

PONENCIA ENCUENTRO AMIC 2010  
Universidad Iberoamericana  
Ciudad de México  
2-4 de junio

MESA: DISCURSO, SEMIÓTICA Y LENGUAJE.

PONENCIA:

LA TEORÍA DEL DISCURSO Y LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

Susana González Reyna

**COMUNICÓLOGA Y SOCIÓLOGA.** Dra. en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, donde es profesora de licenciatura y posgrado. Ha publicado diversos artículos especializados en el área de periodismo y el análisis del discurso. Asimismo, es autora de los libros *Manual de redacción e investigación documental* y *Periodismo de opinión y discurso*. Su línea de investigación es el análisis del Discurso Periodístico. Actualmente se desempeña como responsable de la Maestría en Comunicación y el Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación del Programa de Posgrado en Ciencias políticas y Sociales. Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED).

## RESUMEN

Definimos al discurso periodístico como una esquematización de los acontecimientos sociales.

Dicha esquematización es un proceso de construcción discursiva en el cual intervienen estrategias de redacción y estrategias propias de las rutinas del quehacer periodístico.

En cuanto a las estrategias redaccionales, cabe señalar que el discurso periodístico implica un proceso comunicativo caracterizado por el uso de un lenguaje sencillo y claro, por la organización de los textos (géneros periodísticos) de acuerdo con el criterio jerárquico propio de la información noticiosa y por la especial estructura de cada uno de los textos en atención a su propósito comunicativo de informar, de describir, de analizar, o bien, de comentar los acontecimientos.

Las rutinas del quehacer periodístico consistentes en recabar, seleccionar y jerarquizar los acontecimientos, son tareas que determinan la confección de todo el discurso periodístico y que

están estrechamente ligadas a su tematización. Este discurso es una esquematización de la realidad social y constituye una versión de la misma, entre otras posibles.

## PONENCIA

Mucho de lo que aquí diremos se basa en investigaciones previas que dieron lugar a un libro sobre géneros periodísticos en su relación con las formas del discurso y a los trabajos de las tesis que realicé para obtener el grado de Maestra en Ciencias de la Comunicación y el de Doctora en Sociología. En esta ponencia, retomamos algunas de las ideas centrales de esos trabajos y que siguen siendo los conceptos que guían mi trabajo de investigación en el análisis del discurso periodístico.<sup>i</sup>

Para situarnos en el marco teórico que manejamos en esta ponencia, haremos algunas precisiones respecto del trabajo periodístico y de los modos específicos de organización del discurso también periodístico en su relación con la propuesta de Jean-Blaise Grize de la Escuela Suiza de Neuchâtel. Definimos al periodismo como una práctica social que se encarga de informar acerca de los acontecimientos sociales diarios. En este sentido, cumple con una función mediadora entre la realidad social y el público. Con base en la perspectiva teórica de Jean-Blaise Grize caracterizamos al discurso periodístico de los medios masivos de comunicación como una formación discursiva que llamaremos esquematización. En ella, los interlocutores ponen en común el significado de lo dicho basados en las finalidades de quien informa y opina, en este caso, los periodistas, y de quien recibe esa información y opinión, que, en este caso, es el público. La esquematización también implica el manejo compartido por los interlocutores de lo que Grize denomina como preconstruidos culturales, los cuales implican los conocimientos y creencias que tienen los periodistas y el público respecto del mundo. Finalmente, la esquematización maneja las representaciones, es decir, las percepciones que cada interlocutor (periodista y público) tienen de sí mismos y del otro y que influyen en el proceso comunicativo.

Explicemos un poco más el concepto de esquematización y que nos servirá para precisar las características del discurso periodístico y para entender el papel de los interlocutores en la interacción comunicativa periodística. Jean-Blaise Grize señala que la esquematización debe entenderse como un proceso y como un resultado. Como proceso, implica a las operaciones de pensamiento que el sujeto realiza para organizar las palabras en un discurso que “haga sentido”. La

esquematización es, en este sentido, una actividad creadora de sentido que construye cada uno de los interlocutores.

Para lograr que el discurso “haga sentido” en la interlocución se requiere manejar un lenguaje cuyas palabras tengan el mismo significado para ambas partes. En consecuencia, la selección de las palabras y su organización en la construcción del discurso es la clave para que el discurso “haga sentido” entre los interlocutores. Más adelante relacionaremos la esquematización como proceso a la construcción del discurso periodístico.

