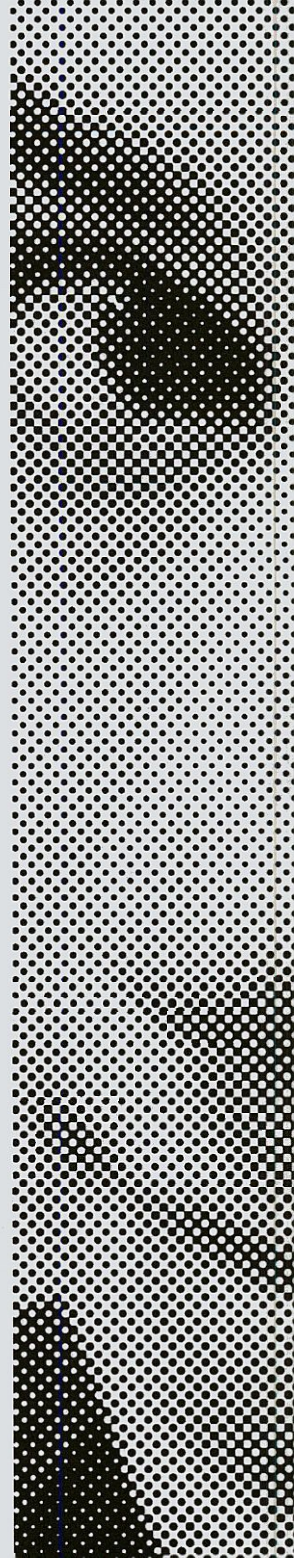


# Reseñas

- 01 Periodismo y objetividad. Entre la ingenuidad y el rechazo (Esbozo de una propuesta)** José Manuel Chillón, por Rosa María Arráez Betancort / 196-198
- 02 Televisión y prensa durante la UCD. Premios y castigos mediático-gubernamentales** Nuria Quintana Paz, por Zulima Iglesias Cruz / 198-200
- 03 Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa** María del Mar Blanco Leal, por Fernando Martínez Vallvey / 201-203
- 04 Redacción para periodistas: opinar y argumentar** Juan Cantavella y José Francisco Serrano (Coords.), por Fernando Martínez Vallvey / 204-207



## **Periodismo y objetividad. Entre la ingenuidad y el rechazo (Esbozo de una propuesta)**

José Manuel Chillón

Madrid, Biblioteca Nueva, 2007,

172 pp.

La invitación del autor a reflexionar con su propuesta de *subjetividad objetivante* debería servir, sin duda, para estimular el debate en las aulas de periodismo al respecto de los límites al trabajo periodístico que impone una idea errónea de objetividad porque la objetividad malentendida sesga el acercamiento a la realidad, su captación y selección posterior, y, finalmente, la realidad informativa que se difunde. Si bien es cierto que algunos sectores, sin embargo, la continúan defendiendo acusando de partidistas a los profesionales que tratan de acercarse a los hechos contextualizándolos y abordándolos en profundidad.

Partiendo de la idea de que el periodismo y los periodistas pueden contribuir con su labor a una sociedad más libre en que los ciudadanos ejerzan un papel activo y tomen decisiones autónomamente, José Manuel Chillón apunta la teoría de la información proponiendo la construcción de la realidad como actividad constitutiva del periodismo informativo. Y abiertamente declara que los medios y los periodistas construyen realidades con todo lo que conlleva semejante afirmación.

Los medios de comunicación median constructivamente al difundir una realidad informativa que fue, primero, realidad sin más y, después, realidad captada y seleccionada por las inevitables restricciones que surgen ante la imposibilidad de abarcarla, siguiendo al autor. Y los periodistas son responsables de transformar un hecho en noticia y de su manipulación obligada y necesaria al elegir los asuntos susceptibles de contarse de entre tantos otros, y determinar, por ejemplo, qué contar; cómo y dónde. Y he aquí la importancia del respeto a la profesión periodística y la necesidad de su desmitificación, al mismo tiempo, que se desprende de la lectura de este libro.

El respeto por esta profesión pasa por reconocer y difundir su valor en cuanto constructora de realidades, por intervenir en la visión de la realidad que tienen los ciudadanos. Chillón trata de sentar las bases del periodismo para luego incidir también en cómo se ejerce en la actualidad. Los ciudadanos no pueden ni deben confiar ciegamente en el periodismo porque los intereses económicos e ideológicos de las empresas periodísticas los convierten en meros consumidores a los que se asigna una capacidad selectiva de contenidos más que discutible. Y al mismo tiempo, las presiones laborales, el afán de reconocimiento o la competitividad de los propios periodistas, entre otras cuestiones, se cruzan en el camino de la información y la afectan.

Para aspirar a un pluralismo proveniente de distintas realidades informativas, procede replantearse objetividad y ver-

dad en un momento de crisis periodística. El autor apuesta abiertamente por cuestionar la objetividad periodística que reniega del papel activo del profesional como mediador entre la realidad y la audiencia, y defiende, sin embargo, una *subjetividad objetivante* basada en que la objetividad requiere de la intervención subjetiva o la acción de los periodistas para consolidarse. Así pone de manifiesto la importancia de la verdad informativa y recurre a Kant para defender que se crea en los propios medios de comunicación porque cada profesional tiene su propia conciencia de la realidad y trata de contarla en la medida de sus posibilidades. La verdad periodística asume el proceso cognoscitivo del profesional y la mediación comunicativa. El autor aprovecha también la concepción de la verdad de Apel para afirmar que esta verdad informativa se propone para ser demostrada y argumentada comunitariamente por lo que, de lograrse, la audiencia conocerá la realidad sobre la que se informe.

Chillón recuerda que no deben confundirse veracidad y verdad informativa porque la veracidad alude a la ética periodística del profesional que sabe de la importancia de decir la verdad mediante la investigación o el contraste informativo. También califica a la verdad de los medios de comunicación de interesante y desinteresada desde un punto de vista práctico, aclarando que reproducir los hechos verazmente no resulta suficiente porque *hay que informar de la verdad que encierran*. El autor pide prudencia por parte de los periodistas da-

do su relevante papel en la configuración informativa. Atender a la realidad como presupuesto esencial no tiene que convertir al profesional en un vasallo de los hechos, siguiendo a otro filósofo del realismo como Popper. José Chillón hace una llamada de atención sobre lo erróneo de considerar la neutralidad o la imparcialidad como bastiones del periodismo. Si la prensa y los periodistas son constructores de la realidad y transmisores de verdad informativa a los ciudadanos, los hechos deben ser abordados en profundidad y lejos, por ejemplo, de un malentendido periodismo de declaraciones.

