

## LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS

### 1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.-

Entendemos por ‘Medios de Comunicación’ cualquier procedimiento que un emisor emplee para establecer una relación comunicativa con un receptor. Como es lógico pensar, ese acto comunicativo puede establecerse entre dos personas, entre microgrupos o entre macrogrupos, y pueden utilizarse canales naturales o artificiales. Dependiendo de la naturaleza del canal y del emisor y receptor nos encontraremos con diferentes medios de comunicación.

Entre los distintos medios de comunicación destacan los llamados Medios de Comunicación de Masas o “Mass Media”, es decir, aquellos que se dirigen a una colectividad. Estos medios poseen algunas características comunes:

- a. Emplean canales artificiales que ponen en juego una tecnología compleja y de elevado coste material.
- b. El receptor de los mensajes es, en todos los casos, colectivo.
- c. La comunicación es fundamentalmente unilateral, es decir, no es posible la reacción inmediata de los receptores ante lo expuesto por el emisor.
- d. La complejidad técnica de los medios hace indispensable la presencia de profesionales especializados que, a veces, se convierten en “emisores aparentes” de los mensajes (los locutores de TV, por ejemplo).

Los “Mass Media” principales son la radio, la prensa escrita y la televisión. Caractericemos minimamente estos tres medios:

- a. La radio.- Emplea códigos auditivos y es el medio más inmediato, al permitir la tecnología la retransmisión instantánea a un bajo coste.
- b. La televisión.- Combina lo auditivo, la palabra y la imagen, siendo esta el elemento fundamental o de mayor peso en los actos comunicativos. Aunque es posible la retransmisión en directo, lo normal es que se edite previamente la información.
- c. La prensa escrita.- Utiliza como soporte principal el papel (o medios electrónicos, como es el caso de la prensa digital). Ofrece, frente a la radio y la televisión, una mayor capacidad de análisis y reflexión sobre la información transmitida.

Los Medios de Comunicación de Masas han supuesto un enorme avance en la difusión de la cultura y de la información, así como en la posibilidad de participación en la vida pública; sin embargo, en su propia concepción lleva algunos aspectos negativos:

- a. La deformación de sus contenidos –normalmente simplificándolos- para adaptarlos a un tipo medio de público.
- b. El olvido de que los receptores no suponen una masa homogénea, sino que presentan peculiaridades culturales que los individualizan.
- c. Su carácter “conservador” y su falta de espíritu crítico como consecuencia de limitarse a transmitir hechos culturales ya “experimentados” en otros niveles superiores.
- d. Su sometimiento a los principios de la sociedad de consumo.
- e. El extraordinario poder (“El cuarto poder” se les ha llamado) que tienen como instrumento para la imposición de una ideología.
- f. El carácter pasivo de la recepción, la imposibilidad de diálogo al tratarse de una comunicación unilateral y filtrada.

## 2. LA PRENSA ESCRITA. EL PERIODISMO.-

En la evolución del periodismo contemporáneo se pueden señalar tres etapas fundamentales que conviene que tengamos en cuenta:

- a. La primera de ellas corresponde a lo que se ha dado en llamar **Periodismo Ideológico** y se desarrolló hasta la Primera Guerra Mundial, aproximadamente. Se trata de un periodismo que está al servicio de las ideas religiosas o de partido. Sus géneros más comunes fueron el ensayo, el comentario y el artículo.

- b. La segunda etapa se impone a partir de 1920 y se la conoce con el nombre de **Periodismo Informativo**. En este momento, el género predominante fue la noticia.
- c. El último periodo comenzará en torno a la década de los cincuenta y en ella la radio y la televisión acapararán la función informativa inmediata. Es ahora cuando surgirá junto al periodismo informativo un **Periodismo Explicativo**, cuya principal misión consistirá en interpretar y valorar los hechos.

De la brevísima evolución histórica de la prensa que hemos hecho podemos extraer los dos **objetivos básicos** de la comunicación periodística: la información y la opinión, aunque también, y de forma secundaria, procuran entretener al lector.

