

Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura

Pastora Moreno Espinosa

(Universidad de Sevilla)

pamoreno@us.es

Resumen

El periódico no es ajeno a la condición política del individuo y de la sociedad, un hecho que se refleja en la exposición de los acontecimientos que elige para contar al lector y el modo de contarlos. Además, cabe destacar una estrategia nada casual de distribución de información y opinión en las páginas de los diarios, de modo que el lector no puede escapar a la ideología defendida por el periódico. Cartas al director y la sección de humor sirven de apoyo. Quizás porque la tendencia generalizada es un periodismo analítico e interpretativo, es muy difícil, por no decir imposible, encontrar en las páginas de los diarios un ejemplo que reúna los caracteres propios de algunos de los géneros definidos desde el ámbito de la redacción periodística. Hecha esta salvedad, hay una tendencia generalizada de jugar con los géneros y la combinación de géneros en las páginas, para apoyar una tendencia que está defendida desde la propia postura editorial del periódico. Es muy difícil encontrar una contraposición de opiniones desde las páginas de un mismo periódico, que darían al lector la oportunidad de optar por más de una opción, antes de configurar su propia lectura de la realidad. La misma noticia, en ocasiones se reduce al tono que tradicionalmente se ha ajustado a los criterios de redacción de las agencias, que en su acepción original tendían a ofrecer el relato, eliminando las huellas del narrador. Cuando éste se presenta en las páginas de la información, se produce mediante la reproducción de notas de agencia que pueden parecer en ocasiones, excesivamente simples para la comprensión completa del hecho que relata. Es muy recurrente en algún caso, como por ejemplo en El Mundo, diario que luego estudiaremos, y otros muchos, el recurso a la nota de agencia que se titula según el criterio del periódico pero, en realidad, alberga la enumeración de frases entrecomilladas de los protagonistas de la información, sin ningún otro rasgo que permita la intervención del periodista en la elaboración profesional que convierte un hecho en noticia.

En el presente artículo se estudian los géneros periodísticos de opinión centrándonos en la edición digital de un diario de tirada nacional: El Mundo. Partimos de la base de que cada uno de los periódicos representa un medio de comunicación con personalidad diferente, con un enfoque distinto a la hora de tratar un mismo tema y con una identidad e imagen propia. Todo esto hace que tengan connotaciones diferentes para los lectores que se manifiestan en el énfasis, inclusión, exclusión, elaboración, diseños de portadas y redacción de titulares, y hasta en la extensión que dedican al tema analizado. En definitiva, la concepción teórica de los géneros, también en medios digitales, queda supeditada a los criterios editoriales de cada diario, que quizá obligado por la necesidad de ofrecer un valor añadido a la información para suplir las funciones y que cubren los medios audiovisuales de amplia audiencia opta por formatos ajustados a su grupo receptor prioritario. De este modo, el diario digital opta por elegir una información y un relato de la misma que se acerque en mayor medida a sus propias expectativas, ya que siempre hay un posicionamiento y una línea editorial muy dirigida.

Aparte de esto, del mismo modo que en radio las ráfagas, separadores y utilización de diferentes voces pretenden llamar la atención de la audiencia sobre el mensaje, con un lenguaje sencillo y

directo, construcciones gramaticales simples, reiteraciones frecuentes, observamos que la información en prensa digital diaria tiende a reforzar los elementos que de forma tradicional formaban parte de la presentación de la noticia y la necesidad de ordenar sus contenidos para facilitar su comprensión.

Abstract

The newspaper is not other people's to the political condition of the individual and the society, a fact that is reflected in the exhibition of the events that chooses to tell to the reader and the way to count them. In addition, it is possible to emphasize a not at all accidental strategy of distribution of information and opinion in the pages of newspapers, so that the reader cannot escape to the ideology defended by the newspaper. Letters to the director and the section of humor serve as support. Perhaps because the generalized tendency is an analytical and interpretative journalism, it is very difficult, not to say impossible, to find in the pages of newspapers an example that reunites the own characters of some of the sorts defined from the scope of the journalistic writing. Made this reservation, there is a generalized tendency to play with the sorts and the combination of sorts in the pages, to support a tendency that is defended from the own publishing position of the newspaper. It is very difficult to find a contrast of opinions from the pages of a same newspaper, that would give to the reader the opportunity to choose by more than an option, before forming his own reading of the reality. The same news, sometimes is reduced to the tone that traditionally has adjusted to the writing criteria of the agencies, that in their original meaning tended to offer the story, eliminating the tracks of the narrator. When this one appears in the pages of the information, it takes place by means of the note reproduction of agency that can seem sometimes, excessively simple for the complete understanding of the fact that it relates. He is very recurrent in some case, like for example in the World, newspaper that soon we will study, and other many, the resource to the agency note that is titled according to the criterion of the newspaper but, in fact, lodges the enumeration of phrases of the protagonists of the information, without no other characteristic that allows the intervention of the journalist in the professional elaboration that turns a fact the news. In the present article the journalistic sorts of opinion studying in the digital edition of a newspaper of national distance: El Mundo.

We left from the base of which each one of newspapers represents mass media with different personality, a different approach at the time of treating a same subject and with an identity and own image. All this causes that they have different connotations for the readers who pronounce in the emphasis, inclusion, exclusion, elaboration, designs of covers and writing of holders, and until in the extension that dedicates to the analyzed subject. Really, the theoretical conception of the sorts, also in average digitalises, is supeditada to the publishing criteria of each newspaper, that perhaps forced by the necessity to offer an added value to the information to replace works them and which they cover audio-visual means with ample hearing decides on fit formats his high-priority receiving group. In this way, the digital newspaper chooses to choose a information and a story of the same one that approaches in greater measurement its own expectations, since always there is a positioning and a publishing line very directed. Aside from this, in the same way that in radio the bursts, separators and use of different voices try to call the attention of the hearing on the message, with a simple and direct language, grammar constructions simple frequent reiterations, we observed that the information in daily digital press tends to reinforce the elements that of traditional form comprised of the presentation of the news and the necessity to order their contents to facilitate their understanding.

Palabras clave: política, información, lenguaje, opinión, gramática.

Keywords: political, information, language, opinion, grammar.

1. GÉNEROS DE OPINIÓN Y PERIODISMO ELECTRÓNICO.

La comunicación periodística es un proceso de interrelación de individuos y grupos sociales, cuya forma es el mensaje. Y los mensajes son técnicas expresivas comunes a todo discurso.

Anteriormente, los medios apostaban más por los géneros de opinión, mientras que ahora esa importancia ha descendido, lo que a su vez ha provocado que los géneros informativos tengan una mayor carga de opinión que antes.

La clasificación de los géneros en razón de su objetivo se puede reducir a dos modalidades: los relatos de hechos, y los comentarios que sirven para exponer ideas.

La cuestión de los géneros periodísticos aparece vinculada a la primera manifestación histórica del periodismo: la prensa escrita. Esto ha trascendido a otros campos del periodismo, por lo que se habla de géneros en el periodismo radiofónico, televisado, cinematográfico...

El género periodístico como el género literario es una institución histórico social cuyo funcionamiento y finalidad ha sido descrito por Carlos Bousoño:

Es un procedimiento que sin saberlo utiliza el escritor para provocar en los lectores el asentimiento al contenido de la obra. Ahora bien, en el lector el asentimiento deriva de la idea que tenga los géneros literarios, y esta idea, depende de la cosmovisión que cambia con la época histórica y su estructuración social¹.

Según José Luis Martínez Albertos, en un periódico impreso podemos encontrar cuatro diferentes elementos separables entre sí:

1. Noticias o relatos de los hechos.
2. Comentario o artículos que sirven para desarrollar determinadas ideas.
3. Fotografías.
4. Anuncios².

Los géneros de opinión de un periódico impreso, nos pueden vislumbrar toda la problemática de un hecho histórico, político, social, cultural, económico, etc., y no sólo eso, sino también, la realización de un proceso de investigación a través del suceso, con relación a un determinado tema, partiendo de una hipótesis hasta llegar a los últimos resultados del mismo. Tienen el propósito de transmitir informaciones con argumentos. Se dividen en: artículos, editorial, columnas, críticas, comentarios y sueltos.

¹ **CARLOS BOUSOÑO**, *Significación de los géneros literarios*, Revista Ínsula, núm. 281. (Abril, 1970)

² **José Luis MARTÍNEZ ALBERTOS**: *Curso general de redacción periodística*. 5 Edición. Thomson Editores, Madrid, 1991. Pág. 267.

Los géneros de opinión tienen tres características fundamentales que les diferencian en común de los géneros informativos e interpretativos. Éstas son:

1. No trabajan directamente sobre los hechos, ya que éstos se han dado a conocer en la parte del periódico dedicada a información. Trabaja sobre ideas.
2. No transmiten datos rigurosamente.
3. Trabajan sobre ideas y opiniones. Deducen consecuencias teóricas, políticas, culturales, etc., de lo que sucede.