La búsqueda de la verdad tiene como referencia la realidad. La verdad informativa no es la única verdad puesto que proviene de una manera específica de abordar la realidad. De todos modos, es la veracidad la que hace posible la verdad informativa con lo que se le otorga al profesional un enorme valor al facilitar un conocimiento verdadero de la realidad al público. De este modo se exige la formación de los periodistas porque cualquiera no vale para ejercer el periodismo, recordando que esta profesión cuenta, además, con el respaldo de la ciencia y de la universidad, aunque también desde algunos sectores y profesionales parece interesar que no se la prestigie. Sorprende escuchar en jornadas o congresos a periodistas en activo que descalifican su formación universitaria y se jactan de que lo que se enseña no sirve para nada en el ejercicio de la profesión. Aún reconociendo que los planes de estudio podrían mejorar; que-

da fuera de toda duda que la formación es crucial ya que cualquiera no vale para ejercer esta profesión que hace una construcción de lo real o de lo que sucede para la ciudadanía. Y que con ello determina, como se plantea en el libro, nuestro conocimiento de la realidad.

Recogiendo las ideas en este caso de un idealista, de Fromm, la presencia de los intereses, valores e interpretaciones de lo que acontece por parte del periodista y el proceso informativo mismo eliminan la posibilidad de un periodismo objetivo, pero tampoco procede desvincular lo que acontece del profesional porque no debe fabricar la realidad a su antojo si se continúa creyendo que el periodismo garantiza un derecho constitucional y se afirma la deontología como imprescindible en el ejercicio del periodismo.

Para tratar de combatir la crisis que padece el ejercicio del periodismo, nada mejor que recordar cuál es su papel en el desarrollo sociocultural, nada mejor que pensar sobre el periodismo, tal y como lo hace José Chillón, para que a la ciudadanía y, en concreto, a los periodistas no les quepa duda de su importancia, para respetarlo y para exigirle calidad informativa.

Dra. Rosa María Arráez Betancort  
[rarraez@uemc.es](mailto:rarraez@uemc.es)

## **Televisión y Prensa durante la UCD. Premios y castigos mediático-gubernamentales**

Nuria Quintana

Madrid, Fragua, 2007, 241 pp.

Mañana de resaca electoral. Tras el primer debate televisivo entre el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y el candidato, Mariano Rajoy, los distintos medios de comunicación lanzan sus contundentes dictámenes. Las portadas de los periódicos y las voces que se escuchan desde las cadenas de televisión y radio nos ofrecen diferentes resultados de encuestas, contradictorias opiniones de los asesores de imagen y juicios opuestos de expertos y periodistas. Sin duda, podemos tener la sensación de haber sido espectadores de enfrentamientos distintos. Es una de esas ocasiones en la que los ciudadanos percibimos que no conocemos todas las normas del juego mediático, que los aplausos o abucheos editoriales hacia el Gobierno no responden únicamente a una mayor o menor proximidad ideológica y que detrás existen otros motivos determinantes. Se trata en cualquier caso de simples sospechas, sensaciones que se plantean sin demostración. Pues bien, ésta es precisamente la principal aportación del trabajo de Nuria Quintana. Con un libro atrevido y crítico, interesante y magníficamente bien escrito,

logra demostrar teórica y empíricamente lo que muchos intuimos, el pago recíproco de favores o perjuicios entre los que mandan y los grupos periodísticos. Créanos, no exageramos en elogios. Para quienes manejamos con asiduidad textos académicos sobre el mundo de los medios de comunicación, es un enorme placer, y casi un alivio, encontrarse con esta obra, un trabajo original, que no es una compilación de aportaciones ajenas y que engancha con una exposición no sólo rigurosa, sino además entretenida.

Quintana tiene el valor de adentrarse en uno de los momentos de la historia de España más sujetos a revisionismos y nuevas interpretaciones, y lo hace para dar una nueva vuelta de tuerca a la Transición española desde el estudio de las relaciones y pactos entre el Gobierno de la Unión del Centro Democrático (UCD) y los medios de comunicación. En su análisis constata que, en este primer ciclo constitucional, se establecen los primeros entendimientos entre el Gobierno y los incipientes grupos periodísticos, las primeras dinámicas mediático-políticas reproducidas a lo largo de nuestra democracia que han marcado el progresivo comportamiento de los actuales imperios multimedia. Unas prácticas de concesión de recompensas o reprobaciones mutuas en mitad de las cuales RTVE se transforma hasta nuestros días en diana de los dardos periodísticos contra el Gobierno. El examen que emprende la autora acerca de los primeros controles del

Gobierno sobre RTVE, en nuestra incipiente democracia, es sustancial para comprender la reciente reforma de nuestra televisión pública. El nacimiento de la Corporación de RTVE en 2006 responde precisamente a la ambición de terminar definitivamente con las estrategias intervencionistas e interesadas de los sucesivos gobiernos, presiones amparadas en un Estatuto de la Radio y Televisión que legitimó la subordinación y dependencia del Ente Público respecto al Gobierno.

Desde un punto de vista estructural, el libro se divide en cuatro capítulos y unas conclusiones generales. Es de agradecer a la autora que sintetice cada una de estas secciones en remates parciales y que esclarezca los puntos esenciales de la exposición con unos cuadros que permiten advertir de un vistazo los datos fundamentales.

El primer capítulo aborda la teoría sobre la relación entre el poder político y los medios de comunicación. Para entender la realidad española, Quintana examina la situación desde la perspectiva de la Economía Política en general, añadiendo un punto de vista político a la estricta visión económica con la que habitualmente se aborda el sector mediático. Además, describe y establece una comparación entre la evolución de la Economía Política audiovisual y de prensa en Europa y en nuestro país, estudio que permite inferir las decisiones de los gobiernos *ucedistas* en materia de medios de comunicación.

Desde la visión de las políticas de comunicación y su incidencia en las empresas informativas, el segundo capítulo atiende a las relaciones entre los gobiernos de la UCD y los grupos periodísticos. Su principal aportación: una argumentación que va más allá de una visión fundamentalmente histórica y que categoriza las causas político-económicas interrelacionadas que influyeron en la adopción de unas determinadas estrategias político-mediáticas.

