

**Géneros periodísticos de opinión:  
manual para su enseñanza**

María José Ufarte Ruiz

Francisco José Murcia Verdú

Universidad de Castilla-La Mancha

2025



**Géneros periodísticos de opinión:  
manual para su enseñanza**

María José Ufarte Ruiz

Francisco José Murcia Verdú

Universidad de Castilla-La Mancha

2025



## Presentación

El arte de argumentar: Enseñanza de los géneros periodísticos de opinión .....	9
--	---

## 1. Rasgos de los géneros de opinión

1.1. Introducción .....	13
1.2. La persuasión. El valor ideológico de la palabra .....	14
1.3. Lenguaje y estilo de los géneros de opinión .....	15
1.4. Estructura .....	15
1.4.1. El título .....	17
1.5. La opinión en los medios audiovisuales y digitales .....	17
1.6. Modalidades .....	18
1.7. Las páginas de opinión. La página editorial y la página abierta .....	19
1.8. Referencias .....	19
1.8.1. Lectura recomendada .....	19
1.8.2. Referencias utilizadas .....	19

## 2. El editorial

2.1. El editorial: el punto de vista del periódico .....	21
2.2. Orígenes del género .....	22
2.3. El equipo editorial .....	23
2.4. Lenguaje y estilo del editorial .....	23
2.5. Peculiaridades del editorial en medios digitales y audiovisuales .....	24
2.5.1. El título .....	25
2.5.2. Contenido y forma .....	26
2.6. Modalidades .....	26
2.7. Referencias .....	28
2.7.1. Lectura recomendada .....	28
2.7.2. Referencias utilizadas .....	28

<b>3. El artículo</b>	
3.1. Introducción .....	29
3.2. Estructura libre .....	30
3.3. Modalidades .....	30
3.4. La firma .....	31
3.5. Referencias .....	32
3.5.1. Lectura recomendada .....	32
3.5.2. Referencias utilizadas .....	32
<b>4. El análisis</b>	
4.1. Introducción .....	33
4.2. El background: estructura del análisis .....	34
4.3. Lenguaje .....	35
4.4. ¿Cómo se escribe un análisis? .....	35
4.5. Referencias .....	36
4.5.1. Lectura recomendada .....	36
4.5.2. Referencias utilizadas .....	36
<b>5. El comentario</b>	
5.1. Definición del género .....	39
5.2. Características propias .....	39
5.3. Diferencias y analogías entre el comentario y otros géneros de opinión .....	40
5.4. El comentario en los medios audiovisuales .....	40
5.5. Referencias .....	41
5.5.1. Lectura recomendada .....	41
5.5.2. Referencias utilizadas .....	41
<b>6. El suelto</b>	
6.1. Orígenes del género .....	43
6.2. Diversidad nominal .....	43
6.3. Diferencias con otros géneros de opinión .....	44
6.4. Características .....	44
6.5. Lenguaje y estilo del suelto periodístico .....	45
6.6. Modalidades .....	46

6.7. Referencias .....	46
6.7.1. Lectura recomendada .....	46
6.7.2. Referencias utilizadas .....	47

## **7. La columna periodística**

7.1. Introducción .....	49
7.2. Orígenes del género .....	49
7.3. Características propias .....	51
7.4. ¿Cómo se escribe la columna? .....	52
7.5. Lenguaje y estilo de la columna .....	53
7.6. Modalidades .....	53
7.7. Referencias .....	56
7.7.1. Lectura recomendada .....	56
7.7.2. Referencias utilizadas .....	56



## Presentación

### El arte de argumentar: Enseñanza de los géneros periodísticos de opinión

El periodismo de opinión constituye una de las facetas esenciales de la comunicación periodística. A través de sus diversos géneros, no solo informa y analiza la actualidad, sino que también orienta y enriquece el debate público con interpretaciones y valoraciones críticas. En un contexto mediático en constante evolución, donde las audiencias exigen rigor, claridad y profundidad en los contenidos, la enseñanza de los géneros de opinión resulta fundamental para la formación de futuros periodistas. La capacidad de argumentar de manera coherente, persuasiva y fundamentada se convierte en una competencia indispensable en la sociedad contemporánea, donde la sobreabundancia de información puede generar desinformación y sesgos cognitivos.

Este manual ofrece una guía detallada y estructurada para comprender y enseñar los géneros periodísticos de opinión, abordando su naturaleza, sus características esenciales y su evolución en los medios digitales y audiovisuales. A través de un enfoque didáctico y práctico, la obra está diseñada para ser una herramienta útil tanto para docentes como para estudiantes de periodismo. En cada capítulo, se combinan explicaciones teóricas con ejemplos concretos extraídos de la práctica periodística, con el fin de que el lector pueda aplicar de manera efectiva los conocimientos adquiridos en su propio ejercicio profesional.

El contenido del libro se estructura en siete grandes bloques temáticos. En primer lugar, se analizan los rasgos generales de los géneros de opinión, con especial atención a la persuasión, el valor ideológico de la palabra, el lenguaje y estilo característicos, así como las particularidades de la opinión en medios audiovisuales y digitales. La palabra escrita y hablada en el periodismo de opinión no solo transmite información, sino que también moldea la percepción del público sobre los acontecimientos y fenómenos sociales. Es por

ello que el estudio del lenguaje y la retórica en estos géneros resulta clave para entender cómo se construyen los discursos y qué impacto pueden tener en la audiencia.

A continuación, se abordan de manera detallada los principales géneros de opinión: el editorial, el artículo, el análisis, el comentario, el suelto y la columna periodística. Cada capítulo explora su origen, estructura, lenguaje, modalidades y especificidades en distintos formatos mediáticos. El editorial, por ejemplo, representa la voz institucional de un medio de comunicación y tiene el propósito de influir en la opinión pública mediante argumentos sólidos y bien estructurados. Por su parte, el artículo de opinión permite a un autor expresar libremente su visión sobre un tema específico, aportando un enfoque personal y subjetivo, aunque siempre sustentado en datos y razonamientos bien fundamentados.

El análisis periodístico, otro de los géneros abordados en este manual, busca explicar con mayor profundidad los acontecimientos de actualidad, proporcionando contexto histórico, antecedentes y posibles repercusiones. Es un género que requiere un gran dominio del tema tratado y un uso preciso de fuentes especializadas. De manera similar, el comentario se centra en una interpretación ágil y sintética de un hecho noticioso, aportando una visión crítica y ofreciendo claves para su comprensión. En el caso del suelto, se trata de un género breve, ágil y a menudo irónico, que permite abordar la actualidad de manera directa y concisa. Finalmente, la columna periodística es un espacio de reflexión donde el periodista tiene la libertad de desarrollar su propio estilo, combinando narración, argumentación y análisis.

Además de la descripción de cada género, este manual incluye referencias bibliográficas y lecturas recomendadas que permiten profundizar en cada uno de los temas tratados. Asimismo, se presentan ejercicios prácticos y actividades orientadas a mejorar la capacidad de redacción y argumentación de los estudiantes, con el objetivo de que puedan desarrollar su propio estilo y voz periodística. La enseñanza de los géneros de opinión no solo implica el dominio de sus características formales, sino también el desarrollo de un pensamiento crítico que permita abordar los temas con rigor y ética profesional.

Este manual no solo busca ser un recurso teórico, sino también una herramienta de trabajo para el aula, con el objetivo de fomentar la reflexión crítica sobre el papel de la opinión en el periodismo y en la sociedad. La combinación de análisis teórico y ejemplos prácticos

permitirá a los lectores desarrollar las habilidades necesarias para la producción de textos de opinión con rigor y calidad profesional. En este sentido, se propone una metodología de enseñanza basada en el aprendizaje activo, en la que los estudiantes analicen casos reales, elaboren sus propios textos de opinión y participen en debates sobre temas de actualidad.

En un tiempo donde la información se multiplica y la opinión se dispersa en innumerables canales, el dominio de estos géneros se convierte en un elemento clave para la consolidación de un periodismo responsable y comprometido con la verdad. La irrupción de las redes sociales y el auge del periodismo digital han transformado la forma en que se difunden y consumen los contenidos de opinión, generando nuevas oportunidades, pero también desafíos en términos de veracidad y ética. En este contexto, resulta imprescindible que los futuros periodistas comprendan la importancia de la responsabilidad profesional y la verificación de datos en la elaboración de sus textos.

Esperamos que este manual sea una guía valiosa para quienes buscan entender, enseñar y practicar el periodismo de opinión con excelencia. La labor de los periodistas de opinión no solo consiste en expresar sus ideas, sino en contribuir al debate público de manera informada y constructiva. A través de la enseñanza de estos géneros, se busca formar profesionales capaces de analizar la realidad con rigor, argumentar con solidez y comunicar con eficacia, promoviendo un periodismo que fomente el pensamiento crítico y el diálogo democrático en la sociedad contemporánea.



## Rasgos de los géneros de opinión

### 1.1. Introducción

Los géneros son modelos o patrones que representan diversos modos de contar los hechos. Son, por tanto, la base de la redacción periodística y del periodismo en general. En la realidad se producen sucesos, hechos, acontecimientos... y el periodista los cuenta de una forma u otra según la naturaleza del hecho o la función que tiene encomendada. Un mismo hecho se puede contar de distintas formas, es decir, utilizando distintos géneros periodísticos. Cada género tiene unas características propias, tanto formales (diseño, maquetación, ubicación...), como de contenido (tema, estructura, titulación, lenguaje...). Los géneros representan, por tanto:

- Para el periodista: criterios de orden, fórmulas para narrar los hechos.
- Para el lector: claves para la interpretación de un texto.

Facilitan, en definitiva, que ambos se entiendan. Existen básicamente dos tipos de géneros de acuerdo con las actitudes básicas del informador: la información y la opinión. A medio camino entre ambas manifestaciones se encuentra la interpretación.

Mediante los géneros de opinión el autor expresa sus ideas, opiniones, valoraciones, interpretaciones y sentimientos respecto de la realidad o da fe de lo que ha presenciado. Es una actitud manifiestamente subjetiva en unos casos o testimonial en otros, pero siempre reconocidas como tales tanto por el autor como por el receptor. El autor interviene a título personal o en representación de la entidad jurídica del medio. Es solo el autor quien se expresa. Si da paso a otros documentos es para fundamentar sobre ellos su argumentación y valoración o su testimonio. No importa que la expresión se efectúe en primera persona del singular o del plural o de una manera impersonal.

Los textos de opinión que se publican en la prensa contienen opiniones acerca de los hechos de actualidad que hemos conocido a través del resto del periódico. Una característica común a todos los periódicos es que cuentan con una sección dedicada a la

opinión, cuyo tamaño depende de la publicación. Estos textos de opinión suelen reflejar el auténtico talante del periódico. De su composición podremos deducir cómo afrontan la realidad.