Dijimos antes que la esquematización también debe entenderse como un resultado. Ese resultado es precisamente la propuesta discursiva del locutor ante el locutario y debe entenderse como un microuniverso compuesto por “imágenes” que hacen del discurso un acto semiótico en el cual está representada la realidad social. En este sentido, la esquematización es un discurso que remite a aquello que esquematiza, está en su lugar.

Añadimos, con Grize, que la esquematización también se construye con una intención relacionada a las finalidades de los interlocutores por establecer un acto de interlocución y que nosotros llamamos comunicación. En el caso del periodismo esta intención es informar y opinar por parte del periodista y enterarse y formarse una opinión, por parte del público. Esta intencionalidad descansa en el principio de que hay una participación activa por parte de los interlocutores. El locutor (periodista) lleva a cabo una serie de operaciones lógico-discursivas para proponerle al locutario (público) una visión verosímil de la realidad social. Y el locutario (público) también realiza una serie de operaciones lógico-discursivas para acceder a la esquematización (discurso) y así, reforzar, rechazar o modificar sus propios conocimientos y creencias para explicarse los acontecimientos que le rodean.

En su propuesta teórica, Grize introduce la noción de lógica natural que nos parece importante explicar para entender lo que más adelante señalaremos respecto de la construcción del discurso periodístico. En esta lógica natural se manejan operaciones de pensamiento y operaciones de lenguaje. Es una lógica distinta a la lógica formal aristotélica y se basa en valores socioculturales compartidos por el grupo social en el cual se construye la esquematización, misma que se expresa en un lenguaje común que sólo tiene validez para la situación concreta de comunicación. Esta lógica natural, explica Grize, es una lógica de sujetos y de objetos. Es de sujetos porque la esquematización es una construcción discursiva de alguien para otro alguien. Y es una lógica de objetos porque esa esquematización se construye para comunicar algo. Estos objetos

necesariamente implican un conocimiento común entre los interlocutores y, en consecuencia, comparten el manejo de significados específicos al interior del discurso.

Con esta propuesta teórica y entendiendo al discurso periodístico como una esquematización, ahora explicaremos como es que la incorporamos a la comunicación periodística. Primeramente nos interesa señalar que el periodismo no es una actividad que se interesa en la mera transmisión de sucesos; es un ejercicio profesional, mucho más completo, de mayor responsabilidad, es una actividad que determina a la NOTICIA a partir del acontecimiento y construye un discurso respecto de una realidad social para significarla.

En otras palabras, en la construcción de los discursos periodísticos y en su difusión hay que destacar varios aspectos:

- 1.- La caracterización del concepto de NOTICIA y el papel que desempeña en la actividad periodística.
- 2.- El proceso de trabajo periodístico desde el acopio de la información hasta la construcción de los discursos para su difusión.
- 3.- La centralidad del trabajo de los periodistas como intérpretes de los acontecimientos sociales.
- 4.- Las características de los diferentes modos de organización de los discursos periodísticos en cuanto al uso del lenguaje y su composición.

Respecto del primer punto: **¿qué es la NOTICIA?** señalamos que la NOTICIA es el elemento básico del discurso periodístico. También decimos que es una construcción que resulta del conocimiento, de la selección y la interpretación que el periodista hace de los acontecimientos sociales. Nos explicamos: el quehacer periodístico requiere de un proceso de observación en el cual se manejan criterios inconscientes y conscientes de selección sobre la percepción de la realidad social. También requiere del uso de las técnicas propias de la investigación social para garantizar un mejor registro de los sucesos y su adecuada jerarquización.

La NOTICIA, entonces, es el resultado de un proceso que se inicia en una percepción selectiva del acontecimiento social y que cobra su carácter noticioso debido al proceso de selección y jerarquización del trabajo periodístico y, en igual sentido, por el proceso de su difusión masiva.

En suma, la NOTICIA es el producto del paso del acontecimiento social a su referencialidad en el discurso periodístico.

En este sentido, enfatizamos el hecho de que la NOTICIA, elemento básico de la información periodística, no es el acontecimiento social sino que es su interpretación y su referencia. Es una construcción discursiva de la realidad social y que corresponde a una esquematización en los términos ya explicados antes.

