

La influencia de la agenda setting: análisis comparado del tratamiento del *issue* “mujer” en la prensa española (2007-2012)

María GÓMEZ PATIÑO
Universidad de Zaragoza
mariagp@unizar.es

Recibido 16 de octubre de 2013

Aceptado: 13 de mayo de 2014

Resumen

Se presenta análisis comparado del *issue* “women” en el *Día Internacional de las Mujeres*¹ el 8-marzo-2007 (PSOE) comparándolo con el 8-marzo-2012 (PP). Los periódicos analizados son: *El País*, *El Mundo*, *La Razón* y *ABC*. Se focaliza en: 1) Descripción y cuantificación del espacio dedicado y características del mismo, y su correspondiente análisis comparativo; 2) Análisis del tratamiento lingüístico y periodístico del tema; 3) *Agenda Setting* y 4) Efectos humorísticos. Este análisis comparado con cinco años de diferencia, y bajo dos gobiernos de signo contrario permite ver la influencia que la agenda política tiene sobre la periodística, cuyos efectos actúan de forma distinta en función de a línea ideológica del periódico analizado.

Palabras clave: *Agenda-setting*, agenda política y periodística, mensaje, ideología

The influence of Agenda-setting: comparative analysis of the treatment of the *issue* “women” at the Spanish press (2007-2012)

Abstract

The present work shows a comparative analysis of the *issue* “women” in the *Women’s International Day*², the 8th March, 2007 (PSOE) compared with the 8th March, 2012 (PP). This analysis is made on *El País*, *El Mundo*, *La Razón* y *ABC*, focusing on: 1) description and quantification of the space given by mass media to the *issue* as well as their characteristics and the corresponding comparative analysis; 2) analysis of the linguistic and journalistic treatment of the subject; 3) *Agenda Setting*; 4) and humour effects. This comparative analysis with five years’ distance under two opposite political governments will show the influence that the political agenda has on the journalistic one, whose effects act in a different way according to the ideological line of the analysed newspaper.

Keywords: *Agenda-setting*, political and journalistic agenda, message, ideology

Referencia normalizada

GÓMEZ PATIÑO, María (2014): “La influencia de la agenda setting: análisis comparado del tratamiento del *issue* “mujer” en la prensa española (2007-2012)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. 2 (julio-diciembre), págs.: 1103-1120. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. Objetivo. 3. Corpus de investigación. 4. Metodología. 5. Aplicación metodológica; 5.1. Parámetros cuantitativos; 5.1.1. Cuadros-resumen individualizados (2007 y 2012); 5.1.2. Cuadro resumen-final; 5.2. Parámetros cualitativos. 6. Discusión y conclusiones; 6.1. Parámetros cuantitativos; 6.2. Parámetros cualitativos; 6.2.1. El titular; 6.2.2. Agenda setting; 6.2.3. Coincidencias y divergencias de agendas; 6.2.4. Efectos humorísticos; 6.3. Análisis cualitativo y conclusiones por medios; 6.3.1. *ABC*; 6.3.2. *El Mundo*; 6.3.3. *El País*; 6.3.4. *La Razón*. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

¹ *Día Internacional de las Mujeres* recoge la denominación dada por la ONU.

² *Women’s International Day* takes its denomination from the one given by the UN.

1. Introducción

Existe una inextricable relación entre la opinión pública y los medios de comunicación. En este sentido, los periódicos son con mucha frecuencia, no sólo una crónica de la realidad social sino también un fiel reflejo del sentir popular (Balle, 1991), en general, y de la población lectora en particular, lo que constituye un termómetro muy adecuado para conocer la realidad social (Berger & Luckmann, 1989) de forma documentada. De alguna manera los periódicos tratan de satisfacer la curiosidad de los lectores por la realidad social (Enzensberger, 1974; Hernando, 1990; Wolf, 1984) al tiempo que van configurando una opinión pública crítica –en mayor o menor medida– en torno al tema tratado. En este trabajo focaliza el tratamiento periodístico que hace la prensa nacional en el *Día Internacional de las Mujeres Trabajadoras*, es decir, el 8 de marzo (en adelante *8-M*) en dos años distintos: 2007 y 2012. Cinco años de diferencia que están determinados por dos partidos políticos en el gobierno: PSOE y PP, respectivamente. Este análisis permite ofrecer una visión objetiva del tema, dado que analiza “lo publicado” en torno a la mujer, en su día internacional en la prensa nacional. La selección y recogida del *corpus* para la investigación y su posterior análisis y evaluación ha posibilitado tener una visión ajustada a la realidad social del objeto estudiado, es decir, los medios de comunicación impresos, o periódicos diarios documentables y con resultados contrastables y verificables. El hecho de que internacionalmente se confiara a este tema un día conmemorativo y se organicen infinidad de actos, eventos, reuniones, celebraciones, etc., informa de que, tratándose de un espacio informativo muy importante, caben planteamientos distintos sobre la naturaleza de la información: noticia; efemérides; un *item* de la agenda periodística y política; o un ítem emergente, temporal y abierto.

Partiendo de la base de que *noticia* es la información nueva. El hecho de que internacionalmente se conmemore el *8-M* no constituye una noticia ni una novedad, mientras que sí puede serlo su contenido. Planteado de otra forma, si dentro de la información diaria se ofrece nueva información sobre sucesos recientes relacionados con él, podría afirmarse que estas informaciones constituyen una noticia (Dijk, 1990).

Por otra parte, el propio día, su celebración y el espacio ocupado en los medios podría ser un ítem de la agenda periodística, profesionalmente obligada a cubrir la conmemoración dándole el contenido propio y particular del día. En cambio si se tratara de recordar lo que sucedió tal día hace unos años, se podría considerar como una *efeméride*, entendida ésta como el acontecimiento notable que se recuerda en cualquier aniversario del mismo, o su conmemoración. En síntesis, se puede hablar de *discurso periodístico*, (Dijk, 1990) para definir todo aquel texto, cualquiera que sea su naturaleza, contenido en el medio impreso. Según Dader (2000:24): “...que haya noticias sobre mujeres o presencia femenina en la selección informativa no significa necesariamente que la perspectiva o discurso que se utilice para narrar tales presencias haya modificado el dominante discurso andrógino...”.

Por todo ello, la fecha y el discurso elegidos constituyen una gran excepción. Se trata de una conmemoración internacional muy especial.

