

**¿QUÉ SUGIEREN LOS TÍTULOS?
(ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA TITROLOGÍA
EN LA PRENSA ESPAÑOLA)
I PARTE: “LOS METATÍTULOS”. LOS TÍTULOS INFORMATIVOS**

Stefka Kojouharova
Universidad de Economía Nacional y Mundial

**WHAT DO SUGGEST THE TITLES?
(COMPARATIVE ANALYSIS
OF THE TITROLOGY IN SPANISH PRESS)
I PART: “THE METATITLES”. THE INFORMATIVE TITLES**

Stefka Kozhuharova
University of National and World Economy

The purpose of the article is to examine the characteristics of the titles in the contemporary Spanish press based on the articles about Bulgaria during 2013. The first issue is a study of the names of the most popular newspapers *El País*, *El Mundo* y *ABC* conceived as “metatitles” in their socio-historical context. Then we proceed to analyze one of the varieties of the titles, the informative one. The other class, the expressive, shall be the object of the second part of the study.

Key words: titles, contemporary Spanish press, “metatitles”, informative titles, characteristics

1. El corpus¹

Abarca los artículos dedicados a Bulgaria. Hay dos argumentos a favor de esta elección. Es de suponer que la imagen del país, reflejada en los títulos de los medios de información en España, será interesante para el lector búlgaro. Y, esperamos, asimismo para el español, interesado en lo que sucede en la Europa del Este y en Bulgaria en particular.

La selección de las coordenadas temporales tampoco ha sido difícil.

¹ Al final del artículo se puede consultar la parte del corpus que corresponde a los títulos informativos.

Objeto de nuestra atención es el 2013, un año lleno de acontecimientos que han marcado el presente del país e influirán en su futuro. La prensa española les dedica un nutrido número de artículos.

El corpus está extraído de los tres diarios más difundidos², más populares y más leídos hoy en día en España. El primer lugar le corresponde a *El País*, a poca distancia lo sigue *El Mundo* y algo más lejos se encuentra *ABC*, separado de los dos primeros por el diario deportivo *As*.

La investigación se basa en 76 artículos: 31 en *El Mundo*, 23 en *El País* y 22 en *ABC*. Desde el punto de vista cuantitativo la diferencia entre los últimos dos diarios es insignificante. Pero no lo es entre estos y el primero. Pronto recordaremos esta correlación al compararla con la presencia de los títulos informativos en las tres fuentes. Objeto del análisis serán todos los encabezamientos independientemente del contenido de los artículos que no ostentan gran variedad de temas. La mayoría presentan la compleja situación sociopolítica en Bulgaria. Siguen los que observan la proyección internacional del país y de sus ciudadanos, centrándose en la emigración. Unos pocos, sobre todo breves noticias, se dedican a distintos asuntos, preferentemente curiosidades de distinta índole. Hay también informaciones de acontecimientos en el país que no forman parte de las dos direcciones principales.

2. Los “metatítulos”

Dando el primer paso de aproximación al tema, examinaremos bajo este rótulo las denominaciones de los tres periódicos. Ponemos el término entre comillas no solo porque se trata de una forma especial de títulos, sino también porque existen ciertas reservas al respecto. K. Protohrstova advierte: “A pesar de la validez (aunque no de la popularidad) de la práctica discursiva que podría definirse como metatitología, tal término no existe en la ciencia de la literatura” (Protohrstova 1997: 15).

Sin embargo, basándonos en la idea que el metadiscurso es el discurso sobre otro(s) discurso(s), nuestro enfoque no carece de fundamento. Partiendo de este principio la cabecera – o sea, el “título” del periódico – está por encima de todos los títulos publicados en él y en cierto sentido los determina. Es el signo que demuestra la orientación, la línea que va a seguir la edición.

Los nombres de los tres diarios se ajustan a los requisitos

² http://es.wikipedia.org/wiki/El_Pa%C3%ADs
[http://es.wikipedia.org/wiki/El_Mundo_\(Espa%C3%B1a\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Mundo_(Espa%C3%B1a))
[http://es.wikipedia.org/wiki/ABC_\(peri%C3%B3dico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/ABC_(peri%C3%B3dico))

comúnmente admitidos para el texto destinado a ser el emblema del respectivo periódico. Ha de ser claro, inequívoco, accesible a un gran auditorio y, no en último lugar, conciso: unas o mejor una palabra que se recuerde(n) fácilmente y que enseguida se identifique(n) con la edición.

