a que la noticia tenga un encuadre determinado y no otro.

## **Bibliografía**

- ALEXANDER, J.C. (1997): *Las teorías sociológicas desde la Segunda Guerra Mundial*. Madrid, Gedisa.
- BUCETA FACORRO, L. (1992): *Fundamentos psicosociales de la información*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- CAMPS, S.D. (1999): *Periodismo sobre catástrofes*. Buenos Aires, Paulinas.
- CASTANEDO SECADAS, C. (1998): *Terapia Gestalt. Enfoque centrado en el aquí y el ahora*. Barcelona, Herder.

- DE FLEUR, M. L. y BALL-ROCKEACH, S.B.(1982): *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós.
- FISHMAN, M. (1980): *Manufacturing the News*. Austin, University of Texas Press.
- GRIJELMO, A. (2001): *El estilo del periodista*. Madrid, 7ª edición, Taurus.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1983): *La Connotación*. Buenos Aires, Hachette.
- MARTÍN ROJO, L. y WHITTAKER, R. (eds.) (1998): *Poder-Decir o El poder de los discursos*. Madrid, Ediciones de la UAM.
- MARTÍN VIVALDI, G.(1993): *Géneros periodísticos*. Madrid, 5ª edición, Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (1989): *El lenguaje periodístico*. Madrid, Paraninfo.
- MONZÓN, C. (1996): *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid, Tecnos.
- MORIN, E. (1975): *L'Esprit du Temps II*, París, Nécrose, Grasset.
- MOSCOVICI, S. (1985): *Psicología Social*, Barcelona, Paidós.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1991): *Manual para periodismo*, Barcelona, Ariel Comunicación.
- RITZER, G. (2001): *Teoría sociológica moderna*. Madrid, McGraw Hill.
- RODRIGO ALSINA, M. (1996): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- SÁDABA GARRAZA, M.T. (2001): “Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (*Framing*) en comunicación”, en *Comunicación y Sociedad*, pp. 143-173.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, L. (1990): *El comentario periodístico*. Madrid, Paraninfo.
- VAN DIJK, T. A (1996): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación.