

Número 1 - Año 1 (Diciembre 2010 - marzo 2011)

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense de Madrid

Artículo bajo la licencia *Creative Commons*

Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

Autor: Pastora Moreno Espinosa

Universidad / Institución / Centro: Universidad de Sevilla

Cargo: Profesora

Páginas: 74 - 83

Descriptor: Géneros de Opinión, Escritura para los Medios, Redacción Periódica

País: España

Ciudad: Sevilla

Contacto: pasmoreno@hotmail.com

Resumen:

Desde el punto de vista del contenido, la interpretación y la opinión resurgen como armas exclusivas de la prensa impresa, frente a la celeridad y actualización del mensaje informativo audiovisual y electrónico. Desde el punto de vista formal, la imagen es la gran protagonista del periódico. El predominio de recursos visuales sobre lenguaje textual, los géneros argumentativos, el periodismo de servicios, etc., definen la prensa impresa de los últimos años. El presente artículo estudia el modo particular en el que algunas publicaciones entienden los géneros de opinión. En la actualidad, la mayoría de los rotativos se nos presentan como unos diarios modernos en los que la imagen, la interpretación y opinión son apoyos fundamentales de la información periodística.

Desde el punto de vista metodológico, este artículo puede considerarse una investigación que parte del contacto directo con la realidad: el seguimiento y posterior análisis de una muestra de diversos tipos de textos periodísticos argumentativos publicados. Describimos las características del lenguaje y del estilo periodístico, con el fin de esclarecer las formas discursivas, el estilo y el lenguaje propio de los géneros de opinión en la prensa impresa. Además de esto, nos apoyamos en un corpus teórico, que nos ofrece sólidas bases para la interpretación conceptual de los textos seleccionados, que constituyen la muestra del presente artículo.

Palabras clave: Interpretación, opinión, textos, discurso, lenguaje.

Abstract:

From the standpoint of content, interpretation and opinion as unique weapons resurface the print, off the speed and upgrade audiovisual and electronic information message. From the formal point of view, the image is the main protagonist of the newspaper. The prevalence of visual resources on textual language, argumentative genres, service journalism, etc. Define the print press in recent years. This article explores the particular way in which gender understand some publications of opinion. Today, most are presented as revolving around modern day in which the image interpretation and opinion are the backbone of news reporting.

From the methodological point of view, this article may be considered part of an investigation that direct contact with reality: monitoring and subsequent analysis of a sample of various types of argumentative newspaper articles published. We describe the characteristics of language and journalistic style in order to clarify the discursive forms, style and language of the genera own opinion on the printing press. Besides this, we rely on a body of theory, which gives us a solid foundation for the conceptual interpretation of selected texts, which constitute the sample of this article.

Keywords: Interpretation, opinion, text, speech, language.

Pastora Moreno
Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

La prensa escrita debe adoptar nuevas fórmulas para captar y mantener el interés de sus lectores, fórmulas que se traducen en cambios no sólo en el lenguaje periodístico sino también en el estilo y contenido informativo de los diarios actuales. Frente a la celeridad y actualización del mensaje informativo audiovisual y electrónico, la interpretación y la opinión resurgen como armas exclusivas de la prensa impresa, desde el punto de vista del contenido. Desde el punto de vista formal, la imagen es la gran protagonista del periódico. El predominio de recursos visuales sobre lenguaje textual, los géneros argumentativos, el periodismo de servicios, etc., definen la prensa impresa de los últimos años.

En la actualidad, es cierto que el lenguaje escrito ha perdido autoridad a favor de la imagen. Fotografías e infografías de gran tamaño permiten que el lector obtenga gran cantidad de información en poco tiempo. Los hechos se presentan al lector acompañados de elementos interpretativos que explican sus antecedentes y analizan las posibles consecuencias. Para ello, los rotativos han contado desde sus orígenes con firmas de gran prestigio que colaboran asiduamente en la construcción de sus páginas.

1. Introducción

Históricamente, a principios del siglo XX había quedado atrás la confianza ciega en las opiniones de la prensa de partido en beneficio del articulista más o menos independiente y ajeno a los intereses inmediatos del juego político. La información y una cierta independencia eran valores en alza, la concepción empresarial del periodismo era un hecho irreversible. En este marco nacieron en 1903, *ABC* y en 1910, *El Debate*. En Cataluña, el punto de referencia es *La Vanguardia*, que concebido como órgano del partido liberal en 1881, en manos de Ramón Godó tomaría orientaciones informativas e independientes con tendencia conservadora y monárquica.

Tras la Primera Guerra Mundial, la polémica, el articulismo cruzado y los editoriales intencionados reaparecen con renacida intensidad. El género periodístico de opinión se renueva en la década de los veinte con el

articulismo humorístico junto a la historieta y el chiste gráfico. Así mismo las revistas literarias conocen un extraordinario momento. Tal es el caso, por ejemplo, de la *Revista de Occidente* y *La Gaceta Literaria* donde escribe parte de los autores que integran la Generación del 27.

