

10

Los textos periodísticos: características y rasgos lingüísticos. Los géneros periodísticos.

Los textos periodísticos

Son aquellos cuya principal finalidad es informar sobre hechos y temas de interés general. Estos textos se recogen en los denominados **medios de comunicación de masas** (del inglés *mass media*), es decir, prensa escrita (periódicos, revistas...) y prensa audiovisual (radio, televisión...). La prensa en internet, de reciente aparición, es una combinación de los dos anteriores que está llamada a ser el relevo de los medios tradicionales.

Sin embargo, la información no es el único fin de los textos periodísticos. En la prensa también se admiten valoraciones, opiniones, críticas o halagos sobre ciertos hechos, comportamientos, actitudes o personas. Incluso se dedican algunos espacios o secciones al entretenimiento, al humor, a temas de sociedad (cotilleo), etc.

Características de los textos periodísticos

Los textos periodísticos presentan las siguientes características:

- Se trata de textos muy **heterogéneos**, que pueden ofrecer información nacional, internacional, local, deportiva, cultural, social, educativa, económica, laboral, etc. Por esta razón, los periódicos están divididos en **secciones**, donde también tienen cabida los artículos de opinión, espacios para publicidad, páginas de sucesos, críticas, chistes, pasatiempos, viñetas, información meteorológica...

- Tanto el **emisor** como el **receptor** de un texto periodístico tienen un **carácter colectivo**. Aunque el texto sea redactado por un periodista, siempre tiene detrás una entidad mayor: una agencia informativa, un periódico, una revista, etc. La relación entre emisor y receptor es unidireccional, pues no se espera respuesta (al menos inmediata) del receptor al leer u oír el mensaje periodístico. No obstante, están las cartas al director en los periódicos y los comentarios de las páginas de noticias o periódicos digitales a través de los cuales los receptores pueden responder a los textos periodísticos.

- El **canal** periodístico es el papel, en el caso de la prensa escrita; y las ondas de radio en el caso de la radio y la televisión. A estos medios tradicionales hay que añadir el gran despliegue informativo que se ha producido en los últimos años a través de Internet.

- En cuanto al **código**, se utilizan los signos lingüísticos escritos (en el caso de los periódicos y revistas) y orales (en la radio y la televisión). Estos signos van con frecuencia acompañados de fotografías, dibujos o gráficos en la prensa escrita, de imágenes de todo tipo en la televisión de algunos recursos sonoros en la radio. En internet podemos encontrar una combinación de signos sonoros y orales (se incluyen grabaciones o vídeos en las noticias) y de recursos gráficos: fotografías, vídeos, diferentes tipos de gráficos e infografías (que pueden ser interactivos o animados), etc. De esta manera, decimos que el código periodístico es **lingüístico-íconico**.

- Las **funciones del lenguaje** relacionadas con el texto periodístico son las siguientes:

- Función **representativa**: es la función dominante en los textos periodísticos, en la medida en que su finalidad primera es la informativa (relatar hechos sucedidos en la realidad). Los textos periodísticos deben ser objetivos (a excepción de los géneros de opinión), por lo que el lenguaje periodístico es esencialmente denotativo.

- Función **apelativa o conativa**: en ocasiones, los medios de comunicación emplean estrategias y recursos que tratan, de una manera más o menos sutil, de captar lectores y oyentes

para dirigirlos en una dirección ideológica determinada. La función apelativa del lenguaje suele estar presente especialmente en aquellas secciones destinadas a la opinión y a la interpretación de los hechos.

- Función **poética**: esta función es importante en algunos textos periodísticos como las crónicas taurinas o deportivas, determinados artículos o columnas de opinión, etc.; textos en los que además de informar y opinar, se busca la estética del texto para hacer disfrutar al lector con el estilo y los recursos literarios.