2. Objetivo

Para alcanzar el objetivo de este estudio se parte de algunas hipótesis. La primera (H1) es que existe una influencia de la agenda política del gobierno sobre la agenda periodística. La segunda (H2) plantea que la prensa española, sensible a esta influencia, va a actuar consecuentemente en base a su propio posicionamiento ideológico. Como tercera hipótesis (H3) se propone que no sólo es importante el espacio dedicado al *issue* de forma cuantitativa, sino que se ha de tener en cuenta si el posicionamiento es a favor o en contra. Para ello, se ha analizado un *item*: “mujer” en la prensa española, en el mismo día y en los mismos medios impresos españoles (prensa diaria) el 8-M en una legislatura regida por el PSOE (2007) y por el PP (2012). Se parte del presupuesto de que conocer el posicionamiento de la prensa española ante un determinado tema que forma parte de la agenda pública, política y periodística, y su comparación permitirá observar la influencia ejercida por uno y otro partido en el gobierno, con un corte temporal de 5 años.

3. Corpus de investigación

Dado que el objeto de estudio lo constituyen los periódicos diarios españoles de dos años distintos, con una diferencia de 5 años. Este trabajo realizar un análisis comparado de estos periódicos, y más concretamente los periódicos aparecidos el 8 de marzo de 2007 y de 2012, que alfabéticamente relacionados, son los siguientes: (1) *ABC*, (2) *El Mundo*, (3) *El País* y (4) *La Razón*. En todos ellos, y de forma sistemática se analizan los espacios en los que aparecen las noticias, que son:

1. Portada o Primera Página.
2. Editorial y/o Opinión
3. Sección o cuadernillo especial dedicado al 8 de Marzo 2012.
4. Sociedad
5. Trabajo y Economía
6. Cartas al Director
7. Información General
8. Viñetas
9. Tuits al Director @pedroj_jimenez

Han sido descartados los suplementos literarios u otros, por las dificultades para discernir si la coincidencia es fortuita, con lo que el análisis podría estar distorsionado desde su arranque. El corpus está constituido por los artículos recogidos según los criterios expuestos anteriormente que se presentan relacionados en los cuadros-resumen correspondientes.

4. Metodología

El trabajo se aborda, desde el punto de vista metodológico, desde dos perspectivas: una cuantitativa (Bardin, 1986, Conde, 1990, García Ferrando, 1995; Stubbs, 1987) y otra cualitativa: (Barthes, 1969, 1987; Blanco & Bueno, 1983; Conde, 1990; Greimas, 1980; Recio, 1995), analizando distintos aspectos. Desde el enfoque cuantitativo se describe y cuantifica el espacio utilizado, sus características y la consiguiente comparación analítica de los mismos. Desde la perspectiva cualitativa, se plantea desde “el

giro lingüístico en ciencias sociales”, es decir, el tratamiento lingüístico y periodístico de los diferentes artículos que componen este *corpus* en su totalidad, lo que permite valorar el posicionamiento, así como la sensibilidad del medio hacia el objeto de estudio. Conviene aclarar que la riqueza lingüística viene determinada por el autor del artículo: su sensibilidad, su estilo periodístico, su ideología (Aguilera, 1990; Ibáñez, 1990) o su actitud personal o profesional hacia el tema, siempre y cuando exista una autoría, (artículo firmado). Cuando el texto procede de una agencia no se ha podido analizar de igual manera dado que estas agencias de información tienden a escribir sus textos de la forma más neutra posible para una utilización indistinta de todos los medios de comunicación, con lo que esa riqueza diferenciadora (Bourdieu, 1980) desaparece o no existe. Conviene recordar que una parte nada desdeñable de los medios impresos se hace sobre la base de noticias de agencia lo que dificulta su valoración específica. Por ello, las noticias no firmadas no han sido analizadas sociolingüísticamente porque no aportan elemento diferenciador alguno desde el punto de vista estilístico. Hay que tener presente que en periodismo, la forma es el fondo, afirmación que permite inferir que la actitud de un medio hacia un tema se pone de manifiesto cuando jerarquiza, selecciona y trata el texto de una forma concreta: en una u otra página, con uno u otro espacio, con una, varias o ninguna fotografía, con la creación de un cuadernillo monográfico, etc. En muchas ocasiones no se necesitaría recurrir a analizar la riqueza lingüística, porque el propio análisis del tratamiento periodístico brinda al analista un posicionamiento inequívoco. Si bien es deseable una estrecha correspondencia entre la forma y el fondo, no siempre es así. Una buena parte del lenguaje periodístico viene determinado por la utilización de los recursos, no sólo de estilo o redacción periodística, sino de tratamiento periodístico, en cuanto al espacio dedicado, el número de páginas, las ilustraciones fotográficas o la propia tipografía.

En lo relativo a la *Agenda Setting* (McCombs & Shaw, 1972), bajo este concepto se alude al establecimiento de la agenda periodística, que ofrece un tipo de información que permite deducir las razones de la selección temática, en función de las agendas políticas, de los temas emergentes y de las ideologías subyacentes. Según Robert Ezra Park, uno de los miembros más relevantes de la Escuela de Chicago (1920-30), la jerarquización de los temas ofrecidos al público estaba en manos del poder o de la agenda política. De hecho, la propia fijación de la agenda periodística (Dader, 1992) para cada periódico ha permitido ver la convergencia o divergencia existente con las agendas políticas. En lo relativo a las secuencias temporales de la creación de las diferentes agendas, resulta muy significativo el hecho de poder establecer una convergencia de las agendas política y periodística. En la medida de su coincidencia, éstas se alejan menos del tiempo óptimo de coincidencias de agendas (*OES – Optimal effect span*).

Los efectos humorísticos están reflejados con carácter catalizador y una gran capacidad de síntesis a través de las viñetas, lo que resulta muy esclarecedor a la hora de identificar cualquier tipo de discurso. La desdramatización a través de la ironía es un recurso utilizado con tanta frecuencia como eficacia en los medios impresos. Por ello, al tiempo que el análisis cuantitativo arroja un tipo de información de base socioestadística, el cualitativo lo hace de forma sociolingüística.

5. Aplicación metodológica

5.1. Parámetros cuantitativos

Para establecer los parámetros cuantitativos en la aplicación metodológica se estableció una relación descriptiva de todos aquellos elementos externos y de presentación de la noticias, dado que como se indicó anteriormente, el tratamiento de los espacios, la inserción de las noticias en secciones concretas, la forma de diagramar una página, las líneas dedicadas al título, antetítulo o subtítulo, o el número de páginas o el tanto por ciento de ellas dedicadas a una noticia reflejan la importancia que el periódico concede a dicha noticia. Aspectos formales como su inclusión en una página par o impar tiene un efecto y una consideración distinta, de la misma forma que presentar o no una fotografía o un despliegue gráfico importante informan de la relevancia del tema, tanto periodística como socialmente hablando, lo que permite analizar su jerarquización y su correspondiente *agenda-setting*, que hacen aflorar una vez más el debate causa-efecto: sobre si los medios de comunicación reflejan la sociedad, o es la sociedad la que toma sus patrones sociales de los medios de comunicación. Siendo conscientes de que no existen respuestas unívocas e incontestables, tampoco puede negarse la relación existente. De ahí que la propia descripción detallada de los contenidos mediáticos arroja una visión afinada de la importancia que cada medio confiere al tema, de acuerdo con su tratamiento particular. Es por ello que se describen aspectos formales como el número y tipo de página en que aparece (par o impar), nombre de la sección, parte superior o inferior de la página, el número de columnas que ocupa el texto y si está acompañado de una fotografía o cualquier otro tipo de ilustración gráfica. Igualmente es muy significativo que un artículo esté firmado o no, con antetítulo y/o subtítulo o sin él, algún destacado, y el número de líneas que ocupa así como el número de columnas, o el porcentaje que la noticia representa en la página concreta o si está tipográficamente destacado. Necesariamente, todos estos aspectos formales presentes en el tratamiento periodístico de cualquier medio impreso, son muy significativos para cualquier analista o profesional de medios, aun pudieran pasar desapercibidos para el lector profano.

Para sintetizar se ha elaborado un cuadro-resumen que muestra visualmente las diferencias encontradas y son, por ende, fácilmente valorables.

5.1.1. Cuadros-resumen individualizados (2007 y 2012)

1. ABC – Cuadro resumen (2007-2012)						
2007	Sección	Página	Foto/Dib.	Columnas	% Pág	Tipografía
Día de la Mujer Trabajadora	Cartas Director	8	-	2	20	Recuadro
Juntas hacemos un mundo mejor	Publicidad	18	Sí	5	100	Sí
El permiso de paternidad será de 4 semanas dentro de 6 años	Sociedad-España	22	-	3	40	Sí

La mujer autónoma y su torre de babel	Sociedad-España	24	Sí	5	100	Sí
La Reina con las mujeres de África	Sociedad-España	29	Sí	3	20	-
2012						
Día de la Mujer Trabajadora	Cartas Director	14	-	3	15	-
Feministas a tiempo parcial	A los 4 vientos	14	-	1	10	-
Derecho a la maternidad	Opinión	15	-	3	45	-
Viñeta humor	Opinión	15	-	3	20	-
Mujer contra mujer	Opinión	14	-	2	35	-
Gallardón denuncia la “violencia de género” contra el derecho a ser madre	Sociedad	44	Sí	5	100	Sí
Gallardón (cont.)	Sociedad	45	Sí	2	50	Sí
2. El Mundo – Cuadro resumen (2007-2012)						
2007	Sección	Página	Foto/Dib.	Columnas	% Pág	Tipografía
La utopía de la igualdad de derechos	8-M	30	Sí	5	70	Negrita
Un velo islámico que no impide a los árabes participar en la sociedad	8-M	30	-	3	30	Negrita
Las africanas no pueden permitirse el lujo de no ser fuertes	8-M	31	Sí	5	55	destacado
El régimen iraní teme a las...	8-M	31	Sí	5	45	destacado
Trabajadora y discriminada	Economía	41	Sí	4	60	Negritas
Juntas hacemos un mundo mejor	Publicidad	29	Sí	5	100	Sí
De la Vega anima a las africanas a avanzar a través de la política	España	22	Sí	3	55	-
El Senado amplía el permiso de maternidad por parto prematuro	España	22	-	1	15	-
2012						
La hora de la mujer	La Tronera	3	-	2	15	-
Gallardón escribe recto con renglones torcidos	Opinión	3	-	2	15	-

El Debate de hoy: ¿Gallardón?	En la red..	20	-	1	4	-
Triste día de la mujer trabajadora	Cartas al Director	20	-	1	7	-
Hacia la igualdad de las mujeres	Otras voces	21	Sí	4	80	destacado
Vida y estructura	Apuntes /sucio	21	-í	14	20	destacado
Niñas obligadas a disparar	Mundo	30	Sí	5	55	-
Las mujeres no podrán salir solas, otra vez	Mundo	31	-	5	55	destacado

3. El País – Cuadro resumen (2007-2012)

2007	Sección	Página	Foto/Dib.	Columnas	% Pág	Tipografía
Hombre solo y descolocado	Primera	1	Sí	4	35	-
500 mujeres en pie de igualdad	Primera	1	No	2	10	-
El poder de las mujeres	Opinión	15	No	5	55	-
El poder de las mujeres (cont.).	Opinión	16	No	5	10	-
De la Vega: La participación de la mujer en política es la vía a una sociedad justa	Sociedad/ Lucha Igualdad	36	Sí	5	65	-
No podemos invertir en nada	Sociedad/ Lucha Igualdad	36	Sí	5	20	-
Cifras de la situación de la mujer	Sociedad/ Lucha Igualdad	36	No	1	15	Negrita
Cine de autora	Sociedad/ Lucha Igualdad	37	Sí	5	25	-
Periodismo comprometido	Sociedad/ Lucha Igualdad	37	Sí	5	25	-
Única juez del Supremo	Sociedad/ Lucha Igualdad	37	Sí	5	25	-
La Jefe de la Universidad	Sociedad/ Lucha Igualdad	37	Sí	5	25	-
El Senado aprueba la Ley de Igualdad en la víspera del día de la mujer	Sociedad/ Lucha Igualdad	39	Sí	2	40	-
Multas hasta de 90.000 euros por actitudes discriminatorias	Sociedad/ Lucha Igualdad	39	No	2	20	-
Baja maternal	Sociedad/ Lucha Igualdad	39	No	1,5	15	-

El 40% en el poder	Sociedad/ Lucha Igualdad	39	No	1,5	15	-
Manos femeninas atizan ...	Sociedad/ Lucha Igualdad	40	Sí	5	80	Destacado
Juntas hacemos un mundo mejor	Publicidad	29	Sí	5	100	Sí
Viñeta de Forges	Opinión	14	Sí	3	15	Sí
2012						
Gallardón atribuye el aborto a la violencia estructural contra la mujer	Primera	1	No	4	10	-
Maltrato y liderazgo en América Latina	Primera	1	No	2	10	-
Día Internacional de la mujer	Cartas al Director	28	No	1	10	-
También las mujeres sabían pintar	Opinión: la 4ª Página	29	Sí	5	100	Destacado
Gallardón dice que una "violencia estructural" presiona para abortar	Sociedad/ D.I.M.	32	Sí	5	80	Destacado
La violencia de género del ministro	Sociedad	32	No	5	20	Destacado
La paradoja de la mujer latina	Sociedad/ D.I.M.	34	Sí	5	80	Destacado
Acabar con la pobreza rural	Sociedad/ D.I.M.	34	No	5	20	-
Por la dignidad. Manifiesto de las mujeres árabes.	Sociedad/ D.I.M.	35	No	2	40	Negrita
Acabar con la pobreza... (cont.)	Sociedad/ D.I.M.	35	No	5	20	Destacado
La paradoja de la mujer...(cont.)	Sociedad/ D.I.M.	35	Sí	3	40	Destacado
La violencia machista y la brecha salarial, suspensos en igualdad	Sociedad/ D.I.M.	36	Sí	3	40	Destacado
Educación se resiste a pagar a la profesora Galera	Sociedad/ V&A	37	Sí	5	50	Destacado
El género no marcado	Cultura/ V&A	40	Sí	5	100	Destacado
El género no marcado (cont.)	Cultura/ V&A	41	Sí	2	40	Destacado
8 de Marzo	Columna					
Maruja Torres	Última	No	1,5	22	-	
Ellos descargan su frustración	Aperitivo con...	última	Sí	5	50	-

4. La Razón – Cuadro resumen (2007-2012)						
2007	Sección	Página	Foto/ Dib.	Columnas	% Pág	Tipografía
En femenino plural	Opinión	6	No	4	15	-
La Mujer en Afganistán	Tribuna	26	No	5	40	-
El futuro de África tiene nombre	Punto de Mira	3	Sí	5	100	-
La Reina, contra la discriminación de la mujer en los países africanos	Sociedad/ As. Soc.	30	Sí	3	40	-
El Senado adelanta a 2013 el mes de permiso paternal	Sociedad/ As. Soc.	30	No	2	35	-
Juntas hacemos un mundo mejor	Publicidad	35	Sí	5	100	Sí
Él Día de la Mujer	Cartas Director	10	No	1	10	-
2012						
El reto de ser mujer hoy	Sociedad	44	4	5	80	Destacado
La NASA enviará mujeres a Marte	Sociedad	44	-	2	20	negrita
El reto de ser mujer hoy (cont)	Sociedad	45	1	2	20	Destacado
Mujer, madre y trabajadora	Sociedad	30	Sí	3	60	Destacado
Igualdad sí, pero sin cuotas	Sociedad	45	Sí	2	20	-
En el PP las mujeres no representan una cuota	Punto de Mira	6	Sí	5	10	Destacado

5.1.2. Cuadro resumen-final

	ABC 2007- 2012	El Mundo 2007- 2012	El País 2007- 2012	La Razón 2007-2012
Total núm. Artículos	5 - 7	8 - 8	18 - 17	7 - 6
Art. en páginas impares	1 - 2	4 - 5	12 - 7	2 - 2
Art. en páginas pares	4 - 4	4 - 3	6 - 7	5 - 3
Art. primera página	0 - 0	0 - 0	2 - 3	0 - 0
Suma Nº de páginas	1,80 - 2,70	3,30 - 2,51	4,95 - 7,42	2,40 -2,10
Publicidad	1 - 0	1 - 0	1 - 0	1 - 0
Sección especial	0 - 0	4 - 0	12 - 8	0 - 0
Fotos/Dib./Gráficos	2 - 2	5 - 2	10 - 9	2 - 8

5.2. Parámetros cualitativos

Para poder analizar los parámetros cualitativos, desde lo que se conoce en Sociología como el “giro lingüístico” (Conde, 1990), fue necesario realizar un minucioso examen de todos los elementos de sentido, desde la elección del vocabulario hasta los signos cargados de significado, lo que unido a los parámetros cuantitativos permitió extraer conclusiones definitivas y alcanzar una valoración final. Cada texto ha sido analizado como una unidad de análisis, desde distintos bloques lingüísticos: a) *Lenguaje periodístico*: atendiendo a la celeridad marcada en su lenguaje, que unido a la regla de oro: brevedad, concisión y claridad, no siempre ofrece una gran riqueza lingüística, pero sí permite analizar su tono, a través de la redacción periodística y su distribución de los espacios; y b) *Lenguaje humorístico*: su iconicidad permite una gran diversidad de lecturas. La desdramatización, la caricaturización, la ironía y la crítica humorística pueden estar presentes en cualquier viñeta humorística. La unión de estos recursos ofrece una gran riqueza analítica, que sin duda alguna suministra una valiosa información.

Este análisis en las viñetas humorísticas ofrece distintas posibilidades. De una parte, participa tanto del género de la noticia-información como del de la crítica-estética o cáustica, ya que su discurso cubre prácticamente todos los elementos discursivos periodísticos. Con una sola viñeta, su autor puede alcanzar una expresividad muy alta. El valor simbólico contenido tanto en los dibujos como en los textos permite una síntesis muy aguda y afinada. De otra, el lenguaje icónico permite infinidad de lecturas, casi tantas como lectores, sin necesidad de entrar en un lenguaje escrito que puede estar más constreñido y comprometido. Los recursos del lenguaje humorístico son infinitos, destacando: a) la desdramatización irónica, b) la caricaturización de los personajes, c) la ausencia de censura o autocensura, d) la utilización de la ironía, y e) la crítica humorística.

