

**¿QUÉ SUGIEREN LOS TÍTULOS
(ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA TITROLOGÍA
EN LA PRENSA ESPAÑOLA)
II PARTE: LOS TÍTULOS EXPRESIVOS**

Stefka Kojouharova
Universidad de Economía Nacional y Mundial

**WHAT DO TITLES SUGGEST?
(COMPARATIVE ANALYSIS
OF TITLES IN THE SPANISH PRESS)
II PART: THE EXPRESSIVE TITLES**

Stefka Kozuharova
University of National and World Economy

The present analysis is the second part of a study of the titles of the articles about Bulgaria published in 2013 in the three most popular Spanish daily newspapers. The object is the so called expressive title and the purpose is to reveal the strategies and the means used to make headings more attractive for the readers, achieving a stronger impact on them and suggesting in a subtle way certain ideas and attitudes. The vehicles of this kind of expression are some tropes and literary figures integrated in the press discourse as metaphor, antonomasia, hyperbole or figures of contrast (anthithesis, oxymoron).

Key words: press discours, title, expressivity, metaphor, antonomasia, hyperbole, figures of contrast

En la primera parte hemos analizado los titulares informativos de los artículos que conciernen Bulgaria, publicados en el año 2013 en los tres diarios españoles más populares: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. El corpus consiste de 76 títulos: un 57% son informativos y el restante 43% calificamos de expresivos. Los primeros consisten en una “condensación de lo esencial” del contenido de modo que el lector “se conforme con lo relatado en la oración del titular sin seguir leyendo el resto de la noticia” (Casals Carro 2009: 448). Asimismo, es de suma importancia presentar la información de forma neutral y objetiva. *El Libro de estilo de ABC* destaca

la imparcialidad como una de “las virtudes esenciales” de la titulación subrayando: “La información se presentará con máxima objetividad, corrección, impersonalidad y amenidad” (Vigara 2001: 165). Los autores deben evitar o reducir al mínimo posible los matices expresivo y valorativo.

En *Redacción informativa en prensa y Principios básicos de la noticia escrita* los autores españoles J. I. Armenta Vizuite y J. M. Caminos Marcet distinguen otros dos tipos de titulares:

”*Titulares expresivos*. Son aquellos que no se orientan fundamentalmente a informar sobre algún hecho y sus circunstancias concretas, sino que tienen como misión evocar, en mayor o menor grado, un hecho que se presume que es conocido por el lector” (Caminos, Armentia 1998: 110). Ejemplo: “Catástrofe”. Privado de contexto este titular más que lacónico resulta casi del todo críptico. La calamidad es la pérdida del Real Madrid en su terreno de juego. Para la comprensión correcta del mensaje exento de referencias temáticas se cuenta con la competencia del receptor y sobre todo con el contexto verbal y no verbal característicos del diseño del periódico: el cintillo *Deporte* y casi siempre el material gráfico (foto).

La escasez de tales encabezamientos en nuestro corpus (solo dos) confirma la observación que estos son más frecuentes en los rotativos deportivos o sensacionalistas, siendo atípicos para la prensa de información general calificada como “de rigor” y “de calidad”. El ejemplo más ilustrativo es “Los suyos” (24.6. *El País*)¹. Nos encontramos ante un caso extremo: disponiendo únicamente de estas dos palabras el lector, no obstante sus conocimientos y su preparación, “no tiene ni idea” del contenido. Solo la lectura demostrará que se trata de una acerba crítica de la corrupción en el seno del Partido Socialista Europeo que con su “silencio cómplice” apoya a “los suyos” en distintos países, incluida Bulgaria, pese al descontento social de que los políticos son objeto.

El segundo titular “Chopin contra el pensamiento único” (26.2. *El País*) asocia el contenido con la música, pero el vínculo se da solo como telón de fondo; la frase no nos orienta que el tema no es el compositor, sino la novela *Jóvenes talentos* del escritor y músico búlgaro Nikolai Grozni con motivo de la publicación de su obra en España. El libro narra la experiencia de un niño prodigio que estudia “en una opresiva escuela de música en plena dictadura comunista”.

¹ Al final se adjunta una lista de los titulares expresivos ordenados por periódico y por fecha.

En los casos citados se aplica una estrategia audaz que apuesta por “todo o nada.” Se asume el riesgo de que de entrada se renuncie a la lectura del texto porque el encabezamiento no “dice” nada. Sin embargo, la estrategia cuenta con la otra posibilidad: el público, intrigado, da el paso esperado para conocer el contenido y resolver el enigma planteado por el título. Estos titulares “misteriosos”, tan parcos en información sustancial, factual, se podrían llamar “crípticos”. Se encuentran en el extremo opuesto de los informativos, siendo una introducción a los que los dos autores españoles llaman apelativos:

”Un titular es apelativo cuando apunta o menciona superficialmente un tema pero no suministra información completa sobre él. Habitualmente se redacta con frases muy cortas [...]” (Armentia, Caminos 2009: 151) Al ya mencionado encabezamiento expresivo “Catástrofe” se añade una mínima referencia temática para convertirlo en el apelativo “Catástrofe en Bernabeu”. La mención del mítico estadio madrileño orienta a los aficionados al fútbol.

N. Abril Vargas propone otra clasificación que se aproxima a la anterior: titulares 1. “enunciativos” parecidos a los informativos; 2. “llamativos” o “con garra” (similares a los expresivos); se enumeran algunos trucos para cautivar al auditorio e invitarlo a la lectura y 3. “exhortativos”: una frase “que llama o impele a realizar determinada acción o bien a asumir determinada posición [...]” (Abril Vargas 1999: 105), son encabezamientos semejantes a los apelativos. La línea divisoria entre 2. y 3. resulta bastante borrosa e incierta. Lo mismo se refiere al esquema de Caminos y Armentia y ellos lo reconocen: “No existe una diferencia muy grande entre un titular apelativo y uno expresivo” (Caminos, Armentia 2009: 151).

En fin, distinguimos dos grupos de titulares: los informativos y otros que en mayor o menor medida se alejan de las características de los primeros. En el segundo conjunto destaca la función apelativa: persuadir al público a leer el artículo. Dicho objetivo sobresale como primordial tanto en los encabezamientos que las clasificaciones anteriores califican de expresivos (llamativos), como en los apelativos (exhortativos). Puesto que los dos en algunas variantes suyas son tan próximos que tienden a confundirse, sería oportuno unirlos en uno solo. Elegimos para ello la denominación “expresivos” advirtiendo que el contenido de la categoría se aparta de la definición de Armentia y Caminos. Creemos que es el nombre más apropiado porque el rasgo distintivo del título es justamente la expresividad. El resultado es una frase original que sobresale entre las demás y, al mismo tiempo, contiene aspectos emocionales y valorativos,

por lo tanto en mayor o menor medida demuestra actitud y más o menos perceptiblemente se desvía de la postura de la estricta neutralidad.

A pesar de que hay titulares claramente informativos y otros claramente expresivos, la distinción entre las dos categorías no es tajante, hay “una zona fronteriza”. Los investigadores españoles están conscientes de la complejidad del asunto: “no nos podemos referir nunca a fórmulas puras o cerradas. Lo habitual siempre es encontrar entremezcladas características propias de estas diferentes formas de titulación.” (Caminos, Armentia 2009: 153) Por eso establecen un grado intermedio calificándolo de “hibridación”: “Esta hibridación en las formas de titulación es cada vez más frecuente en los medios de comunicación [...]” (Caminos, Armentia 2009: 153).

Los titulares “híbridos” que no son muchos en nuestro corpus responden a los requisitos de los informativos, pero al mismo tiempo se distinguen de estos no por algunos procedimientos especiales sino por la misma información que exponen: es rara, sorprendente, sensacional y “engancha” al lector. El siguiente titular representa una condensación de la noticia de un modo objetivo y en tono neutral, por eso está incluido en el conjunto de los informativos. Sin embargo, partiendo de las observaciones expuestas se puede interpretar como “híbrido”. “Un monumento al Ejército Rojo aparece pintado de rosa en la capital búlgara” (21.8. *El Mundo*) mantiene ágilmente el equilibrio entre las dos variantes. Por un lado se resume la esencia de la noticia, pero, por otro, esta sigue siendo un enigma: es imposible imaginarse que dicha muestra de arte urbano es, en realidad, una conmemoración de la Primavera de Praga de 1969. “Bulgaria discúlpate”, está escrito en el monumento porque sí hay razón de hacerlo: contra el movimiento de los checos, contra el socialismo de modelo soviético intervinieron también tropas búlgaras.

