PRINCIPALES SUBGÉNEROS PERIODÍSTICOS (INFORMACIÓN, OPINIÓN Y MIXTOS)

El periodismo no solo informa sobre la realidad, también la interpreta. Por ello, los textos periodísticos se suelen clasificar en subgéneros informativos, de opinión y mixtos, según predomine en ellos la función de informar o la de opinar e interpretar.

SUBGÉNEROS INFORMATIVOS

Se caracterizan porque transmiten información de manera objetiva sobre acontecimientos de actualidad. En ellos predominan la narración y la descripción como formas de elocución**.** Suelen tener una estructura anticlimática o de pirámide invertida**.**

1.- NOTICIA*:* Es la información objetiva de un hecho marcado por la actualidad, la novedad y el interés. Debe ser breve, concisa, clara, objetiva e impersonal. Su contenido es variado: carácter político, económico, social, cultural, deportivo, etc.

Un hecho se convierte en noticia cuando interesa a un gran número de personas, es actual y no habitual, además de reunir otros aspectos, como la emoción, el conflicto, la utilidad, la personalidad del protagonista, etc.

ESTRUCTURA DE LA NOTICIA. En la noticia el interés va decreciendo a medida que se va desarrollando, por eso lo más importante aparece al principio. Se suele decir que tiene forma de pirámide invertida. Con esta estructura se consigue que el lector pueda conocer los hechos esenciales tan solo leyendo el titular y la entrada, y que los editores tengan la posibilidad de cortar los párrafos finales en caso de existir problemas de espacio. El texto de una noticia periodística se compone de los siguientes elementos:

- **Titulares** (*antetítulo* -opcional-, *titular*, *subtítulo* -también opcional-) Recogen la información esencial. Destacan por una tipografía especial (letra más grande y en negrilla, por ejemplo.
- **Lead,** o **entrada**: Un párrafo de información esencial: se debería responder a las preguntas ¿**qué**?, ¿**quién**?,¿**cuándo**?, ¿**cómo**?, ¿**dónde**?, ¿**por qué**?, aunque no siempre se responden todas.
- **Cuerpo**: Variable número de párrafos de interés decreciente. En él se desarrolla con más detalle la información que suele incluir los antecedentes de los hechos narrados, las consecuencias de lo ocurrido y las reacciones verbales que suscitan los sucesos. Los comentarios de los implicados o de otros personajes relevantes aparecen en estilo indirecto o en estilo directo entrecomillado.

2.- REPORTAJE

Es un relato periodístico extenso en el que un reportero profundiza sobre algún tema relevante para la sociedad, aunque no necesariamente reciente, recogiendo sobre el terreno datos, testimonios, declaraciones de expertos e impresiones. Aborda

temas muy variados y suele ir acompañado de fotografías, gráficos, etc. que facilitan la comprensión. Se caracteriza por aportar una información rigurosa, completa y profunda sobre el tema tratado. En la estructura destaca el **título**, seguido del **desarrollo** que incluye la entrada, que suele incorporar algún aspecto llamativo para captar la atención del espectador y el párrafo final que recoge las conclusiones del tema tratado o comentarios que inviten a la reflexión. Siempre aparece firmado, se busca la objetividad informativa**,** pero humanizada. En el reportaje el emisor se convierte en un testigo de los hechos.

3.- ENTREVISTA

Hay dos tipos: la **informativa (o de declaraciones)**, realizada por alguna persona especialista en un tema de interés o de actualidad y cuyo objetivo es informar sobre ese tema. Y la de **personalidad (o de perfil)**, cuyo interés se centra en el personaje mismo. En éstas las declaraciones del entrevistado (entrecomilladas o con rayas) se alternan con su descripción, sus datos biográficos y con los comentarios o explicaciones del periodista. Suelen estar estructuradas en dos partes: **presentación** y **desarrollo**. Va encabezado por un **título**. En la presentación se indica la importancia o actualidad del tema. El desarrollo está formado por un diálogo organizado en preguntas y respuestas. A veces el redactor intercala observaciones.

El lenguaje del **estilo informativo** se caracteriza por:

NIVEL MORFOSINTÁCTICO

- Precisión.