El lenguaje periodístico

El **lenguaje de los géneros informativos** ha de ser reflejo del afán de **objetividad e impersonalidad**, y debe responder a los principios de **claridad, concisión y corrección** en el estilo, que constituyen las tres “ces” del buen estilo periodístico. Ello da lugar a que se tome como modelo un lenguaje **referencial** cuya nota característica no es la abundancia de artificios retóricos, sino su ausencia:

- En **tono enunciativo**, se emplea la 3^a persona y los verbos narrativos en pretérito perfecto simple o presente histórico actualizador de los hechos. También es común el empleo del **pretérito imperfecto de indicativo** en lugar de los pretéritos perfectos simples o compuestos (*Esta madrugada la policía entraba en la casa y encontraba un arsenal...*).
- Se recurre a un **léxico denotativo**, preciso, pero versátil, en función de la variedad de temas de que trata la información, con adjetivos descriptivos y ausencia de terminología afectiva o hiperbólica.
- Los **enunciados** tienden a la concisión, **sin exceso de subordinación**, sin anacolitos o digresiones.
- Se utilizan con frecuencia las **citas textuales** de los protagonistas de la noticia, en estilo directo que certifica la objetividad de la información.
- **Apenas** se usan **recursos expresivos** para no dar una imagen poética o emotiva de la realidad.

En **los géneros de opinión**, por el contrario, el lenguaje se caracteriza por la libertad y la variedad en el estilo. Dentro de un registro estándar con tendencia a lo culto, podemos encontrar multitud de recursos estilísticos (metáforas o analogías, hipérboles, reiteraciones expresivas, adjetivos o adverbios de carácter afectivo o valorativo, referencias históricas, culturales, etc.) que sirven siempre a la intención valorativa, crítica, o de cualquier otro tipo del autor.

Muchas veces los principios deontológicos y estilísticos del periodismo se adulteran por la degradación del lenguaje o la manipulación ideológica, con lo que la información se falsea o se empobrece. Se ofrece una **visión tendenciosa** del contenido, con la intención de destacar sólo aquello que interesa, o suscitar la atención del lector sobre determinados aspectos. En los titulares se utilizan dos tipos de recursos:

- El **lenguaje connotativo**, con tematizaciones que llevan a primer término lo que se quiere destacar; elipsis, que reducen el título a la mínima expresión; uso del tono exclamativo o interrogativo y de recursos retóricos como metáforas, personificaciones, paradojas, hipérboles o eufemismos, etc. (*Decretazo del gobierno, ¡El Madrid fenomenal! Recortar para crecer, Rajoy tumba a Rubalcaba*).
- Abuso de **recursos tipográficos**, muy frecuentes en la prensa amarilla y en la deportiva: grandes titulares, ruptura de la linealidad y horizontalidad del titular, o manipulaciones tipográficas (colores, letras deformadas o invertidas, entrecomillados o subrayados innecesarios...).

En el texto, la degradación del lenguaje periodístico se puede producir por mal uso del código de la lengua, que da lugar a una expresión incorrecta o poco elegante:

- En cuanto al **léxico**, se abusa de derivados alargados (*concretizar por concretar, credibilidad por crédito, temática por tema, culpabilidad por culpa...*), locuciones preposicionales innecesarias o incorrectas (*por espacio de por durante, con el objeto de por para, a bordo de por en...*), frases estereotipadas y expresiones hechas (*cooperación mutua, comunidad internacional, dar luz verde, patata caliente, cúpula de poder...*), calcos semánticos (*vuelo doméstico por vuelo interior*), extranjerismos (*light, look, charme, glamour...*) neologismos (*judicializar, medicamentazo, oscarizar, manifestódromo, presidenciable...*) y términos de carácter coloquial o vulgar.

- Respecto a la **morfología verbal**, se usa el condicional de valor hipotético para recoger rumores (*El presidente se habría reunido con el ministro del Interior ayer...*), se utilizan locuciones verbales en lugar de fórmulas sintéticas (*hacer público por publicar, dar inicio por iniciar o comenzar, tener lugar por celebrarse...*) o se emplea el pretérito imperfecto de subjuntivo en *-ra* con valor de pasado de indicativo (*el que fuera presidente del Gobierno...*).