Es un hecho comprobado que el periodismo se constituye como un proceso subjetivo, desde el momento en que es realizado por una persona en concreto que tiene su propia visión de la realidad.

Además de la subjetividad innata que tiene todo sujeto, el segundo hecho fundamental que hace al periodismo subjetivo es la selección. Desde el momento en que se selecciona qué información se incluye en un medio y cuál se excluye, hay una opinión por parte del periodista, así como en la ubicación de esa información en el medio (no es lo mismo que vaya al principio que al final), qué espacio se le dedica, si lleva foto y cómo es ésta, cómo se titula, qué se destaca en ella y desde qué posición, etc. Todo ello son selecciones que se realizan de acuerdo a unos criterios subjetivos y que dejan entrever la opinión del periodista con respecto al hecho del que pretende informar o, a veces, desinformar.

Este tema de la opinión/subjetividad en los medios algunas veces es evidente para muchos lectores, pero otras veces pasa desapercibido para una gran cantidad de receptores de los medios de comunicación. También, especialmente interesante es la presencia de la opinión y la subjetividad en los géneros informativos en general y en las noticias en particular.

Partimos de la base de que existe en la mayoría (si no en todas) de las noticias de los diarios una opinión más o menos oculta, a pesar de que todos los medios se consideran a sí mismos como objetivos e independientes. Esta opinión, expresada de forma más o menos explícita según los casos y que comienza con el mismo proceso de selección que toda noticia conlleva en su elaboración, pasa en muchos casos inadvertida por parte del lector medio. Una opinión que, por tanto, no se suele ver clara, a no ser que nos encontremos ante periódicos sensacionalistas. Y una opinión que está presente en muchas de las noticias bien en forma más interpretativa, o en forma más evidente de juicio de valor.

De otra parte, el lenguaje y las ideas que los medios de comunicación transmiten tratan de corresponderse con las de su público. Esto se manifiesta especialmente en los géneros periodísticos que José Luis Martínez Albertos³, entre otros teóricos del periodismo, engloba bajo el nombre de "comments".

³ MARTÍNEZ Albertos, Op. Cit. Pág. 124.

En cuanto a la terminología, los teóricos no mantienen una postura homogénea. “Los términos ‘artículo’ y ‘comentario’ son usados en sentido genérico para referirse a cualquier texto periodístico de opinión y también para designar a sendos géneros periodísticos de opinión con características propias de estructura y de estilo, así como un objetivo propio⁴”, señalan E. Armañanzas y J. Díaz Noci. En este punto hay que precisar que cada teórico del periodismo sostiene una terminología, aunque los rasgos propios de cada género presentan cualidades que, por el uso, permiten avanzar en el estudio de los mismos.

Respecto a la clasificación de los géneros de opinión, José Luis Martínez Albertos⁵ habla de “cuatro géneros fijos: información, reportaje, crónica y artículo”. Dentro del artículo, que el autor toma en sentido genérico, incluye el editorial, el comentario –que equipara a la columna–, la crítica, el ensayo, el artículo costumbrista....

Además, el profesor Martínez Albertos⁶ no ignora el caos terminológico que existe frente a estos subgéneros periodísticos: “En España se hace un uso polivalente de la columna como instrumento para el análisis y la opinión”. Lorenzo Gomis⁷ alude de forma genérica al comentario: “El comentario también tiene sus géneros y subgéneros: además del editorial y el artículo, son comentarios las cartas de los lectores, las críticas (...) y el chiste gráfico”.

Gonzalo Martín Vivaldi⁸ se centra en el artículo; y dentro de éste, habla del de costumbres, del de humor y del ensayo, aunque en el apéndice de su manual define también el editorial y la columna.

Por su parte, Esteban Morán Torres se refiere al editorial, el comentario, la columna y la crítica, y puntualiza que la confusión terminológica presente en esta área “dificulta el reconocimiento del texto de opinión del cual se está hablando cuando mencionamos los vocablos artículo, columna, comentario, que son los que presentan mayor confusión, no sólo entre los teóricos, sino entre los autores de los mismos textos⁹”.

Para referirnos en concreto a los rasgos diferenciales de los géneros periodísticos, en primer lugar, hay que decir que la información y la opinión no siempre aparecen separadas de forma nítida en los textos periodísticos. El estilo, la función que desempeñen y las marcas gráficas y de sección que los medios emplean para separarlos serán, pues, los elementos que permitan al lector discernir el género

⁴ ARMANANZAS, Emilio; J. DÍAZ NOCI, Javier (1996): *Periodismo y argumentación: Géneros de opinión, más allá de la interpretación*, Universidad del País Vasco, Bilbao.

⁵ MARTÍNEZ ALBERTOS, Op. Cit. Pág. 125.

⁶ MARTÍNEZ ALBERTOS, Op. Cit. Pág. 126.

⁷ GOMIS, L.: *El medio media: La función política de la prensa*. Seminarios y ediciones, Madrid. 1974.

⁸ MARTIN VIVALDI, Gonzalo (1990): *Curso de Redacción*, Paraninfo, Madrid.

⁹ MORÁN TORRES, E.: *Géneros del periodismo de opinión*. EUNSA. Pamplona. 1988

ante el que se encuentra. En este punto es significativa la postura de José Luis Martínez Albertos: “El campo del estilo rigurosamente informativo está perdiendo terreno y las ganancias se trasladan al campo de lo interpretativo¹⁰”.

Como afirman Armañanzas y Díaz Noci:

Los géneros de opinión parten casi siempre de acontecimientos de actualidad, si bien ésta, en algunos géneros, es más relativa que en los géneros estrictamente informativos, y ofrecen también elementos interpretativos. Pero aun van más allá, y se ocupan de la reflexión profunda que la información de actualidad no puede ofrecer a los lectores¹¹.

Otro de los rasgos que caracterizan a los textos periodísticos de opinión es que se producen a raíz de un acontecimiento noticioso del que previamente, o a la par mediante géneros informativos, se ha informado a los lectores. *Se presupone de esta manera que el receptor dispone de ciertos elementos que ya sabe; no solamente datos objetivos, también valores, reglas de interpretación que se suponen compartidas por la empresa periodística o el autor del texto y los lectores. Será este acervo común, que denominamos contexto, lo que permitirá que el texto, alternativa entre muchas posibles, obtenga también una interpretación, la única entre las muchas posibles*, como sostienen Armañanzas y Díaz Noci. O al menos, la más aproximada a la intención inicial del emisor.

Es importante el establecimiento de un consenso por el que para un grupo de personas (por ejemplo, los lectores de un periódico) se considera que los intereses de toda la población son comunes, y la expresión de ello es que se asumen determinados valores. Y, consecuentemente, ello tiene su reflejo en la lengua escrita, ya que se asume que determinadas expresiones tienen determinados significados. Así, una de las funciones del periodista (cualquiera, pero máxime para el de opinión) es conocer con detalle cuáles son esos valores y expresiones de su público, a la vez que, según Van Dijk, “no omitir circunstancias que puedan influir negativamente sobre la conclusión final, no garantizar la validez general de una justificación¹²”.

Según Martínez Albertos¹³, los textos de opinión “no trabajan directamente sobre hechos, sino sobre ideas, deducen consecuencias ideológicas, culturales, filosóficas... de unos acontecimientos más o menos actuales”.

Para Lorenzo Gomis¹⁴: “La función de los comentarios publicados o emitidos en los medios impresos y audiovisuales es la de estimular y enriquecer los comentarios del público, ofrecer argumentos, razones, ejemplos, incitar a la audiencia

¹⁰ MARTÍNEZ ALBERTOS, Op. Cit. Pág. 126.

¹¹ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 186.

¹² VAN DIJK, Teun: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós, Barcelona. 1990

¹³ MARTÍNEZ ALBERTOS, Op. Cit. Pág. 136.

¹⁴ GOMIS, Op. Cit. Pág. 125.

a identificarse con unos o con otros. Que el público comente lo que pasa, se esfuerce por entenderlo, por prever y prevenir e influir en ello”.

Pero los medios de comunicación, siguiendo a Armañanzas y Díaz Noci¹⁵, no ejercen tanta influencia a través de los comentarios que ellos mismos emiten en los textos de opinión, sino al dar cuenta de los hechos que han ocurrido, es decir, al seleccionarlos, postura que Gomis también sostiene: “La gran capacidad persuasiva de la prensa no está tanto en aquellos textos a través de los que trate abiertamente de persuadir de algo por medio de razones y argumentos, como a través de la imagen continua de la realidad a través de los hechos que el medio selecciona en cada noticia”.

Otro aspecto interesante para comentar en este punto es el de la responsabilidad. Armañanzas y Díaz Noci¹⁶ sostienen que, “aunque por cautela en la mayor parte de las publicaciones las opiniones expuestas en los trabajos firmados son responsabilidad de sus autores, lo cierto es que el periódico casi siempre comparte de alguna manera las tesis recogidas en los comentarios, críticas, ensayos... que se publican en sus páginas. El periódico elige sus firmas y, en consecuencia, utiliza opiniones individuales para expresarse”.

Para concluir esta breve introducción a los rasgos diferenciales entre el periodismo interpretativo y el argumentativo, basta señalar en palabras de Armañanzas y Díaz Noci¹⁷, que “en la opinión, bien sea como portavoz de una publicación (el editorial) o de un autor concreto (artículo firmado), se trata de encontrar el significado de unos hechos; se pretende entenderlos al igual que en la interpretación pero, mientras ésta da el sentido a las noticias, se abstiene de decir qué hay que hacer; la función de opinar o editorialista pretende influir en el lector con recomendaciones y consejos sobre el curso de la acción a seguir”. La persuasión en los textos argumentativos está sustentada, pues, en el prestigio, en el reconocimiento público de quien escribe. Armañanzas y Díaz Noci lo consideran “el argumento de autoridad”, tan empleado también en publicidad.

Finalmente, es preciso recoger la postura al respecto de Lorenzo Gomis¹⁸: “De las opiniones conjuntas resultan acciones en común. El medio sabe que el público expresa su criterio y que la opinión estimula la opinión. Se trata de persuadir, no de coaccionar; lo esencial es establecer solidaridad entre el influyente y el influido, y entre éste y la colectividad”.

Por otro lado, Armañanzas y Díaz Noci¹⁹ estructuran los textos de opinión según el método del análisis del discurso de Van Dijk: “El texto se divide así en macroestructuras y microestructuras. La macroestructura nos permite com-

¹⁵ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 188.

¹⁶ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 336.

¹⁷ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 189.

¹⁸ GOMIS, Op. Cit. Pág. 126.

¹⁹ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 226.

prender, con leer el texto, cuál es o cuáles son los temas expuestos y, de otro lado, qué tipo de texto es (género)". Hay muchos tipos, pero la que interesa en este análisis es la argumentativa, que incluye, siguiendo a estos autores, "tanto la argumentación como la demostración, deudoras de la retórica clásica y de la nueva retórica de Ch. Perelman".

Van Dijk²⁰ sintetiza su esquema en hipótesis o premisa y conclusión. En el medio nos encontramos con muchas opciones válidas para la construcción del texto argumentativo. Según él, "así, las hipótesis se subdividen en categorías y suposiciones, igual que en la doctrina clásica de la argumentación se distinguía entre una premisa mayor y otra menor".

Armañanzas y Díaz Noci²¹ añaden que "pueden aparecer refuerzos a la explicación principal, aún más, pueden y deben aparecer argumentos: no se trata sólo de explicar qué ha pasado, sino también cómo y por qué ha pasado (o puede pasar). Se trata de establecer una relación entre el precedente (un acontecimiento noticioso, en la mayoría de los casos cuando se trata de un texto periodístico de opinión) y las consecuencias, presentes o futuras, reales o posibles".

Sin embargo, estas superestructuras se materializan en microestructuras, basadas en la proposición, compuesta por un predicado y varios argumentos. Nos encontramos aquí, siguiendo con construcciones complejas, con que la construcción sintáctica debe estar al servicio de la transmisión de hechos e ideas, es decir, de presupuestos y consecuencias, y la complejidad de éstas se refleja inevitablemente en la articulación de las proposiciones.

Pero, en general, Armañanzas y Díaz Noci²² advierten de que la complejidad no quiere decir dificultad, sino densidad. A continuación afirman: "Tras las proposiciones se hallan las secuencias. Para que el significado que el medio ofrece sea exacto, no son suficientes las proposiciones aisladas. Éstas se unen y articulan entre sí formando secuencias". Por ello, en las secuencias siempre existe coherencia.

Aparte de esto, según su forma discursiva, los géneros pueden tener diferentes tipos de mensaje:

– Un mensaje con propósito informativo. Utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa.

– Un mensaje con propósito de opinión. Utilizan la forma argumentativa.

Dentro de esta variante, podemos encontrar: la columna, el artículo, el editorial, la crítica, el comentario, el suelto.

²⁰ VAN DIJK, Teun Op. Cit. Pág. 144.

²¹ ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 243.

²² ARMAÑANZAS, E. Y DÍAZ NOCI, J., Op. Cit. Pág. 244.

La columna es el género periodístico que analiza, interpreta y orienta al público sobre un determinado suceso con una asiduidad, extensión y ubicación concretas en un medio determinado.

Es un género de sollicitación de opinión con un amplio arraigo en la historia de la prensa española. Ha representado el estandarte de un periodismo de ideas, muy crítico y de una excelente calidad literaria, a través del cual se han expresado las mentes más lúcidas de nuestra intelectualidad. Gran parte de los mejores escritores y pensadores que ha dado España en los últimos cien años ha colocado su firma en las páginas de los periódicos de mayor tirada de cada momento. Las empresas informativas han sido particularmente condescendientes en este sentido porque, además de prestigiar los contenidos y la imagen externa de las publicaciones mediante la incorporación de rutilantes personalidades del mundo de la cultura, se aseguran también un porcentaje considerable de lectores por la familiaridad que generan los columnistas respecto a sus lectores y la especial fidelidad de éstos.

Algunos estudiosos sitúan también el origen del auge de la columna en la progresiva complejidad de los periódicos. Cuando crecen y su organización se complica, los editoriales que firmaba el director y con los que orientaba a la opinión se vuelven anónimos; o, si el nombre sigue atrayendo seguidores, se convierten en firmas.

La columna es un arte y una técnica que se adapta, por tanto, a la personalidad del articulista. De ahí el fuerte grado de identificación que existe entre el comentarista y el lector. Uno de los secretos de la columna es la atmósfera de intimidad que promueve en el lector. La columna responde a la necesidad de conocer al que habla e indica la preferencia del lector por el contacto directo con un individuo más que con el producto editorial anónimo de una corporación.

Desde la irrupción en Norteamérica del Nuevo Periodismo a finales de los años setenta, los periódicos de la órbita anglosajona han prestado un mayor interés a incipientes fórmulas de hacer periodismo que mezclan la información con la opinión y permiten ciertas licencias estilísticas a sus autores. Esta realidad, más que un invento recién importado, es una constante del ejercicio del periodismo en los países latinos.

La columna es un ejemplo de lenguaje periodístico personal, un instrumento de comunicación que persigue la defensa de unas ideas, la creación de un estado de opinión y la adopción de una postura determinada respecto a un hecho actual y relevante. Es un comentario valorativo, analítico y razonador con una finalidad idéntica a la del editorial: crear opinión a partir de la propia. Su diferencia estriba en la identidad individual de la firma. Es un vehículo de comunicación personal que huye de la anonimidad y la solemnidad del editorial; de la densidad y la profundidad del artículo y de la simpleza y la asepsia de la noticia.

Hay tantas columnas como columnistas. El estilo es libre y refleja las habilidades discursivas del autor. El columnista dice lo que quiere y cómo quiere.

Generalmente, el medio busca una correlación entre su concepción ideológica y las opiniones expresadas en las columnas. A veces, se incluyen comentarios que distorsionan la línea editorial del periódico porque se cree necesario ofrecer una imagen plural del mismo.

Desde un punto de vista formal, la columna tiene una serie de características básicas: extensión uniforme, ubicación fija, libertad temática, periodicidad en la difusión, asiduidad, título genérico y un tratamiento tipográfico especial que la distingue del resto de contenidos de la página donde se incluye.

Como género periodístico, la columna tiene tres características fundamentales que configuran su esencia: su periodicidad, la titulación fija en nombre y en tipografía, y su carácter eminentemente personal y emotivo. La columna es el género periodístico que con una frecuencia determinada, interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos.

Debido a la intención de la columna, los comentarios y los juicios de valor que la integran no tienen una naturaleza argumentativa y persuasiva, sino que se distinguen por ser informativos y analíticos. La columna es el género periodístico de opinión que da lugar a un tipo de comunicación más personal, de menos formalidad que el editorial o el artículo, y que puede incluso proporcionar momentos de recreación. Escribir una columna no es tarea fácil. Requiere conocimiento del tema, pero también habilidad para proyectar una personalidad fuerte y atraer al público, simpatizar con él y mantener su atención.

El columnista goza de amplia libertad temática para expresar sus puntos de vista, para defender una postura y para censurar el comportamiento de las personas y de los grupos sociales.

La distinción mayor entre editorial y columna tal vez estribe en que la gama de tipos es mucho mayor en el caso de la columna que en el del editorial. Puede haber columnas intrascendentes, sobre temas menores, mientras que un editorial ha de tener necesariamente una trascendencia mayor. También en el lenguaje del editorial hay mayor limitación de posibilidades que en la columna. La columna puede oscilar desde un estilo grandilocuente hasta el más ligero e insustancial. Los editoriales, por el contrario, se mueven todos dentro de una cierta uniformidad de lenguaje que responde al estilo literario que la empresa adopta para exponer y pontificar acerca de aquellas cuestiones que tienen la suficiente entidad social como para que el periódico se pronuncie acerca de ellas.

De todas formas, puede decirse que en el periodismo moderno hay un desplazamiento de cuestiones desde el editorial a otros géneros de opinión, particularmente de aquellos comentaristas que tienen prestigio ante los lectores y que gozan al mismo tiempo de la confianza ideológica del periódico. Este desplazamiento del editorial a la columna o el artículo sirve para desdramatizar ciertos asuntos ante el público: siempre es preferible que se equivoque un periodista que un periódico. Pero también se puede encontrar una justificación a esta tendencia en el mayor atractivo de lo personal y firmado frente a lo anónimo y colectivo.

En teoría, el columnista que firma sus escritos puede expresarse con la mayor libertad. Puede, de hecho, sustentar un punto de vista contrario al que sostengan los editoriales del mismo periódico. Puede, incluso, contradecir las ideas de los editores. Hay algunos periódicos que se esfuerzan en escoger columnistas que sostienen puntos de vista totalmente opuestos a la política editorial. Además de esto, está fuera de toda duda que el lector busca un columnista determinado y se identifica con él. El columnista escribe para su lector, que aunque es desconocido, de alguna manera le llegan sus escritos. Cuando un columnista muy leído se marcha de un periódico a otro, normalmente se lleva a un buen número de lectores que le siguen.

Por lo que se refiere al contenido, se escriben columnas en las que se abordan los temas más variados: política, deportes, economía, sociales, radio, cine, televisión y arte, entre otros.

La columna, como género periodístico de opinión, adopta las características generales del artículo; entrada, desarrollo (comentarios) y conclusión.

La estructura de la columna, en general, no puede ajustarse a un modelo preestablecido, puesto que este género periodístico es el más personal y libre de todos; cada columnista integra su escrito como más conviene a la información con que cuenta y al propósito de sus comentarios.

De este modo, existen diversas opciones para redactar las columnas:

1. La columna que se escribe mezclando la información y los comentarios.
2. La columna de comentario, que sólo usa la información para referirse al suceso, de manera que la mayor parte está compuesta por los juicios del columnista.
3. La columna esencialmente informativa, pero que incluye algún comentario para lograr el efecto argumentativo de la totalidad del texto.

En cuanto al estilo, el tono de las colaboraciones de los columnistas puede ser serio o ligero, formal o informal, objetivo o subjetivo, etc. Por tanto, el estilo resulta muy variado: narrativo, descriptivo, expositivo, argumentativo, como a menudo sucede, puede ser una combinación de dos o más de estas formas discursivas.

La elección de una u otra forma de expresión lingüística depende del tipo y de la función de la columna. Por ejemplo, el periodista que en su columna sugiere un comentario mediante el uso de palabras, pero no lo hace abiertamente, utiliza principalmente la forma expositiva; pero si ordena los datos de tal manera que el grado de interés vaya en aumento (suspenso), la forma narrativa resulta más conveniente. Si su intención es reproducir un suceso o "pintar" una situación, la forma del discurso adecuada es la descriptiva; por último, si el propósito del columnista es convencer a los lectores con sus comentarios, persuadirlos respecto de las ventajas o desventajas de su proposición central, la forma indicada es la argumentación.

Para concluir, entre las recomendaciones generales para redactar la columna, podríamos aconsejar la redacción de la columna en beneficio social, evitando presentar en ella los pleitos personales o los ataques a quienes no tienen igual posibilidad de defenderse que el columnista.

La columna es, en definitiva, el resultado de un acto de creación individual, un elemento de comunicación que, dentro del ámbito de los géneros de solicitud de opinión, refleja la forma de pensar de una persona determinada y la posición que ha adoptado respecto a un tema de cierta importancia.

El artículo es el género periodístico que de manera personal interpreta, informa, analiza los acontecimientos y establece una tesis que luego constata. De los géneros de opinión, el artículo es quizá el menos confidencial de todos, del mismo modo que el menos actual. Se caracteriza visualmente por su extensión, que supera con creces a la de una columna.

La intención del artículo es la de despertar la conciencia crítica de los lectores a través del análisis y la interpretación pormenorizada de un tema. Se escribe con la intención de crear opinión en el público, se le interpreta y enjuicia lo más destacado del lo que sucede, pero no es la institución como en el editorial la que se manifiesta, sino que es el periodista el que interpreta los acontecimientos, expresando su punto de vista, y puede incluso solicitar un comportamiento concreto por parte del público. Para todo el estilo editorializante, podemos considerar que no tiene la finalidad estrictamente informativa, de transmitir datos, de contar un hecho, una "story". Por el contrario, trabaja sobre ideas, deduce consecuencias (ideológicas, políticas, sociales, etc.) a partir de unos acontecimientos que son noticia o lo han sido recientemente.

Desde el punto de vista periodístico, encontramos dos tipos de articulistas: los periodistas profesionales y los colaboradores, especialistas con una profesión distinta a la del periodismo. Los colaboradores son especialistas en la materia sobre la que escriben -política, economía, psicología, sociología, cultura, medicina, etc. -y por lo tanto son autoridades en el tema. Esto implica que hay diferentes tipos de artículos dependiendo del tema que se aborde.

En cuanto a las fuentes, los periodistas profesionales obtienen la información a través del contacto personal con las fuentes de información, y también mediante el estudio bibliográfico y documental, pero incidiendo en la diversidad y la libertad de que debe hacer gala el artículo como género.

El articulista no puede librarse de forma absoluta de ciertas normas, tanto de construcción, como lingüísticas (debe guardar sumisión a las normas del libro de estilo del medio, por ejemplo), porque, en último término, es la conciencia y la voz del medio.

En definitiva, el artículo es un género periodístico que interpreta los sucesos de una comunidad concreta y que destaca la importancia de éstos dentro del momento histórico, a la vez que las posibles consecuencias económicas, sociales y políticas que puedan derivarse.

En el artículo, es el periodista el que interpreta los acontecimientos y expresa su punto de vista. A veces, llega a solicitar al público un determinado comportamiento.

En la prensa actual podemos encontrar dos tipos distintos de articulistas: el periodista profesional y el colaborador experto en un tema concreto y con una profesión ajena al periodismo. Los colaboradores son autoridades en el tema porque están especializados en la materia sobre la que escriben.

El estilo del artículo también es el de solicitud de opinión. El articulista tiene mucha libertad a la hora de escribir, aunque siempre debe ceñirse a las normas recogidas en el libro de estilo del medio.

En lo que se refiere a su estructura, hay que señalar que debido a la libertad que tiene el articulista a la hora de escribir, ésta es muy variable. Su estructura está compuesta por una proposición general que explica el tema e introduce el texto, continúa con detalles menores, más tarde analiza (es la fase formativa), a continuación comprueba y por último valora y concluye, además de apuntar las diversas consecuencias y de hacer una llamada a tomar postura respecto de lo que se está tratando en el texto.

No obstante, suele seguirse el siguiente modelo:

- 1) Presentación del tema donde se exponen los aspectos más importantes de una información y se destaca su importancia.
- 2) Inclusión de detalles adicionales.
- 3) Análisis y argumentación que hace el articulista de los hechos.
- 4) Comprobación de los hechos.
- 5) Valoración y conclusión del tema.

El editorial es el género que expresa el criterio del medio sobre los hechos más destacables. Ofrece el punto de vista institucional y, como consecuencia de ello, la redacción se ve afectada por un cierto protocolo, empleando un lenguaje menos personal. Suele tratar temas de eminente actualidad aunque no se limita a ellos. La finalidad de este género es la de intentar influir en la opinión pública.

El propósito del editorial es muy variado: se define un punto de vista, se crea una opinión en el público sobre un suceso determinado, se analiza y se interpreta una noticia, se relaciona un suceso concreto con otros y se establecen juicios de valor que crean actitudes en una comunidad. Forma, junto con el suelto, la nota y la glosa, lo que algunos tratadistas llaman géneros impersonales para el comentario.

Podemos decir que la noticia da el parte diario de lo sucedido, el editorial interpreta el sentido de ese parte o previene lo que en las profundidades de la colectividad humana se está fraguando y va a estallar de un momento a otro.