• S.N. amplios: S. Preposicionales, adjetivos especificativos y aposiciones: objetividad.
• Nombres propios: antropónimos y topónimos.
• Abundancia del presente de indicativo.
• Empleo de voz pasiva.
• Estilo directo.
• Oraciones sencillas con aclaraciones y precisiones (oraciones simples y compuestas por coordinación).
• Incorrecciones gramaticales: en base a, a nivel de, el tema a destacar...

-**Objetividad** demostrable con el uso de la 3ª persona gramatical, adjetivos especificativos, datos comprobables, el valor denotativo de las palabras. Se emplea también las oraciones impersonales, las pasivas reflejas y las pasivas perifrásticas.

-**Captación de la atención** mediante el lenguaje de los titulares (se usan muchos procedimientos retóricos para llamar la atención, frases hechas e incluso la subjetividad) y la organización del contenido.

NIVEL SEMÁNTICO

-**Objetividad:** Lenguaje denotativo.

- **Claridad:** La lengua debe adaptarse a un nivel medio y huir del uso literario y vulgar.

-**Concisión:** Palabras justas, sin rodeos.

- **Corrección lingüística:** Obligación de ajustarse a las normas de la lengua española.

-**Frecuentes incorrecciones:** Abundancia de neologismos: extranjerismos, calcos, siglas, acrónimos, eufemismos.

-**Uso abusivo de recursos literarios**: metáfora, metonimia, personificación, hipérbole.

-**Tecnicismos que dificultan la comprensión.**

-Connotación.

SUBGÉNEROS DE OPINIÓN

Los textos periodísticos de opinión son aquéllos en los que se analizan e interpretan cuestiones de actualidad. Tienen carácter subjetivo, es decir, incluyen juicios y valoraciones. Presentan una disposición estructural libre. No obstante, externamente se organizan en párrafos- de número variable- que se organizan en tres partes: **introducción** (parte expositiva: hechos de actualidad origen de la noticia, datos...), **desarrollo** (argumentos, juicios de valor, opiniones...), **conclusión** que cierra el artículo de opinión. Son textos que utilizan como modo del discurso o formas de elocución la exposición y la argumentación. Intentan persuadir al receptor por lo que suele aparecer la función apelativa de forma explícita o implícita.

1.- EL EDITORIAL

Supone una reflexión ponderada de un tema de actualidad del cual se exponen las distintas facetas y se ofrecen posibles soluciones que condicionen la opinión pública. Por un lado, la trascendencia de esta función hace que el tono que en él se adopte sea ponderado y, hasta cierto punto, se busque una apariencia de objetividad. La seriedad de la presentación invita al lector a la reflexión. El editorial no aparece firmado y se valoran en él los hechos con una finalidad muy definida: la creación de un estado de opinión consecuente con la línea ideológica del periódico. Por consiguiente, representa la opinión del periódico, en tanto empresa, acerca de algún tema o noticia de actualidad.

La estructura interna debe ser lógica: planteamiento del tema, exposición y análisis argumental, conclusiones y sugerencias o soluciones posibles al problema.

2.- ARTÍCULO

Aparece firmado por un autor que se hace responsable de sus valoraciones, las cuales no tienen por qué coincidir plenamente con las del periódico. El autor no pertenece al equipo de redacción, suele ser una persona de relevancia intelectual, normalmente experto en la materia al que el periódico ofrece un espacio para que transmita al público su opinión personal, sobre algún tema importante. El tema, la estructura y el estilo son totalmente personales. Tiene carácter expositivo-argumentativo, ya que el autor defiende su opinión por medio de razones o argumentos, y pretende influir en los lectores.

Responde a las estructuras y al lenguaje subjetivo y literario del ensayo, teniendo únicamente como nota distintiva la mayor brevedad y actualidad, ya que suele referirse a acontecimientos recientes.