En los años treinta, un articulismo comprometido pide la regeneración de España. En esta época, se reproduce con diferentes criterios periodísticos, el ardor opinativo de la prensa del XIX y no sólo en los editoriales. En los numerosos periódicos de estos años colaboran asiduamente las figuras prestigiosas y solventes de la vida nacional en todos los aspectos. Los artículos de fondo y los breves ensayos que se publican a diario, alcanzan verdadera categoría literaria. Los acontecimientos sociales y debates parlamentarios suelen ir precedidos de encendidas polémicas en las columnas periodísticas que el público lee y comenta apasionadamente como nunca se ha producido antes ni después. A partir de 1930, se publica más prensa que nunca y con mayores tiradas. *El Sol* es un buen ejemplo de ello. Esta publicación se convierte en el diario de los intelectuales de primer orden y decenas de millares de lectores.

Llega la República y con ella una ley de prensa que mantiene las tradicionales multas y suspensiones. Una vez más en la historia del periodismo español se crea una Liga defensora de la libertad de prensa, que únicamente no suscriben *El Socialista*, *El Liberal* y *Luz*. A lo largo de estos años las fuertes diferencias ideológicas se fueron acentuando, y esa situación provocó la necesidad de tomar posiciones. De nuevo se alienta el desarrollo del articulismo y por supuesto la necesidad de encontrar medios para poder definir esas posiciones. Como en el siglo XIX, en la primera mitad del XX, comienza a practicarse una prensa con orientación doctrinal y polemista, pobre en información, medios y páginas.

Durante la Guerra Civil hubo fluctuaciones de la prensa debido a que cada zona mostraba la orientación propia de quienes la controlaban. No obstante, las publicaciones del frente populista fueron mayores en número. En el frente de batalla, la prensa combina informaciones oficiales con un articulismo lleno de consignas. El ban-

Pastora Moreno
Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

do populista cuenta con publicaciones como *Avance* y *La Voz del Combatiente*. En el bando franquista destacan *El Soldado Español* o *El Alcázar*. En definitiva, en uno y otro bando, el articulismo doctrinal está a la orden del día.

En la retaguardia, hay un periodismo de opinión de exigente profundidad y tono más sereno que en *La Hora de España*. Cultivan autores como José Bergamín, Alberti, Dámaso Alonso, María Zambrano o Machado. El final de la guerra provoca el final de una época de esplendor cultural iniciado en España desde finales del XIX.

Tras la Guerra y sobre todo en el período que media entre la Ley de Prensa de 1938 de Serrano Súñer y la Ley de Prensa e Imprenta de Manuel Fraga en 1966, el panorama en el periodismo de opinión fue básicamente unidireccional. Sólo hay lugar para el discurso oficial y propagandístico que se concentra sobre todo en la prensa del Movimiento, que en 1944 contaba con 37 diarios y 15 revistas.

Hacia 1957, se aprecia un leve cambio en la prensa y paulatinamente queda atrás esa férrea concepción del carácter propagandístico y educativo de la prensa. Los periódicos del Movimiento van incorporando en sus plantillas brillantes colaboradores en temas diversos, en principio, económicos, sociales, deportivos, diluyendo poco a poco en apariencia la dualidad social. En estos años, aparecen en escena articulistas como Eugenio D'Ors, Ramón Gómez de la Serna, Jaime Campmany, Cándido, Luis María Ansón, César González Ruano, Guillermo Díaz Plaja o Manuel Santaella.

La década de los sesenta y sobre todo a partir de 1966, la prensa española es el escenario de la aparición de una nueva generación de articulistas cuyos puentes serán Campmany y Manuel Alcántara y posteriormente Francisco Umbral quienes se inscriben en la tradición del articulismo periodístico más literario cuyo origen traza el propio César González Ruano. Otros nombres se van incorporando como Camilo José Cela, Rafael García Serrano y José Antonio Torreblanca, entre otros.

Esta generación de brillantes columnistas sufre un ol-

vido forzado de la situación política del país. Sólo después en la transición a la democracia, estos mismos columnistas y sus herederos han llevado el asunto político a ser predominante en la natural dialéctica del periodismo de opinión.

A pesar de que en estos años estos autores evitan el tema político en sus textos y explícitamente se ocupan de asuntos de menor cuantía, ciertos rasgos de los autores de la democracia han quedado muy asentados en el periodismo de opinión tal y como hoy lo conocemos:

- Importancia de los elementos literarios y sus recursos.
- Extensión más bien breve del texto de opinión.
- Texto subjetivo ameno.

En cuanto a la transición a la democracia y las revistas de opinión, la Ley de 1966, aprobada en Cortes el 15 de marzo, de Manuel Fraga desencadenó el proceso denominado "apertura" en el que no obstante, la eliminación de la censura previa se compensaba con otros procedimientos de control.