El único que no se atiene del todo a tal recomendación es *El Mundo* (por lo menos al principio), añadiendo lo “del siglo XXI”. El 23 de octubre de 1989 cuando sale a la calle el primer número, tal aclaración puede considerarse pertinente subrayando adónde se dirige la mirada del recién nacido periódico y apuntando su meta. Pero a la larga resulta que el complemento no es indispensable y deja de formar parte del nombre con el que se conoce el diario.

Es imposible explicar las denominaciones de los periódicos sin echar un vistazo a su historia.

ABC es el más antiguo con más de un siglo de historia. Es el decano de la prensa española demostrando una respetable longevidad. Aparece por primera vez el 1903. Sale mejor o peor parado de las vicisitudes históricas que le toca vivir a lo largo del dinámico siglo XX, conservando, en líneas generales, hasta hoy su tradicional orientación derechista y promonárquica; es partidario del catolicismo y moderadamente conservador. Su nombre se compone de las tres primeras letras del alfabeto. La asociación se impone enseguida con su lógica irrefutable. Según DRAE la tercera acepción de la palabra “abecé” es “Rudimentos o principios de una ciencia o facultad, o de cualquier otro orden de conocimientos.”³ /el subrayado es nuestro/

Las connotaciones son claras: se trata de lo primero, lo fundamental, lo que sienta las bases de la prensa que está por venir. Lo que sugiere el título coincide plenamente con la realidad. Según el historiador V. Olmos, la misma idea motiva la elección del fundador de la edición, el periodista y político Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio (1861-1929): “Lo que verdaderamente parece decidir a éste a elegir las tres letras para cabecera del periódico que va a lanzar al mercado es la definición que hace el diccionario de la Real Academia Española. “ (Olmos 2002: 49). Sigue la misma cita.

La idea encerrada en el “metatítulo” *ABC* se desenvuelve en lo que –siguiendo el mismo enfoque– se puede calificar de “metasubtítulo”. Interpretamos de esta manera el slogan o logo adjunto a la cabecera completándola y añadiendo nuevos matices: “El valor de la palabra” es una continuación lógica de *ABC*.

Las razones de por qué *El País* es *El País* emergen del contexto

³ <http://lema.rae.es/drae/?val=>

socio-histórico. Se trata de un momento clave en la nueva historia de España, de una época tumultuosa en la que el país cambia el rumbo de su destino. El periódico nace casi inmediatamente después la dictadura, su primer número sale a la calle el 4 de mayo de 1976, seis meses después de la muerte de Franco. Llena el vacío existente en el ámbito de los medios de información siendo, tanto por su ideología, como por su misma fecha de aparición, una edición no comprometida con el pasado del franquismo. Por supuesto, no es él único. “En 1976 surgieron nuevos periódicos para los tiempos nuevos, periódicos “sin pecado original” (Cruz Seoane, Sainz 2007: 298). Pero este, defensor ferviente de la democracia, es El Periódico. Lo confirma de una manera contundente con su valiente postura ante el “tejerazo”, el fallido golpe de estado perpetrado por militares partidarios del antiguo régimen totalitario. Es el primero en salir a la calle con un número especial en defensa de la democracia demostrando que es el más digno representante del “parlamento de papel” según la famosa frase, muy en boga en aquella época, que alude a la suma importancia de la prensa en la vida socio-política. Proyectado sobre este fondo el significado de la cabecera parece claro: el periódico aparece cuando la gran preocupación de los españoles es su país = El País, los problemas candentes de su presente, la “movida” hacia el futuro.