En los siguientes capítulos, Quintana se centra concretamente en la demostración de su teoría, el amiguismo entre el poder y algunos medios. La tercera parte evalúa las acciones de uno de los participantes del juego, el Gobierno. Desde este punto de vista, discierne la repercusión de las distintas políticas comunicacionales *ucedistas* en los grupos periodísticos y especifica las empresas que fueron favorecidas y perjudicadas. El último paso vuelve la mirada sobre los otros contrincantes, las organizaciones informativas, y analiza las respuestas mediáticas ante el favoritismo gubernamental. A través de un trabajo de campo fundamentado en el análisis de contenido, la autora acredita la recompensa o censura editorial ante los tratos gubernamentales de favor o detrimento de intereses.

En definitiva, un preciso retrato de un pasado que ha trazado nuestro presente mediático y sobre el que nos gustaría hacer dos últimos apuntes. En

primer lugar, hay que destacar una limitación del trabajo que la misma autora ha descubierto en su exposición: la dificultad para conocer los datos sobre los resultados económicos de los grupos periodísticos que han ceñido el análisis de su evolución. A pesar de que en la actualidad se pública la mayor parte de estas cifras, como víctimas de la falta de colaboración de las empresas informativas en algunos proyectos académicos sobre esta materia, consideramos necesario denunciar esta práctica que es cuanto menos alarmante. En segundo lugar, lanzar una propuesta en el caso de una nueva edición: el cambio de la portada del libro. Desde luego, este excelente trabajo no merece un diseño tan insulso y gris que no sólo no está en consonancia con el contenido del texto, sino que además no invita a su lectura. En este sentido, advertimos a los lectores que no se dejen engañar por lo abstracto e insustancial de la cubierta, el fondo del trabajo de Nuria Quintana es riguroso y esencial, imprescindible para comprender las actuales relaciones entre el poder y los grupos de comunicación en España.

Dra. Zulima Iglesias Cruz  
aziglesiascri@upsa.es

## Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa

María del Mar Blanco Leal

Madrid, Eiuinsa, 2008, 207 pp.

La capacidad de análisis tanto de los estudiantes como de los profesionales de la comunicación es importante, sobre todo en lo que se refiere a los medios de comunicación de masas, su lugar de trabajo o, cada vez más, un tipo de fuente para poder buscar información o ideas con las que realizar el periodismo diario. El periodista en activo debe conocer aquellos medios en los que trabaja, por un lado; y debe entender tanto la competencia entre los diarios como las carencias o potencialidades de sus rivales en el mercado, por otro. A su vez, en el periodo formativo, los estudiantes comprenden mejor la realidad periodística, los modos de trabajar y el contexto informativo a través del análisis de los diarios.

Este es el marco en el que se inscribe *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa*, de la profesora María del Mar Blanco Leal. En el prólogo del catedrático de Ética del CEU San Pablo Gabriel Galdón, realiza el resumen más acertado que pueda hacerse de las 207 páginas que le siguen al apuntar que los modelos presentados unen "en equilibrio y armonía, fondo y forma; que está realizado desde la teoría

periodística (y no, por ejemplo, desde la lingüística del texto); que abarca desde el análisis de los principios editoriales de la empresa informativa hasta la recepción del mensaje, pasando por los estudios críticos (desinformación y manipulación) o por los del diseño periodístico" (p. 10).

Para ello, la autora realiza un recorrido muy claro a lo largo de los cinco capítulos. En el primero, "Precisiones terminológicas y conceptuales", plantea dos cuestiones de fundamento: la relación entre los vértices de ese triángulo periodístico tan debatido como es verdad-independencia-objetividad; y explica cuál es el punto de partida del análisis: los principios configuradores o editoriales que asume un medio para informar o como diría Lorenzo Gomis para realizar una interpretación sucesiva y periódica de la realidad. En una docena de páginas la autora demuestra su capacidad de síntesis y de aportación de lo que otros autores como Nieto o Iglesias habían planteado como los criterios editoriales. Son seguramente estas páginas, las que dan a conocer la madurez de una joven investigadora cuyo repaso bibliográfico no es una mera suma de citas, sino una nueva visión que le permite construir posteriormente los modelos de análisis de la prensa.

"Aproximación a las estrategias de desinformación y manipulación" es el capítulo más breve del libro y con él se quiere aportar otros elementos importantes para el esquema concep-

tual que permita realizar el análisis de la prensa. En este caso, “estructurar y revisar aquellas estrategias que fomentan la desinformación y la manipulación por parte de los medios de comunicación y que pasan inadvertidas, en ocasiones, a los ojos de los destinatarios de la información” (p. 68) todo ello con el fin de “ayudar a entender los medios impresos, abrir sus ojos para que estando expectante pueda percibir la metainformación que transmiten los mensajes” (p. 68). La dirección de Gabriel Galdón es patente en esta parte del trabajo, lo cual es una garantía del éxito de la autora.

A partir de aquí, esta profesora del CEU San Pablo se adentra en la “Propuesta metodológica de análisis”. Antes de empezar, realiza una breve descripción de las etapas del análisis de contenido —que quizá se podría haber extendido un poco más ya que muchos universitarios lo desconocen— y posteriormente establece cuáles son las partes del análisis: cuantitativo, cualitativo, elementos gráficos, y factores de diseño. La exhaustividad de todos los puntos recogidos en el análisis demuestra que la autora ha estudiado a fondo los diarios, sin olvidarse de ninguno de los posibles aspectos, contenidos y cometidos. Aunque no es este el lugar para poner ejemplos de cada uno de los ítems, en ocasiones la profesora Blanco ofrece al lector varios ejemplos que explica con gran claridad. Finaliza el capítulo con un esquema de todos los puntos que deben tenerse en cuenta en el análisis, en total

cuatro páginas para una “Propuesta de modelo de análisis de la prensa diaria”. Quizá se pueda señalar que es innecesaria la presencia del apartado relacionado con las etapas del análisis de contenido, ya que propiamente no forman parte del modelo general, sino del trabajo que en cualquier análisis de contenido debe realizarse.

Una vez presentada la propuesta, encontramos el capítulo dedicado al “Modelo de análisis aplicado a los diarios de información general”, con el que describe todo el modelo. Sí es el lugar de los ejemplos, de la pormenorización de los detalles, de explicar al lector qué aspectos deben tenerse en cuenta en cada uno de los ítems analizados. La gran cantidad de aspectos que se deben analizar y los posibles enfoques y significados que tienen muestran la intención de conseguir un método completo por parte de la autora. Ella añade las preguntas pertinentes que se debe realizar el investigador a la hora de analizar y qué significados pueden tener las respuestas. Un botón sirve de muestra: el apartado 4.3 “Las fuentes de información”. Expone el valor de las fuentes, los modos de trabajar de los periodistas, qué se debe mirar a la hora de analizar y qué preguntas debemos hacer sobre lo visto. Lástima que el apartado dedicado a la documentación, tarea importantísima como han puesto de manifiesto precisamente muchos como Galdón o López Yepes, se despache en poco más de 15 líneas. De esta forma, no se traslada a los futuros perio-



distas la importancia de la documentación en el trabajo periodístico, especialmente en los diarios.