En esos años, el viejo pulso articulístico regresa a la prensa. Durante este período el diario de referencia nacional es *ABC* aunque el periódico *Pueblo* disfruta de cierta implantación. Existe, por otra parte, un grupo de diarios que no sobrevive a la transición debido a su inmovilismo como es el caso de *Arriba* y *El Alcázar*. La aparición de una nueva prensa cierra el paso a publicaciones anticuadas ideológica y empresarialmente. Se advierte en algunos periódicos la renuncia a la opinión, a favor de los géneros informativos trabajados y bien documentados. Esto ocurre en el diario *Informaciones* e incluso en el propio *Pueblo* que cuenta con una excelente escuela de periodistas jóvenes como Raúl del Pozo, Miguel Ors, Tico Medina, Jesús Hermida, José María García o Balbín.

A pesar de esta tendencia, los actores de la comunicación social no podrán dejar de implicarse en los acontecimientos de estos años. En este periodo, las revistas proporcionan un soporte capaz de márgenes de maniobra a los columnistas más atractivos de los que ofrece la prensa. En torno a *Cuadernos para el Diálogo* de tono socialista se forma una excelente nómina de periodis-

Pastora Moreno
Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

tas, políticos y colaboradores: Jorge Esteban, Tomás de la Quadra, Amando de Miguel, Juan Benet, Antonio Elorza, Enrique Bustamante, Soledad Gallego, Joaquín Estefanía y Vicente Verdú. La orientación de izquierda es aún más evidente en la revista *Triunfo* donde se publica la columna de Manuel Vázquez Montalbán titulada "La capilla sixtina" bajo el seudónimo de Sixto Cámara. También colabora en ella Eduardo Haro Tecglen. *Interviú*, dirigida por Antonio Álvarez Solís muestra desde sus inicios una decidida voluntad de opinión junto a la práctica de los grandes reportajes de investigación y de perspectiva popular.

En 1973, nace *Cambio 16*, fundada por Juan Tomás de Salas. En esta revista la información y la interpretación cobran protagonismo frente a la opinión. Cuenta, no obstante con columnistas importantes como Enrique Serra, Alejandro Muñoz Alonso o Luis González Seara. Buena parte de las revistas de opinión no sobreviven a la primera parte de la transición periodística a la democracia y por tanto otros títulos ocupan este lugar. Estas nuevas revistas van borrando poco a poco las huellas del franquismo tras la muerte del dictador.

La Constitución de 1978 incorpora en su artículo vigésimo la supresión de márgenes de acción absolutos para desplegar la libertad de expresión. Superada la transición a la democracia y con el partido socialista en el poder en los años 80, los diarios de información general sufren cierta descolocación. De este modo, periódicos como *Arriba*, *Pueblo* o la *Hoja del Lunes* dejan de ser publicados. Algo interesante en estos años es la importancia de la columna deportiva en los diarios de información general. Columnistas como Campmany, Alcántara o Vicente Verdú le otorgan a esta columna más relevancia que la que reciben en la prensa estrictamente deportiva.

En la segunda mitad de los setenta, aparecen los dos periódicos más significativos de la transición, *El País* y *Diario 16*. Dirigido por Juan Luis Cebrián en mayo de 1976 nace *El País*. Este periódico no apuesta por el columnismo, y de hecho únicamente publica "Diario de un snob" de Francisco Umbral, autor que se va a convertir, por su lenguaje original y su capacidad para renovar los cánones obsoletos del género, en el columnista más

significativo de la transición democrática y en referencia para los nuevos cultivadores de este género de opinión.

El País por tanto se centra en el periodismo argumentativo de fondo con firmas como Julián Marías, Rafael Alberto, Fernando Chueca Goitia, Mercedes Fornica, José Luis Aranguren, Ricardo de la Cierva o Tierno Galván y a parte de estos artículos publica comentarios para completar sus informaciones con firmas como Antonio Papell o Juan Manuel Bonet. Tampoco en su primera época *Diario 16* apuesta por el columnismo. A pesar de ello cuenta con columnistas como Carmen Rico Godoy, Savater y José Luis Coll junto a un articulismo de fondo que ofrece firmas como Elías Díaz, Pedro Schwartz, Pablo Sebastián o José Luis Martínez Albertos.

Del mismo modo que en la década anterior, las revistas de los ochenta continúan llenando sus páginas de opinión. En 1985, nace *Época*, dirigida por Jaime Campmany quien imprime un cierto talante conservador a su publicación. Esta revista cuenta con la colaboración de autores como Julián Marías, Ramón Pi, Pilar Urbano, Emilio Romero, Manuel Alcántara o Ricardo de la Cierva. Tres años más tarde aparece *Panorama*, del grupo Z en la que conviven columnas de opinión (Consuelo Álvarez de Toledo, Luis Sampedro o Fernando Díaz Plaja) junto a columnas de sociedad, más próximas al revoltillo de nombres que a la opinión (M^a Eugenia Yagüe o Karmele Marchante). En 1989, nace *Tribuna* con talante más articulístico que columnista con firmas como Fernando Onega, Jesús Cacho, Álvaro Pombo o Andrés Aberasturi.