Cuando se da la circunstancia de que un texto de opinión se publica en las páginas destinadas a la información, suele diferenciarse del resto colocándolo dentro de un recuadro o con un tipo de letra distinto, lo cual indica la intención (y el deber) de hacer saber al lector que está ante un texto con una finalidad distinta al resto (Sonia F. Parrat, 2008: 140).

## **1.2. La persuasión. El valor ideológico de la palabra**

Los géneros de opinión son textos periodísticos que van más allá de la explicación y la interpretación de los hechos. Se trata de textos que además de desvelar las claves que están detrás de los acontecimientos, emiten juicios y en ocasiones proponen soluciones. La información, si existe, queda relegada a un segundo plano. Los géneros de opinión buscan la persuasión y el convencimiento; manejan con habilidad la retórica de la argumentación. Son, además, textos subjetivos en los que las opiniones se manifiestan abiertamente, de forma explícita.

Ahora bien, el periódico genera opinión a través de todos los textos que contiene, y probablemente sean los géneros informativos los que mayor eficacia persuasiva tiene. Según Lorenzo Gomis (1997: 87), la imagen continuada de la realidad, mostrada a través de los hechos que el medio selecciona en cada noticia, es lo que ejerce mayor influencia en la creación de un estado de opinión en la sociedad.

Pero los espacios de opinión son ideología expresa, conciencia del periódico, un punto de vista que también lo compromete y que utiliza como reclamo para mejorar su imagen y posición en el mercado. De ahí que los artículos firmados, aunque a veces disientan o se alejen levemente de la línea editorial del medio, sean una opinión que utiliza el periódico para expresarse y si los publica, es precisamente porque considera valiosa esa opinión para sus objetivos o estrategias. En cualquier caso, este fenómeno no es común a todos los medios. Por ello Álex Grijelmo (1997: 120), sostiene que existen periódicos de opinión unidireccional y otros con opiniones encontradas (aunque generalmente los límites de esa divergencia están circunscritos).

### **1.3. Lenguaje y estilo de los géneros de opinión**

La mayor parte de los autores que han estudiado este tipo de textos coinciden en apreciar la libertad formal que los caracteriza. No obstante, independientemente de las particularidades de cada texto, los géneros periodísticos de opinión tienen una serie de características comunes más allá de la reiterada libertad de la que hacen eco muchos teóricos.

Natividad Abril Vargas (1999), entiende que todos los textos periodísticos de opinión son propios del estilo de sollicitación de opinión, aunque se puedan establecer algunas diferencias según la vinculación que guardan con los hechos del día, la licencia lingüística a la hora de utilizar los recursos expresivos retóricos y el compromiso con la línea editorial.

La autora comenta que, tradicionalmente, el estilo de sollicitación de opinión (propio del editorial, el comentario, la crítica y a veces la columna) ha sido considerado como el genuinamente periodístico y el estilo ameno (ensayo, tribuna, artículo de costumbres y de humor) se ha tratado como una categoría ambigua, indefinida y secundaria. La autora, con bastante acierto, propone que no se vean los estilos periodísticos de manera excluyente pues solo así se puede entender que los textos de estilo ameno sean igualmente de sollicitación de opinión.

Mientras la información tiene como eje central el acontecimiento y su expresión a través de sustantivos concretos, referidos a cosas y acciones del mundo material, el periodismo de opinión, según Armañanzas y Díaz Noci (1996), tiene como núcleo esencial la expresión de las ideas, aunque tenga muy en cuenta la base de la actualidad, por lo que usa sustantivos y verbos abstractos, que le permiten expresar todo un universo simbólico. Pero el lenguaje y estilo del periodismo de opinión comparte algunos rasgos con otros estilos periodísticos, rasgos que son inherentes al lenguaje periodístico. Nos referimos a la corrección y claridad gramatical, a la sencillez, concisión y comprensibilidad.

### **1.4. Estructura**

En cuanto a la estructura que presentan cabe destacar que en el periodismo de opinión la estructura argumentativa es la más característica, aunque ello no excluye la posibilidad de que tanto la narración como la descripción se configuren como posibilidades combinatorias

más o menos predominantes. La narración aviva y anima el relato, mientras que la descripción, por lo general, lo ralentiza, de manera que ambas técnicas juegan un papel fundamental en el establecimiento del ritmo del texto.

El esquema básico de la estructura argumentativa está compuesto por hipótesis o premisa y conclusión, es decir, planteamiento del problema o cuestión, desarrollo en torno a determinados juicios, valores y categorías y conclusión. Entre la hipótesis de partida y la conclusión se pueden seguir muchos pasos optativos para establecer una relación entre el precedente (en la mayor parte de los casos un acontecimiento noticioso) y las consecuencias, como la inclusión de varias premisas, recurrir a la legitimidad del autor o reforzar la explicación principal.

Santamaría y Casals (2002: 74) sostienen, en términos similares, que la estructura externa (también denominada macroestructura) del texto de opinión viene determinada por la operación lógica empleada en el razonamiento: la inducción o la deducción. La inducción parte de lo concreto, de lo particular, para llegar a categorías generales o universales, mientras que la deducción opera en sentido contrario: de una teoría general llega a un juicio particular y sobre un hecho concreto. La estructura interna del texto de opinión, para estas autoras, está constituida por los razonamientos que en cada caso se esgrimen.

El texto de opinión, a juicio de Santamaría y Casals (Ibídem), será inductivo cuando su comienzo parte de un hecho ocurrido de mayor o menor actualidad, de mayor o menor importancia informativa, también cuando parte de un suceso o anécdota ficticia; o cuando parte de una analogía comparativa de dos supuestas realidades; algunos también recurren a las palabras dichas por otras personas o a hechos históricos. A partir de ahí, se llega a conclusiones que sobrepasan lo particular para establecer unos criterios aplicables a situaciones de mayor trascendencia. El texto deductivo utiliza la técnica contraria: se parte de una teoría o idea más o menos aceptada y se va aplicando argumentativamente a los diferentes casos que se quieran examinar: la conclusión refuerza el planteamiento e intenta demostrar la validez de la aplicación. Según estas autoras, los textos que siguen una macroestructura deductiva, por su naturaleza menos emotiva, son propios de algunos editoriales que quieren sentar unos principios convincentes a favor o en contra de ciertas realidades de la vida social y que intentan llamar la atención acerca de determinados problemas o valores y de algunos artículos de tribuna libre de tono ensayístico.

### 1.4.1. El título

Los distintos teóricos subrayan la libertad de estilo del título del texto de opinión, aunque se pueden perfilar otros rasgos que permiten diferenciarlos de los títulos de los textos informativos.

Mientras que el titular de esos últimos tiene valor de resumen, en tanto que debe expresar la información más importante, más pertinente o sorprendente de la noticia, el título de los géneros interpretativos y de opinión, según indica Núñez Ladevéze (1995), tiene principalmente función expresiva o estética y la relación del título con el contenido textual suele ser más arbitraria, al menos, no se limitan a ofrecer información sobre el objeto que designan.

Para Abril Vargas (1999: 51), el título del texto de opinión debe ser plástico, variado, libre en la estructura y tener orden en sus elementos. Esta autora reconoce la existencia de tres tipos de títulos de opinión:

- I) Llamativos. Se pueden construir con una frase jocosa o sarcástica, una frase o exclamación tanto histórica como de actualidad.
- II) Enunciativos. Se caracterizan por ser fuertes, cortos, originales y directos.
- III) Exhortativos. Su uso está reservado prácticamente para editoriales y comentarios; llaman o impelan a realizar determinadas acciones o bien a asumir una determinada posición ante un problema.

Por otro lado, los periódicos se esfuerzan por deslindar los géneros informativos de los interpretativos y opinativos icónicamente. Es bastante frecuente en numerosos periódicos españoles que los títulos de los géneros interpretativos y de opinión figuren en cursiva, mientras que los títulos de los géneros informativos se presentan en redonda.

### 1.5. La opinión en los medios audiovisuales y digitales

Los géneros de opinión suelen aparecer suficientemente clarificados en prensa. Sin embargo, en radio, televisión y en los medios digitales no existe tanta claridad. El género editorial apenas aparece en éstos de manera patente, aunque sí surgen tratamientos aproximados como la editorialización. Algo similar ocurre con el comentario; en prensa se ha encuadrado en la clásica columna; a los comentaristas se les denomina con frecuencia

columnista. Sin embargo, en radio y televisión aparecen formas de comentarios incluso dentro de la exposición de una noticia; es llamativo, particularmente en los programas deportivos, que los informadores sin aviso, ni separación de una actitud y de otras, ofrezcan su visión e interpretación de los hechos antes de dar la información, después o salpicada entre dato y dato; el comentario aparece confundido con la noticia.

Otro rasgo para tener en cuenta es la dificultad de incorporar la argumentación e interpretación lógicas a la información audiovisual (Cebrián Herreros, 1992: 51). La información en radio y televisión aparece en una continuidad temporal y se plasma en sonidos e imágenes que responden a una narrativa secuencial distante de la lógica racional. La argumentación lógica se fundamenta en el raciocinio discursivo del pensamiento. La argumentación audiovisual se basa en la narración icónica; el discurso racional que puede portar la palabra oral es amortiguado por la fugacidad de la exposición y por la fuerza de las imágenes y de otros sonidos. Se requiere, pues, un tratamiento adecuado a las exigencias de ambos medios. Cuanta más argumentación racional requiera el género, más dificultades encontrará para un buen desarrollo.

### **1.6. Modalidades**

Como apunta Antonio López Hidalgo (2012: 34), los términos artículo y comentario son utilizados por numerosos teóricos, por los profesionales de los medios de comunicación y por el público en general tanto en sentido genérico, para designar a los géneros de opinión en conjunto como para referirse, en cada caso, a géneros periodísticos de opinión concretos, con características propias. No obstante, en la práctica se aprecian algunas diferencias que en los manuales no quedan tan claras.

Por nuestra parte, preferimos hablar de géneros de opinión y reservar los términos artículo y comentario para géneros periodísticos concretos. El comentario es una modalidad del artículo caracterizado por su estrechísima vinculación con la actualidad diaria, generalmente escrito por un especialista en el tema que se aborda (internacional, sociedad, económica, etcétera).

Recordemos que entre los géneros de opinión incluimos géneros ya tradicionales, como la crítica, el artículo y sus variantes (tribuna abierta, artículo costumbrista...), en ensayo (que para muchos autores es una variedad del artículo), el editorial y la columna, y otros más

recientes en la bibliografía de la Redacción Periodística como el suelto o glosa, el análisis, el perfil, la necrológica y las viñetas de humor.