La realidad es algo diferente, pero la perspectiva no cambia. En efecto, los orígenes de lo que va a convertirse en el líder de la prensa española se remontan a 1971, cuando para presentar una solicitud de inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial hay que inventar un nombre que sea “acertado”, según la calificación de las historiadoras M. Cruz Seoane y S. Sueiro quienes analizan los motivos de tal elección. El uno es práctico y trivial: “a falta de otro mejor”, algunos nombres que podrían servir ya “estaban registrados” (Cruz Seoane, Sueiro, 2004: 20). Lo dicho nos hace pensar en el papel de los factores casuales en las decisiones importantes.

La otra razón se deriva del contexto socio-histórico: la cabecera escogida “sonaba progresista” (Cruz Seoane, Sueiro, 2004: 20). El destacado filólogo F. L. Carreter explica la renuncia de los posibles sinónimos de la siguiente manera: tanto en ‘nación’, como en ‘pueblo’ y, sobre todo en ‘patria’ se perciben connotaciones que sugieren asociaciones negativas vinculadas con la dictadura, mientras que ‘país’ es un término no marcado, neutral (Cruz Seoane, Sueiro 2004: 20-21).

A lo largo de los años que siguen su gloriosa juventud el rotativo pasa por una serie de altibajos, experimenta cambios. Partiendo de unas bases socialdemócratas de centro-izquierda, el periódico va evolucionando hacia

posiciones centristas, próximas al liberalismo y se caracteriza a sí mismo como independiente, proeuropeo, defensor del pluralismo y la democracia.

El Mundo es el más “joven” de los tres y no tiene un pasado marcado por los hitos en la historia contemporánea de España. Su primer número del 23 de octubre de 1989 sugiere otras ideas: Es ya otra época. El período de la transición con sus glorias y sus fallos ha pasado. España ya se ha estabilizado políticamente y se ha recuperado económicamente hasta el punto de ser admitida en la entonces Comunidad Económica Europea en 1986. Sin desviar la mirada atenta y crítica⁴ de los problemas acuciantes del país, el diario busca una perspectiva global y aspira afrontar los nuevos retos (los del siglo XXI), intentando lograr un enfoque y una imagen novedosos para responder a las necesidades de una nueva generación de lectores. Estas metas son el tema de la editorial del primer número. Su título se basa en un sugestivo juego de coincidencias: “*EL MUNDO ES SUYO*”. El artículo pone de relieve la política del periódico –no será nunca de nadie, sino sola y únicamente de sus lectores– y traza la línea que va a seguir: “Haciendo honor a su nombre y a sus fuertes lazos con algunos de los mejores rotativos europeos, EL MUNDO proyectará una visión global, cosmopolita y sofisticada de los nuevos problemas de la humanidad.” (Ramírez 1989: 3).

La perspectiva internacional y el lugar del diario en este ámbito se presentan –no sin orgullo– en el almanaque Diez años en los que se creó El Mundo (del siglo XXI) 1989-2009. El primer capítulo, dedicado a los inicios, lleva como título “1989: Cae El Muro, sale El Mundo” (El Mundo 2011: 15). Hoy en día el rotativo define su orientación como centrista, proeuropea y proliberal.

Como se puede comprobar, nuestra hipótesis a base de lo sugerido por la cabecera del diario es confirmada por los datos concretos.

De los “metasubtítulos” de los dos últimos diarios se desprenden connotaciones muy parecidas. En 2007 el famoso subtítulo de *El País* “Diario independiente de la mañana” (muy actual en su época: se anuncia directamente que es independiente –sobreentendiéndose que con respecto al pasado– y se hace una alusión al futuro en mañana) pasa a ser “El periódico global”. No se percibe una diferencia sustancial entre este slogan y “El líder mundial en español” de *El Mundo*. Los adjetivos en los dos casos aluden, por un lado, al afán de ofrecer toda la información que puede ser ofrecida y, por otro, a la ambición de dirigirla a toda clase de lectores satisfaciendo sus necesidades, es decir, que sea leída por **todo** el mundo.

⁴ El periódico lo prueba muchas veces sobre todo con su afinidad por el periodismo de investigación que desvela escándalos de corrupción a altos niveles del poder político.

