

# La acción dramática en las noticias de televisión

RICHARD MILLÁN TORRES<sup>1</sup>

Artículo recibido el 27 de Febrero de 2019,  
aprobado para su publicación el 30 de Abril de 2019

*“... para comprender las noticias en televisión es primordial considerarlas como lo que son, es decir, auténticas ficciones representativas de la vida real”*

Juan José García-Noblejas

## Resumen

A finales de los años 70' la socióloga Gaye Tuchman (1976) llamó la atención sobre denominar la información noticiosa como un relato, asegurando que no se trata de acusar la noticia de ficticia, solo de reivindicar su carácter de realidad “construida” y “selectiva”. El planteamiento de Tuchman es el principio de la discusión contemporánea sobre la estructura narrativa de las noticias y que, hoy por hoy, están bajo la lupa de quienes sostienen, como Van Dijk (1983), que la noticia debe contener las categorías clásicas de la narración, como la historia, el drama, el suceso, etcétera.

Este artículo consulta a especialmente a García-Noblejas (2005) quien sustenta su planteamiento sobre las narrativas noticiosas como ficciones que hacen un recorte de realidad y, como tal, tienen un alto contenido de subjetividad del periodista – narrador, quien decide sobre lo que debe o no conocer la sociedad sobre un hecho.

**Palabras claves:** Narrativas noticiosas; Ficciones; Noticia; Realidad; Dramaturgia

## 1. A modo de introducción

Tradicionalmente las noticias han sido consideradas piezas de la comunicación, apegadas a una rígida estructura, que se limitan a relatar los hechos relevantes que, a juicio del periodista, merecen ser contados. Según Alsina (1993), “la noticia no es más que narrar un hecho”, entre

---

1 Profesor del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, Comunicador Social y Periodista, Magister en Educación–Docencia, Coordinador del Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales y Doctorando en comunicación de la Universidad de los Andes (Chile). Correo electrónico: richardmillan@umanizales.edu.co

tanto García–Noblejas (2005, p. 110) asegura que “(son) auténticas ficciones representativas de la vida real”. En las aulas de clase se insiste en definir la noticia como la información de un hecho que se considera importante y que sucede en un tiempo que consideramos actual, tal como reza el manual de estilo y ética periodística del diario La Nación de Argentina (1997).

El apego al relato fiel del hecho es una premisa del periodismo, y aunque se admite un asomo de subjetividad en el tratamiento informativo, cuando se decide editar los datos, se insiste en mantenerse fiel a lo que objetivamente ocurrió.

El relato de las noticias, no siempre es uniforme o mantiene una misma estructura, la formación y la intención del periodista, la importancia y connotación del hecho, y hasta la necesidad de captar audiencia, influyen en la forma de narrar.

Ricoeur, en concordancia con Aristóteles, sostiene que: “La narración es imitación de acciones” (Balaguer, 2002, p. 95), una afirmación que nos provoca a escudriñar en un asunto polémico, pero pertinente, que relaciona el relato de la realidad (noticia), con el uso de formas narrativas dramáticas.

“Las informaciones constituyen obras artísticas, artificiales, que actúan como la vida misma, como lo hacen las acciones inmanentes, naturales, en las personas humanas [...]” (García–Noblejas, 2005, p. 87). Esta reflexión nos plantea la necesidad de comprender, como realizadores y espectadores, que los relatos audiovisuales de realidad o de ficción son una apuesta de un emisor, con una intención definida y con la necesidad de hacer recortes de realidad a partir de criterios subjetivos con implicaciones directas en las audiencias.

Pero, además de esta circunstancia, propia de un proceso de selección informativa, también es pertinente considerar que cada medio tiene sus características estéticas que lo conducen a tomar decisiones, no solo de fondo, también de forma, y es allí donde es necesario analizar la influencia de la dramaturgia en el modo de relatar los hechos noticiosos. Para esta reflexión consideraré especialmente la obra de Juan José García–Noblejas, en su reflexión sobre la representación de la realidad en las noticias de televisión, y la obra de Soledad Puente en un análisis muy interesante de cómo la noticia tiene una estructura dramática que permite su comprensión y cercanía con la audiencia.