No es casualidad que en las revistas, las firmas de prensa constituyan una referencia y un aval de ventas. Una de las consecuencias del decenio de los ochenta en la prensa española será precisamente el creciente prestigio y valoración del columnismo inspirado en el periodismo de opinión tradicional español, es decir, en el costumbrismo político sazonado en prosa satírica.

La transición al decenio último de nuestro siglo contempla la voluntad de incorporar dos títulos al sistema, *El Independiente* y *El Sol* (ambos de escasa vida) y el nacimiento de un nuevo periódico, *El Mundo*, que en un tiempo extraordinariamente breve, tendrá la capacidad

Pastora Moreno
Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

de modificar el sistema de prensa nacional. Pedro J. Ramírez es el director del nuevo diario quien después de salir de forma conflictiva de *Diario 16* arrastra con él a parte de la redacción de dicho periódico para su nuevo proyecto.

La crisis de *Diario 16* provoca la salida de muchos columnistas hacia *El Mundo*. En la segunda mitad de la década de los noventa, la red de opinión de este diario es una de las más populares de la prensa española. En su plantilla de colaboradores cuenta con firmas como Francisco Umbral, en la última página; Antonio Burgos y Manuel Hidalgo en Cultura; Pablo Sebastián en Nacional acompañado por Pilar Urbano, Raúl Heras, Julia Navarro y Pedro Calvo Hernando; En Internacional firma ocasionalmente Alfonso Rojo, Fernando Múgica o Xulio Ríos; en Deportes, Carlos Toro y Vicente Salaner; en Economía, Casimiro García Abadillo y en Televisión, Carlos Boyero.

Años antes, entre 1988 y 1994 decrece de forma importante la difusión de revistas de opinión como *Cambio 16*, *Interviú*, *Época*, *Tiempo* y *Tribuna* a favor de un aumento en la difusión de las tres grandes cabeceras nacionales del momento: *El País*, *ABC* y *El Mundo*. Del mismo modo que este último, en la segunda década de los noventa, tanto *El País* como *ABC* apuestan por la columna y por el prestigio de firmas que opinen en todos los ámbitos de la realidad social. Se puede afirmar que hasta ahora nunca se había escrito un periodismo de opinión en España en tal cantidad. Tras la victoria del Partido Socialista en 1982, con la que concluía la Transición democrática, se ha visto que el periodismo de opinión y sobre todo el columnismo ha conocido un auge verdaderamente extraordinario. La prensa en la década de los noventa, a finales del Siglo XX, se había convertido en periodismo de discusión y debate, en definitiva, en opinión del acontecer político de los últimos años.

2. Opinión y persuasión

La opinión es un conjunto de pensamientos y noticias que tratan de interesar al lector sobre un asunto a la vez que dirige su opinión. El estilo editorializante de los artículos de opinión se vincula a la retórica tradicional

que, a través de recursos intelectuales, persigue la convicción con el uso de técnicas de persuasión hacia el lector.

Según Dovifat, “la labor de convencimiento con vistas a la formación de opinión se efectúa por medio de la fuerza probatoria del pensamiento y de los hechos. La forma es solamente un medio de transmitir esta fuerza”².

Además, la opinión nunca debe estar mezclada con la información. En el periódico se distingue claramente una cosa de la otra, bien sea en la forma (colocación en diferentes páginas con recursos tipográficos desiguales) o en el contenido, ya que en el mismo modo de redacción del propio titular se distinguirá entre información y opinión. Para Héctor Borrat: “Pasar del relato al comentario es entrar en un campo vastísimo: el de la opinión. La opinión se articula con la interpretación explícita: es interpretación explícita con evaluación”³.

Según él, es el autor del texto quien hace la evaluación comunicando públicamente su toma de posición que decide en función de valores, normas e intereses y aunque los relatos informativos también se escriben de acuerdo a unos valores, normas e intereses, a veces sin intención y otras intencionadas, la diferencia estriba en que la opinión queda en los relatos en el nivel de implícitos, mientras que los comentarios proporcionan opiniones explícitas que quedan perfectamente reflejadas en el texto.

Otra diferencia entre la opinión y la información está en la parcelación espacial periodística de la prensa, por cuanto los relatos informativos están parcelados en temarios específicos (secciones de información política, económica, deportiva...). El campo de los comentarios incluye temas cuya información básica pudo originarse en cualquier sección e incluso a temas de larga vigencia que no dependen de ninguna información de actualidad.