El otro plano de los dos “metasubtítulos” es el del liderazgo. *El País* es más sutil combinando las connotaciones de “global” con la alusión de lo que antes era *El Periódico*. *El Mundo* prefiere la expresión explícita y directa: a lo sugerido por el adjetivo añade sin más “el líder” “en español”.

2. Los títulos informativos

La enorme importancia del título es obvia: por medio de él se efectúa el primer contacto del auditorio con el texto periodístico. Es lo primero con lo que topa la mirada del lector y que atrae o no su atención, por lo tanto, casi siempre es el factor que determina su decisión de leer o no lo que sigue.

En el periodismo y los estudios en este campo se emplea con frecuencia el término ‘titular’. Se define como un conjunto de elementos de los que se compone la titulación, como cintillo, antetítulo, subtítulo y sumario (no es obligatorio que se den todos juntos). Por supuesto, su núcleo es el título, por lo cual a veces las dos palabras se emplean como sinónimos. Las fuentes teóricas y los manuales de estilo de los periódicos coinciden en subrayar que el titular o el título que debe ser “la condensación de los elementos más importantes de la noticia”, “desde una perspectiva global, debe recoger el o los elementos esenciales de la información” (Caminos Marcet, Armentia Vizuet 2011: 107), etc. A pesar de que lo dicho se refiere al título en general, es válido más que nada para una de sus subcategorías, la informativa. Es la variedad más difundida y a menudo el concepto general tiende a identificarse con ella. Esto es normal porque la primera función del título es la informativa: “el título es una condensación semántica del tejido informativo del texto”, “una señal del contenido y de la esencia del texto”⁵ (Nikolova 2003: 257).

No pocas fuentes insisten en que el título debe “satisfacer la curiosidad primera del lector, que ha de quedarse enterado de lo que ocurre sin necesidad de acudir al resto de la información”, “brindar la información suficiente para que el lector no necesite leer el artículo para enterarse de lo más importante.” (*El País* 2014: 108). Pero, al mismo tiempo, se plantea otro requisito que da lugar a una especie de contradicción. Por un lado, contando con un título que sintetiza lo esencial en la información, no hace falta leer el artículo. No obstante, por otro, el título debe incitar a la lectura, “enganchar” – como se dice en jerga periodística– al lector de tal manera que siga leyendo.

Es bastante difícil que esta perfecta combinación se dé en un mismo titular. Normalmente prevalece en distinta medida una de las vertientes.

⁵ Las citas de fuentes búlgaras se traducen al español.

Este hecho es la base de la división de los títulos en dos grupos: informativos y expresivos. Los últimos serán el objeto de la segunda parte de nuestro análisis. Adelantamos que se trata de titulares que además de la “pura” información y en la mayoría de los casos en detrimento de esta tienen una dimensión subjetiva, matices valorativos y expresivos logrados por medio de distintas estrategias, por ejemplo recurriendo a uso de tropos y figuras literarias o estilísticas.

Esta distinción, hecha *grosso modo*, plantea la pregunta de la correlación entre lo subjetivo y lo objetivo, entre la aspiración de neutralidad y los matices o pinceladas expresivas. Queríamos precisar un detalle al que en las fuentes sobre el tema no se presta mucha atención. Los títulos que examinamos como informativos se distinguen por su tono objetivo y neutral en la medida de lo posible porque no existen ni la neutralidad, ni la objetividad absolutas. Ilustramos la diferencia entre los dos grupos de titulares con los de dos artículos que presentan un mismo hecho: los frecuentes suicidios en Bulgaria en la primavera de 2013, cometidos por personas desesperadas de la vida en el país de la misma manera, prendiéndose fuego. Lo publicado por *El Mundo* es un ejemplo típico de título informativo: “Bulgaria recurre a psicólogos para frenar los suicidios provocados por la crisis” (27.3.). La manera neutral de ofrecer lo esencial de una manera clara, concisa y al máximo objetiva contrasta con el dramático “La desesperación arde en Bulgaria” (31.3. *El País*) donde, además, se ahorra la pieza de información necesaria para armar el rompecabezas. Lo último más la expresividad basada en recursos a los que echa mano la literatura son ejemplo de estrategia cuyo objetivo es lograr la lectura de todo el artículo.