Algunos autores no están de acuerdo con la inclusión de las viñetas de humor entre los géneros periodísticos por la utilización de un lenguaje icónico. Por el contrario, los defensores de esta idea argumentan acertadamente que se trata de mensajes vinculados a la actualidad que bien podrían entenderse como la plasmación, en lenguaje icónico, de las columnas de opinión.

### **1.7. Las páginas de opinión. La página editorial y la página abierta**

Los textos de opinión (editoriales, sueltos, artículos, cartas del director, ensayos) se concentran mayoritariamente en dos páginas del periódico: la página editorial y la página abierta, que es la que por lo general está ubicada en el lugar opuesto. Se trata de dos o más páginas dedicadas exclusivamente a los juicios de valor u opiniones. Los textos de opinión que no se ubican en estas páginas (por ejemplo, las columnas de opinión, el comentario, la crítica) suelen diferenciarse del resto de los contenidos a través de recursos tipográficos (se utilizan tipos de letra diferentes y recuadros), de manera que el lector pueda advertir que se trata de un género de opinión. Los medios, por tanto, se esfuerzan por diferenciar estos contenidos de opinión de los textos informativos.

### **1.8. Referencias**

#### **1.8.1. Lectura recomendada**

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa. CASALS CARRO, María Jesús (2002). La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión. Fragua, Madrid.

#### **1.8.2. Referencias utilizadas**

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis.

ARMANZANAS, Emy y DÍAZ NOCI, Javier (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Universidad del País Vasco. Bilbao.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Ciencia, Madrid.

- GARCÍA LUIS, J. (1987). *Géneros de opinión. Organización Internacional de Periodistas*. Praga.
- GRIJELMO, Alex (1997). *El estilo del periodista*. Taurus. Madrid.
- GOMIS, Lorenzo (1997). *Teoría del periodismo*. Paidós. Barcelona.
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Ariel. Barcelona.
- PARRAT, Sonia F (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Ediciones Ciespal. Quito-Ecuador.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa. CASALS CARRO, María Jesús (2002). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Fragua, Madrid.

## El editorial

### 2.1. El editorial: el punto de vista del periódico

El editorial es el género periodístico de opinión que preside esta sección del periódico. La mayor parte de los autores coincide en que sus rasgos definitorios más característicos son la ausencia de firma expresa y la asunción de autoría por parte del periódico, que manifiesta mediante este género su punto de vista sobre un determinado tema de especial relevancia para la actualidad a través de su interpretación y valoración. En la bibliografía podemos encontrar numerosas definiciones de este género. A continuación, se citan las más destacadas:

- José Luis Martínez Albertos (1992: 385): “Es la opinión del periódico respecto a las noticias que publica”.
- Antonio López Hidalgo (2012: 35): “El editorial expone el punto de vista de un medio de comunicación sobre un tema de actualidad especialmente relevante”.
- Emy Armañanzas y Javier Díaz Noci (1996: 58): “Es la representación de un hecho y su valoración argumentada, con la finalidad de aclarar la trascendencia de ciertas noticias de interés, de manera tal que la importancia de los hechos quede puntualizada para el lector, con el objetivo de influir en la opinión pública”.
- Susana González Reyna (1999: 59): “El editorial es el género periodístico que al interpretar y valorar una noticia manifiesta el punto de vista institucional. Su propósito es explicar el significado del suceso noticioso y, con ello, influir en la opinión pública. Temáticamente está vinculado con la información más importante del día”.

Como se desprende, son frecuentes las definiciones que perfilan el editorial como una modalidad de artículo, el género que, precisamente por la amplitud de sus parámetros conceptuales, ha servido a numerosos teóricos, al menos hasta hace pocos años, como cajón de sastre donde englobarlo todo. Se pueden identificar, no obstante, algunas diferencias entre ambos géneros: el editorial posee una periodicidad constante, un espacio

fijo en el periódico y, lo más importante, expresa la opinión colectiva del medio como institución, factor que condiciona muchos de sus rasgos estilísticos. Pero el término artículo editorial no es fortuito, tal designación responde en gran medida a los orígenes del género.

## **2.2. Orígenes del género**

El editorial tiene su origen en el artículo de fondo pues, como otros géneros de opinión, surge del tronco común del artículo, aunque de su rama más argumentativa y, aunque ha ido adquiriendo características propias a lo largo de los años, aún perdura la vieja denominación. En el artículo, del que han surgido la mayoría de los géneros de opinión, se pueden diferenciar tradicionalmente dos ramas: una de ellas creativa, literaria o de autor, y otra argumentativa o de fondo, caracterizada por la austeridad de recursos y donde la creatividad, en todo caso, está supeditada a la argumentación. De esta nace el editorial.

En la historia de la prensa no existe un momento determinado para instaurar el nacimiento de este género. No obstante, se pueden destacar algunas etapas en las que se producen avances significativos en la evolución del género. El editorial hunde sus raíces en la prensa política inglesa de principios del siglo XVII, donde comienzan a fundirse dos factores: por una parte, la visión de la prensa como un arma muy poderosa para la propagación de ideas políticas y, por otra, la consideración del periódico como un elemento de negocio. Esta conjunción da lugar a novedades en los contenidos periodísticos, entre ellas un largo artículo político y polémico, de notable calidad literaria, elaborado y firmado por el editor y a veces redactor exclusivo del diario, catalogado por algunos historiadores como “artículo editorial” y por otros como “artículo de fondo”.

Cuando las colonias americanas obtienen la independencia y crean sus propias industrias, para no depender de Gran Bretaña, comienza a desarrollarse un nuevo modelo de periódico. Poco a poco, el periódico se va configurando como una empresa capitalista moderna; nacen empresas periodísticas de grandes proporciones que en un único ejemplar reúnen la opinión de periodistas y colaboradores. Surge entonces, ya a finales del siglo XVII, la necesidad de diferenciar entre las distintas voces que opinan en las páginas del periódico: la de los articulistas y colaboradores, a través del artículo de opinión y la de la propia empresa, a través del editorial. El género pierde entonces la firma, para dar a entender que se trata de una voz colectiva. En España, todo parece apuntar que el editorial comienza a utilizarse a lo largo de las primeras décadas del siglo XIX.

### **2.3. El equipo editorial**

El editorial es fruto del trabajo colectivo del equipo de editorialistas, que contribuyen con esta tarea diaria a la conservación de una línea ideológica unificada, definida y coordinada. El equipo editorial se reúne diariamente para establecer previsiones editoriales, escoger los temas y discutir los enfoques. El editorial es redactado finalmente por el editorialista más afín al tema tratado, y posteriormente es revistado por el director de la publicación, que previamente ha dado las indicaciones que considera convenientes. Según Santamaría y Casals (2000), estas reuniones no solo sirven para la unificación de criterios, sino que además suponen un freno para la continua tentación que acecha al editorialista, que es la de ejercer de influencia ideológica.

Por ser fruto de un trabajo colectivo, el texto final no aparece firmado. El anonimato del editorial es la fuerza del periódico como institución, según afirma Lorenzo Gomis (1989: 140-141), y la representatividad del diario es lo que permite adoptar un tono de cierta autoridad que resultaría fuera de lugar si el mismo escrito apareciera firmado. En algunas ocasiones podemos encontrar un texto de opinión firmado por el director de la publicación (carta al director), o por el presidente del Consejo de Administración o el consejero delegado, que expresan el punto de vista institucional del periódico. Entre los teóricos existen posturas encontradas en torno a la catalogación de estos textos; para algunos autores, tienen la consideración de editorial; para otros, son artículos que mantienen un tono mucho más personal que el que presentan habitualmente los editoriales.

### **2.4. Lenguaje y estilo del editorial**

Alex Grijelmo (1998: 132) asemeja el estilo del editorial con la sentencia de un juez y lo paragona también con la clase de un profesor que explica historia. Así que, por fuerza, el lenguaje que se debe emplear en el editorial debe ser digno, incluso mayestático. Los temas que aborda el editorial suelen girar en torno a cuestiones de gran trascendencia, principalmente política, en un sentido amplio, o economía. Estos temas suelen haber sido tratados previamente como grandes noticias en las páginas informativas. Los acontecimientos de ámbito cultural, social, medioambiental... no acostumbran a recibir tratamiento editorial a no ser, como acertadamente ha indicado Abril Vargas (1999), que se conviertan de algún modo en cuestiones de interés general.

El estilo del editorial es serio y riguroso. Refleja, de esta forma, la actitud de firmeza y autoridad del periódico. Este género ha perdido el tono mayestático y grandilocuente de otras épocas y, si bien no ha calado en los diarios la tendencia a utilizar un lenguaje informal, el estilo se caracteriza hoy en día por la naturalidad, dentro de los límites que impone el lenguaje del nosotros. El estilo corresponde al denominado “estilo de sollicitación de opinión”, definido así por Emil Dovifat (1959).

Martínez Albertos (*Ibídem*: 386) comenta que los giros desenfadados, los toques humoristas o desgarrados que pueden tener cabida en un comentario, un ensayo, una crítica, etcétera, difícilmente pueden admitirse en el editorial. El editorial es –señala el autor– la manifestación de la conciencia del periódico acerca de un problema particular, y si el periódico quiere mantener su prestigio y autoridad moral ante el público debe presentar el editorial con esas notas exteriores y formales de dignidad y seriedad lingüística.

Otras de las características formales del editorial son propias, según Martínez Albertos, del estilo informativo: claridad, concisión y brevedad. Estas tres propiedades deben ser las características del lenguaje periodístico. El editorial, como otros géneros, busca la eficacia en la claridad de las ideas, pues la expresión oscura, como han indicado Armazañas y Díaz Noci (*Ibídem*), no es sinónimo en muchas ocasiones de la profundidad de pensamiento, sino un modo de ocultar las ideas.

## **2.5. Peculiaridades del editorial en medios digitales y audiovisuales**

El editorial es el género de opinión que goza de menos libertad a la hora de formalizar tanto su lenguaje como su técnica y estructura interna, es decir, es el género de opinión que registra una mayor uniformidad y criterios fijos entre los profesionales a la hora de escribirlo. Por lo general, la estructura del editorial se compone de tres partes denominadas por Susana González Reyna (1999: 59), informativa, interpretativa y deliberativa conclusiva.

- En primer lugar, una breve introducción que da entrada al tema sobre el que versa el editorial.
- En segundo lugar, un comentario en el que se desarrolla el asunto que constituye propiamente la opinión del medio.
- Finalmente, la conclusión, que deriva del comentario, donde se explican las razones por las cuales un tema se valora de una forma u otra.

Algunos autores sostienen que esta estructura es similar al esquema típico de las sentencias judiciales. En la práctica, la frontera entre estas tres partes se presenta difusa porque en la breve introducción que da entrada al tema ya se vierten algunas opiniones mediante la presentación de los hechos con un estilo editorializante. De igual forma, los párrafos en los que se interpretan los hechos expuestos no se limitan a un análisis objetivo, sino que a menudo la opinión se va dosificando en cada interpretación de los hechos que se hace.