## 2. Discusión teórica

El tratamiento objetivo o no de la noticia en lo audiovisual va más allá de la dimensión estética, la discusión se plantea a partir de la necesidad de fragmentar imágenes y testimonios para hacer consumible<sup>2</sup> un producto informativo. Las audiencias televisivas exigen cada vez más contenidos que sean comprensibles, completos y cercanos. Según Gimeno, Jauset

---

2 Según la RAE, es un adjetivo de algo *que puede consumirse*. Asumo los contenidos audiovisuales como bienes de consumo, toda vez que, además de cumplir una función social, también representan un bien para una organización o, en nuestro caso, una industria cultural. Según la web <http://economipedia.com/definiciones/consumo.htm>: *En economía se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor.*

Berrocal & Peralta, dicha audiencia está formada por un público heterogéneo a quien le interesa que se entienda bien el mensaje y que por ello “cuando se redacta, hay que hacer presuposiciones sobre los conocimientos, los valores, las normas y las creencias compartidas con este público” (2008, p. 61).

Podríamos afirmar que cuando se elaboran noticias, hay que considerar además, entre tantas cosas propias del protocolo de una estructura informativa, el cómo acercarse al televidente, quién es el telespectador, qué intereses tiene, cómo interactuar con él y, además, cómo mantenerlo en sintonía. Buscar la complacencia de todos es un tema que pone en aprietos al periodismo, no solo al audiovisual; sin embargo el entorno de imágenes, audios, gráficos y demás elementos propios de la televisión, representan un determinado grado de exigencia en la elaboración de los productos.

Cuando se relatan hechos noticiosos en televisión, hay que considerar que en el lenguaje audiovisual y escrito está la clave para capturar la atención de la audiencia, “El redactor tiene que escribir la noticia de tal manera que a los entendidos no les parezca superficial y que a los que son legos en el tema no les parezca demasiado críptica” (Gimeno et al., 2008, p. 61).

El asunto de enganchar<sup>3</sup> al televidente está relacionado con una de las funciones de la televisión, entretener. La premisa es informar, educar, formar y entretener pero, ante todo, hacerlo de manera agradable, que le entregue al espectador un motivo para no cambiar de canal.

Sobre esto, García–Noblejas insiste en que “[...] las noticias que aparecen en la televisión son peculiares ficciones gnoseológicas, de carácter simbólico y alegórico” (2005, p. 85). Los periodistas y medios asumen la responsabilidad de estar bien informados, de tener el conocimiento cierto de los hechos pero, además, deben conocer las formas para comunicarlos a sus audiencias de tal manera que ese conocimiento llegue de manera transparente a quien lo necesita. Cuando hablamos de transparencia en la información nos referimos a las consideraciones de lenguaje, modo, forma y extensión de las noticias, de acuerdo con los canales usados y el tipo de audiencia a la que se dirige. García–Noblejas es contundente al referirse a este tema:

El margen de transparencia significativa de los medios es realmente mínimo: se puede pedir que las frases entrecuilladas puestas en boca de alguien, hayan sido efectivamente pronunciadas, pero lo que ya no se puede inocentemente suponer es que aquellas frases sean precisamente las más relevantes (García–Noblejas, 2000, p. 7).

---

3 *El enganche* es una estrategia propia de la televisión y se usa como principio general en cualquier tipo de contenido para retener el interés del televidente y garantizar que se quede enganchado a un determinado programa. Tiene una fuerte ascendencia en la ficción y en los programas de entretenimiento, como lo asegura Patricia Marco, directora de la división de televisión de Telecinco: “El secreto está en el efecto telaraña en el que te quedas atrapado: capítulos cortos y un humor sorprendente que te permiten evadirte y que te engancha” (Tomado de [https://elpais.com/diario/2008/10/27/radiotv/1225062001\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/10/27/radiotv/1225062001_850215.html), consultado el 05 de febrero de 2018).

Las noticias son representaciones de una realidad y, como tal, interpretan hechos ciertos y le dan sentido a los mismos. Son contenidos que construyen y aportan a la información, dan a conocer una realidad mediante dispositivos simbólicos que elaboran escenarios de interpretación social, otorgando a la audiencia elementos y criterios de juicio sobre un hecho cotidiano o extraordinario. Estos elementos están anclados a una estructura narrativa dramática que comprende un relato con inicio, nudo y desenlace; aunque en la realidad esa estructura puede complejizarse de tal forma que la noticia debe usar otros elementos dramáticos que permitan la comprensión del hecho materia de la cobertura.