De esto se deduce que el editorial se confía tan sólo a personas muy identificadas con la línea ideológica de la dirección o los propietarios de la empresa, ya que se trata de una labor delicada y comprometida para el periódico. No obstante, el editorialista desempeña su papel dentro de un cuadro que dirige el equipo de Redacción. Así, el editorialista es simplemente un trabajador más y la línea editorial se confía al editor y a los técnicos de la Redacción.

La labor editorialista y la labor de redacción deben complementarse para que el periódico alcance su propósito final. En casos de divergencias, es el redactor quien decide sobre qué deben escribir los editorialistas cada día y la forma como deben hacerlo.

El estilo propio del editorial es el de solicitud de opinión. El editorial, como dijimos antes, es la manifestación de la conciencia del periódico acerca de un tema particular. Si el periódico quiere mantener su prestigio y autoridad moral ante el público, debe presentar el editorial con un estilo digno y algo mayestático, con ciertas notas exteriores y formales de seriedad lingüística.

El editorial debe ser claro, conciso y breve. También debe dejar claro qué postura toma el periódico ante un determinado tema para que al lector le quede claro –sin necesidad de mucho esfuerzo– cuál es la postura adoptada.

La utilización del “yo” queda eliminada en el editorial, ya que el que opina es el periódico en bloque, no un individuo determinado.

Su estructura se divide en tres partes, una informativa, en la que avanza el tema y que sirve para abrir el texto, una segunda interpretativa, en la que el autor del editorial expone los argumentos y las interpretaciones, y una última fase denominada deliberativa o conclusiva. En ella se conceden las últimas apreciaciones sobre el tema y se cierra el texto.

En cuanto al orden de la exposición, el más empleado es el siguiente:

- 1) Los hechos que dan pie al escrito.
- 2) Los principios generales aplicables al caso.
- 3) Conclusión que se emite a la vista de los principios expuestos.

Siguiendo esta estructura, el editorial debe redactarse con precisión, sin párrafos introductorios ni preámbulos que despisten al lector y lo dejen con una vaga idea de la postura mantenida por el medio. El editorialista no debe entretenerse en exponer y rebatir los argumentos del adversario. Tiene que procurar que la transición de una parte a otra sea lógica y coherente y emplear un estilo directo.

El comentario es un género de opinión caracterizado por su brevedad, que acompaña generalmente a la sección de sociedad o que tiene que ver con frecuencia con la opinión de un entendido sobre cuestiones livianas que no tienen una gran implicación social.

Va firmado casi siempre, y enjuicia temas candentes de cada sección informativa. Se suele encargar a especialistas, cuando no los firman los propios jefes de sección. El hecho de que los comentarios sean responsabilidad de personal de plantilla del periódico es un punto a favor de éstos, ya que demuestra que el diario dispone de un grupo de profesionales capaces de enjuiciar un acontecimiento aportando soluciones. Son textos ligados al editorial, en la medida que se aleja en su redacción del lucimiento estilístico para profundizar en la información. El comentarista tiene un margen mayor que el editorialista a la hora de escribir, ya que se despoja de la seriedad y rigidez propias del editorial para comentar una noticia. Finalmente, en cuanto al esquema del comentario, lo importante de cara a su efectividad es cuidar el comienzo y fin del mismo.

El suelto es una variante menor del editorial, que ocupa algunos huecos de las páginas de opinión y que son pequeños apuntes sobre cuestiones de actualidad que lo que hacen es ofrecer una opinión sintética del medio con respecto a algún tema. Pero el suelto no es lo mismo que el editorial, pues, aunque coincidan la mayoría de las veces en su autoría institucional y política, el editorial suele tener una mayor extensión y una argumentación y unos rasgos estilísticos diferenciados.

Para muchos lectores, el suelto suple al editorial gracias a su corta extensión, de ahí su importancia. Suelen ser trabajos anónimos o firmados con seudónimos. Están escritos en un tono más desenfadado que el editorial, haciendo gala de cierta ironía, párrafos breves, mostrando un tono coloquial, sin retoricismos. Periódicos como *El Mundo* o *ABC* otorgan a este género unos espacios generosos. Los sueltos también se diferencian de la simple nota, de la gacetilla, porque no sólo informan sino que juzgan y valoran.

La crítica es una reseña valorativa de una obra humana, literaria o artística de un espectador. En general la mayoría son crítica de arte. El lenguaje es en todas ellas muy informativo.

La misión de la crítica es la de orientar a la opinión pública, razón por la que ha de ser informativa. Es un género que está inserto en el mundo de la cultura, del arte, y suele circunscribirse a un lector interesado por este ámbito y quizá por ello es un género aparte. En concreto, se ocupa de la labor de un artista y no de sus interioridades.

La crítica se identifica, al margen de por la ficha técnica que ha de llevar y que recoge los datos fundamentales del objeto de análisis, por el lenguaje que emplea, ya que de todos los géneros de opinión, suele ser el más intelectual.

La estructura que el crítico utiliza para este género es totalmente libre. A menudo, en las publicaciones que dejan espacio entre sus páginas para las críticas se encuentran artistas o literatos de reconocido prestigio que ofrecen su opinión sobre tal o cual obra.

Las características específicas de la crítica son:

- 1) La ficha técnica, con los datos más importantes de la obra.
- 2) Un título generalmente connotativo.
- 3) Flexibilidad en la redacción del texto, en el que suelen aparecer: Los antecedentes de la obra, datos del autor y producciones anteriores, el argumento o al menos, parte de éste y el veredicto del crítico sobre la obra.

Además, la crítica ha de informar fielmente, evitar la tendencia a la destrucción y al elogio, ser ponderada y justa, analítica y sintética, de espíritu reflexivo, de tono respetuoso, ecuánime y, por último, de un estilo denso, preciso, ágil y claro.

La clasificación de la crítica puede ser muy variada: literaria, de cine, teatral, de ópera, de ballet, musical, deportiva, taurina (se pisa con la crónica), entre otras muchas.

Su función, por otra parte, ha de ser la de informar, orientar y educar, aunque sí es necesario tener muy presente a la hora de escribir una crítica, que es importante no contar al lector lo que éste tiene que descubrir en la obra.

Podemos decir que la columna, el comentario y la crítica son los tres géneros argumentativos que más licencias estilísticas ofrecen al opinador. El despliegue de recursos lingüísticos es interminable, desde figuras retóricas hasta juegos de estructuras. El lector admite al firmante como el filtro entre la realidad social y su propio ser. Lo sabe y existe un compromiso explícito en que así lo haga.

Prueba de ello es que cada cual tiene sus opinadores preferidos en cada diario. Y es que no hay que olvidar que el opinador, antes que eso es periodista, y su función es interpretar la realidad. El modo en que lo haga es el que definirá el género resultante.

Por consiguiente, cada publicación periódica tiene su personalidad comparable a la de cada ser humano y manifestada externamente en el soporte físico del papel, en su estructura y confección e, internamente, en el lenguaje que emplea y la ideología que transmite a través de ese lenguaje.

Es necesario destacar que el lenguaje empleado por cada periódico responde, en general, al lenguaje del grupo social o sociolecto de sus más asiduos lectores.

En definitiva, todo texto en un periódico, bien firmado por un periodista de plantilla o por un colaborador, es siempre una posición que compromete también al periódico como institución.

En resumen, la totalidad de los textos de opinión que se publican en un diario no aparece en la sección Opinión. El propio Libro de Estilo de *El Mundo*²³ apunta

²³ **El Mundo.** *Libro de Estilo.* Temas de Hoy. Madrid. 1996.

al respecto: “Los artículos firmados pueden aparecer indistintamente en esas páginas que abren cada día el número de El Mundo (se refiere a las de Opinión) o dentro de cualquiera de sus secciones informativas, siempre que hagan alusión a las áreas de interés de la sección en que aparezcan”. Además apunta que los no firmados sólo se publican en las páginas de Opinión.

Por otro lado, el hecho de que cada articulista tenga un estilo propio bien diferenciado repercute en la afiliación de los lectores al medio. Es interesante constatar aquí la complementariedad que ejercen entre sí los textos informativos que se publican en un diario con los argumentativos. Normalmente refuerzan una misma idea, aunque trazada con distintos matices.

2. REDACCIÓN Y ESCRITURA EN LA RED

La red permite, sin embargo, mucha más libertad de contenidos, sobre todo, porque el espacio es ilimitado, y escaso coste de producción. Ello ha provocado que nazcan otros medios informativos diferentes a los tradicionales, los llamados “Los Confidenciales”.

Estos periódicos cibernéticos en España han empezado a madurar en los últimos cinco años. Caminan con paso lento, pero ya empiezan a ser conocidos por una elite informada que quiere saber la otra cara de la noticia o ser informados de aquellas informaciones que no llegan a los periódicos impresos.