Aparte de lo ya dicho, debemos intentar establecer los **caracteres principales** de la comunicación periodística:

- a. La función informativa de la prensa exige...
  - Novedad en los hechos. Actualidad.
  - Diversidad.
  - Interés y/o atipicidad: lo atípico o anormal es más interesante que lo cotidiano.
- b. La función valorativa o de opinión exige profundidad en el tratamiento de los contenidos.
- c. Se dirige a macrogrupos y no permiten la bilateralidad de la comunicación.
- d. Usan códigos extralingüísticos (tipografía, gráficos, fotos, situación dentro de la página etc...) además de los puramente lingüísticos.
- e. Generalmente presuponen en el lector referencias y conocimientos previos.
- f. Se refieren a temas diversos por lo que exigen un conocimiento léxico amplio.

### 3. EL LENGUAJE PERIODÍSTICO.-

En el lenguaje periodístico influye una serie de factores: el contacto con las novedades y avances técnicos, la influencia de lenguas extranjeras, el contagio de otros tipos de textos (político, judicial, económicos, etc...) y, en algunos casos, una ambigüedad intencional del mensaje y cierto descuido en los usos lingüísticos.

### 3.1. Rasgos morfosintácticos.-

- a. Propensión al alargamiento de las oraciones mediante diferentes mecanismos: perífrasis, aposiciones, incisos, frases explicativas, locuciones adverbiales, preposicionales y conjuntivas.
- b. Abundancia de la voz pasiva.
- c. Tendencia a colocar el sujeto al final.
- d. Mezcla del estilo directo e indirecto.
- e. Empleo de barbarismos, sobre todo, anglicismos y galicismos:
  - A + infinitivo en función de adyacente de un sustantivo: *tareas a cumplir*.
  - Perífrasis estar + siendo + participio: *están siendo analizadas las propuestas*.
  - Supresión de preposiciones: *Administración Clinton*.
  - Condicional con valor de posibilidad: *Los sindicatos habrían manifestado su disposición*.

### 3.2. Rasgos léxicos.-

- a. Extranjerismos, sobre todo anglicismos: *reality show, airbag, top model*, etc...
- b. Calcos semánticos: *créditos* (del inglés credit) en lugar de rótulos o firmas.
- c. Uso de siglas y acrónimos: *OTAN, UEO, sida*.
- d. Eufemismos: *hostilidades* en vez de guerra, *incursiones aéreas* en lugar de bombardeos, *efectos colaterales* por matanzas indiscriminadas.
- e. Formación de nuevas palabras por derivación (balseros, faxear), composición (videoconferencia, telebasura).

### 3.3. Rasgos retóricos.-

En los textos periodísticos es frecuente encontrar todo tipo de figuras retóricas. Las más corrientes son:

- a. Metáforas: *La guerra de los cargos públicos, la cumbre sobre el empleo*.
- b. Metonimias: *California prohíbe fumar en los bares*.
- c. Personificaciones: *El buen comportamiento de los precios*.
- d. Hipérboles: *Toda España se volcó con la Selección*.

## 4. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS.-

### 4.1. Los Géneros Informativos.-

Los tres principales géneros informativos son la noticia, el reportaje y la crónica. Estos géneros deben cumplir una serie de características lingüísticas:

#### A. Plano léxico-semántico.-

- El léxico empleado debe ser claro, conciso y correcto. Debe usarse un nivel medio de lenguaje con adjetivos descriptivos y no valorativos y un léxico, en general, objetivo. Sin embargo no es extraño encontrar en las noticias léxico valorativo y otros recursos selectivos de la información (entrecomillados, subrayados, etc...) que hacen que se pierda la objetividad:

Una gran manifestación. El grandioso acto fue considerado por Jon Idígoras, portavoz de la coalición, “la concentración popular de mayor volumen” celebrada nunca en la ciudad. Los numerosos manifestantes...

- A veces, condicionado por la materia que trata, el periodista usa un léxico especializado. Tampoco es extraño encontrar barbarismos, siglas, léxico impuesto por el uso, aunque no sea del todo correcto:

A nivel de... Posicionamiento. Explorar. En orden a... Direccionar. SDFN (Servicios Documentales Filatélicos y Numismáticos). Etc...

- También suele ser corriente el empleo de abundantes sinónimos para evitar repeticiones.