Como era de esperar el análisis cuantitativo demuestra una clara preferencia por los titulares informativos con una sorprendente excepción. El primer lugar le corresponde a *ABC* con un 76 % (16 de 21), seguido por *El Mundo* con un 74% (23 de 31). La diferencia es importante, pero sí lo es entre estos dos diarios y *El País* con sus 5 títulos informativos de 24 en total, o sea un 21%. Esto nos hace pensar que si aplicamos a los titulares los requisitos que el periódico plantea a la información en general – “EL PAÍS se esfuerza por presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad” (El País 2014: 131) – el acento sin lugar a dudas recae sobre lo interesante. No es que tengamos objeciones en cuanto a la observación de su regla de “no manipulación de las noticias” (El País 2014: 108). Pero analizando el conjunto de los títulos se echa a la vista que la principal estrategia elegida a la hora de formularlos es la llamada persuasión: “la intención manifiesta de la fuente orientada

claramente a producir algo en el receptor, en los destinatarios, y modificar su conducta en algún sentido” (Roiz 1996: 9). El objetivo de *El País* está claro: utilizar toda clase de recursos, no solo expresivos para atraer la atención del lector, despertar su curiosidad y “seducirlo” para que siga leyendo.

Lo recién mencionado será objeto de nuestro segundo estudio. Lo que nos interesa ahora es demostrar cómo en los títulos informativos, objetivos y neutrales, asoman elementos que brindan otro tipo de información, distinta de la que se refiere a los hechos por sí mismos. La buscamos en el aspecto formal de los títulos. En aras de la brevedad y la concisión los libros de estilo de los diferentes periódicos postulan que el título no debe exceder las 13 o 14 palabras. *El País* y *ABC* se atienen a este postulado. *El Mundo* no fija límites, pero es poco probable que sea esta la única y pertinente explicación del tamaño de sus títulos. Si *El País* se mantiene en el medio, los otros dos diarios se ubican en los extremos. Podríamos ofrecer una estadística observando estrictamente el criterio citado, pero hay otra manera, quizás más convincente, de ilustrar la diferencia de estilos y matices. *ABC* es extremadamente conciso y parco en palabras, su titular más breve consta de 4: “Protestas multitudinarias en Bulgaria” (25.2.). Los demás nunca sobrepasan las 13 palabras postuladas y casi la mitad de los titulares (7) no sobrepasan las 10 palabras. En cambio, *El Mundo* es prolífico: tiene dos títulos de 17 palabras, por ejemplo “Les cobraban 50 euros al mes por vivir en una nave de pollos junto a productos tóxicos” (11.6) y solo 3 de sus 21 títulos se componen de 10 o menos de 10.

Otra diferencia: el tipo de sintagmas. 18 de los 23 titulares de *El Mundo* contienen un verbo, o sea el 78% (“El presidente de Bulgaria promete actuar con rapidez para formar nuevo Gobierno”, 21.2.), incluso hay 3 ejemplos con 2 verbos en oraciones compuestas con distinto tipo de oración subordinada (“El ganador de las elecciones búlgaras pedirá que se anule el resultado electoral”, 16.5.), mientras que los sintagmas nominales son más que escasas: 2 de 23, o sea casi el 9%.

El País sigue manteniendo la posición intermedia: 3 de los 5 títulos consisten en una oración simple, las demás estructuras, oración compuesta o sintagma nominal, están representadas por un solo título.

ABC procede de una manera muy distinta de la de *El Mundo*: La mayoría – 8 de 16, es decir el 50% de los títulos consisten en sintagmas nominales. Las diferencias en el estilo de los dos diarios son evidentes. El primero es conciso y lacónico demostrando a veces una especial tendencia a la precisión “Bulgaria: 35 días de protestas por acusaciones de