Respecto al segundo punto: **el proceso del trabajo periodístico** señalamos que en términos generales, el conocimiento periodístico de la realidad social comparte la metodología y las técnicas de investigación propias de las ciencias sociales. Sin embargo, existen ciertas peculiaridades en la aplicación de esas técnicas y en la responsabilidad social que exige la profesión de informar sobre la realidad social que la distinguen. La explicación del proceso de trabajo periodístico va de la mano con el siguiente punto y que se refiere al papel del periodista en la construcción discursiva del medio masivo de comunicación.

Para explicar el tercer punto: **la centralidad del periodista** en la construcción del discurso periodístico, cabe señalar que el periodista, como individuo o en su trabajo grupal, al seleccionar e interpretar los acontecimientos sociales funciona como un "filtro" de la realidad social, y este proceso seleccionador, es una manera de darle un significado, entre otros muchos posibles, a la realidad social.

En otras palabras, el periodista conoce la realidad social y de ella "escoge" el suceso que considera cumple con las características para hacerlo noticioso; también "decide" la construcción discursiva (esquematización) que mejor refiere ese acontecimiento para su difusión. Esto significa que el periodista le pone límites a la realidad social y la enfatiza en la construcción del discurso.

En consecuencia, en el planteamiento general de este trabajo caracterizamos al periodista como investigador social y como operador semántico que al conocer, al seleccionar, al interpretar y al nombrar el acontecimiento y caracterizarlo como NOTICIA le otorga una significación basada en los preconstruidos culturales compartidos y en las representaciones que tiene de su público.

De acuerdo con lo que antes explicamos de la esquematización, hemos de enfatizar que en el proceso de construcción del discurso periodístico, también influyen las creencias, las perspectivas, los intereses, las expectativas y las necesidades de los periodistas para la construcción del contenido y la estructura del discurso del medio.

Asimismo, cuando en el trabajo periodístico se toman las decisiones para la tematización y su jerarquización en la estructura discursiva de todo el medio masivo, también se le está dando una significación a la realidad social. El hecho de que con la actividad periodística se le otorgue un significado a la realidad social, es uno de los aspectos que me interesa destacar en esta ponencia.

Cabe aclarar que el periodista al percibir los acontecimientos sociales, no puede evitar hacer la primera selección. Como individuo y como ser social, está bajo la influencia de sus predilecciones personales y de su entorno, de los factores de socialización y de las normas institucionales que las organizaciones sociales legitimadas le imponen.

Por lo que se refiere a la selección que resulta del trabajo periodístico, y que llamamos tematización, cabe señalar que si bien ésta es inevitable pues no posible hacer referencia a la totalidad de los acontecimientos diarios de la vida cotidiana, se trata de una imposibilidad física, nos interesa destacar que dicha tematización y la subsecuente jerarquización de los acontecimientos obedece a las políticas de información de los medios y a las posiciones institucionales desde las cuales intencionalmente dictan y deciden lo que se incluye y lo que se excluye, lo que se resalta y lo que se minimiza. Y es con este trabajo de selección que, desde la perspectiva de la teoría del discurso, deviene relevante destacar su acción, pues con ella es como se le otorga una significación a la realidad social.

Dicho con otras palabras, lo importante, desde nuestra perspectiva, es que con este proceso de selección y jerarquización de los acontecimientos para su referencialidad en el discurso periodístico que hemos caracterizado como una esquematización, se le otorga una significación a la realidad social y se la propone al público como “la realidad” de lo acontecido.

También cabe señalar, que la selección que hace el periodista de la realidad social no es arbitraria ni caprichosa, obedece al interés por informar y opinar y es el resultado de un trabajo serio de indagación. Es resultado de un trabajo en equipo en el cual importan desde las técnicas de observación de la realidad y el registro de la información hasta las formas adecuadas para la disposición y presentación clara, precisa e interesante de lo que sucede en el mundo y la explicación de ese acontecer que el medio ofrece a su público.

Por lo que respecta al cuarto punto: **la referencialidad y los modos de organización del discurso periodístico** hemos de señalar que es una tarea que implica conocer el propósito del discurso (exponer, describir, narrar o argumentar) y al ordenamiento de la información y de las ideas

(composición) con base en un lenguaje común y una lógica natural de razonamiento para que el discurso resulte sencillo de comprender.