Por todo lo anterior, mientras que la información se conoce por la parcelación de temas, la opinión está delimitada en dos áreas: la de los comentarios del periódico

2 DOVIFAT, E.: *Periodismo*. 2 vols. Editorial Uteha, México, 1959-60, p. 123.

3 BORRAT, H.: *El periódico, actor político*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1989, p.132.

o artículos editoriales que no llevan firma, y la de los comentarios del periódico firmados o artículos de columnistas y colaboradores, carta de lectores, revista de prensa, humor gráfico⁴.

En cuanto a los géneros de opinión, éstos tienen en común que no trabajan directamente sobre hechos, ni tienen la finalidad de transmitir datos. Para esto están los géneros informativos. Lo que persiguen es trabajar sobre ideas para deducir consecuencias ideológicas, culturales o filosóficas de los acontecimientos acaecidos. Para Borrat, en las páginas de opinión, filósofos y literatos comparten el espacio abierto de la ensayística y el rango de colaboradores estrellas⁵.

Pero al hablar de géneros de opinión y de las ideas que transmiten, no podemos dejar de referirnos a la persuasión, porque ésta entraña una intención consciente del emisor hacia el receptor.

Así lo entiende Kathleen Reardon para quien “la persuasión es la actividad de demostrar y de intentar modificar la conducta de por lo menos una persona, mediante la interacción simbólica. Es una actividad consciente y se produce cuando se registra una amenaza contra los objetivos de una persona y cuando la fuente y el grado de esta amenaza son suficientemente importantes como para justificar el coste del esfuerzo que entraña la persuasión”⁶.

Según Miguel Roiz “la comunicación persuasiva se caracteriza por la intención manifiesta de la fuente orientada claramente a producir algo en el receptor, en los destinatarios, y modificar su conducta en algún sentido”⁷. Y añade que la intención persuasiva del emisor se dirige bien a un receptor o a varios, pero que, en cualquier caso, el proceso afecta al nivel psicológico-social de las actitudes y valores.

Lo cierto es que la comunicación persuasiva es cada día más frecuente y que pone todos los medios a su

alcance para captar la atención del receptor.

En relación al carácter peyorativo que ha tenido durante bastante tiempo el término persuasión, Reardon indica que la sociedad no puede vivir sin esa actividad y reivindica la importancia persuasiva de la comunicación:

“ (...) Muchos consideran que la persuasión es una actividad reservada a quienes carecen de ética. Por el contrario, la persuasión es una forma de comunicación en la que debe participar toda persona que se arriesga a entrar en relación con los demás. La persuasión es necesaria por el solo hecho de que todos diferimos en nuestros objetivos y en los medios con los que los conseguimos. El resultado inevitable es que con frecuencia nos interponemos en el camino de otro (...) La enseñanza de las normas de conducta y su lógica se cumple mediante la comunicación y la persuasión. Estas dos actividades son los medios a través de los cuales se crean y modifican las reglas de la conducta humana”⁸.

Por consiguiente, la persuasión es un proceso comunicativo cuya finalidad es conseguir la adhesión del receptor e influir en él. Y este proceso se realiza de forma consciente, porque el emisor tiene muy claras sus intenciones. Y por supuesto que el periodista recurre a todos los factores que contribuyan al efecto deseado, para conseguir sus fines que no siempre tienen que ser la presión ni la manipulación. Además de esto, junto a la credibilidad de la fuente o emisor, también influye la inteligencia de la persona susceptible de persuasión. Las personas de inteligencia media son más fáciles de persuadir que las personas de inteligencia muy baja o muy alta, por lo que el periodista tendrá en cuenta todos estos factores para llevar a cabo su finalidad.

En síntesis, el persuasor será el encargado de llevar al persuadido en una u otra dirección. Por ello se apoya en las propias motivaciones y creencias de las personas a las que dirige su mensaje, para lograr modificar algunas de ellas y cambiar su comportamiento, en último término.

4 *Ibidem*, p. 132.

5 *Ibidem*, p. 135.

6 REARDON, Kathleen: *La persuasión en la comunicación*. Ediciones Paidós Comunicación. Barcelona, 1983. p. 31.

7 ROIZ, M.: *Técnicas modernas de persuasión*. Eudema. Madrid. 1994, p. 34.

8 REARDON, Op. Cit. P. 27.

3. Géneros periodísticos y formas discursivas

El concepto de género periodístico, como lo entendemos en la actualidad, no aparece hasta principios de los años sesenta. De hecho, es en el siglo XX cuando los artículos dejarán de estar firmados como durante el siglo anterior, cuando el periodismo se nutría esencialmente de la política (propaganda) y la literatura (narración subjetiva de hechos). Para María Luisa Santamaría, la noticia se agiliza y adopta un nuevo estilo de frases breves y claridad sintáctica⁹.