corrupción” (20.7. *ABC*), “Bulgaria: 40 días de protestas exigiendo la dimisión del Gobierno” (24.7. *ABC*) /el subrayado es nuestro/, mientras que el segundo es más detallado, prefiriendo la descripción y la explicación. Sin embargo, esta no es la única diferencia. Analizando todo el conjunto de los titulares a lo largo del año se echa a la vista un modo distinto de enfocar los acontecimientos que consisten en la dinámica relación entre una serie de actos de las instituciones y las figuras gobernantes y la actitud de los ciudadanos hacia estas. No hay lugar a dudas que los rotativos presentan los dos aspectos y además, casi siempre, en un mismo artículo, pero de los titulares queda claro que *El Mundo* prefiere poner en primer plano los sucesos, digamos, oficiales, los que conciernen el gobierno del estado; mientras que *ABC*, prestando atención a lo anteriormente dicho, se centra en los protestas en el país. Son estas que se van a quedar en la mente del lector de *ABC* si sigue el tema a lo largo del año y este efecto – a nivel de título – se logra por medio de un procedimiento muy simple, la repetición: 5 de los 16 cabeceras, o sea más de 1/3 parte, contienen la palabra “protestas”, lanzando la idea de que estas son el hito que marca la vida en Bulgaria durante 2013.

Con la última observación ya pisamos el terreno de los tropos y figuras literarias o estilísticas que serán objeto de la segunda parte del estudio dedicada a los títulos expresivos. Será allí donde vamos a exponer las conclusiones generales, ya que de momento no disponemos del cuadro completo. Lo que queda claro es que se trata de un fenómeno complejo y multiforme y por “puramente” informativa, objetiva y neutral que sea una de sus variedades, lleva implícita información de otro tipo: sobre el estilo del periódico y su modo de enfocar los acontecimientos. Los mismos nombres de los diarios forman parte de la misma gran familia y para un lector preparado quien conoce el contexto socio-histórico esta breve “tarjeta de visita” es suficiente para sugerir quién es el periódico y adónde se dirige.

Corpus

EL PAÍS

- (30.1.) “Rumanos y búlgaros no son bienvenidos en Reino Unido”
- (5.2) “Bulgaria acusa a dos miembros de Hezbolá del atentado contra israelíes”
- (24.6.) “Miles protestan en Bulgaria contra el nuevo jefe del espionaje”
- (24.7.) “Cientos de manifestantes bloquean el Parlamento búlgaro”
- (28.12.) “Bruselas cree que no habrá una oleada”

ABC

- (21.2.) “El Gobierno búlgaro dimite en bloque tras las protestas por los recortes”
- (22.2.) “Dimite el primer ministro búlgaro y acusa a la oposición de querer asesinarlo”
- (25.2.) “Protestas multitudinarias en Bulgaria”
- (4.3.) “Las protestas multitudinarias crecen en Bulgaria en el día de la Fiesta Nacional”
- (12.5.) “Peligro de desgobierno en Bulgaria tras las elecciones parlamentarias”
- (13.5.) “Victoria de la derecha en las elecciones búlgaras, según los sondeos” (13.5.)
- “Victoria de los conservadores en las elecciones búlgaras”
- (20.7.) “Bulgaria: 35 días de protestas por las acusaciones de corrupción”
- (24.7.) “Bulgaria: 40 días de protestas exigiendo la dimisión del Gobierno”
- (25.7.) “Crisis de gobierno en Bulgaria tras 40 días de protestas”
- (5.9.) “Las protestas en Bulgaria se intensifican tras casi tres meses de creciente crispación”
- (17.9.) “Un colegio búlgaro usa música heavy como timbre de inicio de las clases”
- (19.9.) “París se opone a la entrada de Rumanía y Bulgaria en Schengen por los gitanos”
- (10.10.) “Una polémica sentencia del TC amenaza con devolver a Bulgaria al caos”
- (5.11.) “Oleada de manifestaciones de estudiantes para pedir la dimisión del Gobierno búlgaro”
- (11.11.) “Los estudiantes búlgaros llevan 150 días exigiendo la dimisión del primer ministro”