6. Discusión y conclusiones

6.1. Parámetros cuantitativos

Los datos numéricos proceden de la medición de los parámetros cuantitativos. Tienen una gran importancia, por lo que el cuadro-resumen final tiene la virtualidad de presentar sintéticamente todos los datos, que por sí solos resultan tan significativos como incuestionables. Éstas son algunas de las conclusiones: la primera página de un periódico es un excelente indicador del contenido y jerarquización de las noticias relevantes del día, puesto que han sido seleccionadas por el Consejo de Redacción. Esta jerarquización es temática y consensuada. Sus titulares serán desarrollados en páginas interiores. El cuadro-resumen-final lo hace patente. *El País* es el único periódico que hace referencia al *issue* en su portada: 2 en 2007 y 3, en 2012. De lo que puede desprenderse que para la línea editorial de *El País* el tema está incluido en su agenda; b) el espacio absoluto dedicado (en número de artículos) es otro parámetro esencial. En este sentido, *El País* vuelve a ser el diario que más artículos dedica al tema en números absolutos (35:18-17) en 2007 y 2012 respectivamente, seguido por *El Mundo* (16:8-8), *La Razón* (13:7-6) y *ABC* (12:5-7). El compromiso ideológico de *El País* con relación al tema resulta muy evidente. En cambio, es cuestionable la influencia de

la agenda política del gobierno, en términos cuantitativos, con la excepción quizá del *ABC*; c) es crucial el número de páginas dedicado al tema, dato que proviene de la suma de los espacios porcentuales dedicados a cada artículo por página. La suma de los porcentajes arroja el número de páginas totales provenientes de los artículos de las secciones generales o de secciones especialmente creadas para el 8-M. *El País* es el diario que más páginas ha dedicado al tema (12,37: 4,95-7,42). Muestra más implicación con el tema en proporción inversa al partido afín en el gobierno: cerca de 5, bajo el PSOE y 7,5 páginas bajo el PP, haciendo oposición y siendo fiel a su propia ideología. Le sigue *El Mundo* (5,81: 3,30-2,51) con una diferencia menos significativa, seguido por *La Razón* (4,50: 2,40 -2,10), siendo el último *ABC*: (4,50:1,80-2,70), que tendría un valor numérico aún más bajo si se tiene en cuenta que su formato es el más pequeño de los cuatro; d) El cuarto indicador está constituido por los despliegues gráficos de todo tipo: fotografías/dibujos/gráficos/tablas. De nuevo, destaca *El País* con (19:10-9, seguido por *La Razón*: (10:2-8); *El Mundo* 7:5:2) y *ABC* con 4:2-2. Este medio le dedica una viñeta humorística al tema, con una causticidad importante, que será comentado en el apartado correspondiente; e) un parámetro importante, que los publicistas y publicitarios suelen tener muy en cuenta es el tipo de página, si es par o impar. Excepciones al margen, está bastante aceptado que las páginas impares tienen un mayor número de lectores, con un tiempo de lectura más largo, razón suficiente para que la publicidad sea habitualmente más cara en páginas impares que en pares. Por ello se observó también la proporción de páginas impares frente a las pares que los medios dedicaron al tema. De nuevo, *El País* publicó 19:12-7. Seguiría *El Mundo* 9:4-5, *La Razón* 4:2-2 y *ABC* 3:1-2. Es significativa la diferencia mostrada por *El País*, con mayor abundancia de páginas impares durante el gobierno del PSOE, otra relación coincidente; f) Otro indicador es la aparición de una sección monográfica específica: ni *ABC*, ni *La Razón*, introdujeron sección monográfica alguna. Nuevamente, *El País* sí lo hizo, bajo el epígrafe: “Día Internacional de la Mujer”, con 12 y 8 artículos respectivamente. *El Mundo*: 4-0 respectivamente. Sigue siendo importante el *issue* para la agenda de estos dos medios, que incluyen una sección especial dedicada a la efemérides; g) Aunque el color de la impresión es importante para identificar la importancia concedida al tema, dada la circunstancia de crisis financiera que no estaba presente en 2007, resulta difícil saber si esto obedece a razones de agenda o de presupuesto estricto, por lo no se ha establecido el análisis; h) la crisis financiera ha actuado en contra del 8-M, en lo relativo a la publicidad dado que en 2007 el Ministerio insertó publicidad en todos los periódicos analizados, no lo hizo en ninguno de ellos en 2012.

6.2. Parámetros cualitativos

Bajo este epígrafe se analizaron todos aquellos aspectos, que no poseen un carácter cuantitativo y por ende, no pueden ser medidos numéricamente. Estos parámetros permitieron responder las preguntas formuladas al comienzo de este trabajo, que se revisan a continuación.

6.2.1. El titular

El titular es un punto crucial a la hora de leer o descartar una noticia. Con él se pueden lograr infinidad de efectos, tales como: a) Llamar la atención del lector. b) presentar un título representativo de la noticia, aunque sólo sea de un ángulo, c) manifestar la actitud (positiva de aprobación o negativa de rechazo) hacia el tema del que se esta informando, d) buscar connotaciones o asociaciones cargadas de sentido en otro tipo de lenguaje distinto del periodístico, desde literarias a históricas, bélicas a deportivas, e) sintetizar, incluyendo todos los ángulos (con la ayuda del antetítulo y subtítulo habitualmente), f) generar una sensación de equilibrio o de armonía, g) buscar un efecto de debate o discusión abierta, h) crear complicidades o adhesiones, i) generar efectos perversos, odiosos o adversos, j) producir ambigüedad, confusión, incertidumbre, k) muchos otros efectos que pueden aparecer circunstancialmente.

Es, precisamente, por todas estas posibilidades periodísticas a la hora de titular una noticia por los que hubo que detenerse de forma muy especial en los títulos. Ellos, como las viñetas humorísticas tienen una gran capacidad sintetizadora y muestran, a veces involuntariamente, mucho más de la intención o de la actitud de su autor de la que éste se pudiera imaginar.

6.2.2. Agenda setting

Para establecer la tematización o la canalización periodística resulta crucial definir el tipo de tema: un ítem emergente, de temporalidad anual y abierto, o una noticia común. Podría afirmarse que se trata de un tema crónico (cada 8 de marzo), pero no gastado, y de temporalidad anual (cada año) y abierto, porque permite la entrada y la incorporación de temas nuevos emergentes convergentes con la efeméride. El análisis de la agenda-setting informa de la posición del medio con relación a su jerarquización. El establecimiento de los temas es cada vez más importante en la fijación de cualquier agenda, y muy especialmente en las agendas periodísticas o mediáticas. Aparecen una serie de coincidencias que han de ser valoradas: casuales o programadas, donde se dan una serie de actos y eventos políticos y periodísticos coincidiendo con la celebración del 8-M, que se muestran a continuación.