Además de ser un contenido con una estructura dramática, la noticia es una construcción social y, como tal, representa acciones humanas con un alto grado de intersubjetividad, ampliando las posibilidades de masificación y, así mismo, de distorsión. Cada receptor de la información se convierte, de inmediato, en un retransmisor de la misma y, parodiando el juego infantil del teléfono roto<sup>4</sup>, la información se resignifica y provoca alteraciones en el mensaje original. En el marco del planteamiento de Shannon y Weaver en su teoría matemática (Castro y Filippi, 2010), esta alteración del mensaje, en el momento de la recepción y posterior reemisión, es un ruido<sup>5</sup> que distorsiona y aleja de la realidad (inicialmente la fuente primaria de información). No es necesario contemplar los conocimientos previos de la audiencia, pero sí es importante saber que esos preconceptos inciden en la interpretación de la noticia. Van Dijk advierte la importancia de considerar las vivencias individuales:

Los modelos personales pueden ser diferentes, debido a las distintas biografías y, en consecuencia, pueden controlar el procesamiento de diferentes maneras [...] También pueden tener diferentes opiniones, actitudes e ideologías; las cuales también influyen sobre el proceso de interpretación y las estructuras de las representaciones del texto (Van Dijk, 1996, p. 154).

En cada alteración, el mensaje recibe nuevos elementos que cambian su significado, se hace una nueva representación de la realidad y se apropian elementos dramáticos que ayudan a captar la atención de la audiencia. Cada relato de realidad contempla elementos no propios de la historia, es necesario que contenga ficciones que ayuden a elevar su grado de interés, a eso se le podría denominar la acción dramática<sup>6</sup>.

---

4 *El teléfono roto* es un juego infantil que consiste en pasar un mensaje al oído entre varias personas, con la particularidad que el mensaje se va distorsionando y cambiando de sentido a medida que un receptor lo replica. La idea es que el mensaje original cambie totalmente de sentido y se construya uno nuevo con un significado totalmente diferente y en ocasiones, adverso.

5 *El ruido* en la teoría matemática es un planteamiento de Claude E. Shannon y Warren Weaver quienes, a mediados del siglo XX, desglosaron en cinco elementos el proceso comunicativo. Es una teoría de la información, mirada desde la cibernética, que contempla una fuente, un transmisor, un canal, un receptor y un destino. En medio del proceso comunicativo, en el que no importa el contenido del mensaje, se considera el ruido desde lo técnico, como distorsión de la señal y demás elementos que “ensucian” el mensaje, y el ruido no técnico que se relaciona con los aspectos sociales que rodean la retransmisión del mensaje y que provocan distorsión del mismo.

6 *Acción dramática* es un concepto aristotélico contenido en *La Poética*, que permite entender que cada representación es dramática en lo concerniente a la relación entre hechos cotidianos y acciones que rompen el equilibrio y, como tal, permiten construir un relato que trasciende la simple descripción.

Soledad Puente (1997) asegura que: “Los periodistas al informar cuentan historias y el método más apropiado para ello es el que combina, como la novela, los recursos propios del arte narrativo con los del arte dramático [...]” (p. 164). Y es que la noticia necesita un inicio que atrape, un desarrollo que cuente la acción, y un final que permita entender el desenlace de la historia. Contrario a lo que ocurre con la ficción, como lo cuenta Puente (1997), donde se busca restablecer un equilibrio de la historia en relación con la situación inicial, la noticia no necesariamente debe terminar con un desenlace ansiado, simplemente puede concluirse de tal forma que dé parte de una historia cotidiana o permita dar inicio al relato de otra historia que tenga relación.

Puente (1997) considera que el ejercicio periodístico logra mantenerse dramático en la medida en que se acerque a la acción y se distancie de la descripción. Toda noticia encierra una historia más allá de lo evidente, el simple hecho noticioso es el punto de partida para el relato periodístico. La construcción de ese relato está determinada por elementos dramáticos que usa el periodista de acuerdo con su intención frente al espectador. No hay garantía de la exactitud del relato periodístico, comenta Van Dijk: “[...] los periodistas rara vez observan directamente los acontecimientos. Los acontecimientos, por lo general, llegan a conocerse a través de los discursos ya codificados e interpretados por otro, y de manera más relevante a través de los despachos de las agencias informativas” (1996, p. 141).