La validez de la propuesta presentada por María del Mar Blanco se comprueba en el último capítulo: "Aplicación pormenorizada del modelo de análisis". La autora toma un ejemplar de *El País*, *El Mundo* y *ABC* para aplicar todo el esquema de análisis. En cada subapartado presenta unas conclusiones, por lo que al final del capítulo no recoge en un único párrafo una conclusión de las diferencias que ha mostrado el análisis de los tres ejemplares del 19 de octubre de 2006.

En el epílogo, la autora recoge algunas intenciones de su trabajo. La primera se refiere a que "la obra también resulta interesante en el ámbito de la docencia ya que ofrece una fórmula para contribuir al desarrollo de la conciencia crítica entre los estudiantes (...) Para ellos y especialmente para sus maestros puede ser una ayuda considerable, una referencia orientada a facilitar el aprendizaje y la inserción social". La segunda muestra su interés en llamar la "atención a los distintos medios de comunicación, un reclamo para que se comprometan con su público, para que se orienten hacia la excelencia y la calidad tanto en los contenidos informativos como de entretenimiento, para que asuman su responsabilidad en la relación de confianza que debe existir entre el destinatario y la empresa. Es decir, para que formulen con mayor concreción sus

principios configuradores de forma que la promesa inicial y la oferta final se identifiquen y contribuyan a la transparencia y a la independencia del medio" (p. 184). Estamos seguros de que la primera intención será más fácilmente acogida que la segunda. Por lo que es probable que hasta que se vayan incorporando nuevos profesionales con esta sensibilidad no se profundizará más en la segunda, como apunta María del Mar Blanco y deseamos todos.

Dr. Fernando Martínez Vallvey  
[fmartinezva@upsa.es](mailto:fmartinezva@upsa.es)

## Redacción para periodistas: opinar y argumentar

Juan Cantavella y José Francisco Serrano (Coords.)

Madrid, Editorial Universitas, S.A., 2007, 328 pp.

Cada cierto tiempo se publica algún libro nuevo sobre redacción periodística, bien por estar agotados los anteriores, bien por incorporar nuevos aspectos como pueden ser los vinculados con internet o con nuevas propuestas pedagógicas. En este último punto cabe mencionar *La opinión periodística: argumentos y géneros para la persuasión* de la profesora María Jesús Casals, que amplían los anteriores de Luisa Santamaría. Amplía la propuesta didáctica de los clásicos géneros de opinión —editorial, columna, crítica, suelto, etc.— con aportaciones de la retórica clásica.

*Redacción para periodistas* es el último trabajo de Juan Cantavella y Francisco Serrano. Las trayectorias académicas de estos dos profesores del CEU San Pablo han dado hasta ahora buenos frutos. Por ejemplo, *Redacción para periodistas: informar e interpretar* o Ángel Herrera Oria y el diario 'El Debate': Iglesia, política y prensa en España, de 1911 a 1936. A su vez, cada uno ha presentado otros trabajos, que tienen una mayor o menor relación con el aquí reseñado. Tal es el caso de *Ética de*

la comunicación y de la información, coordinado por José Francisco Serrano y José Ángel Agejas, o los trabajos de Juan Cantavella sobre la entrevista periodística, de la que versó su tesis doctoral, siendo su libro sobre la historia de la entrevista una aportación valiosísima para conocer la historia de los géneros periodísticos y del quehacer periodístico.

En el libro que reseñamos encontramos las dos líneas que he apuntado anteriormente: hay aspectos nuevos para su didáctica; y el periodismo de opinión necesitaba un nuevo manual después de que algunos de los clásicos estén agotados y encontrarlos fuera de las bibliotecas especializadas sea difícil, sobre todo para los alumnos. Es el caso de *Periodismo de opinión y discurso*, de Susana González; *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*, de Emmi Armañanzas y Javier Díaz; o *Géneros del periodismo de opinión*, de Esteban Morán.

Los editores se han rodeado de siete docentes de reconocido prestigio, alguno maestro de maestros como es el caso de Luis Núñez Ladevéze, María Jesús Casals, o Xosé López, para tratar diferentes aspectos de la argumentación en los medios de comunicación.

Los dos primeros capítulos ("Los géneros periodísticos y la opinión" y "Retórica y argumentación: el poder de la inteligencia discursiva", de Núñez Ladevéze y Casals, respectivamente) son dos capítulos introductorios a la opi-

nión en los medios. Es especialmente meritoria la disección entre información, opinión e interpretación y sobre todo el último punto del capítulo escrito por el doctor Núñez Ladevéze: “Los géneros del comentario”, donde analiza las características que debe tener el comentarista, los ingredientes de los textos de opinión y los rasgos de la opinión.

La aportación de María Jesús Casals va en la línea del camino que ya abrió en *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Es un estudio de las relaciones y aportaciones que la retórica clásica, por un lado; y la moderna de Perelman, por otro, pueden tener con el periodismo de opinión. Realmente, este capítulo sería de obligada lectura para todas las personas que trabajan en el ámbito de las ciencias sociales o de las humanidades. La explicación, por ejemplo, de los argumentos inductivos y deductivos es muy acertada y clara.

Después de estos dos primeros capítulos, los diferentes autores se centran en los géneros de opinión y en la opinión en medios, sobre todo en los modernos: los audiovisuales e internet. En este sentido, se echa en falta un capítulo sobre el papel que juega la opinión en los medios escritos –tanto diarios como revistas– para explicar cómo está siendo utilizada hoy en día en los diferentes periódicos o en algunos tipos de revistas. Son notables, por ejemplo, las diferencias de

los editoriales de las revistas –normalmente firmados por el director de los editoriales de los diarios– sin firma. Por otra parte, la distinción entre periódicos interpretativos y periódicos de opinión se ha basado –por parte de quienes quisieron vestirse con una aureola de mayor prestigio– precisamente en que unos medios utilizaban la opinión hasta en los pies de fotos mientras que los otros realizarían una interpretación más objetiva de la realidad. Por otra parte, un capítulo de este estilo será cada día más importante si las previsiones de los analistas en el sentido de que se va a un diario más interpretativo y opinativo, resultan ciertas.