Como otro ejemplo de “hibridación” puede interpretarse la elección del epíteto dotado de fuerza expresiva en “Una abrumadora mayoría de franceses apoya a Manuel Valls sobre los gitanos” (28.9. *El Mundo*).

El distanciamiento del “puro” tono informativo se puede conseguir por medio de un común y corriente signo de puntuación, las comillas. En “Encuentran restos de un “vampiro” medieval con un hierro clavado en el pecho” (3.9. *ABC*) la puntuación cambia la perspectiva. Pese a que el artículo da a conocer de una manera neutral —exponiendo datos objetivos— el insólito hallazgo, las comillas en combinación del material gráfico (la foto de una antigua película de vampiros) añaden un toque irónico e incluso siembran el germen de la duda con respecto al descubrimiento científico. Mínimo esfuerzo, máximo efecto: asoman matices valorativos y

se despierta la curiosidad. El cuadro sería bien distinto, si la noticia se titulara, por ejemplo, “Sorprendente hallazgo de arqueólogos búlgaros”.

Los procedimientos para lograr expresividad se asocian con la literatura, pero no son privativos de esta; algunos se dan con frecuencia en el lenguaje coloquial, tampoco faltan en el periodístico. El tropo preferido es la metáfora y el más propenso a su uso es *El País* en brusco contraste con *El Mundo* extremadamente parco en este sentido: registramos un solo ejemplo que es, en realidad, una unidad fraseológica.

El lenguaje metafórico es un fenómeno multifacético. Para poner orden en este campo establecemos grados de originalidad: cuanto más original es la metáfora, tanto mayor es el impacto que ejerce sobre el auditorio. El esquema se basa en la gradación. El nivel más bajo corresponde a las unidades fraseológicas basadas en metáforas. Algunas debido a su frecuente aparición se han hecho ya tan habituales que han perdido en gran medida su expresividad: “Francia cierra las puertas de Shenguen a Rumanía y Bulgaria” (30.9. *El País*), “Holanda pretende mantener cerrada la puerta a rumanos y búlgaros” (15.2. *El País*), “El Reino Unido levanta barreras en Europa” (5.12. *El Mundo*). En realidad, se podrían considerar una variante de los titulares híbridos, puesto que, por un lado, contienen un mecanismo que en principio “produce” expresividad, pero, por otro, desgastados por el uso, no consiguen el efecto deseado. Ganan en expresividad “Los socialistas búlgaros tejen nuevas alianzas con Rusia y se alejan de la UE” (31.7. *ABC*) o “Un partido xenófobo tiene la llave para formar gobierno en Bulgaria” (14.5. *El País*), pero, en general, se sitúan en la misma línea.

Otra variante se da a nivel de palabra; se trata de una acepción que forma parte del conjunto de significados, pero se aleja del primero y viene como resultado del empleo metafórico del vocablo en ciertos contextos. Es bien sabido que la metaforización es uno de los mecanismos poderosos para la creación de nuevos significados en la lengua. Como punto de referencia recurrimos al *Diccionario de la Real Academia Española*. Ejemplos: “Riesgo de parálisis política en Bulgaria” (13.5. *ABC*) (parálisis – 2. f Detención de cualquier actividad, funcionamiento o proceso.); “La pobreza atiza el descontento social en Bulgaria” (28.7. *ABC*) (atizar – 3. Avivar pasiones o discordias.), etc. *El País* combina el uso de la metáfora con la repetición: “El país más pobre de la UE se harta de corruptos” (23.2. *El País*) y “Bulgaria se harta de corruptos” (31.7. *El País*) (hartar – 3. tr. Fastidiar, cansar.)

Lo más notorio es la metáfora original que ostenta el mayor potencial para impresionar al lector. La más lograda es “La desesperación arde en

Bulgaria” (31.3. *El País*), título emocional y emocionante de un artículo que a raíz del suicidio de un joven en la ciudad de Varna cuenta de una “oleada de inmolaciones”: “seis hombres que, en las últimas seis semanas, se han prendido fuego en Bulgaria en un gesto desesperado de protesta social”. El verbo “arder” es el vehículo de la metáfora y da en el blanco, a la vez atrayendo la atención y apelando a los sentimientos. No cabe ninguna duda al respecto, si comparamos el titular citado con el de *El Mundo* “Bulgaria recurre a psicólogos para frenar los suicidios provocados por la crisis” (27.3.).