Su lenguaje es sencillo, muy coloquial, tienen claves, y para leerlos hay que estar muy informado, hay que saber de actualidad política. Están llenos de claves y guiños a los lectores, por lo que se hace imprescindible tener una buena dosis de información para el que lo lee.

El *Confidencial.com*, *Periodicom*, *El Confidencial digital* o *Periodista digital* pueden considerarse confidenciales con un contenido más o menos fiable. Su estructura es muy ágil. Sus noticias tienen en la mayoría de las ocasiones un toque editorializante. Apuestan siempre por una visión de los hechos. Son mucho más críticos con el poder establecido.

Por otra parte están “los otros” Confidenciales: *Cibercerdo* o *Intolerancia*, por citar los más conocidos. En tono jocoso e irreverente cuentan las noticias diarias y opinan de forma muy alternativa sobre lo que sucede a su alrededor. Su lector es joven, universitario y gran aficionado a la red de redes.

El canal que se vaya a utilizar para difundir los mensajes condiciona la estructura informativa en gran parte. No obstante, apenas existen géneros periodísticos diferentes para contar historias en televisión, radio o prensa escrita. Normalmente se produce una adaptación de los géneros a los distintos canales de comunicación.

El periódico digital es un nuevo canal al que deben adaptarse los géneros periodísticos existentes. Este canal presenta una serie de inconvenientes que

deben ser salvados progresivamente por los profesionales de la comunicación. Algunos de esos inconvenientes son los siguientes:

- a) Si el texto tiene más de 25 líneas permanece oculto por la pantalla.
- b) Se tiene la sensación de que no existe sección.
- c) En la prensa escrita, la página es una unidad temática y jerárquica. En el periodismo digital la jerarquía viene dada por el orden con que se presentan y por el tamaño de las noticias.
- d) Otro elemento de jerarquización que se pierde es el de página par o impar.
- e) En periodismo digital las noticias vienen todas en una columna y no en varias como en prensa escrita, por lo que también se pierde en jerarquización.
- f) La deficiente utilización de elementos gráficos en el periodismo digital también provoca una pérdida de jerarquía.

Como puede verse, el principal obstáculo del periodismo digital es la falta de jerarquía. Sin embargo, el periodismo digital ofrece otras ventajas como la rapidez, la posibilidad de enlazar una noticia con otras que la circundan, el desarrollo de las noticias de última hora o la posibilidad de establecer intercomunicaciones entre la audiencia y el medio de comunicación.

La aparición y el desarrollo de este nuevo canal obliga a los periodistas a utilizar un lenguaje periodístico distinto al habitual, a cambiar las estructuras textuales y a elaborar nuevas formas de presentación y jerarquización.

El lenguaje periodístico tiene tres características fundamentales: la claridad, la concisión y la naturalidad. Teniendo en cuenta estas características, el mensaje debe elaborarse con expresiones que estén al alcance de una persona de cultura media, utilizando sólo las palabras que sean precisas y con una estructura bien elaborada.

En el periodismo digital, el espacio visual viene limitado por la pantalla del ordenador. Por tanto, los textos deben ser más breves que en prensa escrita. Esta brevedad puede conseguirse suprimiendo algunas oraciones subordinadas y con una redacción que facilite la lectura y la comprensión.

El reducido espacio visual del periodismo digital vuelve a ser un obstáculo a la hora de acomodar los distintos géneros periodísticos a este nuevo canal. Además, al lector de prensa digital no suele gustarle la utilización de la barra de desplazamiento para leer los textos. Teniendo en cuenta esto, el problema se solventa con la utilización de *links*. Los géneros que tratan temas en profundidad (crónicas, reportajes, entrevistas, etcétera) se acomodan al periodismo digital a través de un texto central de unas 25 líneas en el que se incluyen todos los despices (*links*) que sean necesarios.

Esta globalidad del texto central obliga a utilizar titulares informativos, textos

matrices en los que se recogen los elementos esenciales de la información y sumarios en lugar de entradillas, que recojan los elementos más importantes de la noticia y permitan conectar con los despieces en los que se desarrollan los complementos del texto central. El texto se descompondrá en tantos despieces como sea necesario, para que la lectura se lleve a cabo en su totalidad sin utilizar la barra de desplazamiento.

Por otra parte, el periodismo digital, al igual que la radio y la televisión, también tiene un género propio. Este nuevo género es el foro o entrevista *online*. La peculiaridad de este género reside en que desaparece la intermediación del periodista y las preguntas son formuladas directamente por el público.

Otro género que puede proliferar en el periodismo digital es el debate sobre temas de interés entre personas especializadas o de diferentes niveles de especialización.

La estructura textual de cualquier información debe sostenerse en dos pilares básicos: la redacción funcional del primer párrafo de la información y la estructura externa de tensión decreciente o pirámide invertida. En el periodismo digital, esta estructura facilita el trabajo periodístico en el proceso de elaboración de los textos y también facilita la lectura de los elementos esenciales de la información. Para las estructuras de los géneros que traten temas en profundidad se recomienda la partición del texto en despieces a los que se acceda a través de *links*. Así, en el periodismo digital se difumina el concepto de información breve porque un texto de 10 o 15 líneas puede tener varios *links* que conecten ese texto con páginas webs, materiales de archivo, documentación, etcétera.

En periodismo digital existen dos elementos de jerarquización de las noticias: el orden de presentación de las informaciones y el tamaño de las noticias. Para jerarquizar adecuadamente en este nuevo canal es necesario diferenciar con precisión las informaciones más importantes de las menos importantes. Es conveniente que las informaciones de segundo o tercer nivel se redacten en un bloque de informaciones breves de 10 o 12 líneas.

Consecuentemente, el periodismo *online* ofrece muchas posibilidades para el desarrollo de nuevas formas de hacer periodismo. En la Red se puede llevar a cabo un periodismo que informe en profundidad sobre hechos actuales y que también sea capaz de ofrecer un servicio a determinados sectores de la audiencia. En lo que se refiere a la temporalidad, el periodismo digital está en competencia directa con la radio y la televisión en inmediatez. Además, el flujo informativo en la Red es acumulativo y no sustitutivo, lo que permite que se encuentren informaciones que no son estrictamente actuales, pero que mantienen su vigencia. Estas ventajas hacen que la Red se convierta en un canal perfecto para el desarrollo del periodismo de profundidad que interprete y analice lo que pasa y lo exponga al público con convicción y claridad.

El periodismo de servicios también encuentra en la Red un canal perfecto para ampliar sus ofertas informativas con páginas especiales o páginas útiles. En el

periodismo digital aparecen informaciones de servicio y lo que es el periodismo de servicio propiamente dicho. Las informaciones de servicio son textos encaminados a suministrar un servicio a la audiencia. El periodismo de servicio se basa en textos informativos en los que el periodista incorpora una serie de datos cuya finalidad es ayudar al lector, ofrecerle un servicio para vivir mejor o para ayudarle a resolver mejor un problema o dificultad. La mayoría de los diarios españoles que tienen versión en papel y versión digital, vuelcan en la Red los cuadernillos de servicio que publican en papel. Otros servicios que ofrecen los diarios digitales son información meteorológica constantemente actualizada, información de tráfico e incluso se están desarrollando zonas de consulta a especialistas para que los lectores resuelvan sus dudas sobre economía, salud, etcétera.

En lo que se refiere a la división por secciones de las noticias, apenas existen diferencias entre la prensa de papel y la prensa digital. Lo que más varía en este campo es la jerarquización de las noticias, ya que el “volcar” la edición impresa a la digital hace que noticias de rango inferior aparezcan situadas por delante de informaciones que en la versión papel ocupan la apertura de una página impar.

El acompañamiento gráfico de las noticias puede desarrollarse mucho más a través de las tecnologías multimedia. Estas tecnologías permiten que las infografías estáticas que aparecen en la prensa impresa puedan verse en movimiento en el diario digital.

En definitiva, nos plantearíamos la siguiente reflexión: si los diarios digitales han sido hasta ahora un mero trasvase del formato impreso, por lo que los géneros periodísticos se han mantenido intactos, aunque con claras desventajas, como la pérdida de calidad de las fotografías o la difusión a la hora de identificar la jerarquía entre texto principal y subordinado en los despieces (debido a la diferente maquetación). Y nos cuestionaríamos si no se auguran variaciones sustanciales entre el texto impreso y el digital.

Además, podemos señalar la introducción de nuevos géneros que ha supuesto Internet: el foro, el chat, las encuestas y la infografía animada.

Se trata de géneros complementarios, entendidos como diferentes modalidades de texto informativo que se distinguen de la noticia de actualidad por tener cierta intención añadida, que puede ser bien documental o literaria, unida a juicios, y argumentaciones sobre el suceso.

En resumen, unos son principalmente documentales, como los informes, que acumulan información sobre un tema no necesariamente actual, mientras otros son expresamente interpretativos, como la crónica informativa.