Como en el caso del reportaje, tanto el primer párrafo como en el último deben ser atractivos. El desarrollo del texto contiene habitualmente la argumentación, que debe ser convincente para convencer al lector de la postura mantenida. Los elementos fundamentales del editorial son la tesis y la argumentación. La tesis es la opinión o valoración extraída tras el análisis de unos hechos y la argumentación el conjunto de razonamientos que sirve para sustentar la tesis expuesta.

En opinión de Mariano Cebrián (1992:60) el editorial en los medios audiovisuales está sometido a una duración. La audiencia puede buscar interpretaciones, orientaciones, pero no doctrina. Cuanto más breve sea, más eficacia tendrá. Un editorial tiene una duración entre sesenta y noventa segundos. Es tiempo suficiente para dar una argumentación clara, rápida y comprensible. La fugacidad del medio no admite una lógica completa. La fugacidad del medio exige una gran claridad y una argumentación directa, sin rodeos.

### **2.5.1. El título**

Independientemente de la libertad formal que caracteriza a los textos periodísticos de opinión, se puede decir que existen determinadas estrategias para la titulación de editoriales. Se trata de títulos muy breves, a veces compuestos por un par de vocablos, que pueden indiciar: 1) Únicamente el tema que se va a tratar (título enunciativo o temático). 2) La tesis (título orientativo u exhortativo). 3) Ambas cosas a la vez.

A menudo se componen de un solo vocablo, bien se trata de un sustantivo, un adjetivo o un adverbio, que representan alguna palabra clave del texto. También es frecuente que el núcleo del enunciado sea un sustantivo (o unidad equivalente) complementado por un adjetivo, un sintagma nominal con o sin preposición, o incluso una proposición de relativo (Ejemplo: Conflicto sin control). Una variante de esta modalidad es la división de la frase en dos partes mediante el uso de la coma. (Ejemplo: El turismo, una joya delicada). Es

frecuente, asimismo, construir el título con dos términos unidos por un conector o conjunción (Ejemplo: Voz o mordaza). La construcción de oraciones, es decir, enunciados con un núcleo verbal en que se cumple la relación predicativa, se utiliza con menos regularidad para titular editoriales, aunque se pueden encontrar esporádicamente.

La mayor parte de los teóricos consideran que el título del editorial deber rehuir de la creatividad, de los golpes de efectos basados en los juegos de palabras, hipérboles, metáforas, etcétera, pues estos recursos son más propios del artículo literario, sobre todo de la columna, y en parte también del comentario. El estilo del editorial aborda el tema con seriedad y dignidad lingüística. Estas características condicionan también el título, que debe ser claro y facilitar al lector la comprensión del posicionamiento del periódico en torno al acontecimiento tratado sin demasiados alardes estilísticos, propios de otros géneros periodísticos.

### **2.5.2. Contenido y forma**

Los temas del editorial giran en torno a cuestiones de gran interés público y son tratados con la autoridad y el rigor que inspira el medio. Desde el punto de vista formal, el periódico intenta otorgar a este género un lugar de preferencia en el periódico, acorde con la función que cumple y que justifique su jerarquía: preside la sección de opinión en lugar fijo (aunque en contadas ocasiones es trasladado a la primera u última página por la trascendencia de determinados acontecimientos) y visible, situado estratégicamente junto a la mancheta (con los nombres y cargos del equipo directivo de la publicación), que actúa simbólicamente como rúbrica institucional. Los recursos icónicos, como los recuadros, las alteraciones en las columnas naturales del diario o las variaciones en los tipos o tamaños de letras, permiten además, diferenciar a este género de otros textos de opinión que completan la página editorial y la página abierta. Estas características junto a las anteriores también son aplicables a los medios audiovisuales y digitales pues ambos hunden sus raíces estilísticas y estructurales en la prensa escrita.

## **2.6. Modalidades**

Numerosos autores han agrupado los editoriales en diferentes tipologías. En opinión de Luisa Santamaría (1991: 65), la mayor parte de las clasificaciones que podemos encontrar en los manuales de periodismo (que diferencian entre editoriales polémicos, interpretativos y objetivos u analíticos) responden a épocas pasadas, en las que el editorial era básicamente

persuasivo y la argumentación escasa. Según esta autora, las modalidades de editorial, desde una perspectiva más actual, serían las siguientes:

- Expositivo: da un muestreo de selección de elementos de juicio para el receptor.
- Explicativo: relaciona hechos en busca de una explicación clara.
- Combativo: característico de las posiciones doctrinarias ideológicas en pugna unas con otras.
- Crítico: hace las veces de juez en nombre de la opinión pública.
- Apologético: divulga en el tono más apasionado posible las bondades de un sistema de gobierno.
- Admonitorio: exhorta al cumplimiento de reglas, advierte de los peligros, señala las experiencias anteriores.
- Predictivo: sobre las bases de análisis diagnóstica los resultados sociales y políticos.

Asimismo, en la práctica podemos encontrar editoriales informativos (aparentemente objetivos; la opinión no aparece explícita, aunque se deduce del contexto) necrológicos (elogian la figura de un personaje popular o cercano a la redacción que acaba de fallecer), de denuncia y revelación (propios de publicaciones que practican el periodismo de investigación; llevan al editorial denuncias que previamente han detallado en las páginas informativas), retrospectivos jactanciosos (cuando un órgano competente ratifica una denuncia efectuada por un periódico, éste medio posteriormente se vanagloria en el editorial del resultado de la investigación emprendida), de manifiesto (aprovechan acontecimientos puntuales en la marcha de la empresa periodística, por ejemplo cambios en el accionariado, para recordar expresamente los principios que inspiran la publicación), etcétera.

Hay teóricos que apuestan por reducir el número de modelos editoriales siguiendo un criterio particular de clasificación: forma de explicitación de la tesis. De acuerdo con esta pauta, los autores distinguen entre los editoriales en los que no hay opinión expresa (editoriales de documentación, abiertos o implícitos) y editoriales en los que explicita la tesis (editoriales de tesis, cerrados o expresos).

## 2.7. Referencias

### 2.7.1. Lectura recomendada

FERNÁNDEZ BARRERO, María Ángeles (2003). *El editorial: un género periodístico abierto al debate*. Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

### 2.7.2. Referencias utilizadas

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis.

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

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Editorial Ciencia 3, distribución, Madrid.

DOVIFAT, Emil (1959). *Periodismo*, México Hispanoamericana.

GOMIS, Lorenzo (1989). “Generes literaris i generes periodistics” en *Periodística*, nº1, pp140-141.

GONZÁLEZ REYNA, Susana. *Periodismo de opinión y discurso*. Editorial Trillas, México.

GRIJELMO, Álex (1998). *El estilo del periodista*. Taurus, Barcelona.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1984). *Curso general de Redacción Periodística. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Paraninfo, Madrid.

FERNÁNDEZ BARRERO, María Ángeles (2003). *El editorial: un género periodístico abierto al debate*. Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

SANTAMARÍA, Luisa (1991). “Géneros periodísticos de opinión”, en Ángel Benito (1991), *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Ediciones Paulinas.

SANTAMARÍA, Luisa y CASALS, María Jesús (2000). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Editorial Fragua, Madrid.

## El artículo

### 3.1. Introducción

El Diccionario de la Real Academia Española define artículo como “cualquiera de los escritos de mayor extensión que se insertan en los periódicos u otras publicaciones análogas”. Desafortunadamente, esta aportación no se ajusta a la realidad ya que como indica Rafael Yanes (2004), no son artículos todos los escritos periodísticos, ni por supuesto, tampoco su extensión es un rasgo que los diferencie de otros textos.

Para algunos autores, el artículo es un término que responde a una concepción globalizadora de todos los textos de opinión, de todos los géneros, pero deber ser definido como un género periodístico con unas características propias y diferenciadas de los demás, en el que la libertad expresiva y la libre estructura formal son su sello de identidad. Se trata de un género mediante el cual se proyecta de forma intencionada determinados puntos de vista acerca de la realidad. En él se ofrecen valoraciones, opiniones y análisis sobre diversas noticias.

El artículo periodístico es el tronco común del que se ramifican los demás textos de opinión. A diferencia del editorial, va firmado y representa la opinión particular de su autor. En el artículo se explican los hechos desde sus antecedentes, se predice el futuro, y, sobre todo, se formulan juicios de valor. Esto concede una gran libertad de expresión al articulista.

Este género periodístico de opinión canaliza los acontecimientos diarios hacia una opinión preconcebida y subjetiva, pero argumenta de forma concienzuda, con documentación, y apoyado en el análisis de los orígenes del hecho comentado, así como en sus posibles consecuencias. Pretende, mediante juicios y razonamientos, convencer al lector para que adopte la postura que él defiende. En definitiva, está estrechamente ligado al autor, por ello su credibilidad y capacidad de influencia dependen del prestigio y autoridad que merezca esa firma a los lectores.

### **3.2. Estructura libre**

La mayoría de los autores defienden que el artículo tiene una estructura tripartita compuesta por la entrada, en la que se presenta el acontecimiento de actualidad que es objeto de comentario, el cuerpo narrativo o reflexivo, con un análisis en profundidad sobre sus antecedentes y relaciones con otros sucesos actuales, y la conclusión, con una valoración subjetiva que a veces va acompañada de una predicción sobre las posibles consecuencias.

Víctor Rodríguez (1991: 164), coincide con este modelo de estructuración y señala que su titular no debe ser informativo, y aunque el autor tiene absoluta libertad de estilo, para lograr la atracción cree que es apropiado recursos que tengan originalidad. Posiblemente es en este género donde más importante resulta la titulación, por ser el único punto de atracción del que dispone su autor. Una titulación sugerente es siempre el objetivo buscado por articulistas, que a menudo acuden a frases ocurrentes para impactar a primera vista. Para Antonio López Hidalgo (2012: 43), en el artículo, después de la presentación temática, se explicita la proposición inicial, se hace un análisis, se comprueban los juicios y, finalmente, se asienta la tesis o se presenta una proposición enfática final. En este sentido el primer párrafo, como en los demás géneros, está orientado a captar la atención del lector con datos informativos del asunto del que se opina, y el último párrafo tiene gran importancia, debido a que tiene que lograr mayor impacto.

Lo que sí está claro es que el artículo debe comenzar con la exposición de los hechos, cuyo objetivo es ubicar al lector en el asunto que se va a analizar, y suele ocupar solamente el primer párrafo. A continuación, aparece la argumentación, que forma la base del razonamiento del texto. El final siempre es identificable, pues el autor intenta resumir en una frase con fuerza expresiva toda la exposición argumental que ofrece en el cuerpo para que quede su mensaje bien claro ante el lector.