El modo de organización del discurso periodístico se caracteriza por el manejo de técnicas expresivas que si bien corresponden a la construcción de cualquier tipo de discurso, en este caso el propósito informativo y opinativo del periodismo, le imponen ciertas características que le son específicas. Nos referimos al uso del lenguaje que exige construir oraciones sencillas y directas; y recurrir a construcciones sintácticas especiales para resaltar uno u otro de los elementos básicos de la información, a saber: el QUE, el QUIEN, el CUANDO, el DONDE, el COMO, el POR QUE y el PARA QUE.

Damos por supuesto que las palabras juegan un papel muy importante en el proceso de la información. Estamos de acuerdo con Bourdieu cuando habla del "poder de la nominación". Con las palabras se nombra la realidad, se le otorga un significado y, en la construcción del discurso periodístico no se completa ahí el proceso sino que éste se termina cuando se informa la significación de esa realidad.

Además, el uso del lenguaje en la construcción del discurso periodístico depende de la intención de difundir y destacar la trascendencia de algunos acontecimientos sociales, y de la inclusión de manera explícita o implícita, de la noticia como elemento central de los relatos y opiniones de esos acontecimientos.

En otro trabajo (tesis de maestría) señalamos que el lenguaje periodístico se caracteriza por hacer referencia e interpretar un acontecimiento inédito. Su propósito es difundir masivamente ese acontecimiento ya hecho noticia. Entendemos por difusión masiva a la información y opinión que manejan los medios masivos en forma simultánea a una pluralidad de sujetos anónimos. Esta información y opinión masivas adoptan ciertas características estilísticas y retóricas propias del discurso periodístico. Ellas son, de acuerdo con Luis Núñez Ladevéze: la periodicidad, la unilateralidad, su carácter "publicístico" (término usado por este autor para referirse al hecho de que una misma información, una misma construcción discursiva puede ser publicada en una pluralidad de medios, cada uno de los cuales puede reproducir ilimitadamente el mismo mensaje, y, estrictamente, el mismo texto). Y, por último, la homogeneidad.<sup>ii</sup>

Estas características de la comunicación masiva obligan a una construcción especial del discurso periodístico. Es importante tener en cuenta que, como ya antes señalamos, el uso del lenguaje en la construcción discursiva periodística deberá ser válido en significación para todo tipo de lector; y,

en cuanto a su estructura deberá cumplir con las restricciones que exige la redacción periodística para la construcción de los distintos modos de organización del discurso y que conocemos como géneros periodísticos.

Finalmente, es importante señalar que la construcción del discurso periodístico también depende en gran medida de su propósito informativo y opinativo que, además de informar al público y orientarlo en el significado de los acontecimientos, establece con éste una dependencia informativa respecto del medio. Al respecto Núñez Ladevéze, citando a Abraham Moles dice que "es una relación de contextura comunicacional y semiótica compleja, cuya base no es la mera 'redacción' tal y como la entendería un gramático, sino una semiótica cuyo contenido analizable está compuesto por ítems de valor codificable por 'referencia a una cierta tabla de valores interna, ligada a la cultura y que representa una estructura del individuo'(Moles (1971)".<sup>iii</sup>

La construcción discursiva cotidiana en realidad no ofrece mayor problema; sin embargo, la construcción discursiva periodística, la esquematización, debe ser más cuidadosa; requiere de un tratamiento especial para satisfacer las exigencias de claridad y precisión para garantizar la adecuada interpretación de un público masivo, heterogéneo y anónimo.

Es importante destacar, entonces que, como ya antes señalamos respecto de las operaciones lógicas discursivas de la esquematización, la construcción del discurso periodístico no es un asunto de mera técnica redaccional en términos gramaticales, sino que además del indisoluble vínculo entre el pensamiento y el lenguaje, categorías que operan de manera simultánea en la construcción de todo discurso y, por ende, en los discursos periodísticos, es un proceso que también involucra las técnicas de la semiótica, la estilística y la retórica.

Por lo que se refiere al vínculo pensamiento y lenguaje hemos de señalar que ambos son procesos simultáneos que se dan en las personas para referirse a la realidad social. Al respecto Alberto Espejo en su libro *Lenguaje, pensamiento y realidad* señala que “el pensamiento y el lenguaje tocan todas las manifestaciones humanas, y revelan un nombre y un valor para cada cosa. No hay objeto en el mundo que no sea un signo, una imagen de la realidad que el pensamiento recoge, como tampoco hay idea que no pueda ser representada por el lenguaje”.<sup>iv</sup>

Dicho en otras palabras, las operaciones del pensamiento se reflejan en las distintas combinaciones lingüísticas que las personas expresan para referirse a la realidad social y se basan en reglas tanto de la lógica como de la gramática. En este sentido, los discursos como productos de estos procesos



lógicos y lingüísticos, también son la expresión cultural del grupo social en el cual se construyen y difunden.