La necesidad de llegar a más gente y obtener mejores resultados en el rating lleva a periodistas y medios a considerar diversas estrategias comunicativas que pueden rayar en la alteración de la realidad y, por ende, a aumentar los niveles de subjetividad propios del cubrimiento informativo.

Asumo que existe una objetividad relativa en la información de los medios, pues el hecho de seleccionar un fragmento de entrevista, o parte de una imagen, establecer un determinado punto de vista para las tomas, escoger uno u otro fondo para encuadrar la fuente, entre otras condiciones, determinan un grado de subjetividad suficiente para entender que lo que se cuenta no es propiamente lo que ocurrió, y allí se manifiesta la intención de un realizador de noticias. A todo lo anterior se suman los elementos propios de la estructura dramática que ayudan a narrar la historia y agregan, inevitablemente, elementos de subjetividad a ese hecho contado.

Las formas de construir la narración periodística son variadas, no existe un solo modo de hacerlo, ni tampoco un número exacto; la noticia misma marca el estilo narrativo que necesita para ser contada. Algunas solo requieren la organización de los datos y, sin mayor profundidad, se difunde. La estructura está plegada al modelo de noticia de pirámide invertida<sup>7</sup> que exige que los datos más importantes vayan al inicio y a medida que se relatan los hechos, se incluyen datos menos relevantes, de tal manera que el editor o director de

---

7 La *pirámide invertida* es un modelo de estructura periodística “que nació por una necesidad de los corresponsales de guerra de Secesión norteamericana de transmitir con cierto orden (de mayor a menos importancia) sus informaciones telegráficas”, “...tiene otro objetivo fundamental: informar al lector desde las primeras líneas del núcleo fundamental de la noticia. Si le interesa su contenido seguirá leyendo el resto de la información, en caso contrario habrá retenido de la noticia los datos indispensables para estar informado” (1981, p. 48).

un medio pueda decidir cortar parte de la nota, sin afectar los datos importantes. Otras noticias requieren de mayor dedicación en su estructura narrativa, como aquellas en las que se involucra hechos cercanos a la sociedad y que por su proximidad<sup>8</sup> demandan mayor atención de las audiencias.

En cada caso el periodista debe considerar los elementos de la poética y también de la retórica, sumados a los propios de la estructura periodística clásica de la información audiovisual (*inn*, voz en off y testimonios). La poética (Chichi y Suñol, 2008) está plasmada en la narrativa dramática de la que nos ocupamos anteriormente y, a su vez, también juega su papel en este proceso que, además de informar, busca enganchar la audiencia, persuadirla con la forma y el contenido.

Una de las herramientas de las teorías de la comunicación que permitiría analizar y tratar de comprender la acción dramática en el relato informativo es el modelo denominado Pentada dramática de Kenneth Burke. Manuel Martín Algarra en su texto: *Teoría de la comunicación: una propuesta* (2003) asegura que ese método se basa en una descripción de la comunicación entendida como una acción dramática que considera cinco elementos primordiales: la escena (*scene*), el acto (*act*), el actor (*agent*), los medios para la acción (*agency*) y el propósito (*purpose*).

El modelo comunicativo, al aplicarse a una noticia de televisión, permite fácilmente identificar cada uno de los aspectos de la noticia que se relacionan estructuralmente, con una configuración dramática del relato. Toda noticia cuenta un hecho desde donde parte la historia (escena), tiene una acción que es lo relevante de ese hecho (acto), cuenta con uno o más sujetos que interactúan, la parte y la contraparte de la noticia (actores), la noticia usa canales diversos para ser conocida (medios para la acción) y, sin lugar a dudas, hay una intención, un sesgo o un planteamiento editorial en el tratamiento de la noticia que busca un fin (propósito).

El modelo planteado por Burke ofrece infinitas posibilidades para comprender la dramaturgia con que se narran las noticias y las propiedades que tiene el relato, mucho más allá del formato en que se desee encasillar un contenido audiovisual. Esto quiere decir que no importa si se narran noticias, reportajes, documentales, cortometrajes, etcétera, los relatos deben concebirse mediante “signos con un alto grado de estandarización” (Algarra, 2003, p. 162), para lograr superar las brechas que plantea la interacción comunicativa entre sujetos con códigos narrativos e interpretativos diametralmente distantes.