### **3.3. Modalidades**

Las características de este género en cuanto a libertad expresiva hacen imposible una clasificación, ya que podría afirmarse que hay tantas modalidades de artículos como autores. Natividad Abril Vargas (1999: 147), distingue siete tipos de textos de opinión:

- **Expositivos:** Son los que enuncian hechos relacionados entre sí, pero sin asumir una posición concreta sobre ellos.

- Explicativos: Son los que adoptan una posición pedagógica al relacionar los hechos con sus posibles causas.
- Combativos: Son los que dan una explicación propagandística.
- Críticos: Son aquellos en los que su autor se muestra como un juez en nombre de la opinión pública.
- Apologéticos: Son textos que defienden las tesis oficialistas que divulgan las bondades del sistema.
- Admonitorios: Son los más reflexivos y que predicán el mantenimiento de un equilibrio frente a las contradicciones públicas.
- Predictivos: Son aquellos que diagnostican los futuros resultados sobre la base del análisis de las situaciones actuales.

Por su parte Gonzalo Martín Vivaldi (1986: 374), considera que hay cuatro tipos: El informativo, cuando se narran los hechos de forma razonada; el interpretativo, si se agregan otros elementos relacionados para hacer una valoración; el convincente, cuando su autor pretende demostrar algo de forma rotunda basándose en una determinada forma de interpretar lo sucedido; y el inductivo, que es aquel cuyo objetivo es la movilización a favor o en contra de alguna circunstancia.

#### **3.4. La firma**

El artículo de opinión está estrechamente ligado al autor, por ello su credibilidad y capacidad de influencia dependen del prestigio y autoridad que merezca esa firma a los lectores. Emy Armanzañas y Javier Díaz Noci (1996:85), distinguen entre columna y artículo, al definir la primera como un texto de opinión con periodicidad fija, mientras que el artículo es esporádico y está escrito por un colaborador no habitual al periódico. Aunque el artículo periodístico aparece en los periódicos con bastante frecuencia, sus autores no necesariamente son periodistas profesionales integrados en la plantilla laboral, pues en muchas ocasiones se trata de escritores cuya actividad principal no es el periodismo.

El artículo es un texto en que se refleja la opinión personal de quien lo firma sobre un hecho de actualidad. Es el estilo personal del articulista el que le otorga identidad propia. Al estar firmado goza de absoluta libertad en los asuntos de los que trata, en las ideas que se defienden, en el estilo con que se expresa, y, por supuesto, en su estructura formal.

Todos tienen un fin persuasivo que persiguen con un lenguaje directo para crear una relación de intimidad con el lector. El buen artículo debe informar, interpretar y entretener, pero también deberá convencer e incitar.

### 3.5. Bibliografía

#### 3.5.1. Lectura recomendada

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

#### 3.5.2. Referencias utilizadas

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis.

ARMANZANAS, Emy y DÍAZ NOCI, Javier (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao, Editorial Universidad del País Vasco.

FAGOAGA, Concha (1982). *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*. Editorial Mitre, Barcelona.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1986). *Curso de Redacción*. Madrid, Paraninfo.

RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, Víctor (1991). *Manuel de Redacción*. Madrid. Paraninfo.

SANTAMARIA, Luisa (1991). “Géneros periodísticos de opinión”, en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid.

YANES MESA, Rafael. “El artículo, un género entre la opinión y la actualidad” en *Revista Latina de Comunicación Social*. N° 58. 2004.

## El análisis

### 4.1. Introducción

El análisis es un género periodístico autónomo, porque contiene las suficientes características propias para poder diferenciarlo. Nace en la prensa escrita y prácticamente se instala en ella sin extenderse a otros medios como la radio o la televisión. Podemos definirlo como aquel texto periodístico que debe centrarse en la interpretación más que en la valoración, por lo que no debe incluir opiniones subjetivas. El informador debe limitarse a presentar todos los elementos, los antecedentes y la documentación adecuada para que el espectador pueda formar su propia opinión o componer las predicciones que correspondan. El análisis está fundado en fuentes que muchas veces deberán ser citadas y/o en observaciones del informador que en ocasiones se apoyarán en opiniones o comentarios de expertos.

Este género periodístico tiene como objetivo explicar -no juzgar- por qué ocurren hechos determinados y debe permitir al espectador comprender los antecedentes, el sentido y la perspectiva de la noticia. Por esta razón, no expresa opiniones, sino conclusiones. Se trata de ofrecer una visión contextualizada y explicada de los hechos a los que hace referencia. Los análisis diseccionan noticias y/o asuntos de actualidad en un intento de explicar qué está sucediendo o qué puede suceder.

El análisis puede presentar datos de actualidad, información documental, hechos ya interpretados u otras noticias relacionadas con el texto principal. A estos textos se les ha denominado indistintamente despieces, apoyos, recuadros, complementos, noticias complementarias, etcétera (cronologías, perfiles, biografías, etc.). Pueden ser informativos, documentales, interpretativos, argumentativos, creativos, o una mezcla de ellos. Son textos que dependen de una información principal. Es decir, el análisis periodístico surgió precisamente de esta necesidad de trocear los textos y de ofrecer al lector, en piezas separadas, la información y la interpretación.

En definitiva, y como señala el manual de estilo de *El Mundo* (1996: 25), un análisis no es ni una columna en la que su autor expresa su opinión, ni un editorial en que se expresa el propio periódico. Hay intencionalidad sin duda, en la selección de datos y en su presentación. Pero el análisis debe tan solo permitir al lector comprender los antecedentes, el sentido y la perspectiva de la noticia. El redactor se abstendrá de incluir juicios de valor y vigilará con particular atención el uso de adjetivos.

Si hay un género puramente interpretativo, éste es el análisis, pues la crónica interpreta la noticia, pero también informa, y el editorial ya valora los hechos e insta al lector a que se posicione al respecto. El riesgo del análisis siempre será minimizar esa porción de opinión que tiene todo análisis objetivo y que empieza por utilizar un estilo que, a la vez que argumenta e informa, no incurra en la valoración innecesaria. Mientras que el análisis planteado en los mensajes interpretativos se basa en la explicación de los hechos y ahí se mantiene su sustrato esencial, los mensajes propios del periodismo de opinión analizan los hechos con el único propósito de ofrecer juicios morales y, en definitiva, de analizar las opiniones públicas.

#### **4.2. El *background*: estructura del análisis**

Para Concha Fagoaga (1982) un elemento básico del análisis es el *background* o datos antecedentes, que permiten relacionar el pasado con el presente. El propósito del *background* es ayudar al receptor a situar el acontecimiento en el debido contexto; y éste no evalúa el significado de las noticias, pero le da elementos al lector para que él haga la evaluación. Su propósito, sin duda, es sumar información. Su uso no está materializado en un solo párrafo. Al contrario, éste aparece en el relato en el orden lógico que sirva para apoyar datos de análisis y estimación. Puede darse *background* al comienzo, en medio y al final del relato siempre en apoyo de otros elementos. También puede contener *background* de fuente no atribuible. Son datos, análisis y valoraciones que proceden de una fuente conocida para el periodista, pero a la que no puede atribuirse ninguna cita que ponga esta fuente al descubierto. El que este material pueda ser difundido, o no, depende de las instrucciones de la fuente informativa.

El análisis, ya forma parte del cuerpo informativo de otro género periodístico, o ya se presente de manera aislada, como si fuese un texto autónomo, debe hundir sus raíces en la interpretación, en la posibilidad de ofrecer la lectura contextualizada y explicada de los

hechos a los que hace referencia. Para cumplir su función que, a fin de cuentas, es su razón de ser, debe encontrar en el *background* el material suficiente para su elaboración y, excluir a toda costa los juicios de valor.

#### 4.3. Lenguaje

El lenguaje del análisis debe someterse a las características del estilo informativo, pero éste no debe ser impersonal como el de la información, sino, muy al contrario, el periodista puede enriquecerlo con figuras retóricas e incluso podrá hacer uso de la primera persona, al igual que en la crónica, si los acontecimientos que se explican así lo demandan.

Con el lenguaje y con la titulación se corre el mismo riesgo que con el contenido: que en el desarrollo del texto los juicios de valor echen al arcén interpretaciones basadas en el *background* seleccionado previamente y que nos sirve a modo de materia informativa con la que trabajar. El análisis no es narración, sino un discurso. Parte de hechos de actualidad, pero no informa sobre ellos. Muy al contrario, son su justificación y su razón de ser.

#### 4.4. ¿Cómo se escribe un análisis?

Los esquemas piramidales son inútiles para este tipo de texto. El análisis adopta la forma del artículo periodístico, pero cualquier deducción debe apoyarse en el análisis y en un amplio *background*. El análisis comienza con un titular. Éste suele contener dos elementos: epígrafe y título propiamente dicho. Este tipo de mensaje se diferencia con algunos aspectos visuales como el epígrafe “Análisis”, que sirve para diferenciarlo de otros textos periodísticos de opinión como el editorial o el artículo. La interpretación ya debe aparecer resumida en el título del relato. Los títulos no serán opinativos.

Después del titular, el artículo cuenta con un *lead*, pero éste no es informativo, sino interpretativo, a fin de llevar al lector a poder analizar la noticia ya desde el primer párrafo. Éste no aporta acontecimientos inéditos, sino que hace mención a hechos de actualidad ya publicados. La interpretación queda justificada en el *lead* y se desarrolla a lo largo del cuerpo del relato en el que se va haciendo referencia a los hechos de actualidad, al *background* y al análisis, de manera que todos estos elementos aparezcan en la construcción de los párrafos, de forma que la estructura del mensaje utiliza esos elementos en el orden lógico que tiende a reforzar y dar sentido a la interpretación inicial dada en el *lead*.

A partir del primer párrafo, el autor dedicará los siguientes al desarrollo argumentativo amparado en el *background* y a abrir perspectivas a partir de la situación interpretada. El periodista debe encaminarse a construir una teoría de lo sucedido. Es decir, se elabora un cuerpo informativo apoyando nuestro análisis en el *background* que se cerrará con un último párrafo de conclusiones.

El análisis debe contener también en su estructura un cierre. En la última parte del texto se debe proponer un bloque que podríamos llamar de perspectiva de lo que puede ocurrir. Y en el párrafo final se impone un cierre o conclusión con fuerza, una propuesta para el futuro. También puede estructurarse en cinco partes: 1) Propuesta. 2) Argumentación. 3) Perspectiva. 4) Solución (si la hay). 5) Cierre, que puede ser futurible.