Según ella, los géneros periodísticos que tenemos en estos momentos no son más que el resultado de una evolución histórica y es en función del propio objetivo de los géneros, que se reducen a dos modalidades: los relatos de hechos y los comentarios que sirven para exponer las ideas¹⁰.

Aunque hay una cierta imprecisión en la línea que separa el periodismo de la literatura, y esto continúa siendo el debate de numerosos autores, el periodismo empieza a distanciarse de la literatura en el momento en que se transforma en noticia y se crea una frontera clara entre ficción y realidad. La definición de cada género periodístico define su campo de actuación y depende de su denominación: crónica, reportaje, entrevista de creación, etc. Según Octavio Aguilera: "El periodista no puede escribir como le viene en gana"¹¹.

Sin embargo, Martín Vivaldi en su obra *Géneros Periodísticos* afirma que el buen Periodismo es también Literatura y ha nacido en torno a la noticia como núcleo esencial al que rodean los reportajes, crónicas, artículos, entrevistas, semblanzas y hasta sueltos, todo ello escrito con belleza¹².

Tras tanta polémica suscitada por la diversidad de pareceres en cuanto a los géneros periodísticos y su re-

lación con la literatura, se podría entender, llegando a un término medio, que existe un Periodismo informativo bien escrito que ha ido tomando forma a lo largo del siglo XX y que surgió con el desarrollo de la prensa gráfica a finales del siglo XIX, sin separarse del todo del mundo literario de donde era originario y que llegado un momento concreto adquirió personalidad y categorías propias.

Los géneros periodísticos nacen vinculados a la Prensa escrita y de ahí se adaptan a la radio y la televisión. Martínez Albertos¹³ afirma en su *Curso General de Redacción Periodística* que según el grado de objetividad se pueden agrupar en dos modalidades: los relatos de hechos y los comentarios.

Es imposible olvidar la estrecha relación que existe entre los géneros periodísticos y el transcurso cultural y político de cada época histórica. Según esto, el periodismo que existió entre los años 1850 y 1973, está dividido en tres etapas diferentes. La primera, comprende un Periodismo ideológico y moralizador al servicio de las ideas políticas o religiosas, que responde a la etapa parlamentaria iniciada en pleno siglo XIX y caracterizada por producir un Periodismo poco informativo y con abundantes comentarios. De aquí surgen los artículos y comentarios tal y como los conocemos aún hoy día y que con el tiempo, además de abarcar el editorial, el artículo, el comentario y la crítica, se han extendido a la columna y al suelto.

La segunda etapa, que se inicia en 1870, produce un Periodismo informativo que cohabita durante algún tiempo con el ideológico de la etapa anterior.

Martínez Albertos opina que "a partir de 1920 la Prensa de información se impone en todo el mundo occidental"¹⁴. Este nuevo modo de hacer Periodismo, enfocado en los hechos, abarca los siguientes géneros periodísticos informativos: la noticia, el reportaje, el informe, la entrevista y la crónica (que en realidad es un género híbrido con información y opinión).

9 SANTAMARÍA, Luisa: *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1990, p. 17.

10 *Ibidem*, p. 18.

11 AGUILERA, Octavio: *Literatura en el periodismo*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1992, p. 19.

12 MARTÍN VIVALDI, Gonzalo: *Géneros Periodísticos*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1993, p. 249.

13 MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L.: *Curso General de Redacción Periodística*. Editorial Paraninfo, S.A. Madrid, 1991, p. 265.

14 *Ibidem*, p. 266.

A partir de 1945 comienza una tercera etapa con el nacimiento del Periodismo de explicación que proporciona información y un juicio de valor al final⁶. La prensa busca soluciones nuevas para competir con la radio y la eminente televisión con lo que nace este nuevo modelo de periodismo interpretativo que se mantiene aún vivo en nuestros días desde la II Guerra Mundial.

A finales de los setenta nace un nuevo modo de Periodismo denominado de Servicios que incrementa la atención de los medios hacia asuntos de interés humano y cotidianos y ello trae consigo un nuevo modo de contar los hechos a través de los géneros periodísticos: análisis, informe, noticia de situación, e infografía que conforman el diario de servicios.

A pesar de todo lo anterior, no siempre es fácil calificar un género periodístico y cada día más se dan las narraciones híbridas, como es el caso de los textos informativos de creación. Según Bernal y Chillón, "los periodistas que practican el Periodismo informativo de creación renuncian a ofrecer una imagen estática, ahistórica, objetiva e inconexa de lo que acontece"¹⁵.