Académicos españoles (Gutiérrez et al., 2010) observaron durante cuatro décadas el tratamiento narrativo de las noticias en la televisión de España, concluyendo que es evidente un cambio en la forma del relato. El estudio inició con contenidos de 1980 y hasta la fecha se resume en que la narrativa noticiosa va “[...] desde la crónica periodística a modo de lectura de

---

8 La *Proximidad* informativa asume que las audiencias tienen mayor conocimiento del entorno en el que se desarrolla el hecho, y eso facilita la comprensión del relato, logrando de paso una mayor afinidad e interés en lo que se está emitiendo en los medios. “*Los acontecimientos cercanos también proporcionan mejores temas para contar historias en la conversación cotidiana*” (Van Dijk, 1997, p. 180).

boletines a la espectacularización de la información con imágenes morbosas y a la actualidad en donde el tratamiento es evidentemente narrativo ficcionado [...]” (p. 5).

Esta investigación entrega pistas sobre lo que ha sido la evolución del modelo narrativo, iniciando con un relato a modo de crónica, en el que la historia se contaba de la mano de los boletines oficiales, especialmente los entregados por las autoridades de policía. Luego llegan los años 90 y comienzos del nuevo siglo, y se evidencia un cambio sustancial en la forma de narrar dado que los avances tecnológicos hacen que la estética marque el rumbo del relato, sumado a la irrupción de las tecnologías de la comunicación y el acceso con mayor facilidad a imágenes de los hechos noticiosos. Finalmente, en la época actual, la narración sigue afinada en la tecnología, pero con modificaciones en la estructura narrativa, marcando el rumbo el modo de relatar los hechos con una columna vertebral “[...] a modo de película, con un planteamiento, nudo y desenlace utilizando cebos de interés para el espectador [...]” (Gutiérrez et al., 2010, p. 11).

La dramaturgia en la forma de contar los hechos noticiosos, al parecer, permite mayor afinidad con la forma de consumo en el espectador contemporáneo, las formas ficcionadas plantean un nuevo reto para los creadores de contenidos, un nuevo modo de contar las noticias, un nuevo formato al que algunos lo equiparan con la televisión espectáculo, también llamada *infoshow* o info-entretenimiento. La hibridación de géneros y formatos ha dado con el nacimiento de nuevas posibilidades narrativas que según Luzón & Ferrer (2008) tienen claras diferencias, definiendo *Infoshow* “[...] cuando el entretenimiento forma parte de la información [...]” e *Infoentretenimiento* “[...] cuando la información pasa a formar parte del entretenimiento” (p. 140).

Esta segunda acepción se acerca al cuestionamiento que se hace al relato de las noticias con una estructura dramática, crítica que de acuerdo con Prado (2003) ha convertido los noticieros en “La espectacularización de la realidad [...]” (p. 181).

La afirmación de Prado tiene que ver con la emocionalidad que se le imprime a la redacción noticiosa, al uso creciente de adjetivos que también incrementan la subjetividad, sumado al manejo estético y performativo de la imagen que, de acuerdo con Luzón & Ferrer (2008), “... se convierte (la imagen) en el eje central de la información, siendo más atractiva no en cuanto a su contenido informativo sino por ella misma, por su condición de imagen” (p. 270).

Algunos autores (Gutiérrez et al., 2010) sostienen que el rigor periodístico puede mantenerse en el contenido informativo, sin embargo ese contenido recibe un tratamiento en su discurso que, según estos autores, “[...] se construye a partir de una realidad y con unos códigos precisos. Se trata de la organización de elementos dispersos procedentes del entorno, manipulándolo y dando una prioridad absoluta al criterio de espectacularidad” (p. 14).

La noticia como espectáculo es un fenómeno que ocupa un espacio creciente en las pantallas. El cubrimiento en vivo de los hechos, la narración *in situ*, el relato de contextos, (casi siempre privados o íntimos) el tratamiento de los personajes que hacen parte de los hechos principales son cada vez más frecuentes en los noticieros y también en la preferencia de los espectadores.