Antes de comenzar a escribir un análisis conviene escoger un hilo conductor, una hipótesis que desarrollaremos a lo largo del texto. La documentación, es decir, los antecedentes y datos de contexto, constituye parte esencial del análisis. Incluso la documentación, advierte Álex Grijelmo (1997: 117-118), debe acudir inmediatamente en socorro de cualquiera de las interpretaciones que se hayan escrito, y todavía más si se trata de la que reflejaremos en el primer párrafo: “Cuando escribimos un análisis, cualquier visión subjetiva debe razonarse de inmediato. Se trata de decirle al lector: sobre este tema, yo entiendo tales significados y las razones son éstas”.

#### **4.5. Referencias**

##### **4.5.1. Lectura recomendada**

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

##### **4.5.2. Referencias utilizadas**

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis.

ARMANZAÑAS, Emy y DÍAZ NOCI, Javier (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao, Editorial Universidad del País Vasco.  
*El Mundo. Libro de Estilo*. Ediciones Tema de Hoy, Madrid, 1996.

- FAGOAGA, Concha (1982). *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*. Editorial Mitre, Barcelona.
- GRIJELMO, Álex (1997). *El estilo del periodista*. Taurus, Madrid.
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1986). *Curso de Redacción*. Madrid, Paraninfo.
- RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, Víctor (1991). *Manuel de Redacción*. Madrid. Paraninfo.
- SANTAMARIA, Luisa (1991). “Géneros periodísticos de opinión”, en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid.
- YANES MESA, Rafael (2004). “El artículo, un género entre la opinión y la actualidad” en *Revista Latina de Comunicación Social*. N° 58.



## El comentario periodístico

### 5.1. Definición del género

Para Mariano Cebrián Herreros (1992: 65-71), el comentario consiste en el análisis y valoración de los hechos concretos o de situaciones generales que se difunden y son efectuadas y presentadas por un especialista en el tema que se trata. En efecto, el comentario periodístico es un género en el que trabajan periodistas especializados en los temas que tratan. Suelen ser redactores de plantilla o bien periodistas que son colaboradores fijos. El comentarista presenta al lector el contexto de la noticia, especula con antecedentes y con sus posibles consecuencias. Por ello es necesaria la especialización, razón que da lugar al comentario político, deportivo, etcétera. Cebrián Herreros (*Ibidem*), señala además que este género supone una interpretación de las circunstancias, antecedentes y repercusiones visibles, una contextualización del hecho, de las opiniones y de los datos.

### 5.2. Características propias

Las características de este género hacen posible una esquematización de sus principales características:

- La extensión del comentario periodístico es variable y está condicionada a la importancia de los hechos que se comentan. Cada vez con mayor frecuencia los comentarios, al igual que la columna, disponen de un espacio ya anticipadamente delimitado.
- El comentario, aunque acompaña a la información, aparece diferenciado tipográficamente, a un ancho de columna diferente, aislado por recuadros o corondeles, y generalmente con el título en cursiva al tratarse de un género de opinión.
- El lenguaje debe ser conciso, claro y asequible ya que va dirigido a un público heterogéneo.

- El comentario se inserta en cualquier sección siempre que la información que lo motiva se considere lo suficientemente importante.

### **5.3. Diferencias y analogías entre el comentario y otros géneros de opinión**

El comentario presenta una serie de diferencias y analogías respecto a los otros géneros de opinión que merecen ser estudiadas y analizadas. Si bien todos ellos son textos de opinión y responden al estilo de sollicitación de opinión, sus manifestaciones y funciones son diferentes. De esta manera, se diferencia claramente del editorial porque este último no se firma y refleja oficialmente la opinión del medio, mientras que el comentario lo firma el periodista y representa su opinión personal sobre los hechos que analiza. También desde un punto de vista literario, el comentarista tiene mayor margen para expresarse sin la seriedad y a veces rigidez del editorial y para usar expresiones de tipo coloquial.

En lo que respecta a la columna, se diferencia, no solo en la amplitud de temas a tratar, sino en que ésta además no está condicionada a la actualidad. La columna, además, se presenta formalmente con una serie de normas, como la asiduidad, la extensión uniforme, la ubicación fija en la página y la presentación destacada del resto de contenidos de la plana con un mismo epígrafe. Además, la columna es netamente personal, de gran cercanía, casi familiar, mientras que el comentario se muestra más distante respecto al público. Frente a la plena libertad formal y de contenido de la columna, en el comentario se observa un carácter más restrictivo.

Abril Vargas establece otra diferencia entre artículo y comentario. De esta manera, apunta que el término artículo expresa vinculación exclusiva con la palabra impresa, mientras que el comentario introduce la variante de la oralidad. Efectivamente, en los medios audiovisuales podemos detectar que se habla de comentarios, incluso también de columna, pero nunca de artículos porque, efectivamente, este término está ligado indisolublemente al periodismo escrito y, desde luego, nunca al periodismo audiovisual. En la autoría estriba una pequeña diferencia entre artículo y comentario.

### **5.4. El comentario en los medios audiovisuales**

El comentario en la radio y en la televisión tiene sus antecedentes remotos en las columnas de los medios impresos, si bien aquél se elabora conforme a las exigencias de los medios audiovisuales. Se difunde en programas informativos, pero separado de las noticias. El

lugar idóneo para situar el comentario es tras la exposición de los hechos. También es admisible sacar el comentario del contexto inmediato de las noticias y situarlo después de haber concluido con la exposición de todas las noticias, y en el conjunto de otros comentarios.

La duración del comentario no supera los dos minutos. El comentario va dirigido a una audiencia muy heterogénea, por lo que el relato (al igual que en prensa) debe ser conciso y claro, con un lenguaje asequible: un estilo coloquial, espontáneo, propio del diálogo con dos personas que se comunican con respeto mutuo. En televisión, además de la voz, interesa la imagen del comentarista. El comentario nunca es leído. Es preferible utilizar el autocue o ensayar la comunicación directa para que el discurso luego frente a las cámaras salga con fluidez y espontaneidad. El plano idóneo es el medio o próximo primer plano.

En todo caso, en los últimos años, el comentario periodístico, así como los distintos géneros de opinión, no ha logrado prosperar en los medios audiovisuales. Una suerte muy diferente es la que les depara la Red, donde los géneros de opinión han logrado adaptarse sin ningún tipo de trabas. Los medios audiovisuales han optado por los géneros dialógicos, que permiten, lejos del monólogo propio de los géneros de opinión tradicionales, distintas voces, movimientos de cámaras, réplicas, etc.

## **5.5. Referencias**

### **5.5.1. Lectura recomendada**

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

### **5.5.2. Bibliografía utilizada**

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis. Madrid.

BOND, Fraser (1974). *Introducción al periodismo*. Limusa, México.

CEBRIÁN HERREROS (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Editorial Ciencia 3, Madrid.

GONZÁLEZ REYNA S. (1999). *Géneros periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso*. Trillas, México.

GROHMANN, Alexis (2005). *La escritura impertinente*. Ínsula, Madrid.

- IZQUIERDO, José María (2006). “La geometría del deseo. El columnismo de Manuel Vázquez Montalbán” en GROHMANN, A. y STEENMEIJER, m. (ed), *El columnismo de escritores españoles (1975-2005)*. Verbum, Madrid.
- LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1993). *Redacción periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. ATE, Barcelona.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa y CASALS CARRO, María Jesús (2000). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Fragua. Madrid.
- UMBRAL, Francisco (1994). *Las palabras de la tribu*. Planeta, Barcelona.

## El suelto

### 6.1. Orígenes del género

En las últimas décadas hemos asistido al auge de un texto periodístico denominado suelto. No obstante, podría hablarse de un primer momento de esplendor de este género que, tras una primera etapa en la que se recurría a él –principios de siglo- cayó en el olvido y se le marginó en la Prensa. En España vuelve a su auge con la democracia, con las mayores cotas de libertad de expresión. “En una sociedad de progreso, donde los valores supremos son la utilidad, la brevedad y la efectividad, encuentran un caldo de cultivo apto para su desarrollo” (Luisa Santamaría, 1990: 101). La ligereza y movilidad de estos breves apuntes de opinión, libres de andaduras contextuales, los hacen especialmente valiosos para el enjuiciamiento crítico de temas y situaciones no siempre abordables con facilidad.

El suelto, como género periodístico reconocido en la práctica habitual de las publicaciones y de los manuales, no es nuevo. Así como la columna tarda en arraigar en las publicaciones como género nuevo –no se habla con claridad de ellas hasta en los años sesenta, al menos en España-, el suelto ha sido objeto de estudio en los manuales de periodismo más antiguos, aunque quizá sobre ellos exista una cierta imprecisión terminológica.

### 6.2. Diversidad nominal

Martínez Albertos (1984: 388) define el suelto o glosa como un editorial menor. No obstante, su estilo literario es más libre y desenfadado –menos mayestático- que el editorial. Su esquema de desarrollo no está sometido al rigor de la estructura interna que debe presidir el avance dialéctico del editorial. Muchas veces el suelto es pura y simplemente una pirueta periodística con ciertas connotaciones ideológicas en su intención.

Los sueltos suelen ser trabajos anónimos, como los editoriales, o firmados con iniciales personales, o seudónimos que engloban un equipo de escritores editorialistas del periódico. Es, sin duda, un género de opinión cuya principal característica es la brevedad. Miguel Ángel Jimeno (1997), tras estudiar más de diez mil sueltos publicados en los diarios españoles llegó a la conclusión de que el suelto es un breve texto periodístico retórico-

político cuya responsabilidad recae sobre el medio como institución de ahí que tenga una autoría institucional de carácter político y que, además, puede presentar diversos temas y formas expresivas (narrativa, representativa o argumentativa) y cuyo elemento configurador básico es la intencionalidad del medio de comunicación. Asimismo, llegó a la conclusión de que este género periodístico tiene una serie de características comunes.

Los sueltos se publican en las páginas de opinión, pero también se pueden localizar en la última página de los diarios y más excepcionalmente los encontramos acompañando a una noticia, incluso en algunos suplementos. Suelen publicarse agrupados bajo un mismo epígrafe, aunque cada uno tenga un título propio.

### **6.3. Diferencias con otros géneros de opinión**

El suelto y la columna guardan unos puntos en común. Según apunta Antonio López Hidalgo (2012:36), en su estructura, cuida el arranque y la conclusión. No obstante, se diferenciaría de la columna porque ésta tiene una autoría individual, lo que supone que los textos no reflejan el carácter del medio, aunque puedan coincidir. Además, la columna es más extensa y es más libre a la temática a tratar. El suelto está más ligado a la actualidad. Por otra parte, hay que estudiar las diferencias entre suelto y editorial. Ambos son géneros diferentes pues, aunque coincidan en su autoría, el editorial suele tener una mayor extensión y, sobre todo, una argumentación y unos rasgos estilísticos diferenciados.