El primer capítulo dedicado a un género es el del editorial, realizado por dos jóvenes docentes con amplia experiencia profesional: los profesores Arroyas y Gobantes. Una vez más, lo más novedoso e importante de este capítulo son los apartados dedicados a la argumentación, a la que definen como “clave del editorial”. Son muy de agradecer los ejemplos que los autores recogen.

La opinión en internet merece dos capítulos. Uno de María José Pou y otro de Xosé López. La primera pone en relación los sueltos con la opinión en internet, estableciendo que puede ser el mejor género para opinar en la red. La autora ve con acierto algunos cambios que se producirán en el futuro: “Lo mismo puede aplicarse al uso del humor, de un lenguaje desenfadado o

menos elaborado. La misma rapidez y brevedad imponen un estilo próximo al del suelto. La posibilidad de acompañarlo con imágenes, fotografías o viñetas supone un incremento de la presencia de este estilo ameno y accesible. De hecho permite profundizar en la evolución de los géneros de opinión en la línea mencionada anteriormente, esto es, en la disolución de fronteras entre autores y lectores pero también entre géneros de opinión. Así, un weblog puede contener los clásicos sueltos, acompañados de viñetas e, incluso, hiperenlazados, de forma que permitan al usuario acceder al editorial donde esa pincelada del suelto se desarrolle ampliamente. Con todo ello el avance es notable pues se unen en un mismo soporte hasta tres géneros distintos o cuatro, si sumamos al weblog de opinión del medio, la viñeta y los enlaces a editoriales, la posibilidad de que el lector haga comentarios que provoquen el debate" (p. 159).

Por su parte, el trabajo de investigador de Xosé López queda demostrado, una vez más, en su capítulo, donde a partir de un estudio de campo de grandes medios de comunicación muestra una panorámica de los usos opinativos en los medios digitales, tanto españoles como extranjeros. Su capítulo termina con una reflexión sobre el futuro de la opinión en internet y del papel que jugarán las denominadas *redes sociales*. Su honradez en la investigación es puesta de manifiesto cuando dice que "todavía no se han encontrado caminos claros para ex-

plorar nuevas formas (si exceptuamos algunos índices de interactividad), pero no cabe duda de las posibilidades de nuevas propuestas. Los datos indican que no se advierten prisas por introducir grandes cambios en los géneros de opinión tradicionales, aunque sí que existen proyectos en fase de experimentación. De momento, lo prioritario es opinar con los principales modelos conocidos y la innovación espera su turno" (p. 324).

La columna y la crítica artística reciben respectivamente los capítulos 6 y 7. El profesor Sanmartín, de la Universidad Carlos III, realiza un ensayo sobre la columna, partiendo de su gran presencia en los diarios españoles y de su evolución histórica. Recoge, al final de su capítulo, las diferentes clasificaciones que sobre la columna se han realizado.

Por su parte, Juan Cantavella, que escribió durante muchos años crítica periodística, muestra todo su saber hacer y experiencia en el capítulo dedicado a los juicios sobre obras artísticas para la orientación del lector. Al igual que en el capítulo dedicado al artículo, Juan Cantavella derrocha todo un caudal de conocimientos históricos, de datos concretos, que ilustran la evolución de las diferentes manifestaciones del periodismo en España. Por ejemplo, en la explicación de que ABC fue el primer diario en publicar crítica de televisión en el año 1959. O al relatar que Jardiel Poncela presentó en la primera escena de una película una lá-

pida con el nombre de un crítico—Carlos Fernández Cuenca— con el que estaba muy enemistado desde hacía varios años. Estos ejemplos muestran al lector cómo la vida del periodismo es difícilmente encorsetable en parámetros exclusivamente académicos.

A los medios audiovisuales se dedican dos capítulos. Uno de ellos exclusivo para un género que tienen una gran presencia en la opinión pública española: la tertulia. Para ello, nadie mejor que la profesora de la Universidad Pontificia de Salamanca, Chelo Sánchez, que ya dedicó su primer estudio a la tertulia y su tesis doctoral a su influencia. En veinte páginas realiza un resumen de sus investigaciones anteriores y muestra cuál es el peso tanto del tertuliano como de la tertulia en el panorama radiofónico español. Quizá este capítulo hace innecesarias las páginas que Gabriel Sánchez Rodríguez dedica a la tertulia en el capítulo “La opinión como argumento en los medios audiovisuales”. En cualquier caso, es de agradecer que un libro sobre los géneros argumentativos no se haya olvidado de los medios audiovisuales y haya querido destacar el papel que la opinión puede jugar en ellos. En el caso de la televisión, se centra especialmente en los debates—que pueden ser considerados un tipo de tertulia— y en el papel de los conductores de programas, especialmente en la radio, como “portavoces de la línea editorial de la empresa, sin necesidad de recurrir a géneros de opinión, perfectamente diferenciados de los de infor-

mación. La audiencia lo sabe y encasilla a cada uno en una línea de pensamiento. A partir de ahí, la fidelidad con el que mejor puede contribuir a reafirmar las ideas del oyente es total” (p. 297). Ese es precisamente un punto de vital importancia: la persuasión, que tanto a través de la información como de la opinión, hace que las audiencias se acerquen al calor que desprenden las brasas de los contenidos que arden en las hogueras de los medios de comunicación. Aquéllos medios cuyo fuego resuelva más confortable para un colectivo, tendrá su beneplácito y el rechazo—más o menos frontal— de otros colectivos, por eso los medios de comunicación deben tener esa estrecha relación con sus audiencias, porque deben ser el calor que las mantenga con vida y recibir de ellas, además, el combustible que les permita seguir calentando. En todo ello, la opinión abierta, no oculta ni disfrazada, es una de las herramientas más eficaces de los periodistas. Y a conocerla un poco más contribuye este manual de *Redacción para periodistas: opinar y argumentar*.

Dr. Fernando Martínez Vallvey  
 fmartinezva@upsa.es

# Documento

## 01 Corporación de RTVE

### Principios básicos de la Programación

/210-217

Estos principios se aplicarán a los programas de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. El contenido de estos principios de programación de la Corporación de RTVE, en el marco de su actividad, será de carácter general y de cumplimiento obligatorio para los departamentos de programación de las emisoras de televisión de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha y para los departamentos de programación de las emisoras de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real. Los principios de programación de la Corporación de RTVE se aplicarán a los programas de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real.