Lo que nos interesa destacar, en este punto, y del cual ya hablamos antes al referirnos a la esquematización, es el necesario proceso mental que está involucrado en toda construcción discursiva y que implica la organización de las ideas y la determinación temática. El tema en un discurso se expresa en oraciones y párrafos y ello implica un proceso mental de asociación de las ideas. Parafraseando a Serafini cuando explica lo que significa escribir, nosotros decimos que construir un discurso y, por tanto, una esquematización, no es la simple transferencia a una hoja de papel o a un conjunto de imágenes de algo que está presente en el cerebro, sino que exige un proceso de organización de las ideas conforme a un esquema mental que garantice la unidad temática y la coherencia en las ideas.<sup>v</sup>

En este mismo sentido, y parafraseando a Daniel Cassany quien se refiere a la acción de escribir y al hecho de que existen estudios que prueban que para escribir no basta con el conocimiento del código lingüístico, sino que son necesarias algunas estrategias de composición que vale la pena mencionar aquí y que nosotros las asumimos, nuevamente basándonos en el concepto de esquematización, para la construcción discursiva periodística escrita y audiovisual.<sup>vi</sup>

Dichas estrategias son: 1) Tener muy en cuenta al público y pensar en el impacto que se desea provocar. 2) Diseñar un esquema con el propósito de planificar la estructura del discurso antes de construirlo. 3) Aplicar un proceso de construcción recursivo y no lineal y que consiste en volver a partes previas del discurso para añadir información o nuevas ideas. Este paso es especialmente importante en la construcción del discurso periodístico por las modificaciones que de último momento se requieran hacer en atención al valor noticioso del discurso. 4) Repasar el discurso ya terminado para confirmar que tenga una coherencia global en sí mismo y en su relación interdiscursiva. 5) Revisar y corregir el discurso terminado para confirmar la pertinencia de la información y de las ideas y que su ordenamiento cumpla con el propósito del discurso.

Por último hemos de referirnos al papel de la estilística y de la retórica en la construcción del discurso periodístico. Para Teun van Dijk “el estilo es el conjunto de los detalles estructurales variables y característicos del discurso que son una indicación del contexto social y personal del hablante, dada una invariante semántica, pragmática o situacional”.<sup>vii</sup>

El estilo es una particularidad en el uso del lenguaje y resulta de las elecciones realizadas por el usuario del lenguaje entre las variaciones opcionales de las distintas formas de expresión del

discurso. Esta elección es arbitraria en tanto que depende de la situación de comunicación en la cual se construye el discurso pero tiene las limitaciones que imponen las reglas gramaticales para la construcción de las palabras y de las oraciones. En consecuencia, si el estilo depende de la elección de palabras y temas en virtud de la situación de comunicación en la cual se encuentran los involucrados en la construcción del discurso periodístico, hemos de añadir que esta elección de palabras también depende del grado de formalidad en el propósito comunicativo y muy especialmente, en el caso del discurso periodístico, depende de las políticas institucionales (cuadernos de estilo) y de la ideología del medio. Si se elige la palabra terrorista o luchador por la libertad para referirse a los actos de una misma persona, esta denominación no es una elección gramatical o semántica, sino que obedece a una ideología y a un propósito valorativo. En este mismo sentido, y de acuerdo con van Dijk, lo que para un periodista es una acción violenta o contundente, para otros puede ser una acción agresiva u ofensiva.<sup>viii</sup>

Además, el estilo periodístico que implica la información de los acontecimientos noticiosos y la opinión de los periodistas y expertos para orientar el juicio del público, se caracteriza por utilizar oraciones y párrafos breves, economía en el uso de las palabras y en su caso de las imágenes, selección de palabras e imágenes sencillas y de significado preciso y ampliamente compartido. Asimismo exige una exposición y argumentación clara y fundamentada. Y, finalmente, requiere de una construcción atractiva que atrape la atención del público desde el inicio hasta el final.