### **6.4. Características**

En opinión de Jimeno (*Ibidem*), todos los sueltos presentan una serie de características comunes, que son:

- Autoría. El suelto no figura con firma y cuando excepcionalmente la tiene, se trata de un seudónimo.
- Página-sección. En líneas generales, se puede afirmar que la tendencia pasa por publicar los sueltos en las páginas de Opinión o en la última página. Los diarios nacionales tienden a insertarlos en Opinión y los regionales en ambos casos.
- Periodicidad. Suelen publicarse todos los días. Hay algunos medios que sólo los insertan cuando están ligados a determinados eventos.
- Cabecera. La mayoría de los sueltos se publica bajo una cabecera específica casi siempre significativa en su intención.

- Título. Cabe afirmar que cuando los sueltos se publican sin una cabecera que los englobe siempre llevan título. Casi todos los sueltos tienen título, sea este específico o, simplemente, el nombre del protagonista del texto.
- Número de sueltos. Los medios de comunicación suelen incluir en sus páginas más de un suelto.

### 6.5. Lenguaje y estilo del suelto periodístico

Las frases del suelto suelen ser breves, los párrafos cortos - o un solo párrafo- y el lenguaje muy sencillo. Su estructura es muy simple, casi esquemática. Debido a esta brevedad, en el género se imponen la claridad, la concisión, la densidad y la exactitud. En resumen, el suelto se caracteriza por su inesperado punto de vista, por ser incisivo y penetrante, por dirigirse al lector con economía de palabras y síntesis constructiva, es rico en imágenes.

El lenguaje que caracteriza al suelto como género periodístico es enérgico y agresivo. Para Dovifat (1959: 136), este empleo del lenguaje tiene su explicación porque, gracias a él, el suelto logra pensamientos relampagueantes que hacen infalibles sus tiros. Asimismo, y a medida que disminuye la extensión, los sueltos tienden a basarse en el absurdo, el humor y, sobre todo, la ironía. Santamaría (1991: 635), escribe que el recurso fundamental de éste género es la ironía, pues apenas tiene espacio suficiente en tan pocas palabras para mostrar una tesis y aducir unas razones que la sustenten.

Los sueltos están escritos con gran libertad expresiva y en ellos siempre prima la claridad. Se podría decir, por tanto, que la eficacia del suelto pasa por mostrar con gran claridad un punto de vista y que, en función de esa claridad, el suelto adoptará el estilo más adecuado, más eficaz. De esta filosofía, se desprende una conclusión: resulta, entonces, muy difícil que suelto y editorial se asemejen en su estilo. Según los manuales consultados los rasgos estilísticos del suelto son:

- Brevedad. El suelto se caracteriza por ser un texto breve. Se podrían citar numerosas palabras de diversos autores que subrayan esta idea, pero ofrecer todas sería repetir en exceso un rasgo ya contrastado. Por ejemplo, señala Martín Vivaldi (1987: 146), que el suelto ha de ser corto e incisivo. No debe exceder de las doscientas palabras. Y si basta con cien, mejor que mejor. Se trata de un ligero

apunte no por ligero poco profundo; de una nota marginal; de un toque de atención sobre un problema de actualidad.

- Autoría institucional. La identificación entre el director y la empresa, y esa estrecha relación entre la dirección del medio con el suelto, hace que se trate de un texto en que pueda obviarse la firma. Como dice Martínez Albertos (1984: 388), suelen ser trabajos anónimos, como los editoriales, o firmados con iniciales personales o seudónimos que engloban un equipo de escritores editorialistas del periódico.
- Intencionalidad. Junto a la brevedad, buena parte de los estudiosos participa de la idea de que el suelto es un texto intencional. Martín Vivaldi (1987: 163-164), por ejemplo, habla de que las dos notas esenciales y características del suelto son la brevedad y la intención.

## 6.6. Modalidades

Existen cuatro modalidades de suelto:

- 1) Suelto propiamente dicho: texto y título breve, con construcciones nominales.
- 2) Suelos de 'premio' o 'castigo': Se construyen con el nombre de la persona o institución e inmediatamente se dice lo que han dicho o hecho.
- 3) Selección de frases o citas, que ha dicho alguien y normalmente no se comentan.
- 4) Suelto que acompaña a una fotografía. Comenta la foto, no informa sobre ella como en la fotonoticia.

Los sueltos, en cualquiera de sus modalidades, cumplen la función de ofrecer información concisa y de fácil lectura, destacando aspectos relevantes de la actualidad sin necesidad de desarrollo extenso. Suelen aparecer en secciones fijas de los medios y, por su brevedad, requieren una redacción precisa y directa, con un estilo ágil y atractivo para el lector.

## 6.7. Referencias

### 6.7.1. Lectura recomendada

JIMENO LÓPEZ, Miguel Ángel (1997). "El suelto periodístico en España" en *Comunicación y Sociedad*, vol. X, n.1, pp.117-147.

### 6.7.2. Referencias utilizadas

DOVIFAT, Emil (1959). *Periodismo*, vol. I, Uteha, México.

JIMENO LÓPEZ, Miguel Ángel (1994). El suelto periodístico. Análisis de un caso: zigzag de ABC (1983-1992). Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias de la Información, Pamplona.

JIMENO LÓPEZ, Miguel Ángel (1997). "El suelto periodístico en España" en: *Comunicación y Sociedad*, vol. X, n.1, pp.117-147.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1987). *Géneros periodísticos*, Paraninfo, Madrid.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1984). *Curso General de Redacción Periodística*. Editorial Mitre, Barcelona.

MAYORAL SÁNCHEZ, JAVIER. *Los sueltos de "El Mundo"*. Trabajo presentado para un curso de doctorado en el Departamento de Periodismo I. Universidad Complutense de Madrid.

SANTAMARIA, Luisa (1990). *El comentario periodístico*. Paraninfo, Madrid.

SANTAMARIA, Luisa (1991). "Géneros periodísticos de opinión", en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid.



## La columna periodística

### 6.1. Introducción

La columna periodística como apunta López Hidalgo (2012), es un género creado desde el periódico y para el periódico que se encuentra a medio camino entre el periodismo y la literatura, entre la realidad y la ficción, entre los géneros periodísticos de opinión y los creativos. A nivel general, podemos afirmar que es un género de opinión que se publica en un mismo medio informativo y expresa la opinión personal del autor o de un medio periodístico, sobre uno o varios temas.

La columna es un género libre, por ello el columnista lo mismo recurre a la realidad y a los acontecimientos informativos que a narraciones ficticias. De ahí, que sea un género sin corsés, que confiere al columnista el poder para contar lo que no ocurre, lo que se queda oculto detrás de los acontecimientos, lo que no se percibe a simple vista, lo que no está escrito en las páginas de información.

En cuanto a su periodicidad ésta puede ser diaria, semanal, quincenal o mensual. Generalmente se encuentra en la misma sección, ya sea periódico, revista o folleto. También se puede aplicar a un tipo de tema como Sociedad, Deportes, Finanzas etcétera. En resumidas cuentas, nos encontramos ante un género donde se expresan ideologías y opiniones de sus autores, comentarios personales basados en sus experiencias personales y poca o ninguna información objetiva. Eso es lo que hace apasionante al columnismo tanto para sus autores como para los lectores. El fiel lector de columnas busca la opinión de su autor acerca de algo que ha ocurrido en la realidad no para ser informado sino más bien para sentirse miembro de la cofradía de seguidores del mismo.

### 6.2. Orígenes del género

Con la Transición democrática nace -como ahora la conocemos- la columna periodística, si bien Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 291) entienden que, ateniéndose al sentido estricto de la columna periodística en cuanto a sus exigencias de periodicidad, espacio y características literarias, se podría situar su nacimiento durante el siglo XVIII en

toda Europa coincidiendo con la difusión de los primeros periódicos. Sin embargo, Fraser Bond (1974:273), ha escrito que el origen de la columna en Estados Unidos se remonta al último cuarto del siglo XIX. Hasta 1870, el periódico norteamericano era el órgano de expresión de un individuo, es decir, de su director. A partir de esa fecha, el periódico se vuelve más personal y el lector busca el texto firmado.

También Alexis Grohmann (2005: 2), entiende que el nacimiento de la columna está relacionado con la progresiva despersonalización del periódico y el editorial, con su paso del punto de vista de la primera persona singular a la primera persona del plural, es decir, del 'yo' del director y redactor al 'nosotros' del colectivo de la redacción o la empresa entera y con la diferenciación de los distintos textos que componen el periódico. La columna, un género en un principio análogo al editorial, surge cuando éste pierde su carácter personal, y se define precisamente por ser un texto firmado por una persona, como antes el editorial.

Eduardo González Blanco, en su *Historia del Periodismo*, publicada en 1919, ha escrito que, en efecto, el periódico del siglo XIX era la voz de su director. El nuevo siglo, sin embargo, con el desarrollo tecnológico y la organización del trabajo periodístico, trae consigo la creación de la empresa periodística. Con el nacimiento de la empresa capitalista en el mundo del periodismo surge la necesidad, pues, de diferenciar las distintas voces: la de la propia empresa, a través del editorial, y la de los periodistas o colaboradores, a través de los géneros de opinión como el artículo o la columna.

De cualquier manera, ha sido a partir de los últimos cuarenta años cuando en España el género se ha vestido de todas las posibilidades narrativas con que hoy cuenta y se ha diferenciado más o menos claramente de otros géneros aledaños. Y más especialmente con César González-Ruano quien definitivamente influye en la columna tal y como hoy la entendemos. Es él quien sienta las bases del género en su aspecto más personal: en la presencia del "yo" y en el protagonismo del columnista en su propio texto. Así lo explica Francisco Umbral (1994:254):

Este columnismo nuestro, aunque politizado, viene todo él de César, gran fabulador del Yo en tiempos difíciles y colectivistas/franquistas. Sus *Memorias*, en 1950, fueron un inmenso *best-seller* de la época cuando todavía un éxito editorial no se llamaba así, y que

la gente, cansada y anonimizada por Franco, tenía ganas de que alguien le contase algo personal, concreto, el glorioso chisme literario. Nada menos que eso ha representado César en la vida literaria de la larguísima posguerra, hasta su muerte en el 65, pero nadie ha caído en la cuenta ni se ha preocupado en demasía de estudiarlo.

### 6.3. Características propias

La característica principal de la columna es la presencia del “yo” del periodista o del escritor. Este “yo”, en efecto, condiciona temas y fuentes informativas, estilo y estructura. Así lo entiende José María Izquierdo (2006:149), quien asegura que el columnismo de opinión es el género periodístico donde se expresa con mayor relevancia el “yo” del autor y donde se establece en mayor medida una estrecha relación periódica entre éste y su lector habitual.