Principios de programación de la Corporación de RTVE

#### Introducción

La Corporación de RTVE tiene como misión principal la de garantizar a los ciudadanos de Castilla-La Mancha el acceso a los servicios de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real.

La Corporación de RTVE tiene como misión principal la de garantizar a los ciudadanos de Castilla-La Mancha el acceso a los servicios de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real. Los principios de programación de la Corporación de RTVE se aplicarán a los programas de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real.

La Corporación de RTVE tiene como misión principal la de garantizar a los ciudadanos de Castilla-La Mancha el acceso a los servicios de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real. Los principios de programación de la Corporación de RTVE se aplicarán a los programas de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real.

La Corporación de RTVE tiene como misión principal la de garantizar a los ciudadanos de Castilla-La Mancha el acceso a los servicios de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real. Los principios de programación de la Corporación de RTVE se aplicarán a los programas de televisión que se emitan en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, en el marco de su actividad, y a los programas de televisión de las provincias de Albacete, Cuenca y Ciudad Real.



plenamente al criterio de independencia profesional y al pluralismo político, social e ideológico presente en nuestra sociedad, así como a la norma de distinguir y separar, de forma clara y perceptible, la información de la opinión.

c) Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones.

d) Promover la participación democrática mediante el ejercicio del derecho de acceso.

e) Promover la cohesión territorial, la pluralidad y la diversidad lingüística y cultural de España.

f) Impulsar el intercambio de la información y el conocimiento mutuo entre los ciudadanos de los Estados miembros de la Unión Europea como espacio común de convivencia.

g) Editar y difundir canales radiofónicos y de televisión de cobertura internacional que coadyuven a la proyección hacia el exterior de las lenguas y culturas españolas y a la adecuada atención a los ciudadanos españoles residentes o desplazados en el extranjero.

h) Ofrecer acceso a los distintos géneros de programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público.

i) Promover la difusión y conocimiento de las producciones culturales españolas, particularmente las audiovisuales.

j) Apoyar la integración social de las minorías y atender a grupos sociales con necesidades específicas.

k) Fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.

l) Promover el conocimiento de las artes, la ciencia, la historia y la cultura.

m) Difundir el conocimiento de los derechos de los consumidores y usuarios, así como desarrollar procedimientos que garanticen el derecho de réplica.

n) Fomentar la producción de contenidos audiovisuales europeos y en lenguas originarias españolas y promover la creación digital y multimedia, como contribución al desarrollo de las industrias culturales españolas y europeas.

o) Velar por la conservación de los archivos históricos audiovisuales.

p) Tener por objetivo atender a la más amplia audiencia, asegurando la máxima continuidad y cobertura geográfica y social, con el compromiso de ofrecer calidad, diversidad, innovación y exigencia ética.

q) Promover los valores de la paz.

r) Promover el conocimiento, la salvaguarda y el respeto de los valores ecológicos y de protección del medio ambiente.

s) Preservar los derechos de los menores. Deberá prestarse un especial respeto y atención a la infancia y a la juventud.

El artículo 3,3 de la Ley 17/2006 también establece que forma parte de la función de servicio público de radio y televisión contribuir al desarrollo de la Sociedad de la Información. Para ello, RTVE participara en el progreso tecnológico, utilizando las diferentes tecnologías y vías de difusión, y desarrollaran nuevos servicios conexos o interactivos, susceptibles de enriquecer o completar su oferta de programación, y de acercar las diferentes Administraciones Públicas a los ciudadanos.

Igualmente se promoverán medidas que eviten cualquier forma de discriminación por causa de discapacidad.

La observancia de los anteriores principios justifica la financiación pública de los contenidos de sus distintas programaciones.

Asimismo, la aplicación de los mencionados principios debe afectar de forma global a toda la programación de la radio y televisión pública de titularidad estatal.

## **Principios básicos de programación**

La Corporación RTVE quiere definir también los criterios de actuación que corresponden a los medios de la radiotelevisión pública de titularidad estatal en cumplimiento de su responsabilidad: adecuando la programación a los principios de servicio público que corresponden a RTVE.

RTVE se siente comprometida con el desarrollo de un modelo de radiotelevisión que respete sin restricciones todos los derechos constitucionales.

La radiotelevisión pública tiene el deber de establecer modos de actuación que sirvan de referente en la defensa de los derechos individuales o colectivos en situación de mayor fragilidad. La independencia y la libertad de expresión que guiarán todas sus actuaciones se reforzaran mediante el respeto del derecho a la intimidad, el honor y la propia Imagen.

En ese contexto no existirán límites al debate de quienes ostentan la representación de los ciudadanos ni a la participación de los propios ciudadanos en la crítica de los asuntos públicos. Sin embargo, RTVE debe garantizar que las afirmaciones que se emitan a través de sus medios audiovisuales no conculquen los derechos de otras personas o grupos ni los valores de convivencia democrática.



RTVE se esforzara en articular unos medios de comunicación que garanticen a los ciudadanos la difusión del conocimiento, el derecho a la información y que contribuyan al entretenimiento de una manera digna y acorde con los valores democráticos y constitucionales.

La televisión y la radio públicas de titularidad estatal deben constituir un acicate y un estímulo para una producción audiovisual creativa, inteligente y moderna, en defensa de los valores sociales asumidos por todos.

La Corporación RTVE se compromete a que la selección de los contenidos de sus medios se atenderá a criterios de calidad, de interés general y de servicio público.

La función de servicio público no radica tanto en los géneros seleccionados como en su contenido y tratamiento. Los diferentes géneros y formatos pueden tener cabida en una radio y televisión públicas en aras de la variedad de su programación.

La radio y la televisión públicas compiten consigo mismas y se miden por su capacidad de respuesta a las demandas de la sociedad. Pero eso no obsta para exigirle unos resultados de audiencia que prueben el valor de sus contenidos y garanticen su funcionamiento de acuerdo con la normativa legal.

Los medios de RTVE no deben renunciar a conseguir una posición des-

tacada ante la audiencia. Sin embargo, este objetivo no puede justificar la falta de calidad de los contenidos ni su alejamiento de los principios de servicio público. El liderazgo de audiencia no es un fin para RTVE. El fin debe ser el cumplimiento de sus propios objetivos.

La radiotelevisión pública deberá cubrir en su programación las áreas más desatendidas por los medios de comunicación y promover iniciativas socialmente valiosas en lo relativo a la programación, el uso de las nuevas tecnologías y de la participación de los telespectadores y radioyentes.