Por lo que se refiere a la retórica y su manejo en la construcción del discurso periodístico hemos de decir que por ocuparse de la dimensión persuasiva del discurso, su inclusión en el discurso periodístico es ineludible. La retórica se ocupa de hacer más atractivo el discurso y por lo mismo, tiene que ver con la forma en como decimos las cosas. Las estructuras retóricas del discurso se basan en estructuras formales y contextuales que en sí mismas no son lingüísticas ni gramaticales, pero que están relacionadas con el propósito del discurso y del impacto que se desea lograr en el público.

La retórica en el discurso periodístico no admite construcciones lingüísticas barrocas y complejas pues su propósito es lograr la comprensión del mensaje. Para ello, además del lenguaje sencillo en los términos que ya hemos señalado antes, el discurso periodístico se construye de acuerdo con una estructura jerárquica de la información y, cuando el discurso así lo requiera, una estructura coherente en la exposición, la descripción, la narración o la argumentación, según el tipo de discurso.

De acuerdo con el planteamiento que hemos venido desarrollando respecto de la construcción del discurso periodístico, entendemos que la dimensión retórica engloba a las figuras del lenguaje, las estrategias de la composición y muy especialmente a la teoría de la argumentación basada en la lógica natural de la escuela de Neuchâtel y en la escuela belga de la Nueva Retórica encabezada por Chaïm Perelman y L. Olbrechts-Tyteca. No es este el espacio para hacer una explicación detallada de los planteamientos teóricos de estas escuelas, baste decir que su incorporación al estudio del discurso periodístico permite una explicación novedosa.

En suma, y como cierre de la ponencia, hacemos nuestro lo que dice Antonio Sánchez Bravo al respecto de la retórica: “Ser retórico –dice este autor- no es engañar, ser retórico no es hinchar el perro, ser retórico no es seducir, ser retórico no es jugar con las palabras jugando con las palabras, ser retórico no es vender su mercancía al mejor postor sea bueno o malo... ser retórico no es adornar por adornar, ser retórico es convencer mediante la prueba. Sin dogmatismos y sin totalitarismos, porque la realidad siempre es abierta y proyectiva. El texto informativo siempre debe ser un texto abierto. Convencer mediante la prueba es un proyecto razonable y verosímil, digno hoy específicamente de los periodistas y de los profesionales de la información”.<sup>ix</sup>

---

#### NOTAS.

<sup>i</sup> S. González Reyna. *Periodismo de Opinión y Discurso*.

S. González Reyna. *La construcción del discurso periodístico*. Tesis Maestría.

S. González Reyna. *La construcción de la realidad en el discurso periodístico*. Tesis Doctoral.

<sup>ii</sup> Luis Núñez Ladevéze. *El lenguaje de los “media”*. Págs. 74-75.

<sup>iii</sup> *Ibidem*. Pág. 18.

<sup>iv</sup> Alberto Espejo. *Lenguaje, pensamiento y realidad*. Pág. 42.

<sup>v</sup> Ma. Teresa Serafini. *Cómo redactar un tema*. Págs. 62-63.

<sup>vi</sup> Daniel Cassany. *Describir el escribir*. Págs. 106-107.

<sup>vii</sup> T. van Dijk. *La noticia como discurso*. Pág. 111.

<sup>viii</sup> *Ibidem*. Pág. 122

<sup>ix</sup> A. Sánchez-Bravo. *Periodistas, mensajeros, escribas y retóricos*. Pág. 123.

---

## BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Cassany, Daniel. *Describir el escribir*. Barcelona. Edit. Paidós. 1989.
- Espejo, Alberto. *Lenguaje, pensamiento y realidad*. 3ª ed. México. Edit. Trillas. 1990.
- González Reyna, Susana. *La construcción del discurso periodístico*. Tesis de Maestría. México. FCPS/UNAM. 1991.
- González Reyna, Susana. *La construcción de la realidad en el discurso periodístico*. Tesis Doctoral. México. FCPS/UNAM. 1995.
- González Reyna, Susana. *Periodismo de Opinión y Discurso*. 1ª reimpr. 2ª ed. México. Edit. Trillas. 2005.
- Núñez Ladevéze, Luis. *El lenguaje de los "media"*. Madrid. Edit. Pirámide. 1979.
- Sánchez-Bravo, Antonio. *Periodistas, mensajeros, escribas y retóricos*. Madrid. Edit. Pirámide. 1979.
- Serafini, Ma. Teresa. *Cómo redactar un tema*. Barcelona. Edit. Paidós. 1989.
- Van Dijk, Teun. *La noticia como discurso*. Barcelona. Edit. Paidós. 1980.