Aunque, por otra parte, la función principal de estos géneros de creación es la informativa, esta característica, común entre los géneros informativos de creación y los géneros informativos convencionales, los diferencia a su vez de los géneros de opinión (función editorializante) y de los textos de creación (ficción). Cualquier texto informativo de creación es ante todo un mensaje de función referencial, además de un texto de función estética, de modo que, además de informar, se centra sobre sí mismo. Otra característica de este tipo de textos es su función expresiva, más destacada en las entrevistas y los reportajes en los que abunda el uso de exclamaciones, onomatopeyas, interjecciones y otros recursos elocutivos¹⁶.

Además, para analizar los géneros periodísticos en función del uso del lenguaje como expresión del discurs-

so, es conveniente basarse en el planteamiento de la estilística. Desde esta perspectiva teórica podemos distinguir varias formas discursivas: la exposición, la descripción, la narración y la argumentación, modalidades discursivas que no aparecen de forma aislada en los mensajes sino que se combinan de manera que una de ellas predomina sobre las demás. Resulta interesante identificar las formas discursivas que puede adoptar el mensaje periodístico:

1) La *exposición* es la forma del discurso que transmite hechos e ideas. Uno de los propósitos básicos de esta forma discursiva es la información. Por tanto, la exposición es la materia prima del mensaje periodístico. La forma expositiva es propia de la noticia como género periodístico informativo, de la entrevista, la crónica, el reportaje y de los artículos de opinión.

2) La *descripción*, es una forma del discurso que señala las características de un objeto. Esta forma discursiva tiene cabida en géneros que interpretan la realidad, como la crónica y el reportaje.

3) La *narración* supera a la descripción porque incide en lo que ha sucedido, esto es la acción. En la narración el periodista selecciona los detalles más significativos de la realidad, interpreta los hechos en el momento y forma que se dieron y tiene cabida en géneros como la crónica y el reportaje.

4) La *argumentación* es la forma discursiva que pretende convencer al receptor del mensaje para que adopte una actitud ante un hecho. Es la forma del discurso propia de los géneros de opinión.

Estas diferentes formas del discurso constituyen diferentes formas de usar el lenguaje para comunicarse con los lectores, en definitiva, para elaborar el mensaje periodístico. Mediante la exposición, la descripción, la narración y la argumentación, el periodista ofrece al lector su propia visión del mundo y lo invita en cierto modo, a participar en el acontecer del suceso.

Además, de acuerdo con su forma discursiva, los géneros periodísticos pueden clasificarse en dos grupos:

¹⁵ BERNAL, S. y CHILLÓN A.: *Periodismo Informativo de Creación*. Editorial Mitre, Barcelona, 1985, p. 84.

¹⁶ *Ibidem*, pp.87 y 88.

1. Los que dan a conocer hechos, que utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa.

2. Los que dan a conocer ideas, que usan fundamentalmente la forma argumentativa.

En realidad, la puesta en práctica del axioma clásico “los hechos son sagrados y las opiniones son libres” rara vez se materializa en una práctica profesional más o menos continuada. Efectivamente, los hechos pueden y deben ser sagrados, pero en el momento en que una persona los analiza y configura textualmente, está vertiendo en el resultado final una actitud interpretativa -cuando no opiniones- que comienza en el mismo instante en el que opta por la vertiente del acontecimiento a la que da prioridad. La noticia publicada, radiada o televisada será, por tanto, resultado de un proceso interpretativo de la realidad a la que habrá tenido acceso el profesional. La mayoría de los estudiosos sostiene que la creencia de que puede haber una separación tajante entre “hechos” y “opiniones”, o que la regla deontológica principal del periodismo es distinguir entre “opiniones” y “hechos”, no parece acertada ni ajustada al dinamismo de la profesión, entre otras razones porque informar sobre un hecho que se selecciona debido a que se considera interesante, implica una apreciación del hecho y, por ello, una opinión sobre su interés.

Si nos remitimos a los orígenes de los géneros, el primer periodismo calificable como tal podría fijarse en las gacetas centroeuropeas del siglo XVI, que se publicaban con una periodicidad generalmente semanal y con un contenido estrictamente informativo, en el que los elementos valorativos estaban prácticamente ausentes²⁵. La aparición más tarde de los textos de opinión y su desarrollo hasta nuestros días nos lleva a numerosos intentos por clasificar de forma hermética los géneros periodísticos.

4. Conclusiones

En definitiva, los géneros de opinión cobran relevancia especial en las páginas de las diferentes publicaciones, que cada vez más apuntan hacia un periodismo personalizado, en el que el lector encuentra opiniones con las que puede identificarse. Además, la aportación

de sus columnistas es fundamental para este nuevo aire periodístico transformador de los medios.

En tanto que actividad social, el mensaje periodístico tiene su manifestación específica en los géneros periodísticos, hasta el punto de que durante mucho tiempo se ha llegado a considerar que la construcción de la actualidad se produce desde ellos, con ellos y gracias a ellos. Además de esto, los géneros periodísticos son géneros que reflejan el acontecer de un suceso y su interpretación, es decir, la información correspondiente y su comentario o valoración por parte del periodista.