### 3. A modo de cierre

Si hablamos de acción dramática en el texto noticioso, no solo se podría limitar a la dramaturgia propiamente dicha, también la retórica (Chichi & Suñol, 2008) aporta elementos de construcción narrativa con el claro propósito de plantear inquietudes en las audiencias y provocar actitudes reflexivas sobre un hecho noticioso.

“El caso es que las noticias en televisión aparecen siempre como acontecimientos. Pero una cosa es que realmente lo sean, y otra muy distinta, y nada difícil de lograr, que se fabriquen y presenten como si lo fueran” (García-Noblejas, 2005, p. 86). La producción de noticias, especialmente en el medio audiovisual, tendrá siempre un carácter de puesta en escena, un halo de realidad ficcionada que en procura de la comprensión sacrifica parte de la verosimilitud que necesita. Esta circunstancia es propia del lenguaje y depende directamente del uso que se le dé a la mezcla de imágenes, sonidos y gráficos, a la profundidad de los datos periodísticos y a la credibilidad que haya cultivado el medio y los periodistas en la sociedad.

A propósito de este tema, García-Noblejas (2005) cuestiona la credibilidad en los medios y argumenta, entre otras cosas, que la gente no les cree por el interés de los medios en una mayor verosimilitud retórica, sentimental, ideológica, estilística y de rentabilidad económica; y, además, sostiene el autor, estos intereses son superiores a los que deberían existir por la verdad.

Narrar noticias es un asunto de expertos, no todos pueden hacerlo de buena manera; sin embargo estamos en capacidad de realizarlo, asumiendo el riesgo de lo que significa tener al alcance infinitas herramientas narrativas que ayudan tanto a la construcción de un mensaje, como a la distorsión del mismo. La tentación de conquistar audiencia con base en mensajes atractivos, cadenciosos e intencionados, no debe radicar solo en la forma, también hay que cuidar el contenido, y atender los elementos de la misma noticia, que nos indican el cómo desea ser contada.

*“Ni todos los periodistas estamos en condiciones de decirlo todo, ni todos los espectadores estamos necesitados de saberlo todo”.*  
Juan José García-Noblejas.



## Referencias

- Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Buenos Aires: Paidós.
- Balaguer, V. (2002). *La interpretación de la narración: la teoría de Paul Ricoeur*. Madrid: Eunsa.
- Castro, C. & Filippi, L. (2010). Modelos Matemáticos de Información y Comunicación, Cibernética (Wiener, Shannon & Weaver): Mejorar La Comunicación es el Desafío de Nuestro Destino Cultural. *Revista RE – Presentaciones*, 3 (6), 145-161.
- Chichi, Graciela Marta, & Suñol, Viviana. (2008). La Retórica y la Poética de Aristóteles: sus puntos de confluencia. *Diánoia*, 53(60), 79-111. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-24502008000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-24502008000100004&lng=es&tlng=es)
- Fontcuberta, M. (1981). *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: A.T.E.
- García-Noblejas, J. (2005). *Comunicación y mundos posibles*. Madrid: Eunsa.
- García-Noblejas, J. (2000). *Comunicación borrosa. Sentido práctico del periodismo y de la ficción cinematográfica*. Madrid: Eunsa.
- Gutiérrez, B. G., Fidalgo, M. R., & del Camino Gallego Santos, M. (2010). El tratamiento de las noticias televisivas a debate: de la información a la dramatización. *The processing of TV news discussion: from the information to the dramatization*, (65), 1-19. <https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-888-126-145>
- Iki Media Communications (24 de febrero de 2017). *Cómo la televisión usa el Big Data para enganchar a la audiencia*. Recuperado de: <https://www.ikimedia.es/blog/big-data-para-enganchar-a-la-audiencia/>
- Jauset, J., Gimeno, G. & Peralta, M. (2008). *Las audiencias en la televisión y el lenguaje de las noticias de televisión*. Barcelona: OUC.
- Luzón, V. & Ferrer, I. (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna*, (22), 137-148.
- Periódico La Nación. (1997). *Manual de estilo y ética periodística*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- Martín, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Prado, E. (2003). La espectacularización de la realidad. *El anuario de la televisión*, 178-186.
- Puente, S. (1997). *Televisión: el drama hecho noticia*. Santiago de Chile: Universidad Católica.
- Van Dijk, T. A. (1983). Estructuras textuales de las noticias de la prensa. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (7), 77-105.
- Van Dijk, T. A. (1996). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.