Me gustó más el libro

Análisis

ALBERTO OLMOS

Yo no leo. No leo nada. De hecho, no estoy al corriente de las novelas que se publican hoy en día, ni de los autores que importan. Mi desconocimiento de la literatura llega a tal punto que nunca me acuerdo del nombre de pila de Ruiz Zafón. ¿Ignacio, Daniel? Soy un completo iletrado, o al menos eso debería afirmar al conocer cuáles son los gustos de lectura, tan extraterrestres para mí.

No he leído ninguna de las novelas que casi todo el mundo ha leído. Ni siquiera he hojeado ni una sola de las obras citadas en masa por los encuestados. Sin embargo, reconozco que leo. En concreto, cerca de 100 novelas al año, una cada cuatro días.

¿Por qué yo (y muchos lectores) no estáis en este sondeo? Supongo que por lo mismo por lo que los lectores no aparecen en los sondeos sobre películas: porque no tienen nada que ver. Billie Wilder, preguntado por la película *Mein Kampf*, dijo: "Me gustó más el libro". A mí (y a muchos lectores) nos pasa lo mismo: nos gustan más los libros que... esto.

¿Qué es esto? Esto son libros que quieren ser películas; son películas puestas por escrito como si ponen por escrito el padrón municipal. Letras son, sí, y se pueden leer, pero apenas son literatura.

¿Por qué no me congratulo de que al menos la gente lea? Porque estoy harto de que la gente lea siempre la misma cosa; porque estoy harto de que sólo se hable de libros que venden millones de ejemplares y no de libros que rompen al lector en dos, y lo cambian, y lo mejoran. Porque la literatura es maravillosa y poner números, porcentajes, éxito a su lado es desfigurarla y convertirla en producto. Porque hay cientos de escritores hoy geniales, que en su día no obtuvieron el menor beneficio de sus obras, y que trabajaron en los peores puestos imaginables, y escribieron de noche, y escribieron con hambre, y escribieron con sangre, y dignificaron la palabra. Y hoy se habla tanto de Ken Follett como de William Faulkner.

Pero Ken Follett no va a decir nada que importe dentro de cien años.

Lo más triste de "lo que le gusta a la gente y lo que la gente lee" es que no refleja realmente lo que le gusta a la gente, ni mucho menos lo que la gente lee. Si así fuera, unos cuantos ejecutivos editoriales serían genios; y no lo son. Quiero decir que *El niño con el pijama de rayas* ya era un best-seller antes de vender un solo ejemplar, del mismo modo que la película de moda y el disco de moda están de moda antes de que nadie hable de ellos. Si la industria editorial quisiera, un libro completamente en blanco sería un best-seller. La gente compra (y no lee) el libro que hay que comprar. Eso es todo.

Lo halagüeño de este estudio es que parece que hay millones de lectores (uno al menos por cada ejemplar vendido de *La catedral del mar*). No los hay. En España leen unos cuantos miles de personas, y a buen seguro un trabajo de campo en las bibliotecas sería más indicativo de lo que la gente lee que uno hecho en las librerías. El lector de librería es el lector-consumo, lector masivo. El lector de biblioteca es el lector solitario, ese que cuando le dicen que la vida es maravillosa, responde: "Sí, pero me gustó más el libro".

Artículo de opinión.

Entre sus modalidades destaca el **artículo de fondo,** de una cierta extensión, que aparece como una colaboración esporádica de una persona de especial relevancia en una materia de cierto interés o de mucha actualidad.

3.- COLUMNA. Mantiene los mismos rasgos generales del artículo del cual se distingue por su brevedad y su carácter periódico. Recibe este nombre por su forma de presentación alargada. Se trata de un comentario personal que dispone de una sección fija firmada por un colaborador habitual. Los columnistas casi siempre son escritores o personas vinculadas al mundo cultural que opinan sobre cualquier asunto del que no tienen por qué ser expertos. Su libertad es total, tanto en el tema como en la forma.

4.- CARTA AL DIRECTOR. Recoge la opinión de los lectores particulares. Es breve y puede tratar diferentes temas: experiencias personales, denuncias, reflexiones sobre hechos de actualidad, réplicas a informaciones aparecidas en el periódico, etc. Su inclusión depende de la voluntad del director del periódico.