6.2.3. Coincidencias y divergencias de agendas

Son posibles tanto una coincidencia como una divergencia de agendas. La agenda política del partido en el gobierno posiciona el tema 8-M. En este caso, el partido en el gobierno (PP) mantiene una línea absolutamente conservadora, poco activa. Sus declaraciones son muy tradicionales. Incluso podrían ser calificadas de patriarcales por los grupos feministas más extremistas, lo que explica por qué los periódicos más conservadores le dedican tan poco espacio, mientras que los dos periódicos con ideología distinta o distante del PP se muestran mucho más luchadores y reivindicativos. Introducen firmas internacionales de gran nivel y sitúan la agenda periodística de sus medios a un nivel internacional, publicando incluso un manifiesto conjunto con los periódicos europeos de referencia progresista. La agenda política de los periódicos *El País* y *El Mundo* es más ajustada y coincidente, que la agenda periodística de *ABC* y *La Razón*. Para éstos, se trata de una conmemoración estricta, de recuerdo, de efemé-

ride, mientras que para aquéllos se trata también de una jornada de lucha y de reivindicación. El hecho de la convergencia de las agendas políticas y periodísticas confiere a la jornada una naturaleza difícil de definir *a priori*, pero muy rica y llena de contenido, lo que produce tiempos óptimos de coincidencias de agendas. Permite ver la jerarquización del PP de acuerdo con el esquema seguido por los dos periódicos más conservadores así como la de los otros dos. No existe una situación de homogeneidad. Como se apuntó, *El País* fue el periódico que mostró un mayor compromiso y una menor coincidencia con la agenda política de 2012, seguido por *El Mundo*, mientras que *La Razón* fue el que mayor convergencia tuvo, seguido por *ABC*. La agenda temática de las instituciones, en este caso del Ministerio de Sanidad y Servicios Sociales e Igualdad (MSySSeI) y del Instituto de la Mujer (IM) responde a lo que se conoce en investigación de medios como *policy agenda* y ejercen una gran influencia sobre la selección periodística del tema. Como se sugiere en (Gómez y Patiño, 2011) la convergencia de la agenda política y la periodística de *El País*, e incluso de *El Mundo* teóricamente sería mayor y coincidente bajo un gobierno del PSOE, pero con el PP en el gobierno, las divergencias son manifiestas.

6.2.4. Efectos humorísticos

La fuerza de expresión simbólica del lenguaje humorístico tiene al mismo tiempo una gran capacidad de síntesis. Puede darse el caso de que un humorista puede decir en una de sus viñetas lo mismo que necesitaría un filósofo en una monografía. No por u capacidad de síntesis pierde riqueza expresiva. Dicho de otra forma, mientras que en un lenguaje escrito sintético: un telegrama, por ejemplo, tiene capacidad de síntesis, pierde en cambio toda su riqueza expresiva. Al contrario, las viñetas la conservan cuando no la refuerzan por la expresividad de sus personajes. Habida cuenta de que hay una gran tendencia a dramatizar las noticias, el lenguaje humorístico o la fina ironía son recursos muy apreciables a la hora de eliminar la carga dramática de la mayor parte de las noticias, sin que por ello pierda importancia la noticia.

En 2007, Forges utilizó todos estos recursos magistralmente, haciéndose eco de la agenda periodística política de *El País*, reforzando el sentido de la jornada. Paradójicamente, en 2012, el único medio que presenta una viñeta de humor es el *ABC* y es para hacer una crítica directa al 8-M. Irónicamente pregunta por qué no proclamar el *Día Fascinante del Hombre*. El autor no sólo reivindica el día, sino que se burla de su celebración.

6.3. Análisis cualitativo y conclusiones por medios

El planteamiento seguido para la comparación directa se centra en los titulares: en su significado y en su tono, que impregna todo el texto. De hecho, resulta muy ilustrativo comprobar la forma de abordar el tema: de forma positiva o negativa, posicionándose a favor o en contra de la propia celebración del día. Aunque este aspecto no estaba previsto inicialmente, se tomó la decisión de contemplar este aspecto tras sucesivas lecturas, lo que permitió comprobar que en esta ocasión este aspecto no solo era importante la literalidad de los titulares, sino el tono e incluso la intención percibida, mezcla a veces de ironía y otros recursos estilísticos.

6.3.1. ABC

Este medio mostró un bajísimo grado de implicación con el tema analizado, tanto en la edición de 2007 como en 2012, no sólo por el espacio dedicado, sino por el tratamiento del tema. Si en 2007 llamaba la atención que se cubriera el evento por colaboraciones externas, en 2012 llama la atención que quien envía una *Carta al Director* sea un senador del Partido Popular y miembro de la Comisión de Igualdad del Senado. Mientras en 2007 se le daba un papel relevante a la figura de la Reina, en 2012 destaca el tono y sentido crítico hacia la celebración de este día y sus correspondientes reivindicaciones. Firmas habituales del medio, como Isabel San Sebastián, utiliza un tono cáustico con entradillas como: “Ninguna Leire Pajín o Bibiana Aído puede darnos lecciones de lo que significa ser mujer”. O lo que es peor, se afirma que la igualdad viene dada por la cifra del desempleo, mientras la viñeta de humor es un humor contrario a la jornada reivindicativa, como se ha comentado anteriormente. Resulta irrespetuoso hacia la celebración de un día establecido por la ONU. Asimismo llama poderosamente la atención que el artículo más importante del 2012 transmita el mensaje del Ministro de Justicia en defensa de la maternidad frente al aborto.