EL MUNDO

- 5.2. Bulgaria dice que Hizbulá estuvo detrás del atentado a un autobús con israelíes
- 20.2. Dimisión en bloque del Gobierno búlgaro tras las protestas contra los recortes
- 21.2. El presidente de Bulgaria promete actuar con rapidez para formar nuevo Gobierno
- 27.3. Bulgaria recurre a psicólogos para frenar los suicidios provocados por la crisis
- 10.5. Bulgaria celebra unas elecciones anticipadas de incierto resultado
- 11.5. Bulgaria pierde población mientras espera entrar en el espacio Schengen
- 12.5. Boiko Borisov: La vuelta del primer ministro que dimitió por las protestas
- 13.5. El partido de centro derecha del populista Borisov vence en los comicios búlgaros
- 16.5. El ganador de las elecciones búlgaras pedirá que se anule el resultado electoral
- 29.5. El economista Plamen Oresharski se convierte en el primer ministro búlgaro
- 3.6. El economista Oresharski recibe el difícil encargo de formar Gobierno en Bulgaria
- 24.7. Asedian al Parlamento búlgaro en busca de elecciones presidenciales anticipadas
- 25.7. Bulgaria al borde del caos
- 21.8. Un monumento al Ejército Rojo aparece pintado de rosa en la capital búlgara
- 29.9. Valls: Francia ha reducido la delincuencia con la expulsión de 5 000 gitanos
- 1.10. El primer ministro francés enmienda al titular de Interior sobre los gitanos
- 17.10. Bulgaria quiere alzar una valla para evitar la entrada de refugiados sirios
- 22.10. El Parlamento búlgaro prohíbe la compra de tierras por extranjeros hasta 2020
- 22.10. La policía griega busca a los dos búlgaros en relación con el caso de la niña María

22.12. Bulgaria reprocha a Cameron su política de 'aislamiento nacionalista'

Regionales

11.6. Les cobran 50 euros al mes por vivir en una nave de pollos junto a productos tóxicos

14.7. Temporeros búlgaros vuelven a su país con la promesa de cobrar sus sueldos

7.10. Detienen en Torrevieja a un fugitivo reclamado por Bulgaria por estafa

BIBLIOGRAFÍA

Abril Vargas 1999: Abril Vargas, N. *Periodismo de opinión*. Madrid: Síntesis, 1999.

Caminos Marcet, Armentia Vizuetze 1998: Caminos Marcet, J. M. y F. Armentia Vizuetze. *Principios básicos de la noticia escrita*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1998.

Casals Carro 2005: Casals Carro, M. J. *Periodismo y sentido de la realidad*. Madrid: Fragua, 2005.

Cruz Seoane, Sainz 2007: Cruz Seoane, M. y M. D. Sainz. *Cuatro siglos de periodismo español*. Madrid: Alianza Editorial, 2007.

Cruz Seoane, Sueiro 2004: Cruz Seoane, M. y S. Sueiro. *Historia de El País y el grupo Prisa*. Barcelona: Random House Mondadori, 2004.

El Mundo 2011: *El Mundo. Diez años en los que se creó El Mundo (del siglo XXI) 1989 – 2009*. Madrid: El Mundo, 2011.

El País 2014: *El País. Libro de estilo*. Madrid: Fragua, 2014.

Nikolova 2003: Николова, А. Информативност на вестникарското заглавие. // Е. Добрева (ред.) *Властта на медиите*. Шумен: Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“, 2003, 257 – 273.

Olmos 2002: *Historia del ABC*. Barcelona: Random House Mondadori, 2002.
Ramírez 1989: Ramírez, P. J. *EL MUNDO ES SUYO // El Mundo*, núm. 1, 23.10.1989, 3.

Protohristova 1997: Протохристова, К. Алтернативата на прага или Колко е важно да бъдеш титролог. // *Език и литература*, 1997, бр. 5 – 6, 15 – 19.

Roiz 1996: Roiz, M. *Técnicas modernas de persuasión*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1996.

<http://es.wikipedia.org/wiki/El_Pa%C3%ADs> 24.11.2014

<[http://es.wikipedia.org/wiki/El_Mundo_\(Espa%C3%B1a\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Mundo_(Espa%C3%B1a))> 24.11.2014

<[http://es.wikipedia.org/wiki/ABC_\(peri%C3%B3dico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/ABC_(peri%C3%B3dico))> 24.11.2014

<<http://lema.rae.es/drae/?val=>>> 9.12.2014