Del mismo rango es la metáfora en “El invierno del descontento se abate sobre Bulgaria” (21.2. *El País*). Se informa de las primeras protestas (febrero de 2013) provocadas por la subida de los precios de la luz y la energía que desembocan en un movimiento contra la pobreza, las malas condiciones de vida, la corrupción en el estado y la ineficiente clase política. El alto grado de originalidad es indiscutible. La metáfora se desenvuelve incluyendo asociaciones literarias. Se puede prescindir de la primera, el inicio del drama histórico de Shakespeare *Ricardo III* de donde proviene la expresión, es poco probable que el lector común y corriente se dé cuenta de ello. En el contexto concreto funciona la asociación más próxima en el tiempo: la célebre novela del Premio Nobel de Literatura de 1962 John Steinbeck (1902–1968) *El invierno de nuestro descontento* (1961) y las connotaciones que esta conlleva. El lector culto quizás sea consciente de este trasfondo literario que enriquece las ideas sugeridas por el título.

La metáfora adquiere más relieve y potencia su expresividad combinándose con otros tropos, por ejemplo con la hipérbole en “La rebelión de los jornaleros citrícolas” (10.1. *El Mundo*). La ‘rebelión’ es la huelga de temporeros en España, entre ellos búlgaros, provocada por las pésimas condiciones de trabajo y el incumplimiento de los contratos laborales.

Es muy acertada la combinación de la metáfora con la antítesis. La contraposición entre los conceptos pone de relieve la idea: “El Gobierno búlgaro que cayó por las protestas resucita en las urnas” (13.5. *El País*). Este ejemplo es una transición hacia las figuras basadas en la contraposición u oposición que cuentan con la sorpresa para intrigar al auditorio; la combinación entre las dos posibilidades es rara o tiende un puente entre realidades que parecen incompatibles. E. Vucheva destaca el denominador común: “En las figuras de contraste la designación se hace mediante la combinación de dos unidades que en el contexto dado tienen significados opuestos.” (Vucheva 2008: 63). Allí tenemos tres figuras en

cuya gradación la oposición llega al absurdo: la antítesis, el oxímoron y la paradoja.

”Simeón, el monarca republicano” (10.5.) en las páginas de *El País*, el periódico más aficionado a los titulares expresivos, es un caso ejemplar de oxímoron. La paradoja “Nuestra cerveza es más barata que vuestra agua mineral” (3.2. *El Mundo*) es una de las respuestas de los rumanos a los eslóganes de Inglaterra con el fin de disuadir a los posibles emigrantes al Reino Unido (los búlgaros, aunque esporádicamente, también están presentes en el artículo). Las connotaciones jocosas e irónicas sugeridas por el titular se desenvuelven en el texto. Las segundas se perciben en el titular “De karateca a primer ministro” (20.2. *El País*) y en el texto que sigue. El artículo resume la asombrosa trayectoria profesional y vital del primer ministro búlgaro Boiko Borisov. Glorioso progreso: karateca, bombero, guardaespaldas, político que llega a líder del partido Ciudadanos para Desarrollo Europeo de Bulgaria.

Una atención especial merece la antonomasia. E. Vucheva apunta que: “La antonomasia abunda en el lenguaje periodístico, siendo una de sus más notables características.” (Vucheva 2008: 57). El *Diccionario de términos literarios* búlgaro explica que el tropo se manifiesta de dos maneras: “1. Sustitución del nombre de una persona conocida por la idea que se tiene de un hecho, acontecimiento u objeto que guardan relación con esta. /.../ 2. Sustitución de un nombre común por un nombre propio y al revés” (Nitsolov 1980: 84).

En el corpus encontramos distintas variantes del tropo. En uno de los ejemplos la sustitución no incluye personas, sino acontecimientos basándose en la semejanza entre ellos. Se echa mano a un caso conocido en todo el mundo y por todo el mundo que ya se ha convertido en sinónimo de escándalo político relacionado con el acoso de personas importantes en la sociedad siendo involucrados en esta actividad ilegal figuras políticas a más alto nivel y servicios de inteligencia. “El ‘Watergate búlgaro’ marca las elecciones de hoy en Bulgaria” (12.5. *El Mundo*) es suficiente para dar a entender a cualquier público el *quid* de la cuestión. Las circunstancias concretas –escuchas ilegales a políticos, empresarios y periodistas, dirigidas por el Ministerio del Interior (está en entredicho el nombre del ministro)– son una encarnación más del abuso del poder en esta variante suya en una atmósfera cargada de tensión en vísperas de las elecciones anticipadas que se celebran en un momento crítico para Bulgaria.