#### B. Plano morfosintáctico.-

- Los sintagmas nominales se construyen normalmente con Adyacentes de intención aclaratoria.
- En los determinantes predomina el uso de demostrativos y posesivos.
- El tiempo verbal más corriente es el pretérito perfecto simple de indicativo.
- Abundan los predicados transitivos con muchas extensiones (Circunstanciales de lugar, tiempo, modo, etc...).
- Es frecuente el uso de la subordinación adjetiva.

- Se suele emplear el estilo directo (para respetar así la objetividad de la información), aunque existe una gran tendencia a combinarlo con el estilo indirecto mediante el entrecorillado selectivo de las palabras textuales.
- Es bastante corriente encontrar errores de construcción. Dada la rapidez de la redacción y la usual traducción de noticias de agencias extranjeras.

#### 4.1.1. La noticia.-

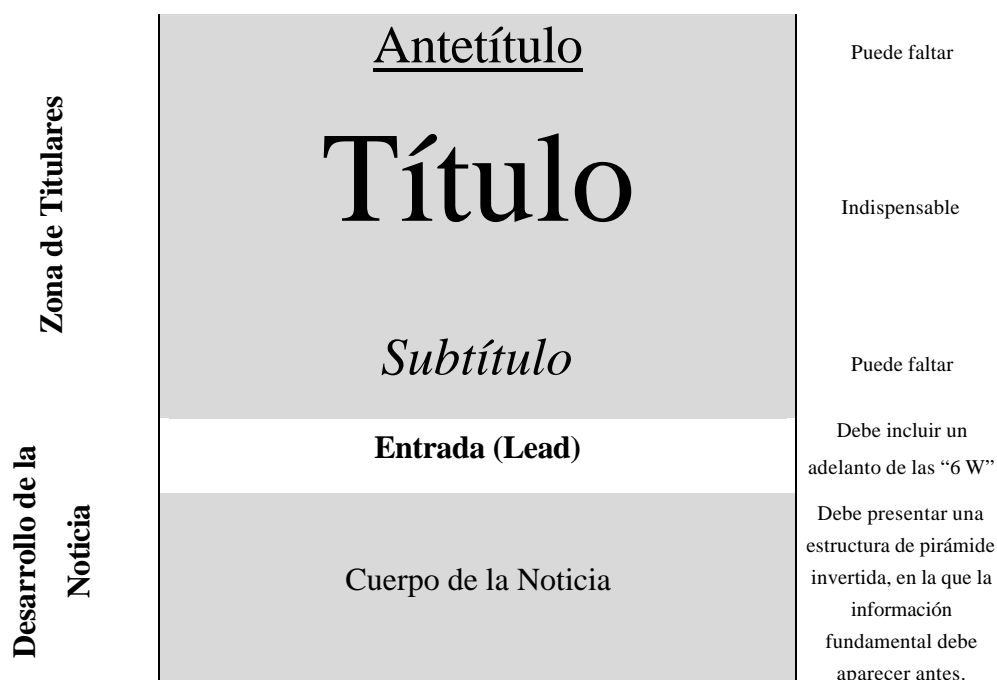
Es la base de la información periodística y podemos definirla de la siguiente manera:

Un acontecimiento novedoso, de actualidad, que tenga interés para un gran número de lectores.

De esta definición podemos extraer las tres características básicas de toda noticia: actualidad, novedad y genericidad, es decir, que tenga interés para la mayoría de los lectores.

Los elementos que debe reunir una noticia se conocen en el argot periodístico con el nombre de “6 W” (What, Who, When, Where, Why, How): qué, quién, cuándo, dónde, por qué, cómo. Estos seis elementos no serán necesarios en todas las noticias, sino que pueden faltar algunos o amalgamarse.