- En la **sintaxis** abundan las construcciones pasivas, tanto perifrásicas como reflejas, y a veces se abusa de la construcción pasiva imperfectiva o de gerundio (*El proyecto está siendo elaborado por la comisión encargada del caso...*). Incluso a veces encontramos empleos inadecuados de los tiempos de subjuntivo y concordancias temporales inadecuadas, usos incorrectos de las preposiciones (*indignarse de...*) o el verbo principal de la oración en infinitivo (*Agradecer a los presentes su invitación...*).

Pero también se tergiversa la información mediante técnicas de **manipulación ideológica**, con la intención de ensalzar o degradar el contenido de la información:

- En primer lugar existe **discriminación ideológica** en función de la **extensión** y localización del contenido en el periódico y del **tratamiento**, el enfoque y el tono con el que se trate una determinada noticia. De una portada y primeras páginas en un medio, a la simple omisión en otro; o mediante la selección de aquellos aspectos que interesa resaltar y omisión de otros que no conviene mostrar, una misma información puede adoptar enfoques muy diferentes, y puede ser ofrecida al público de manera sesgada, interesada, exagerada o atenuada en función de la línea ideológica del medio o del periodista, de las relaciones de los propietarios del medio con la información o los protagonistas de la información ofrecida, etc.

- También se valora y se orienta la opinión del lector acerca de la información a través de la adjetivación subjetiva, de la **introducción de comentarios**, valoraciones y del uso de muy diferentes **recursos retóricos** para asociar la información con otras referencias o para dar una visión tendenciosa del hecho. Asimismo, se usan **eufemismos** para suavizar o encubrir determinados aspectos negativos del hecho o el protagonista, y, en general, se utiliza el **lenguaje connotativo** para de alguna manera modificar la realidad que se ofrece.

Los géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son las **distintas modalidades que pueden adoptar los textos periodísticos** en función de la intención de su autor.

La transmisión de la información tiene una doble vertiente: el **relato de los acontecimientos** y la **interpretación y el juicio valorativo** de tales acontecimientos. En el primer caso hablamos de géneros informativos, que tratan de transmitir la información de forma objetiva, utilizando un lenguaje denotativo en el que predomina la función representativa (noticia, reportaje). En el segundo, de géneros de opinión, que ofrecen la interpretación de determinados hechos y emiten un juicio valorativo acerca de un tema o acontecimiento de interés para la sociedad. Su lenguaje es más subjetivo y connotativo, por lo que no se relacionan solo con la función representativa del lenguaje sino también con la expresiva, la apelativa y la poética (editorial, artículo de opinión).

Existen, además, una serie de géneros periodísticos, entre los que se incluyen la crónica o el artículo de crítica, que se consideran **géneros híbridos**. En ellos se mezcla lo informativo y lo subjetivo o valorativo en diferentes proporciones.

Sin embargo, y a pesar la anterior distinción, es difícil encontrar textos puramente informativos. La objetividad es difícil de conseguir ya que desde el mismo momento en que el periodista elige un titular para una noticia o un enfoque determinado para un reportaje está, consciente o inconscientemente, dando un toque subjetivo a la información que recoge en su escrito.

Entre los **géneros informativos** sobresale la **noticia**. Es el relato objetivo de un acontecimiento de la actualidad. Se trata de un texto breve y escueto que relata datos esenciales de interés general, sin la intervención de la opinión del periodista. Por lo tanto suele ser un texto narrativo-expositivo. Su contenido suele responder a las 6 “uveables”: what?, who?, where?, when?, how?, why?; en castellano ¿qué?, ¿quién?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿por qué?

Su estructura consta de un **titular**, frase breve que reclama la atención sobre el aspecto más llamativo de la noticia, en letras grandes; una **entrada** o **lead**, párrafo que condensa lo más importante y que aparece debajo del titular, en letras algo mayores que el texto de la noticia -si la noticia es breve, a veces se prescinde de la entrada-; y el **cuerpo**, constituido por los párrafos en los que se desarrollan y completan los detalles avanzados en la entrada. Su disposición, llamada el triángulo invertido, va de los datos más interesantes a los menos relevantes, de modo que, si es necesario, se pueden saltar los párrafos finales pero comprender lo esencial de la noticia.