La antonomasia citada conlleva fuertes connotaciones negativas que contrastan con las que se derivan del titular: “Plamen Oresharski: El ‘Mario Monti’ búlgaro” (12.5. *El Mundo*). La aureola positiva proviene del

referente extranjero. Se busca un paralelo entre el respetado político italiano que goza de reconocimiento internacional y el político búlgaro. El parangón viene justificado por una serie de similitudes: ambos economistas de profesión de renombre en sus respectivos países han sido ministros de finanzas y como tales han llevado a cabo importantes reformas; asumen el cargo de primer ministro sin tener una afiliación partidista (por lo menos abierta y formal en el caso de Oresharski) y se enfrentan con la ardua tarea de formar un gobierno 'técnico' en tiempos difíciles cuando los graves problemas sociales y económicos necesitan una urgente solución. La buena reputación y los reconocidos méritos del primer ministro italiano tienden a crear, por analogía, unas expectativas de moderado optimismo respecto a su homólogo búlgaro.

F. Rodríguez apunta que la referencia a la nacionalidad en la antonomasia en la esfera política es clave para que el tropo cumpla con los objetivos que se le asignan. El investigador llama la atención sobre la importancia de la relación extranjero→nacional en una serie de expresiones 'el Tejero (o el tejero) argentino', el joven José María Aznar como 'el Thatcher de Castilla', etc. Define las antonomasias como "[...] un tipo muy particular de tropismos, probablemente el más llamativo e interesante desde un punto de vista lexicológico, en los que el 'vehículo' comparativo es el nombre de un lugar, acontecimiento o personaje célebre de la política nacional o extranjera, con la que guarda alguna afinidad ('tenor') aunque no necesariamente ideológica" (Rodríguez 1991: 137).

El Mundo recurre a dicho recurso de gran eficacia en el lenguaje periodístico para atraer la atención hacia sucesos y personajes de máxima relevancia en la vida política y social y al mismo tiempo demostrar actitud, o sea, funciones apelativa y valorativa en virtud de acontecimientos de gran alcance a nivel nacional. No se puede decir lo mismo del otro periódico que hace uso del tropo. Es *El País* que se sirve de él en relación con un caso particular. Se trata de una niña de unos cinco años hallada en un campamento de gitanos en Grecia, la pequeña María evidentemente no pertenece al medio donde fue encontrada. El diario sigue la historia en "La policía búlgara interroga a los presuntos padres del ángel rubio" (24.10.) y "El ADN confirma que los padres del 'ángel rubio' son un matrimonio búlgaro" (25.10. *El País*). Los artículos plantean el preocupante problema del tráfico de niños, lo mismo que el publicado en *El Mundo* bajo el neutral "La policía griega busca a los dos búlgaros en relación con el caso de la niña María". No hace falta comparar los titulares para convencerse de la fuerza atractiva de la antonomasia.

ABC prescinde de ella y de no pocos recursos que generan expresividad. Esta observación echa un puente entre el análisis de los hechos concretos y las conclusiones que se derivan de las dos partes del presente trabajo. La meta final es esbozar las particularidades, las preferencias, en fin, el estilo de cada uno de los tres diarios en el aspecto estudiado. Ya se ha mencionado que predominan los títulos informativos (un 57% frente a un 43% expresivos). El resultado coincide con lo que postulan las fuentes teóricas, pero la diferencia entre las dos cifras no: es comúnmente admitido que en la prensa de información general los titulares informativos que cumplen con todos los requisitos expuestos en la primera parte son casi los únicos.

Sin embargo, este cuadro tiene sus secretos que se revelan al precisar la correlación por periódicos. Los resultados de *ABC* y *El Mundo* son tan similares que, efectivamente, los dos forman un solo grupo que ostenta una indiscutible preferencia por los titulares informativos. La ventaja de *ABC* (76% informativos/26% expresivos), comparada con *El Mundo* (74%/26% expresivos) es mínima. La significativa diferencia entre los dos concierne la gama de los recursos empleados: *ABC* se conforma con la metáfora y la puntuación (comillas), mientras que *El Mundo* en sus ocho titulares (nada más) ostenta metáfora, hipérbole, epíteto, paradoja y vistosas antonomasias.