Como hemos visto, ambos son particularmente favorecidos por las novedades técnicas de Internet. Se trata de textos con despieces, noticias complementarias, recuadros de apoyo, etc., que sufren algunas modificaciones derivadas de los cambios en el diseño, con la idea de hacer el periodismo más visual, más fácil de leer, con más fotografías e imágenes.

Refiriéndonos a los géneros y subgéneros complementarios, podemos hablar de tres niveles de lectura.

El primero comprende todos los títulos de los artículos de la sección, acompañados de un breve resumen del contenido del texto.

Al segundo se accede *cliqueando* en el título del artículo, que, si es muy largo, puede dividirse en partes temáticas ligadas a través de hipervínculos, para evitar tener que hacer uso excesivo del cursor.

Finalmente, el tercer nivel, equiparable al de 'Más información', da acceso a información complementaria en relación más o menos directa con el texto principal. Se trataría de los arriba mencionados documentos y fuentes primarias, así como otros sitios web con información complementaria.

En cuanto a los géneros periodísticos más utilizados en Internet son: noticia, entrevista, crónica, reportaje y comentario.

Precisamente es el reportaje el género por excelencia del ciberespacio informativo, debido a las estructuras hipertextuales y la posibilidad de incluir no sólo texto, sino cualquier otro tipo de información (sonidos, imágenes fijas o en movimiento, gráficos o incluso animaciones en tres dimensiones). Junto al reportaje, la entrevista es el otro gran género 'estrella' modificado por la factibilidad de presentarla de múltiples maneras, como pregunta-respuesta, oída o incluso vista, y que permite, además, que sean los propios usuarios quienes hagan las preguntas al personaje público de turno situado tras uno de los ordenadores de la redacción del medio a una hora determinada, y durante un período de tiempo determinado, donde el periodista ejerce la misión de filtrar las preguntas.

En el plano de la opinión, la experiencia es más limitada que la de los textos informativos, por lo que, a continuación, nos referiremos a éstos últimos de manera más profusa. Los textos de opinión son contenidos breves, debido a la densidad de ideas expuestas, normalmente un mero trasvase de las ediciones en papel. En ocasiones la parte de opinión apostilla o complementa a una información de brevedad similar.

De otro lado, tan sólo nos queda repasar sucintamente los hitos más llamativos del desarrollo de este tipo de periodismo en España, una vez examinadas las peculiaridades y condicionantes generales de la textualidad y géneros propios de la escritura periodística para la Red de redes, como paso previo al análisis del ciberdiario nacional elegido, el diario El Mundo.

El primer medio de nuestro país en establecerse en la Red fue el *BOE (Boletín Oficial del Estado)*, aunque hablando propiamente de periodismo, es el catalán *Avui*, cuya versión digital data del 1 de abril de 1995. La expansión continuó un año más tarde con sus coterráneos *El Periódico de Catalunya* y *La Vanguardia*, si bien la eclosión definitiva vendría con la edición digital que, coincidiendo con su vigésimo cumpleaños, puso en marcha *El País*. Sin embargo, a pesar del posterior crecimiento, las cifras de aún situaban a la versión cibernética muy lejos

de la prensa (55.000 visitas diarias en 1998 frente a 440.628 ejemplares, media del año 1997, respectivamente). Aún se mantiene una considerable distancia entre ambas. Eso sí, “el número de diarios en lengua española existentes en la red había crecido en un solo año de 230 hasta los 325, un aumento vertiginoso, aunque su presencia era todavía modesta en comparación con los 1.235 existentes en inglés” (*ibidem*). Curiosamente, *El País* era en 1998, antes del reciente fin de su gratuidad, el segundo de Europa en número de accesos, después del sueco *Aftonbladet*, a pesar de que “es ampliamente superado en tirada en el viejo continente por un buen número de diarios, que sin embargo están muy por debajo en número de accesos” (*ibidem*, p. 28).

Seguidamente, llevaremos a cabo un breve estudio de las características más destacables de los géneros de opinión en las ediciones digitales de *El Mundo*.

A pesar de contar con ediciones impresas, los contenidos aparecidos en sus dos formatos no son siempre los mismos. Por ello, es importante tener presente que este análisis se basa en los textos aparecidos en las páginas web del diario.

La primera gran diferencia entre *El Mundo* y otros diarios la encontramos en los géneros periodísticos de opinión más utilizados por cada uno de ellos. Puesto que los géneros de opinión son la principal herramienta con la que cuenta el diario para dirigir la opinión de sus lectores, la elección de los mismos no es más que una táctica del medio. Por ello, en base a diversos criterios, como son el soporte (en este caso el digital) o el contenido, seleccionan los tipos de texto que mejor puedan favorecer la difusión de sus ideas.

El Mundo, no cuenta con una sección de opinión en su edición digital. Este hecho es llamativo ya que sí existe tal sección en la edición en papel del diario. Por ello, parece evidente que la empresa ha decidido explícitamente eliminar esa sección en su versión digital. Por ejemplo, el diario *El País*, entre otros, también cuenta con esta sección, pero la coloca en un plano secundario y no como máximo exponente de la opinión del medio. *El País*, por su parte, también incluye diariamente en su sección de opinión dos o tres editoriales, algún artículo, que aparece bajo el epígrafe de “Tribuna” y, dependiendo del día de la semana, una columna de alguno de los columnistas de su plantilla. Básicamente, se trata de un volcado del material utilizado en su edición impresa. En esta sección también se encuentran textos como cartas al director o encuestas. Sin embargo, éstos no tienen la consideración de géneros periodísticos estrictamente.

En lugar de la sección de opinión, *elmundo.es* cuenta con un directorio de blogs de diversas firmas prestigiosas. Por tanto, es pertinente hacer aquí un breve comentario sobre la figura del blog. A pesar de que son un producto aparecido hace muy poco tiempo, ya ha habido varios estudios dedicados a considerar la posibilidad de catalogar el blog como un género periodístico.

Sin embargo, todos estos estudios llegan a la misma conclusión: no se puede definir el blog como un producto periodístico, puesto que en gran parte de ellos no

se observa una actitud periodística, es decir, un afán por informar sobre hechos de actualidad o por emitir opiniones respecto a ellos. Sus autores se decantan en la mayoría de los casos por usar estos soportes para hablar de experiencias personales que se reducen a un pequeño mundo que se mueve entre su familia, sus amistades y sus hábitos diarios.

No obstante, no estaría de más que dentro del fenómeno de los blogs se contemplase una subcategoría de blogs periodísticos. Tal es el caso de los blogs que recogen ambos diarios. Se trata de páginas web avaladas por firmas tan prestigiosas como Alejandro Gándara, Javier Pérez de Albéniz, Borja Hermoso, etc. en *El Mundo* edición digital.

Salvando las distancias, los posts (cada uno de los textos que se insertan en un blog) son una figura parecida a la columna. Son textos muy libres en cuanto al tema y también en el campo de la expresión. Así, Alejandro Gándara empieza su texto del día 12 de marzo de 2007 titulado “Parvenido y porpasado” diciendo “He conocido lo peor que el mundo podía hacerme y a pesar de todo lo celebro a él y a todas sus criaturas..... Y no me digas que al final se trata de un a elección personal”.

El autor puede tratar aquellos asuntos que le parezcan oportunos, a pesar de que estos no aparezcan entre las noticias más importantes del día. Por ejemplo, Javier Pérez de Albéniz aborda temas tan dispares como “Santa Pantoja de Jesús”, el 15 de marzo de 2007, “Churrería Manhattan”, el 13 de marzo de 2007, “La máquina de la mentira”, el 9 de marzo de 2007, etc.

También puede recurrir a temas de una actualidad más duradera. Además, al igual que algunas columnas cuentan con un nombre fijo, los posts aparecen bajo una misma denominación, en este caso el nombre del blog.

Sin embargo, hay otras características que separan a la columna del post. Este último no tiene una periodicidad fija, sino que el autor del blog añade nuevos textos a su antojo, sin una presión temporal. Lo mismo sucede con la extensión. El soporte digital permite que cada texto tenga una extensión. No es necesario rellenar un espacio asignado en una página de papel.

Ejemplos claros de estos dos fenómenos los encontramos en el blog de Victoria Prego, en *El Mundo*. En cuanto a la periodicidad, observamos que la autora ha incluido casi una decena de textos el día 30 de mayo de 2006, mientras que el texto anterior a esa fecha es del día 25 de mayo de 2006 y el anterior a éste del 24 de mayo de 2006. Sin duda, la periodicidad fija no tiene sentido con una herramienta que permite que el autor haga públicas sus opiniones en tiempo real.