Para la Corporación resulta indispensable aprovechar al máximo los recursos propios de producción de RTVE. La producción propia debe tener un peso sustancial en el conjunto de la programación de RTVE.

La Corporación debe asumir un papel destacado como apoyo activo de la industria audiovisual española.

RTVE debe aprovechar el amplio espectro de canales a su cargo, estableciendo un modelo claro de diversificación de su oferta dentro de un planteamiento de conjunto coherente y coordinado.

La Corporación también debe asumir un papel activo en el desarrollo e implantación de las nuevas tecnologías y en la utilización de los medios interactivos. Así mismo, debe estimular la di-

fusión de contenidos informativos y de entretenimiento para favorecer el acceso a los mismos.

## **Información y opinión**

El elemento distintivo de la CRTVE radica en la prioridad absoluta de la información. El primer deber de la Corporación consiste en garantizar el derecho de los ciudadanos a una información objetiva, veraz, plural e independiente de cualquier grupo político, económico o de presión.

El objetivo fundamental de la Corporación radica, en consecuencia, en potenciar los informativos y mantenerlos como una referencia incuestionable en el conjunto de la sociedad. De la misma manera, sus medios deben constituir un espacio de debate público que estimule la reflexión, el conocimiento de la realidad, la actitud crítica y la participación ciudadana.

Opinión e información deben estar claramente delimitadas en aras de conseguir el máximo respeto a la libertad de expresión y al derecho de los ciudadanos a una información veraz y contrastada.

TVE, RNE e iRTVE aprobarán normas de estilo de los informativos con el objetivo de velar por el respeto a las normas del rigor periodístico y por el buen uso del idioma. Dado el papel crucial que los medios de comunicación desempeñan en la defensa o deterioro de la lengua, la Corporación

RTVE establecerá criterios de corrección lingüística que promuevan y garanticen tanto la pureza como la riqueza del idioma.

## **Cultura y entretenimiento**

En los programas de entretenimiento RTVE mantendrá un escrupuloso respeto al honor, la intimidad y la propia imagen de las personas.

RTVE debe convertirse en un vehículo de difusión de la cultura española y de sus nacionalidades y regiones, en su pluralidad y diversidad.

La Corporación apoyará la creación cultural europea y, en particular, la cinematográfica, así como su difusión. Los productos culturales como películas, discos y libros serán objeto de atención preferente en todos los medios de la Corporación.

RTVE velará especialmente por la difusión y protección de sectores específicos de la cultura española como la música, las bellas artes, las artes escénicas, etc.

RTVE tendrá un papel activo en la divulgación del conocimiento.

RTVE dará cobertura a los acontecimientos deportivos de mayor trascendencia, sin olvidar el seguimiento de los deportes minoritarios.

## **Infancia y juventud**

RTVE atenderá de forma específica a la audiencia infantil, tanto en el número de horas de emisión como en la producción de contenidos adecuados a las diferentes edades, poniendo especial atención en la protección del libre desarrollo de la personalidad y resto de derechos de los menores a los que está dirigida.

Las anteriores consideraciones serán escrupulosamente observadas en las franjas horarias destinadas a la audiencia infantil

RTVE debe velar también por la comunidad juvenil, programando contenidos que animen el conocimiento y la formación junto a una oferta atractiva de entretenimiento creativo e innovador.

La programación juvenil respetará y promocionará los valores de libertad, igualdad, no violencia y solidaridad.

## **Compromisos sociales y Derecho de acceso**

RTVE defenderá y promocionará en toda su programación los valores constitucionales, y especialmente los de igualdad, libertad, pluralismo y tolerancia, sobre los que se asienta la convivencia democrática.

RTVE promoverá un compromiso activo con el principio de igualdad de oportunidades entre ambos sexos y

en contra de la discriminación de la mujer y la violencia doméstica.

RTVE mantendrá una actitud vigilante a fin de impedir la transmisión de contenidos que explícita o implícitamente justifiquen o alienten el racismo y la xenofobia.

De acuerdo con la normativa vigente, y a fin de asegurar en su programación la expresión de la pluralidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad española, RTVE garantizará el acceso a la misma de las organizaciones y colectivos política y socialmente significativos.

RTVE promoverá la producción de contenidos específicos que expresen el respeto debido a las minorías y aseguren su presencia en la programación, con especial atención a la integración de los inmigrantes, las personas con discapacidad física, psíquica o sensorial, y el resto de colectivos con mayor riesgo de exclusión social.

RTVE recogerá en su programación el hecho religioso, en tanto que fenómeno de relevante significación social, con el máximo respeto a la libertad religiosa, a la pluralidad de confesiones y a sus símbolos representativos, y a los sentimientos religiosos individuales y colectivos.

RTVE será especialmente cuidadosa en el tratamiento del terrorismo y de todo tipo de violencia en su programación, con especial respeto y aten-

ción a la sensibilidad de las víctimas.

RTVE reflejará en su programación su compromiso con el europeísmo, con el civismo y la paz, y con la redistribución de la riqueza, la cooperación internacional y la lucha para erradicar el hambre y la miseria.

RTVE promoverá el conocimiento y la difusión de la ecología y la protección del medio ambiente.

RTVE fomentará la seguridad vial, así como la defensa de los derechos de consumidores y usuarios.

RTVE favorecerá la accesibilidad de las personas con discapacidad a los diferentes canales y soportes, incorporando a tal fin los avances tecnológicos disponibles.

### **Compromisos de programación**

Los anteriores principios habrán de concretarse en la programación de RTVE, que deberá dar cabida a todos los temas y compromisos derivados de su función de servicio público y de la responsabilidad que, como al medio público, le compete en la defensa, desarrollo y promoción de los valores en que se sustenta la convivencia democrática.

# Normas de estilo



**1.** La comunicación —en sus distintos perfiles, áreas y campos— centra el **objeto de nuestro estudio**, con los propósitos de enriquecer el debate académico y ensanchar la plural reflexión.

**2.** Los trabajos deberán ser **inéditos**, sin haber sido enviados, de manera simultánea, a otras revistas o plataformas. Recibirán una valoración ciega por especialistas ligados a cada área, con el fin preservar la calidad y el rigor científicos.

**2.1.** Se enviarán como **archivo adjunto** de Word: sin tabulaciones y sin espacio adicional entre párrafos, epígrafes o subepígrafes. En otro documento se adjuntará (aunque no será publicado en la revista) un breve currículum del autor o autores.