El otro grupo, el “expresivo” está compuesto por un solo miembro, *El País*, pero este tiene el pleno derecho de formar por sí solo un grupo aparte (79% expresivos/21% informativos). La cantidad se traduce en variedad: en primer lugar un abanico de metáforas de distintos tipos, algunas con alto grado de originalidad, desconocido por los otros dos diarios, repetición de las metáforas, antítesis, oxímoron, paradoja, antonomasia. Resultados inesperados, quizás tentación para los lectores y ventaja para el diario, pero de todos modos bastante distintos de las opiniones de los teóricos y de lo que consta en los libros de estilo. ¿Esta soplando *The Wind of change*? Y si es así, porque una golondrina no hace verano, a dónde nos llevará?

Corpus

EL PAÍS

- 20.2. De karateca a primer ministro
- 21.2. Las protestas tumban al Gobierno búlgaro
- 21.2. El invierno del descontento se abate sobre Bulgaria
- 22.2. Bulgaria en crisis
- 23.2. El país más pobre de la UE se harta

- 26.2. Chopín contra el pensamiento único
- 31.3. La desesperación arde en Bulgaria
- 10.5. Simeón II, el monarca republicano
- 13.5. El Gobierno búlgaro que cayó por las protestas resucita en las urnas
- 14.5. Un partido xenófobo tiene la llave para formar gobierno en Bulgaria
- 24.6. Los suyos
- 31.7. Bulgaria se harta de corruptos
- 19.8. Bulgaria se instala en la protesta
- 3.9. Holanda teme a los ‘fontaneros’ del Este”
- 31.9. Francia cierra las puertas de Schengen a Rumanía y Bulgaria
- 24.10. La policía búlgara interroga a los presuntos padres del ‘ángel rubio’
- 25.10 El ADN confirma que los padres del ‘ángel rubio’ son un matrimonio búlgaro
- 5.12. Holanda pretende mantener cerrada la puerta a rumanos y búlgaros

Regional

- 29.6. Sin billete de vuelta

EL MUNDO

- 3.2. Nuestra cerveza es más barata que vuestra agua mineral
- 12.5. Plamen Oresharski: El ‘Mario Monti’ búlgaro
- 12.5. El ‘Watergate búlgaro’ marca las elecciones de hoy en Bulgaria
- 20.8. El ex presidente del Gobierno juega en la Segunda
- 28.9. Una abrumadora mayoría de franceses apoya a Manuel Valls sobre los gitanos
- 5.12. El Reino Unido levanta barreras en Europa

Regional

- 10.1. La rebelión de los jornaleros citrícolas
- 13.2. Marina d’Or se prepara para la conquista del turista búlgaro

ABC

- 13.5. Riesgo de parálisis política en Bulgaria
- 28.7. La pobreza atiza el descontento social en Bulgaria
- 31.7. Los socialistas búlgaros tejen nuevas alianzas con Rusia y se alejan de la UE
- 31.8. Las “misteriosas” columnas de “Pobiti kamani”
- 3.9. Encuentran los restos de un “vampiro” medieval con un hierro clavado en el pecho

REFERENCIAS

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

Armentia, Caminos 2009: Armentia Vizuet, J. I. y J. M. Caminos Marcet. *Redacción informativa en prensa*. Barcelona: Ariel, 2009.

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

Casals Carro 2009: Casals Carro, J. M. *Periodismo y sentido de la realidad*. Madrid: Fragua, 2009.

Nitsolov 1980: Ницолов, Л., Л. Георгиев, Х. Джамбазки и С. Спасов. *Речник на литературните термини*. София: Наука и изкуство, 1980.

Rodríguez 1991: Rodríguez, F. *Prensa y lenguaje político*. Madrid, Fundamentos, 1991.

Vigara 2001: Vigara, A. M., *Consejo de Redacción de ABC. Libro de estilo de ABC*. Barcelona: Ariel, 2001.

Vucheva 2008: Vucheva, E. *Estilística del español actual*. Sofia: Editorial Universitaria “San Clemente de Ojrid”, 2008, <http://lema.rae.es/drae/>, 18.12.2015.