El lenguaje del **estilo de opinión** se caracteriza por:

- **Subjetividad**: presencia del autor en el escrito (pronombres personales, empleo de la primera persona; posesivos, adjetivos, adverbios y construcciones valorativas, léxico connotativo y procedimientos propios de la literatura).
- **Intención analítica**: predominio de la argumentación. Recursos: reiteración léxica y semántica, abundancia de oraciones subordinadas. Empleo de conectores consecutivos, contrargumentativos, reformuladores, marcadores argumentativos, etc.
- **Presión ideológica**. Para formar la opinión del receptor utilizan argumentos variados, contraargumentos, formulaciones hiperbólicas y retóricas, empleo de recursos literarios, etc.
- **Referencias al receptor**.

Subgéneros mixtos de información e interpretación:

Son aquéllos en los que la información se mezcla con la opinión. Destacan:

1.- Crónica. Es la interpretación subjetiva de unos hechos ocurridos en un día (aunque se suelen buscar antecedentes y consecuencias), que el periodista valora e interpreta. El hecho es contado desde el lugar en el que se produce y desde un enfoque cronológico. La presencia del periodista y la secuencia temporal la separan del reportaje; la valoración la separa de la simple noticia; la función informativa sobre un hecho la separa del artículo de opinión, donde la noticia sobre un hecho no tiene por qué formar parte del texto o sólo es el pretexto para que el autor emita su opinión. Puede estar elaborada por un corresponsal destacado en un país extranjero, o por los enviados especiales a acontecimientos sociales o políticos. Destacan las crónicas de conflictos bélicos, taurinas, deportivas y cinematográficas.

2.- Crítica. Analiza y enjuicia una obra artística o cultural e incluye información sobre la misma. Es una reseña valorativa de una obra literaria, artística, de una representación o de un espectáculo.

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

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

RASGOS LINGÜÍSTICOS ESPECÍFICOS DE LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS

<table>
<tr><td colspan="2">Erratas, incorrecciones y expresiones inadecuadas. Las más frecuentes son.</td></tr>
<tr><td>§ Formas impropias en el uso del léxico: visionar por ver, agrede por ataca, priorizar por dar prioridad.

§ Uso inadecuado y excesivo de neologismos, extranjerismos y barbarismos: light, leasing, holding, apartheid, el tema a tratar, personación por acto de presencia...

§ Eufemismos: Agentes sociales por sindicatos, representantes del pueblo por políticos...</td><td>§ Generalizaciones: de fuentes bien informadas, toda la prensa recoge la información

§ Creación de términos nuevos mediante la afijación y composición: inculpación, euroescéptico, -, telebasura...

§ Uso excesivo de Siglas y Acrónimos -a veces sin explicar su contenido- IVA, PRISA; AIRTEL, FENOSA, REPSOL...</td></tr>
<tr><td colspan="2">RASGOS MORFOSINTÁCTICOS.-</td></tr>
<tr><td>§ Propensión al alargamiento de las oraciones mediante diferentes mecanismos: perífrasis, aposiciones, incisos, frases</td><td>§ Empleo de barbarismos, sobre todo, anglicismos y galicismos: A + infinitivo en función de adyacente de un sustantivo: tareas</td></tr>
</table>

explicativas, locuciones adverbiales, preposicionales y conjuntivas. § **Abundancia de la voz pasiva**. § **Tendencia a colocar el sujeto al final**. § **Mezcla del estilo directo e indirecto**.	*a cumplir*. § **Perífrasis estar + siendo + participio**: *están siendo analizadas las propuestas*. § **Supresión de preposiciones**: *Administración Bush*. § **Condicional con valor de posibilidad**: *Los sindicatos habrían manifestado su disposición*.
RASGOS RETÓRICOS.- En los textos periodísticos es frecuente encontrar todo tipo de figuras retóricas. Las más corrientes son:	
§ **Metáforas**: *La guerra de los cargos públicos, la cumbre sobre el empleo*. § **Metonimias**: *California prohíbe fumar en los bares*.	§ **Personificaciones**: *El buen comportamiento de los precios*. § **Hipérboles**: *Toda España se volcó con la Selección*.