La noticia suele presentarse también según una estructura determinada:



Los titulares de la noticia (antetítulo, título y subtítulo) deben recoger lo esencial de dicha noticia y debe procurar atraer la atención de los lectores. Algunas de las características que deben cumplir los titulares son:

- Usan, preferentemente, verbos en presente de indicativo:

### **Rusia y Ucrania negocian el futuro de la flota**

- Los verbos ser, estar o cualquier otro de fácil elipsis se omiten:

### **La culpa, de Japón**

- A veces se suprime el verbo dicendi para introducir el estilo directo:

### **García Bloise: “En el PSOE no sabemos hacer relevos”**

- Es corriente la supresión de los artículos y de otros determinantes:

### **El régimen de Pinochet pidió pena de muerte para opositores**

- Abunda la modalidad oracional enunciativa.
- Es corriente la anteposición del Complemento Circunstancial de Lugar:

### **En Bilbao una concentración de HB pide la Independencia de Euskadi**

- Es habitual el estilo nominal:

### **Incidentes entre la Guardia Nacional y los “Gamsajurdistas”**

- La puntuación se limita a la coma y los dos puntos.

El Lead o Entrada es el párrafo que, ampliando los titulares, reúne las “W” principales de la noticia. Puede aparecer en negrita o como primer párrafo del cuerpo de la noticia. En la noticia breve, toda ella es Lead.

El cuerpo es el desarrollo de la información. En él se amplían los detalles y se proporcionan datos complementarios. La estructura del contenido del Cuerpo es decreciente: comienza con los hechos relevantes y progresivamente aporta datos complementarios o de menor interés.

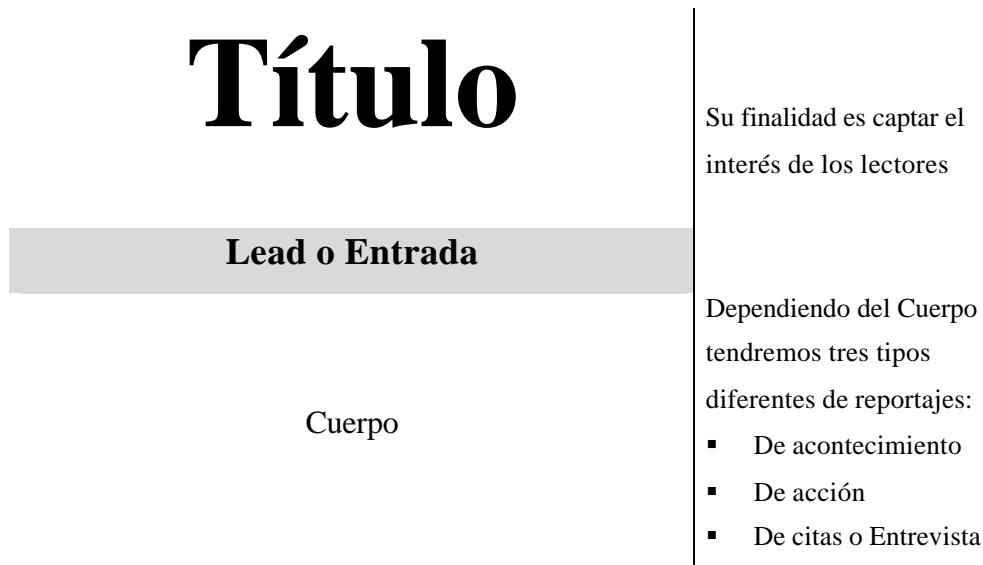
Para terminar, debemos tener claro cuáles son los tres principios básicos que rigen una noticia: brevedad, objetividad y claridad.

#### 4.1.2. El reportaje.-

En cierto modo, el reportaje es la ampliación de una noticia que no ha de ser necesariamente de actualidad. El reportaje puede diferenciarse de la noticia por las siguientes características:

- Mayor extensión.
- Mayor libertad expresiva por parte del autor.
- Entran en juego las opiniones particulares del periodista, aunque debe predominar la objetividad.

La estructura típica de los reportajes es como sigue:



El reportaje de acontecimiento es aquel en el que el periodista presenta los hechos desde el exterior de una forma estática. Su esquema fundamental será:

- Hecho fundamental y más importante.
- Segundo hecho en importancia.
- Tercer hecho...
- Etcétera...

El segundo tipo de reportaje es el de acción, en el cual el periodista ofrece los hechos de forma dinámica. El periodista narra desde dentro de los acontecimientos, viviendo su desarrollo. Su presentación más frecuente es la que sigue:

- Se cuenta el incidente inicial.
- Se reanuda el relato con más detalles ambientales.
- Nuevos datos.
- Nueva relación ambiental
- Cierre.