**2.2.** Serán enviados a la siguiente **dirección**: [cyp@upsa.es](mailto:cyp@upsa.es)

**3.** En la **firma**, situada tras el título, los autores indicarán su grado académico (Dr./Dra. o Lic./Licda.), además de la Facultad y Universidad de pertenencia. Para las colaboraciones de ámbito no académico, los autores precisarán la institución o entidad en la que desarrollen su actividad profesional. Asimismo, acompañará a estos datos una dirección electrónica (que será también publicada, salvo que expresamente se renuncie a esta opción).

**4.** Si los autores deciden incorporar los, los **epígrafes** (1, 2, 3...) y **subepígra-**

**fes** (1.1., 1.1.4...) llevarán numeración arábiga. Los títulos de estos epígrafes y subepígrafes no irán en mayúsculas, ni llevarán punto final.

**5.** A dos **secciones** de la revista (Artículos y Reseñas) podrá ir orientado el material que se presente.

**5.1. Artículos:** tendrán una extensión comprendida entre las 4.000 y 10.000 palabras. El título, el resumen y las palabras clave se presentarán en castellano y en inglés. El resumen constará de un máximo de 100 palabras.

**5.2. Reseñas:** correspondientes a libros científicos y académicos publicados en los 12 últimos meses, no sobrepasarán las 1.000 palabras.

**6.** Como criterio general, los materiales seleccionados irán publicados en el **número más inmediato**. Si por razones espaciales, temporales o temáticas tuviese que ser alterado este criterio, COMUNICACIÓN Y PLURALISMO determinará el número más pertinente para publicar los correspondientes trabajos. A la mayor brevedad posible, estas decisiones se harán saber a los respectivos autores.

**7.** Las **notas a pie de página**, sólo de ser estrictamente necesarias, irán ubicadas al final del texto (tras la bibliografía).

**8.** Las citas se realizarán **en el cuerpo del texto**, apareciendo todas ellas recogidas en el listado de referencias bibliográficas (**al final del trabajo**). Reco-

gemos a continuación un repertorio de los casos más comunes.

### 9.1. Citas:

- Para ideas recogidas de forma **no textual**: ...idea (Romero, 1993); ...idea (Villouta, Rodríguez & Zapata, 1985). ○ para mayor nitidez, con la correspondiente indicación de página o páginas: ...idea (Covaño, 2002: 71); ...idea (Covaño, 2002: 54-55). Si el autor ha sido nombrado en el mismo párrafo y resulta identificable sin equívocos, podrá bastar: ...idea (2002: 71).

- La **segunda vez**, y sucesivas, que se citan obras correspondientes a tres o más autores: ...idea (Villouta et al., 1985).

- Si existen dos obras citadas del **mismo autor/es**, correspondientes al mismo año: ...idea (Dixon & Brown, 1990); ...idea (Dixon & Brown, 1990b).

- Cuando se cita la obra de una **institución**, la primera vez que aparece citada se escribirá completo el nombre de la institución, seguido de la sigla (si es que la tiene) en paréntesis cuadrados. Las siguientes veces que se cite, se empleará sólo la sigla: ...idea (Centro de Estudios Públicos [CEP], 1995); ...idea (CEP, 1995).

- Si la cita es **textual**, será puesta entre comillas, indicándose la página de donde se extrajo: "La incorporación de la mujer al mercado del trabajo (...) es la acción explicativa más importante en

la configuración modal de la familia chilena" (Muñoz, Reyes, Covarrubias & Osorio, 1991: 29).

### 9.2. Referencias:

- El listado será confeccionado por **orden alfabético** (según el apellido de los autores); y por orden cronológico, si de un mismo autor existe más de una obra (de la más antigua a la más reciente). Asimismo, si un mismo autor aparece en una obra individual y en otra compartida, primero se recogerá la individual.

- **Libro completo**: Apellido del autor/es, coma, inicial del nombre/s, punto, año entre paréntesis, punto, título del libro (en cursiva), punto, ciudad, dos puntos, editorial y punto.

Jiménez, G. F. (1990). *Introducción al Psicodiagnóstico de Rorschach y láminas proyectivas*. Salamanca: Amarú Ediciones.

- Hasta un **máximo de 6 autores**, serán todos ellos nombrados (entre penúltimo y último, &): Undurraga, C., Maureira, F., Santibáñez, E. & Zuleta, J. (1990). *Investigación en educación popular*. Santiago: CIDE.

- Cuando los autores son **7 ó más**, se escriben los 6 primeros y luego se añade "et al." antes de pasar a dar cuenta del año.

- Libro completo con **edición diferente a la primera**: Nichols, M. & Schwatz, R.

(1991). *Family therapy: concepts and methods* (2ª ed.). Boston: Allyn and Bacon.

● Libro completo con **reimpresión**: Rorschach, H. (1921/1970). *Psicodiagnóstico* (7ª reimpresión). Buenos Aires: Paidós.

● **Capítulo de libro**: Título del capítulo en letra normal, punto, "En", apellido, inicial, abreviatura de editor (Ed.) o coordinador (Coord.) entre paréntesis, coma, título del libro en cursiva, páginas en las que aparece el capítulo (entre paréntesis y precedidas de la abreviatura "pp. "). El resto de datos se recoge de la forma habitual.

Garrison, C., Schoenbach, V. & Kaplan, B. (1985). Depressive symptoms in early adolescence. En Dean, A. (Ed.), *Depresión in multidisciplinary perspective* (pp. 60-82). New York: Brunner/Mazel.

● Artículo de **revista (científica, académica, profesional)**: Título del artículo en letra normal, punto, nombre de la revista y número en cursiva; y páginas separadas por guión, correspondientes al artículo.

Sprey, J. (1988). Current theorizing on the family: an appraisal. *Journal of Marriage and the Family*, 50, 875-890.

● Artículo en **publicaciones de circulación masiva**.

Artaza, J. (1995, Abril 13). Juventud y vocación. *El Mercurio*, 3.

● Medios **audiovisuales**:

Scorsese, M. (Productor) & Lonergan, K. (Director/Guionista) (2000). *You can count on me* [Película]. Estados Unidos: Paramount Pictures.

● Medios electrónicos en **Internet**.

Biglan, A. & Smolkowski, K. (2002, Enero 15). The role of the community psychologist in the 21st century. *Prevention & Treatment*, 5, Artículo 2. Extraído el 31 de enero, 2002 de <http://journals.apa.org/prevention.html>