La columna periodística ofrece una serie de características propias en su presentación que la diferencian con nitidez de otros géneros periodísticos de opinión. Estos elementos paralingüísticos son seis. No obstante, no todos los diarios otorgan estas seis características.

- I) Epígrafe. La columna suele tener un epígrafe que la diferencia de otros géneros periodísticos y también de otras columnas. Recordemos que el epígrafe es un elemento de la titulación periodística que a diferencia del antetítulo no es noticioso y sirve para encuadrar temática o geográficamente el texto periodístico que encabeza. El epígrafe suele tener un tratamiento tipográfico distinto, suele escribirse en mayúscula y nunca sobrepasa la línea de composición. Francisco Umbral, por ejemplo, publicaba diariamente en *El Mundo* una columna que aparecía con el epígrafe *Los placeres y los días*. En ocasiones el género puede publicarse sin epígrafe como lo hace el diario *El País*.
- II) Lugar fijo. La columna aparece regularmente en el lugar que se le ha destinado dentro de la página, o cuando menos en la misma sección del órgano periodístico. Esta característica de presentación favorece la identificación que llega a establecerse entre lectores y columnistas.
- III) Periodicidad. De acuerdo con los fines y características de cada publicación, las distintas columnas tienen una determinada periodicidad, ya sea diaria, semanal, etcétera.

- IV) Autoría. Las columnas como género específico incluyen comentarios de autor y aparecen firmadas.
- V) Presentación uniforme. Los diarios y las revistas suelen diferenciar la presentación de la columna del resto de los textos que se publican en el mismo medio, pero siempre es igual respecto de sí misma. Siempre tiene la misma extensión, conserva la misma sección y página y el mismo lugar en la página, con el mismo tipo de letra. El título suele ir en cursiva y suele estar separada por recuadros, corondeles o cualquier recurso tipográfico y se extiende a lo largo de una o dos columnas, o bien a través de una falsa columna, o en un faldón de la página.
- VI) Correo electrónico. Cada vez es más común encontrar a columnistas que ponen al final del texto su dirección personal de correo electrónico a disposición de los lectores, a fin de animarlos a expresar sus impresiones sobre lo comentado o bien para sugerir temas para comentarios nuevos.

Con todos estos recursos, el medio persigue que el lector la identifique nada más verla. Además, la coherencia en la presentación de la columna contribuye a reforzar la imagen y credibilidad del columnista, estableciendo una relación de confianza con su audiencia. La regularidad en la publicación y el mantenimiento de un estilo propio permiten que la columna se convierta en una referencia dentro del medio, influyendo en la opinión pública y generando un espacio de debate en torno a los temas que aborda.

#### **6.4. ¿Cómo se escribe la columna?**

A la pregunta de cómo se escribe una columna de opinión se puede responder con una obviedad: se escribe opinando, comentando cosas. Se parte de un hecho que llama la atención al columnista, de acuerdo a la especialidad de la columna, y sobre el cual tiene suficientes antecedentes que le permiten desarrollar una opinión al respecto. De manera general, las columnas de opinión se desarrollan con bastante libertad en cuanto a su estructura, aunque pueda utilizarse como modelo, lo convencional en un artículo de opinión (véase tema 12).

La columna de opinión se escribe en primera persona, dado que el autor se hace cargo de cada una de las apreciaciones que da y se le permite involucrarse en el texto con frases como “yo creo”, “mis ideas”, etcétera.

### **6.5. Lenguaje y estilo de la columna**

Natividad Abril Vargas (1999:174), expone que el periodismo de opinión en general, y de manera especial en el columnismo, más que el tema importa la visión personal del columnista, el enfoque que da a los acontecimientos más o menos recientes. Francisco Umbral también comparte esta postura y puntualiza que lo más importante no es tanto el tema sino el tratamiento del mismo.

El estilo del columnista es libre e informal. No ocurre lo mismo con el editorial cuyos autores siempre están sometidos en su escritura a cierta solemnidad. El columnista puede elegir el tono, la perspectiva y la seriedad con la que piensa dirigirse a sus lectores. De hecho, no es raro que hagan uso frecuente de la ironía. Este estilo es lo que les permite establecer una fuerte identificación con el lector. En cuanto al lenguaje, éste dependerá exclusivamente del columnista, del estilo de su columna y del tema que trate. Sin embargo, existen algunos parámetros básicos que pueden ayudar a hacer más atractiva una columna:

- Usar un lenguaje sencillo. Un lenguaje sencillo es aquel que entiende todo el mundo. Es simple y llanamente llamar las cosas por su nombre, eligiendo la palabra más apropiada.
- Escoger temas relevantes. La columna tendrá mucha mejor acogida si se trata de un tema que la comunidad ya conoce, pero que el columnista aborda desde un nuevo enfoque que no ha sido cubierto o simplemente realiza un análisis con cierta emoción.
- Utilizar un poco de humor. La gente suele leer las columnas ya que esperamos que sean de humor e inesperada. Si los lectores se ríen, incluso aun leyendo una columna de opinión política, el columnista se comenzará a hacer un nombre y los lectores esperarán su próximo artículo. El humor debe ser sutil, y quizás sobre la base de eventos locales que el público conoce.
- Usar un tono personal. El estilo de la columna no debe ser impersonal como el de un editorial, sino que por el contrario se cultiva el tono familiar, cómplice con los lectores, como si el columnista se dirigiera a un grupo de amigos.

### **6.6. Modalidades**

En 1974 Fraser Bond, en su obra Introducción al periodismo, establece ocho tipos de columnas, aunque es cierto que muchas de ellas ya no se utilizan en nuestros días. La

clasificación que propone no tiene en cuenta las distintas estructuras que puede adoptar el género, siendo ésta tan variada como la creatividad del columnista. En 1988, Esteban Morán Torres establece su propia tipología del género, basada, más que en su estilo y estructura o en la visión personal del columnista, en su función y especialidad.

Un año más tarde, en 1989, Héctor Borrat publica *El periódico, actor político*, obra en la que expone que la estrategia del medio puede utilizar dos tipos de columnas: las de temario especial y las de temario general. Entra las primeras, destaca las columnas políticas y para las segundas se busca al periodista estilísticamente mejor dotado. En 1993 Martínez Albertos (1993:385), reconoce el impulso emergente de la columna periodística, que no duda en dividir en columna de análisis y columna personal. De la primera, dice que es una fórmula expresiva que se cultiva exclusivamente en los diarios y en una particular clase de revistas que son los semanarios de noticias. De la segunda, afirma que es un subgénero periodístico de la máxima polivalencia, que va bien en los periódicos diarios, para los suplementos de fin de semana, para las revistas de toda clase, incluso que tiene cierta acogida en la radio.

López Hidalgo (1996:153-154), suma dos nuevos modelos no mencionados hasta el momento. El primero sería la columna de aforismos, muy cultivada en la década de los 90 por Rafael Sánchez Ferlosio en la última página del diario *El País*. El segundo modelo es una innovación del diario *El Mundo* que impulsó en los años 90 pero que una década después abandonó. Entonces, las columnas de autores se extendían a lo largo de dos columnas de texto. Encabezadas por el epígrafe y el título e ilustradas con una fotografía de autores, la parte inferior del texto venía rematada con una especie de despiece, con título engatillado, y el texto se extendía al mismo ancho de dos columnas pero volcado sobre una falsa columna y abierto en bandera a la derecha.

Por su parte, Abril Vargas (1996: 177-179), señala que, atendiendo a la temática tan diversa y rica que puede tratar una columna, ésta puede ser muy variada (política, de sociedad, de espectáculos, de deportes, etcétera), pero los manuales de periodismo de opinión citan otros tres tipos de columnas que no atienden a esta clasificación temática: columna personal, columna literaria y columna de humor. Esta autora arguye que tanto el humor, como el carácter literario y el personal, son características propias del columnismo en general.

González Reyna (1999:94-95) refiriéndose al contenido entiende que el género aborda los más variados temas, como consecuencia podemos hablar de columnas de política, de cine, de televisión, entre otras. Esta autora prefiere elaborar su propia clasificación:

- La columna de opinión. Por su forma y tono serio, se asemeja a un artículo editorial. No obstante, los juicios que en ella se expresan son responsabilidad del columnista. A veces, estas columnas se publican sin firma, de manera que sólo el carácter personal de los comentarios la diferencian del editorial.
- La columna de información. Predomina la información sobre el comentario o bien éste se infiere por el modo en que el columnista trata la información.
- La columna humorística. Su temática es diversa y los comentarios se caracterizan por la ironía. Por esta razón se escriben con el propósito de divertir o entretener a los lectores.
- La columna de personalidades. El columnista se ocupa de todas las personalidades de la comunidad que destacan en algún momento o por algún motivo y cuya actividad puede resultar interesante para los lectores.
- La columna 'revoltillo'. Está formada por una gran variedad de temas e incluye materiales diversos. Esta modalidad admite muchas combinaciones.

Todas estas clasificaciones presentan básicamente dos problemas. En primer lugar, al ser esencialmente temáticas, no acotan, sino que se extienden en tantos asuntos como pueden ser tratados en el columnismo. En segundo lugar, las columnas de política o de sociedad no son contradictorias con el ensayismo o con el artículo de humor. En todo caso, el problema radica en qué tipología de géneros periodísticos debemos incluir un género inclasificable como es la columna.

En suma, podremos concluir que las tipologías del género pueden ser infinitas, y atendiendo a su temática, su funcionalidad, su estilo o su estructura, se podrán diseñar múltiples clasificaciones. Desde este punto de vista, cada investigador elaborará su propia tipología para adaptarla al estudio concreto de un autor, a fin de obtener unos resultados coherentes y reales según la obra investigada.

## 6.7. Referencias

### 6.7.1. Lectura recomendada

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

### 6.7.2. Referencias utilizadas

ABRIL VARGAS, Natividad (1999). *Periodismo de opinión*. Síntesis. Madrid.

BOND, Fraser (1974). *Introducción al periodismo*. Limusa, México.

GONZÁLEZ REYNA S. (1999). *Géneros periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso*. Trillas, México.

GROHMANN, Alexis (2005). *La escritura impertinente*. Ínsula, Madrid.

IZQUIERDO, José María (2006). “La geometría del deseo. El columnismo de Manuel Vázquez Montalbán” en GROHMANN, A. y STEENMEIJER, m. (ed), *El columnismo de escritores españoles (1975-2005)*. Verbum, Madrid.

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (2012). *La columna. Periodismo y literatura en un género plural*. Comunicación Social, Sevilla.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1993). *Redacción periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita*. ATE, Barcelona.

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa y CASALS CARRO, María Jesús (2000). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Fragua. Madrid.

UMBRAL, Francisco (1994). *Las palabras de la tribu*. Planeta, Barcelona.