Para terminar, nos encontramos con un tercer tipo de reportaje: el reportaje de citas o entrevista. En esta modalidad se alternan las palabras textuales del entrevistado con descripciones o narraciones del periodista. Puede adoptar también la forma de pregunta/respuesta.

#### 4.3. Los Géneros de Opinión.-

Como en el caso de los géneros informativos, presentan una serie de rasgos lingüísticos comunes, aunque es difícil generalizar, dada la libertad expresiva de los autores:

##### A. Plano léxico-semántico.-

Uso de un léxico culto, con abundantes sustantivos abstractos y empleo de recursos literarios (metáforas, hipérbolos, etc...) al servicio de la función conativa y emotiva predominante en estos textos:

En el baúl de la melancolía (...) La camisa de fuerza que la modernización imperial impone (...) Consolidar las señas de identidad.

##### B. Plano morfosintáctico.-

Para apoyar su carácter argumentativo, suele ser muy abundante el empleo de proposiciones causales, consecutivas y condicionales.

El carácter expositivo condicionará la aparición de verbos en indicativo, condicional, mandato, perífrasis de probabilidad y obligativas.

#### 4.3.1. El editorial.-

El editorial es un artículo periodístico, sin firma normalmente, que explica, valora e interpreta un hecho de actualidad de especial trascendencia y que representa la postura ideológica del periódico. Se caracteriza por...

- Tratar temas de actualidad.
- Ocupar un lugar preferente en el periódico.
- Sustentar la postura ideológica de la empresa editora del periódico.
- La estructura no es fija, pero suele responder a un esquema piramidal con el clímax al final:
  - Exposición de los hechos.
  - Explicación crítica.
  - Justificación de los juicios emitidos.
  - Conclusión.

- Tiene aspiraciones de objetividad, pero su tendencia ideológica introduce elementos subjetivos que la rompen.
- El título, que suele ser únicamente un sintagma nominal, muestra intenciones valorativas o creativas.

#### 4.3.2. El artículo.-

Consiste en la expresión de la opinión individual que se difunde a través de un periódico. Debe aparecer firmado y no es necesario que trate temas de actualidad.

La aparición de los artículos en un periódico puede ser ocasional o fija; en este último caso se les denomina “columna”.

#### 4.4. Los Géneros Híbridos.-

Nos referimos aquí a aquellos textos que mezclan los elementos informativos con la valoración personal.

##### 4.4.1. La crónica.-

Es una valoración de hechos actuales realizada por una persona cercana al acontecimiento o con información primaria.

Se diferencia de la noticia por su intención valorativa y del reportaje por la carga objetiva que éste último debe mantener.

##### 4.4.2. La noticia-comentario.-

Es una de las modalidades más usadas por la prensa actual. Su función es la de seleccionar e interpretar un determinado hecho. Suele aparecer firmada, ya que el periodista pretende darle su sello personal.

Tiene puntos de contacto con la crónica, pero se diferencia fundamentalmente por la fuente de información sobre los hechos, que es indirecta en el caso de la noticia-comentario.

## 5. LA ALTERACIÓN DE LOS MENSAJES INFORMATIVOS.-

Los mensajes informativos pueden alterarse con una enorme facilidad. Los procedimientos para hacerlo son muy variados y podemos intentar clasificarlos en dos grandes grupos:

### A. Mecanismos extralingüísticos.-

- La simple selección de unos contenidos frente a otros.
- El lugar que ocupe en el periódico: primera plana o interior, página de la izquierda o de la derecha, etc...
- Extensión de la noticia.
- Apoyo gráfico (fotografía, dibujo, esquema, etc...)
- Color y tipografía.
- Etcétera.

### B. Mecanismos lingüísticos.-

B.1. Aquellos que restan claridad al mensaje: construcciones léxicas innecesarias, barbarismos, eufemismos, cultismos, derivaciones personales.

B.2. Aquellos que restan objetividad:

- Sustantivos y adjetivos de significado bélico.
- Uso de hipérboles.
- Frases que incitan a la acción.
- Etcétera.