

## TEXTOS PERIODÍSTICOS.

### I. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.

#### I. 1. Características comunes:

- a) Una comunicación unidireccional
- b) La heterogeneidad y anonimato de sus receptores.
- c) La finalidad: informar, formar opinión, interpretar y entretener.
- d) La sofisticada tecnología a la hora de difundir los mensajes.
- e) Estilo medio y uso del nivel estándar del lenguaje.
- f) Funciones del lenguaje: Referencial, Conativa, Emotiva y Poética.
- g) Los medios de comunicación utilizados en cada caso concreto imponen los modos de informar.
- h) Existencia de una prensa especializada que utiliza su propio léxico: deportivo, científico, artístico, monetario, etc. Además en España, la del Gobierno y la Independiente.
- i) Cualidades que destacan:
  - . Novedad y proximidad de los hechos relatados.
  - . Relevancia personal o social y de los hechos relatados.
  - . Claridad en la exposición de los hechos y orden lógico en la construcción oracional.
  - . Originalidad o rareza de la noticia.
  - . Concisión y brevedad.
- j) Presencia o no de rasgos icónicos. Su valor y su comunicación asociada a la lengua.

#### I. 2. Principales diferencias:

Afectan principalmente:

- a) Al código.
- b) Al canal.
- c) A la difusión.

### II. CLASIFICACIÓN.

Los géneros periodísticos pueden clasificarse atendiendo a dos criterios fundamentales:

#### a) La intencionalidad:

- Géneros informativos: la noticia y el reportaje.
- Géneros híbridos: la crónica (mezcla información y opinión).
- Géneros de opinión: el editorial y la columna de opinión.

b) El código utilizado: según predomine la palabra (código verbal) o la imagen (código icónico); en este último caso, en el que la imagen cobra absoluto protagonismo, podemos hablar de los distintos géneros visuales: la fotografía, la viñeta cómica, el fotomontaje, la infografía.

**II. 1.** Los **géneros informativos** están integrados por la noticia y el reportaje. Ambos relatan un hecho de actualidad de interés general para el lector medio.

Presentan las siguientes características:

- . **Objetividad**: se cuentan los hechos en tercera persona, sin opinar sobre ellos. Predomina el modo indicativo y las construcciones impersonales y se sigue un orden lógico en la exposición.
- . **Precisión**: se busca la concreción, por lo que se emplean términos denotativos y se huye de la redundancia y de las ambigüedades.
- . **Claridad**: se evitan las frases largas y complejas que distraigan al lector, así como los cultismos y los tecnicismos.
- . **Estructura atrayente**: la información se dispone de forma gradual; lo más importante se coloca al principio. El tamaño de los titulares indica la relevancia de la información.

**II. 1. 1.** La **noticia** ofrece información puntual de un hecho de actualidad. Su estructura presenta forma de pirámide invertida, en función de los elementos que contiene:

- a) Titular**: destacado topográficamente. Intenta atraer la atención del lector y resume en una frase el contenido de la noticia. En ocasiones se acompaña de antetítulo o subtítulo que ubica la información.
- b) Entradilla o lead**: es la parte inicial de la noticia y condensa los datos más relevantes: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué.
- c) Cuerpo de la noticia**: desarrolla y amplía la información ofrecida en la entrada. Los hechos se cuentan en forma decreciente (lo más importante se coloca al principio hasta ir descendiendo en interés).
- d) Cierre**: en él aparecen los datos menos interesantes. Suele utilizarse alguna frase contundente para terminar el texto.

A veces la estructura adopta la forma de **pirámide truncada** cuando hay que ordenar cronológicamente los hechos. En este caso, el cuerpo de la noticia se desdobra en datos esenciales, expuestos en orden descendente de interés y datos secundarios, en orden creciente; posteriormente se añaden nuevos datos esenciales.

**II. 1. 2. El reportaje** coincide con la noticia en la redacción de hechos de actualidad, aunque, al ser de mayor extensión, incide con más profundidad en las circunstancias que rodean a los acontecimientos. Es ocasional y utiliza un estilo narrativo menos escueto. Según el tipo de temas tratados, el reportaje puede ser:

. De **acontecimientos**: el periodista contempla los hechos objetivamente, como algo cerrado, ya pasado. La información se organiza gradualmente, colocando al principio los acontecimientos de mayor importancia.

. De **acción**: se tiene una visión dinámica de los hechos, en su desarrollo temporal. El periodista se involucra en lo que cuenta. Se comienza narrando un suceso inicial, se describe el ambiente en el que se producen los hechos y se van aportando nuevos datos, hasta llegar al cierre del texto.

. De **entrevistas**: fusiona el discurso integral del entrevistado con las observaciones del periodista. En primer lugar, se presenta al personaje; después se citan sus palabras textuales y se van intercalando progresivamente referencias ambientales, nuevas citas, datos y reflexiones aportados por el entrevistador.