6.3.2. El Mundo

Dado que este medio tiene exactamente la mitad de artículos que *El País* cabe preguntarse si existe la misma correspondencia en su compromiso (50% menos). Tanto en 2007 como en 2012 buena parte de sus artículos son de carácter internacional, donde sí parece haber una mayor concienciación con el 8-M, especialmente en la Europa nórdica, sin olvidar la reivindicación necesaria del mundo musulmán para la mujer, que incluye el debate del velo. En la edición de 2012, este medio ha incorporado una nueva sección: *Tuits al Director*, que siguiendo la filosofía *tuit* es brevísimo (máximo 5 líneas a una columna) que hace un comentario personal anónimo, que en este caso *@tunomama* está a favor del aborto. Llama la atención que en *Cartas al Director* un varón se lamenta del retroceso sufrido por la sociedad en general, y la mujer en particular. Asimismo, en *Tribuna*: el Secretario de Estado de Servicios Sociales e Igualdad describe el estado de la cuestión en torno a las desigualdades: salariales o de violencia de género. Ofrece una situación muy realista, europeísta y optimista. Mientras en *ABC* se alababan las palabras de Gallardón, en esta medio y en la edición de 2012 se cuestiona y el controvertido tema del aborto. Presenta dos piezas especiales una desde Colombia y la otra desde Kabul, que pone de manifiesto la situación internacional, en 2012, mientras dedicaba otro artículo a una autora iraní.

6.3.3. El País

Es el único periódico que abre su primera página con un tema dedicado al 8-M con un titular que alude a las declaraciones de Gallardón, como un tema de *Nacional*, por ser unas declaraciones del Ministro de Justicia, pero no dentro de los temas dedicados al 8-M. La agenda política y periodística coinciden. Está escrito por dos mujeres: Vera Gutiérrez Calvo y Carmen Morán, que continúa en página 32. Además, este medio le dedica otro artículo al pie dedicado al *Maltrato y liderazgo en América Latina*, directamente enmarcado en el 8-M y que es un avance de los temas que se tratarán de la

página 34 a 36. Si en 2007 incorporaba un artículo dedicado a la Premio Nobel de la Paz 2004, Wangari Muta Maathai, en 2012 inserta uno de Michelle Bachelet: *Acabar con la pobreza rural*, y un tercer avance sobre el Manifiesto de las Mujeres Árabes. Ya en la sección de Opinión, se presenta una columna titulada *Día Internacional de la Mujer*, escrita por Rosa Ruiz que destaca todas las desigualdades que sufre la mujer, acrecentadas por la pérdida de poder adquisitivo, y otras, sufridas durante el gobierno Rajoy. *La cuarta página* de *Opinión* está enteramente dedicado a un tema de mujer, escrito por Ángeles Caso, quien trae a colación el olvido de la mujer en la historia del arte, debido a que eran los hombres los historiadores, críticos y conservadores. Mientras en 2007 se alababa el epígrafe de la ley de Igualdad dedicado a las cuotas mínimas 40-60%, en 2012 se critican las declaraciones de Gallardón, con titulares como: *La violencia de género del ministro*, significativo por sí mismo. Las mujeres internacionales son importantes en las dos ediciones: en 2007 por la importancia de las mujeres africanas, y en 2012, por las mujeres de Francia, Italia y Polonia, que además vienen avalados por mujeres profesionales, políticas intelectuales, artistas, feministas del área árabe además de Tawakkol Karman, *Premio Nobel de la Paz*, 2011 (Periodista de Yemen). Si en 2007 se hablaba de un ventajismo masculino, en 2012 Britta Thomsen propone un sello de calidad para las empresas que no discriminen, absolutamente representativo de la situación laboral europea. Si en 2007 se traía a colación a una Vicerrectora, en 2012 se habla sobre: *Lengua y sexismo: el debate que no cesa* y una reflexión sobre los términos “cojonudo” y “coñazo” como positivo y negativo, respectivamente. En 2007 se aprobaba la Ley de Igualdad, y en 2012 la última página se despidió con un *Aperitivo con Sharmeen Obaid-Chinoy*, escrito por Bárbara Celis, titulado: “Ellos descargan su frustración con los ataques de ácido”, sobre la paquistaní que recibió un oscar por un corto documental sobre el uso del ácido. En síntesis, en las dos ediciones se rinde homenaje a la mujer y al 8-M, con diversidad de autores, planteamientos y datos estadísticos, para reivindicar el día y continuar luchando desde todas las perspectivas. La agenda periodística es claramente proclive a la celebración del 8-M, lo que es más que patente por la importancia de los temas tratados, así como de sus autores.

6.3.4. *La Razón*

Si en 2007 este medio habla de demagogia, en la edición de 2012 plantea un ilustrativo texto periodístico sobre la mujer, y más concretamente sobre las diferencias biológicas femeninas, su capacidad de ser madre y los problemas sociales y laborales que aparecen con la maternidad en la sociedad del siglo XXI. Dos planteamientos que tratan la imagen de la mujer: mientras que en 2007 (PSOE) se habla de *demagogias*, en 2012 se propone estimular a las mujeres para que tomen parte en la carrera espacial. Llama la atención que es *La Razón* el único periódico que ha destacado las palabras del representante del PP, contra las cuotas. Si en 2007 se hablaba del convenio firmado y las relaciones entre las mujeres africanas y las españolas, en 2012 se habla de los logros de las mujeres españolas: el porcentaje de las mujeres universitarias (54,1%). De los lectores de tesis doctorales, el 61,1% son mujeres), mientras que sólo el 16,8% son catedráticas, y el 11,5% son consejeras y 9,6% forman parte de las Re-

ales Academias, persistiendo la discriminación salarial en torno al 22% para las mujeres. Por último, en un apartado especial de la sección *Punto de Mira*, aparece un breve antetítulo del 8-M, cuyo título entrecomillado dice: “En el PP las mujeres no representan una cuota” que sirve para mostrar una fotografía con Esperanza Aguirre, María Dolores de Cospedal y Ana Botella, que representan la capacidad y el liderazgo de la mujer en la sociedad y en el partido del gobierno. Todo ello pone de manifiesto que aunque el PP tiene una agenda política referente al *issue* “mujer”, en una línea opuesta a la mantenida por el PSOE. Se percibe un abandono de la reivindicación y lucha por la igualdad y la no discriminación, ofreciendo una visión muy conformista y positiva de la mujer, que puede llegar por sí misma al éxito y al liderazgo sin tener en cuenta todos los problemas que han venido siendo tratados anteriormente.