Además, esto mismo influye en la longitud de los textos. Mientras que el del día 25 de mayo tiene un tamaño normal para una columna, el día 30 encontramos posts tan cortos como el siguiente: “Esto es sólo el aperitivo 30 de mayo (13.18 h.).– Entra en el terreno estatutario, pero no aborda la gran cuestión política. Unas cuantas frases de esas que nadie podría discutir y una apelación a la “mejora del

diálogo institucional”. La auténtica discusión política será esta tarde. Ahí entrarán los grandes argumentos”.

En relación al análisis de los temas que más aparecen en los textos de opinión del diario, cambia en función del tipo de texto que observemos. En el caso de algunos periódicos, debe hacerse una división clara entre los distintos géneros. En *El Mundo*, sin embargo, la temática varía en cada uno de los blogs. De hecho, en la página en la que este diario presenta todos sus blogs, cada uno va acompañado por una breve descripción en la que se anuncian los temas que se van a tratar.

En la actualidad, los sitios más llamativos desde el punto de vista periodístico son:

- *El Escorpión* por Alejandro Gándara. Una crítica al aburrido discurso cultural dominante. Con “recomendados”, “contraindicados” y “grandes citas”.
- *El Descodificador* por Javier Pérez de Albéniz. Los ídolos de la “caja tonta” pasados por la “turmix” de la ironía.
- Blog, *James blog* por Borja Hermoso. Las películas, los actores, los mitos...
- *Todo el mundo al suelo* por Pilar Portero. Una reportera irreverente en el corazón de la democracia. Un blog intermitente pegado a la temperatura política del Congreso de los Diputados.

Los blogs dedicados a la televisión, las nuevas tecnologías, la cocina o el sexo son más livianos en sus contenidos. Entre los temas más relacionados con la información periodística, vemos que el que más atención recibe es la política nacional.

Las diferencias en el tono utilizado de lenguaje en los textos examinados en *El Mundo* podemos decir que están marcadas por cada uno de los autores de los blogs, aunque en este caso existen menos diferencias que en otros periódicos mucho más evidentes.

En *El Mundo*, el lenguaje presenta en la mayoría de sus textos un tono excesivamente coloquial, propio, a veces, de un producto periodístico muy de masas. Lo mismo ocurre con las estructuras gramaticales, que cumplen a rajatabla la regla de las frases con el orden sujeto-verbo-predicado tan repetida en los manuales de redacción periodística. Valga como ejemplo el siguiente párrafo de un texto de Javier Pérez de Albéniz publicado el 9 de marzo con motivo del famoso programa de televisión, el polígrafo: “Telecinco no sólo es ejemplo de cómo hacer de la basura el elemento básico sobre el que construir una programación exitosa y rentable. Ahora también está en condiciones de dar lecciones de hipocresía y cinismo”.

Sin embargo, como hemos dicho ya, cada autor tiene su propio estilo. Por ello, podemos encontrar que desde el mismo diario podemos acceder a otro post

de *El Escorpión* en el que el estilo es más rebuscado y el lenguaje se acerca al literario. Por ejemplo, el 14 de marzo aparece un artículo titulado "Rumbo a Israel" que termina con estas palabras:

...de los devotos en la sinagoga del Muro de las Lamentaciones rezando de madrugada con sus golpes de cabeza y de pecho, mientras algunos niños dormían en los bancos...En fin, que para allá vamos. Si puedo, les escribo...si volvemos a vernos, sonreiremos.

Respecto a la estructura de los textos, en *El Mundo*, por su parte, los autores de los blogs tampoco siguen una estructura fija. Algunos siguen la estructura tradicional, comienzan con una presentación del tema, a continuación exponen una serie de argumentos en los que se recoge el posicionamiento del periódico y cierran el texto con una conclusión que consiste en una valoración final, como es el caso generalmente de *El Escorpión*, pero otros, como los de deporte y cultura, crean textos más libres y desordenados.

3. CONCLUSIONES.

El estudio de los géneros de opinión de la edición digital del diario *El Mundo* nos ha permitido llegar a una serie de conclusiones.

Es de suponer que la apuesta por los blogs ha venido precedida por una investigación de mercado que ha indicado a diversos grupos periodísticos la conveniencia de dar un lugar destacado a este nuevo producto cibernético. Es posible que estos nuevos textos atraigan a personas que vean en ellos una forma fácil de leer una opinión de prestigio sin necesidad de tener que enfrentarse a textos más densos y rígidos, como pueden ser en ocasiones algunos artículos, editoriales o columnas.

En lo que se refiere al estilo que se emplea en los géneros de opinión publicados en el diario *El Mundo*, edición digital, tenemos que decir cada escritor tiene su estilo propio y es muy difícil unificar criterios a la hora de definirlos. Entre los elementos que contribuyen a configurar la opinión y el criterio acerca de los acontecimientos que narran los medios de comunicación en el receptor, tienen una influencia relevante el modo en que son expuestos y la huella que deja en las informaciones, como productor de las mismas, el periodista como intermediario. De la mera labor de recogida y ordenación de los hechos para su relato hasta la presentación en cualquiera de los géneros periodísticos en prensa digital es innegable esta impronta del autor.

Por otra parte, el análisis nos ha permitido comprobar cómo cada vez son más patentes las posiciones ideológicas de los medios.

Así las cosas, aunque las noticias intentan ser imparciales y objetivas y los periodistas procuran respetar todos los cánones promulgados por el Periodismo y la Teoría de la Información, lo cierto es que incluso a través de los géneros informativos también se percibe el perfil del periódico.

Si bien, como decimos, los géneros informativos nos dan una idea de hacia dónde se inclina el diario, definitivamente, los géneros de opinión son los que terminan de reforzar esta idea y nos muestran claramente la línea ideológica del periódico, en este caso, digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL VARGAS, N.** *Periodismo de opinión*. Síntesis. Madrid. 1999.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I.; CAMINOS MARCET, J. M.:** *La información: redacción y estructuras*. Bilbao. Universidad del País Vasco. 1998.
- BECK, U.:** *Qué es la globalización. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós. Barcelona. 1998.
- BEZUNARTEA, O.; DEL HOYO, M.; MARTÍNEZ, F.:** *Lecciones de reporterismo*. Bilbao. Universidad del País Vasco. 1998.
- BOUSOÑO, C.:** "Significación de los géneros literarios". *Revista Ínsula*, nº 281. 1970.
- CANEL, M. J.:** "El País, ABC, El Mundo: Tres manchetras, tres enfoques de las noticias". ZER. *Revista de estudios de la comunicación*, Universidad del País Vasco. Bilbao. 1999.
- CANGA LAREQUI, J. et al.:** *Diarios digitales: apuntes sobre un nuevo medio*. Universidad del País Vasco. Bilbao. 1999.
- CASASÚS J. M.; NÚÑEZ LADEVÉZE, L.:** *Estilo y géneros periodísticos*. Ariel. Barcelona. 1991.
- DÍAZ NOCI, J.:** *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco. Bilbao. 2001.
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (Coords.):** *Manual de redacción ciberperiodística*. Ariel. Barcelona. 2003.
- E. ARMANANZAS; J. DÍAZ NOCI:** *Periodismo y argumentación: Géneros de opinión, más allá de la interpretación*. Universidad del País Vasco. 1996.
- EDO, C.:** *Periodismo informativo e interpretativo: El impacto de Internet, en la noticia, las fuentes y los géneros*. Pedro J. Crespo. Sevilla. 2003.
- ESTEVE RAMÍREZ, F.; FERNÁNDEZ DEL MORAL, J.** *Áreas de especialización periodística*. Piragua. Madrid. 1999.

GOMIS, L.: *El medio media: la función política de la prensa*. Seminarios y Ediciones. Madrid. 1974.

GRIJELMO, A.: *El estilo del periodista*. Taurus. Madrid. 1997.

GUTIÉRREZ PALACIO, J.: *Periodismo de opinión*. Madrid. Paraninfo. 1983.

MARTIN VIVALDI, G.: *Curso de redacción*. Paraninfo. Madrid.1990.

MARTIN VIVALDI, G.: *Géneros periodísticos*. Paraninfo. Madrid.1987.

MARTINEZ ALBERTOS, J. L.: *Curso General de Redacción periodística*. (Edición revisada). Madrid. Paraninfo. 1992.

MORÁN TORRES, E.: *Géneros del periodismo de opinión*. Pamplona. Universidad de Navarra. 1998.

MORENO ESPINOSA, P.: *Curso de Redacción en Prensa, Radio y Televisión*. Sevilla. Mad. 1998.

RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*. Paidós. Barcelona. 1996.

SIERRA CABALLERO, F. *Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una historia de la comunicación educativa*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 2002.

VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós. Barcelona. 1990.

WARREN C.: *Géneros periodísticos Informativos*. ATE. Barcelona. 1995.

(Recibido el 12-02-07, aceptado el 30-04-07)