**II. 2. Los géneros de opinión** analizan e interpretan un hecho de actualidad desde una perspectiva subjetiva, con un estilo libre que responde al efecto que el periodista quiere crear en el lector. Son textos **ensayísticos** que responden a un esquema argumentativo compuesto por una introducción, en la que se parte de una tesis; un desarrollo argumentativo, y una conclusión final que, generalmente, corrobora lo expuesto en la tesis inicial. Como ya se ha indicado antes, los géneros de opinión son propiamente el editorial y la columna o artículo de opinión. La crónica es en realidad un género mixto, pues mezcla información y opinión.

**II. 2. 1. El editorial** es un texto sin firma (aunque suele estar redactado por algún miembro de la dirección del periódico) que muestra la posición ideológica del medio ante los hechos que analiza. Intenta crear un estado de opinión, por lo que en ocasiones se presta a una cierta manipulación de los lectores.

El estilo es conciso y claro, y no tiene una estructura fija, aunque la más habitual es la siguiente:

. Introducción: en ella se presentan los hechos que van a comentarse.

. Desarrollo: se explica el punto de vista del periódico sobre la cuestión.

. Conclusión: se cierra el texto con una opinión generalmente contundente sobre los hechos comentados.

### **III. EL LENGUAJE DE LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS.**

La información periodística aspira a ser válida para cualquier tipo de lector. Por ello, las características generales que debe cumplir son: la objetividad, la claridad, la corrección y la sencillez.

Los **titulares** cumplen tres fines principales: sirven para llamar la atención del lector, para que éste seleccione las noticias que le interesan y para indicarle escueta y claramente su contenido. Un buen titular debe condensar en pocas palabras lo esencial del texto que le acompaña. Debe ser preciso, comprensible, legible, informativo (a través de ellos han penetrado en la lengua gran cantidad de malos usos).

En líneas generales, los titulares se pueden clasificar en objetivos o subjetivos. Según su longitud, se clasifican en amplios (noticias abreviadas) y concentrados.

Persiguiendo un lenguaje plástico de impacto, la redacción del titular no siempre se corresponde con el sistema sintáctico de la lengua estándar.

- El tema: de quién o de lo que se habla. (S. N. Sujeto).

- La tesis: lo que se habla. (S. Pred ).

(De ahí, los titulares unimembres y bimembres).

Podemos incluir, como características de los titulares periodísticos, las siguientes: *estilo nominal, figuras y tropos, omisión de ser, estar y otros verbos, verbos en presente, supresión de preposiciones y artículo, a veces, aparece el estilo directo, separación de complementos circunstanciales de lugar o de sujetos de su oración, uso de frases con doble sentido, frases proverbiales y literarias* con ligeras modificaciones.

Otros recursos: distinto tamaño de letra, símbolos, dibujos, etc.

#### **III. 1. Nivel léxico semántico:**

- El léxico se caracteriza por: vocabulario accesible, sencillez, claridad, concreción, precisión, concisión, corrección, originalidad y convicción.

- Está escrito en un nivel medio de lenguaje, con uso de adjetivos descriptivos y un léxico generalmente objetivo. Sin embargo, hallamos también léxico valorativo y ciertos recursos tipográficos, como el entrecorillado, que le dan cierto matiz subjetivo.

- A veces se recurre al uso del léxico especializado, cuando el asunto de la información lo requiere.

- Para evitar repeticiones se recurre al empleo de sinónimos o fórmulas sinonímicas y paráfrasis. Utilización de prefijos y sufijos cultos.

- Lenguaje connotativo.

- Verbos y sustantivos de significación bélica.

- Lenguaje figurado: metáforas, hipérbolos, personificaciones, metonimias...

- Abundancia de eufemismos.

- Abundancia de siglas.

- Uso de frases estereotipadas.
- Estilo nominal.
- Cifras, datos, aclaraciones, informaciones
- Anglicismos.
- Neologismos y extranjerismos.
- Lenguaje de moda.