En el **reportaje** se ofrece una información **objetiva** acerca de un tema de interés. Sin embargo, se diferencia de la noticia en su mayor extensión y en su tema, que no tiene que ser necesariamente de actualidad. Además, el reportaje adopta un estilo más personal, propio de cada periodista, que suele acudir al lugar de los hechos, conocer y hablar con los implicados o testigos, recopilar datos que ayuden a esclarecer los sucesos, sus causas o consecuencias, etc. Por eso, el reportaje también contiene opinión, pero no la del periodista, sino la que se deduce de los datos y testimonios aportados. La estructura del reportaje es similar a la de la noticia, aunque el cuerpo es más extenso y puede estar dividido en partes.

La **entrevista** es una modalidad del reportaje que tiene como fin informar sobre un tema de interés, a través de las opiniones de un entendido en la materia, o bien conocer más a fondo la personalidad, las opiniones y la obra del personaje relevante a quien se entrevista. La entrevista puede ser **pura**, en la que tras una breve presentación se reproducen textualmente las preguntas y respuestas; o bien **entrevista-reportaje**, en la que se presenta al personaje y su ambiente, se añaden datos de interés y las preguntas y respuestas se elaboran literariamente con las observaciones y puntualizaciones del entrevistador.

La **crónica**, que se incluye ya dentro de los **géneros híbridos**, se basa en la narración cronológica de los distintos aspectos de un suceso de actualidad: sus causas y circunstancias, opiniones de los

implicados y otros datos de interés. La crónica se suele hacer de manera periódica, como seguimiento de un suceso importante que se dilata mucho en el tiempo. El periodista cobra más protagonismo en la crónica, y ofrece su **valoración personal**: describe subjetivamente el ambiente y relata sus propias peripecias en el seguimiento del hecho, en muchos casos utilizando recursos estilísticos y un lenguaje connotativo que acercan el texto a lo literario. De hecho, algunas crónicas de viajes, a venturas o de guerra, se han convertido en obras literarias con el devenir de los tiempos.

La **crítica cultural** es una variedad de la crónica que versa sobre hechos culturales de actualidad (estrenos de cine y teatro, novedades editoriales, conciertos, exposiciones...). La suele elaborar un especialista en la materia, que no sólo informa sino que además analiza y valora diversos aspectos del evento o la obra en cuestión.

Dentro de los **géneros de opinión** tenemos el **editorial**, un texto expositivo-argumentativo, que se publica a diario, en un lugar fijo bien visible, y en el que se expone el punto de vista del medio (la “línea editorial”) sobre los temas de actualidad del momento. No lleva firma y suele caracterizarse por un tono equilibrado y de aparente objetividad, basado en el análisis de los pros y los contras del asunto tratado, pero en el fondo orientado a crear entre los lectores un “estado de opinión” acorde con los presupuestos ideológicos o los interés del periódico.

En su estructura se suceden la exposición de los hechos que lo motivan, siempre asuntos de mucha actualidad y de trascendencia; el cuerpo de las argumentaciones con que se valoran los hechos, y las conclusiones que se extraen del análisis; todo expuesto con un tono sobrio, serio y culto, sin notas de humor.

Pero el texto periodístico de opinión por excelencia es el **artículo**. Su autor suele ser una autoridad en el campo de la política, la sociología, la ciencia o la cultura, que expone su reflexión crítica sobre temas de actualidad, y los valora y enjuicia desde su punto de vista personal. La estructura, así como el lenguaje y el tono, son muy variados y heterogéneos, y dependen en gran medida de la intención del autor, que también puede ser muy diversa. No obstante, se pueden señalar como características comunes en los artículos el lenguaje subjetivo y la utilización de diversos recursos literarios.

Entre sus modalidades destaca el **artículo de fondo**, de una cierta extensión, que aparece como una colaboración esporádica de una persona de especial relevancia en una materia de cierto interés o de mucha actualidad; o la **columna**, un artículo breve que recibe el nombre del espacio que generalmente lo acoge y que suele tener un carácter periódico y un tono normalmente desenfadado y humorístico, de amable lectura.