La información en prensa escrita ha quedado en las últimas décadas desbordada por la instantaneidad que ofrecen los medios que aportan rapidez de transmisión. Si el éxito de la comunicación se basara exclusivamente en la rapidez de la transmisión de noticias, la prensa escrita sería ya del pasado. Pero los periódicos ofrecen una serie de ventajas de importancia sobre los medios audiovisuales, como la interpretación de los hechos y la explicación de las causas, antecedentes y consecuencias que puedan derivarse, principal cometido de los géneros de opinión que aquí nos ocupan. Globalmente, la parte fundamental y más amplia de la prensa diaria se centra en el uso de los géneros periodísticos de opinión.

En conclusión, el periodismo contemporáneo de hechos, de ideas se hace con imágenes y palabras buscando una comunicación eficaz. Si a principios de siglo predominaba el texto sobre la imagen, con la irrupción de la fotografía, se rompe este equilibrio a favor de la imagen. Actualmente, las posibilidades de diseño gráfico, la capacidad de las nuevas generaciones de lectores de imágenes, las formas de redacción visual y la variedad de géneros iconográficos desarrollados por la informática han hecho que la comunicación periodística busque la eficacia y el impacto con recursos gráficos. A finales del siglo XX se solicita desde diferentes ámbitos otra renovación para el nuevo siglo que presenta una serie de retos motivados por el predominio de la lengua hablada, del lenguaje visual.

En la actualidad, los textos periodísticos se apoyan en todo un despliegue de recursos gráficos de colores,

Pastora Moreno
Medios de comunicación, redacción, interpretación y opinión

elementos tipográficos, infografías que demuestran que el lenguaje ha perdido la autoridad comunicativa a favor de la imagen. Por eso se requiere un nuevo tono y orientación de lenguaje en la prensa capaz de responder a un nuevo y complejo modo de concebir la vida. Para la renovación del lenguaje en el periodismo habría que solicitar movilizar su rigidez, dar flexibilidad y riqueza a su lenguaje.

En nuestros días es necesario definir el papel de los medios de comunicación y su complementariedad en tareas informativas y de opinión. En concreto, la mayoría de los rotativos apuestan en sus páginas por los géneros tradicionales de opinión con el objetivo de ofrecer al lector algo más que la mera descripción y narración de los hechos. El editorial, el suelto o glosa, los comentarios, los artículos de opinión, la crítica, pero sobre todo, la columna completan un producto informativo que presenta una amplia oferta de géneros de sollicitación de opinión. En general, son páginas bastante especializadas, muy divulgativas, escritas por personas muy relacionadas con el asunto que tratan, lo cual les concede mayor credibilidad.

AAVV: *Comunicación social y poder*. Editorial Universitas, S.A., Madrid, 1993.

AGENCIA EFE: *Manual de Español Urgente*. Cátedra, Madrid, 1995.

ALFÉREZ, A.: *El cuarto poder en España*. Plaza y Janés, Madrid, 1987.

ARMAÑANZAS, Emy y DÍAZ NOCI, Javier: *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Universidad del País Vasco, Bilbao, 1996.

ARMAÑANZAS, Emy y DÍAZ NOCY, Javier: *Géneros de opinión. Periodismo y Argumentación*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao, 1996.

DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (Coords.): *Manual de redacción ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, 2003.

DIEZHANDINO, M^a Pilar: *Periodismo de servicio*. Bosch, Barcelona, 1995.

EDO, Concha: *Periodismo informativo e interpretativo: El impacto de Internet, en la noticia, las fuentes y los géneros*, Pedro J. Crespo, Sevilla, 2003.

EL PAIS: *Libro de estilo*. Edics. El País, Madrid. 1993.

FAGOAGA, Concha: *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*. Mitre, Madrid. 1982.

GOMIS, Lorenzo: *Teoría dels gèneres periodístics*, Generalitat de Catalunya, Barcelona. 1989.

GUTIÉRREZ PALACIO, J.: *Periodismo de opinión. Redacción periodística. Editorial, columna, artículo y crítica. Selección de textos*. Paraninfo, Madrid, 1984.

IMBERT, G., y VIDAL BENEYTO, J. (coords.), *El País o la referencia dominante*. Mitre, Madrid, 1986.

LEÓN GROSS, Teodoro: *El artículo de opinión*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1996.

LOPEZ PAN, Fernando: *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de 'Hilo Directo'*. Eunsa, Pamplona, 1996.

MARTINEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística*. Mitre, Barcelona, 1984.

MORAN, Esteban: *Géneros del periodismo de opinión*. Eunsa, Pamplona, 1988.

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

NUÑEZ LADEVEZE, Luis: *Introducción al periodismo escrito*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1995.

SANTAMARIA, Luisa: *El comentario político. Los géneros persuasivos*. Paraninfo, Madrid, 1990.