### III. 2. **Nivel morfosintáctico:**

- Es abundante el empleo de oraciones enunciativas; tendencia a la oración simple, o a la coordinación y yuxtaposición.
- Predominio de sustantivos concretos.
- Frecuente empleo de construcciones nominales.
- Usar sustantivos en lugar de verbos.
- Reducción de partículas.
- Eliminación del verbo.
- Frecuencia de C. C. responden a las preguntas: cómo, cuándo, dónde, por qué, para qué.
- Condicional del rumor (de origen francés).
- Es característica la ausencia o escasez de adjetivos.
- Predomina el pretérito perfecto simple, tiempo característico de las narraciones.
- Las oraciones se expansionan mediante abundantes complementos circunstanciales, o mediante las consiguientes oraciones complejas, de lugar, de tiempo, de modo...
- Son frecuentes las proposiciones adjetivas, como recurso sintáctico para lograr la claridad exigible a la noticia.
- Por ser más objetivo, suele utilizarse el estilo directo para reproducir las citas textuales; también es frecuente mezclar estilo directo e indirecto, entrecomillando solamente las palabras más significativas.
- Inversión del orden de las oraciones para iniciar la frase con la palabra más importante.
- Se prefiere el uso de la afirmación.
- Para favorecer la claridad informativa, se prefieren las oraciones activas por ser más cortas que las pasivas.
- Normalmente se utiliza la tercera persona y hay tendencia a las oraciones impersonales y pasivas (recurso que impersonaliza).

En general, el lenguaje periodístico debería caracterizarse por la claridad, la corrección y la sencillez. Sin embargo, este objetivo no siempre se cumple.

**III. 3.** El profesor Lázaro Carreter ha observado la influencia de **tres estilos lingüísticos** muy variados, en función de cada tipo de escrito: NARRATIVO O ÉPICO, ADMINISTRATIVO Y COLOQUIAL.

A) El tono épico se refleja en el abundante uso de verbos y sustantivos de significación bélica (lucha, tomar la calle, operación salvamento...)

El estilo narrativo adopta formas del lenguaje literario en cuanto pretende llamar la atención sobre el lenguaje mismo, utilizando sustantivos connotativos, adjetivos y adverbios subjetivos, hipérbolos, lenguaje figurado, etc.

B) La incidencia del lenguaje político, burocrático y administrativo, tecnificado, confiere al escrito periodístico cierto aire científico, propio del lenguaje especializado; entonces se manipula y oscurece la comunicación, con rodeos, perífrasis, palabras derivadas, largas y ampulosas, tecnicismos, frases hechas, neologismos, eufemismos, aposiciones, abstracciones, el calcos de otra lengua, las frases estereotipadas; las mismas estructuras sintácticas se repiten incansablemente; uso excesivo de extranjerismos y siglas.

C) Lenguaje de base oral (coloquial) -de la calle-, en el que proliferan los usos populares y vulgares (espontaneidad y viveza) que atentan contra la corrección lingüística; se crean expresiones nuevas que causan un impacto en el lector. De este modo el lenguaje se despega de lo estrictamente normativo y gana en espontaneidad y viveza, reivindicando para el lenguaje escrito el tono distendido del lenguaje oral.

Su abuso es censurable, aunque se acorten las distancias entre el periodista y el lector.

### III. 4. **Cualidades que debe presentar un buen escrito periodístico:**

\* La exposición de la noticia pretende cumplir un triple objetivo, en cuanto al contenido:

. Exhaustividad (hay que aportar el mayor grado de información posible).

. Variedad (no sólo en cuanto a los temas tratados, sino también a los usos lingüísticos adecuados al escrito).

. Actualización (cuanto más reciente y novedosa sea la noticia, tanto más atrae la atención del público).

\* En cuanto a la exposición, el estilo periodístico debe ser claro (para que sea entendido por el mayor número posible de lectores), sencillo y natural (huyendo de la expresión rebuscada y ampulosa; naturalmente, ha de observar la corrección gramatical y la propiedad léxica).

### III. 5. **Registros de lengua:**

A) Registro de discurso brillante:

- . Figuras retóricas, metáforas muy atrevidas.
- . Figuras de connotación épico-bélica.

B) Registro coloquial o familiar.

C) Registro áulico:

Dar al lenguaje un valor estético o literario cuando éste tiene como vehículo la retórica inútil, el exceso de erudición, etc.; todo ello inadecuado a la función puramente informativa.

#### **IV. Lengua e imagen en el periódico:**

La confección de un periódico no incluye sólo los textos escritos. En el periodismo actual, la información gráfica ocupa un lugar cada vez más relevante. Así, el arte de presentar de una manera atractiva, agradable y lógica cada una de las páginas del periódico se convierte en un elemento de captación de lectores.

Los elementos que deben conjugar son cuatro:

- El texto, que debe ser claramente legible y debe evitar las *masas grises*, mediante el uso de espacios blancos o el fraccionamiento del escrito con ladillos o epígrafes, inserción de informaciones complementarias, etc.
- Los titulares.
- Las ilustraciones (fotografías, caricaturas, mapas, etc.), que pueden reforzar lo escrito o tener valor por sí mismas. A este respecto conviene señalar que una ilustración puede desmentir la información a que acompaña u opinar acerca de ella, y que puede estar trucada.
- La publicidad que, al estar contratada previamente, condiciona el espacio de las noticias y su tratamiento gráfico.