7. Conclusiones

La medición cuantitativa es tan significativa que no necesita ser argumentada salvo para afirmar que destaca *El País* (35), seguido a mucha distancia por *El Mundo* (16), *La Razón* (13) y *ABC* (12). Desde el punto de vista cualitativo aparecen posicionamientos ideológicos muy diferenciados, lo que significa que el ítem *mujer* forma parte de la agenda periodística y también de la agenda política del gobierno, si bien con planteamientos diferenciados. En todos los medios se ha tratado el tema, con grados de implicación distinta, no solo por el número de artículos o de páginas reservadas al *issue*, sino por la perspectiva desde la que se aborda. Siguiendo la teoría de la *agenda-setting*, podría afirmarse que las agendas periodísticas de *El País* y *El Mundo*, siendo las más implicadas por el espacio y el número de artículos dedicados, conceptual e ideológicamente no coinciden con la agenda política del Gobierno del PP. La divergencia es manifiesta aunque por razones distintas. En ambos casos se presentan opiniones disonantes con las esgrimidas por el gobierno PP. Asimismo, se presenta un panorama europeo e internacional, que no está presente en los dos periódicos restantes cuya agenda periodística-política es mucho más cercana a la línea gubernamental y se mueve en un ámbito nacional. El mero tránsito por los titulares permite ver la línea de conformidad con la situación y por consiguiente con la política seguida por el PP en el gobierno: coinciden con la política del Ministro de Justicia, Gallardón.

ABC y *La Razón*, además de dedicar al tema prácticamente un tercio del espacio dedicado por *El País*, sus titulares y contenidos están estrictamente en sintonía con la agenda política del gobierno. No abordan temas controvertidos ni polémicos y se limitan a admitir la situación, tal como la está gestionando el PP desde el MSySSeI, e incluso alabarla, como en la cuestión de cuotas o de la conciliación familiar.

La divergencia existente entre las agendas periodísticas y políticas del PP y los dos periódicos más progresistas podrían perpetuar la brecha existente entre conservadores y progresistas, como consecuencia negativa, mientras que en términos positivos, *El País* y *El Mundo* no siguen la agenda política conservadora, sino que tienen su propia agenda. Se produce una coincidencia temporal y temática por la propia efeméride, pero no hay coincidencia en el enfoque dado al tema. Asimismo se observa una gran preocupación por parte de *El País* en mostrar números incuestionables procedentes de datos estadísticos, mientras que *ABC* y *La Razón* tienen más interés por las fotogra-

fias de sus dirigentes, muestran la imagen de sus propios líderes, lo que genera un tratamiento periodístico muy diferenciado, que informa de las agendas periodísticas y políticas de cada uno de ellos.

Por tanto, la agenda política y la periodística de *El País*, e incluso de *El Mundo* fue convergente durante el gobierno del PSOE, y divergente con el del PP en el gobierno, en lo referente al tratamiento periodístico e ideológico.

Para concluir, y poder dar respuesta a la hipótesis planteadas, sobre la influencia (H1) de la agenda política del gobierno en la agenda periodística, no puede afirmarse que exista de una forma lineal, sino reactiva. Mientras en el caso de *ABC* sí le dedica un mayor espacio en 2012, bajo el gobierno del PP, no lo hace para fomentar la lucha por la igualdad sino para apoyar al gobierno, que muestra una actitud negativa frente a la reivindicación feminista. Prefiere ofrecer una imagen estética y conformista con la situación actual. A su vez podría sugerirse que *La Razón* se muestra menos interesado en cuanto al espacio dedicado en 2012 que en 2007, aunque no exista una razón clara para ello. En cuanto a la segunda hipótesis (H2) plantea que la prensa española, aun siendo sensible a esta influencia, va a actuar base a su propio posicionamiento ideológico como empresa informativa. Como tercera hipótesis (H3) que se proponía contrastar el posicionamiento periodístico e ideológico, también se hace patente: *El País* y *El Mundo* ofrecen una visión muy distante de la del PP, mientras que *ABC* y *La Razón*, se muestran muy conformes con la línea del PP, apoyando y reforzando su visión y su correspondiente actuación política.

8. Referencias bibliográficas

- AGUILERA, Octavio (1990): *Las ideologías en el periodismo*. Madrid, Paraninfo.
- BALLE, Francis (1991): *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Santa Fe de Bogotá, Tercer Mundo Eds.
- BARDIN, Laurence (1986): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BARTHES, Roland (1969): *Elementos de Semiología*. Madrid, Alberto Corazón.
- BARTHES, Roland (1987): *El susurro del lenguaje*. Barcelona, Paidós.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas (1989): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- BLANCO, Desiderio & BUENO, Raúl (1983): *Metodología del análisis semiótico*. Lima, Editorial Universo.
- BOURDIEU, Pierre (1980): *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid, Akal.
- CONDE, Fernando (1990): "Un ensayo de articulación de las perspectivas cuantitativa y cualitativa en la investigación social". *REIS*, Madrid, nº 51, julio-septiembre, pp. 91-117.
- DADER, José Luis (1992): "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios", en *Opinión Pública y Comunicación Política*. Madrid, Eudema Universidad.

- DADER, José Luis (2000): "La "mujer" como categoría emergente en la producción de las noticias: pros y contras de una nueva visibilidad periodística". *Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 5, pp. 23-37.
- DIJK, Teun A. van (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus (1974): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama.
- GARCÍA FERRANDO, Manuel (1995): *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid, Alianza Universidad.
- GÓMEZ PATIÑO, María (2011): "Análisis del tratamiento de la mujer en la prensa escrita. Día Internacional de las Mujeres". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 17, núm.1, pp. 119-140. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- GREIMAS, Algirdas Julien (1980): *Semiótica y ciencias sociales*. Madrid, Fragua.
- HERNANDO, Bernardino (1990): *Lenguaje de la prensa*. Madrid, Eudema.
- IBÁÑEZ, Jesús (1990): "Técnicas avanzadas en investigación social". Barcelona, *Suplementos Anthropos*, núm. 22, pp. 143-144, octubre.
- MCCOMBS, Maxwell, & SHAW, Donald L. (1972): "The agenda-setting function of the mass media". *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-185.
- RECIO PALACIOS, Félix (1995): "Análisis del discurso y teoría psicoanalítica", en DELGADO, José Manuel y GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, Juan (coords.): *Métodos y Técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid, Síntesis, pp. 481-492.
- STUBBS, Michael (1987): *Análisis del discurso*. Madrid, Alianza Psicología.
- WOLF, Mauro (1994): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.