REDACCION Y ESTILO PERIODISTICO

Apuntes Prácticos

Lic. Lucía Lemos

Redacción y Estilo Periodístico
Colección MONOGRAFIAS CIESPAL
Volumen No. 10

ISBN-9978-55-004-6

Primera Edición, Marzo de 1992

Edición y Supervisión: Departamento de Publicaciones
Diseño: Martha Rodríguez
Impresión: Editorial Quipus
Quito - Ecuador

CONTENIDO

Presentación

Esta serie bibliográfica instituída por CIESPAL en julio de 1983 tiene el propósito de ofrecer a los lectores trabajos selectos en el campo de la comunicación, y que no pudiendo insertarse en la colección INTIYAN a causa de su corta extensión, constituyen, por lo sobresaliente de sus contenidos, aporte invalorable para divulgar conceptos, métodos o normas que encaminen acertadamente las tareas consultivas o contribuyan a profundizar los alcances de la enseñanza.

Es así que para satisfacer, en este caso, requerimientos constantes de periodistas en ejercicio y de estudiantes que operan dentro o alrededor de la

comunicación social, se incorpora a la Serie MONOGRAFIA CIESPAL el manual titulado Redacción y Estilo Periodístico.

Las indicaciones que constan en éste son formuladas por la periodista Lucía Lemos, a base de sus experiencias docentes y de su vocación caracterizada por una permanente defensa del correcto uso del idioma, que identifica a la autora con las que en sus correspondientes épocas realizaron, en forma sobresaliente, sus antecesores, el gramático ecuatoriano don Gustavo Lemos, de la Real Academia de la Lengua y el Profesor de Castellano, Luis Lemos Guerrero.

Nelson Dávila V.

INTRODUCCION

A lo largo de mis años de docencia de Teoría y Práctica de la Comunicación en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador y como instructora de CIESPAL para cursos de redacción y estilo organizados por gremios y universidades, me di cuenta que los periodistas nos olvidamos frecuentemente de reglas básicas, tanto de estilo como gramaticales Por eso, me puse a revisar algunas obras sobre el tema, las mismas que constan en la bibliografía, y otras más, para sacar lo más importante y darlo en forma de manual, para ayuda de quienes nos dedicamos a la labor de escribir.

Lucía Lemos

EL ESTILO

¿QUE ES EL ESTILO?

Actualmente estilo significa:

a) modo, manera, forma;

b) uso, práctica, costumbre, moda;

c) manera de escribir o de hablar, no en cuanto a las cualidades esenciales y permanentes del lenguaje, sino a lo accidental, variable y característico del modo de formar, combinar y enlazar las frases, las oraciones y los períodos para expresar los conceptos;

d) conjunto de procedimientos con que un escritor se apropia, con fines expresivos, de los recursos que le ofrece la lengua: es un acto selectivo

sobre el material linguístico, para obtener determinados efectos;

e) conjunto de rasgos comunes -o "espíritu colectivo" de la literatura de cada época, al mismo tiempo que de su pensamiento, arte, política, economía y ciencia.

Lope de Vega expresó que el estilo es un "compuesto del genio natural, del arte y del estudio" Es decir, es instinto y trabajo.

El estilo es la suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales.

El conjunto de rasgos, ideas y expresión propios de una época, un género o una persona.

Noam Chomsky formuló a mediados de este siglo una distinción clásica en el campo de la linguística teórica: la oposición entre competencia y actuación.

En nuestro ámbito, dicha distinción tiene una correlación muy precisa, que ha sido planteada por Krashen (1984). Según él, la competencia es el código escrito, es el conjunto de conocimientos de gramática y de lengua que tienen los autores en la memoria; y la actuación es la composición del texto, es el conjunto de estrategias comunicativas que utilizan los autores para producir un escrito. La competencia es el **saber** y la actuación es el **saber hacer**

Para componer un texto comunicativo el autor debe dominar un variado conjunto de estrategias, que le permitan aplicar los conocimientos del código, generales y abstractos, en cada situación concreta.

Primeramente, tiene que ser consciente del contexto comunicativo en el que actuará el texto: tiene que pensar cómo serán los lectores, cuándo leerán el escrito, dónde, qué saben del tema en cuestión, etc. Luego debe ser capaz de generar y ordenar ideas sobre este tema para planificar la estructura global del texto. Además, para alcanzar la versión definitiva del escrito deberá redactar varios borradores y los tendrá que revisar y corregir más de una vez. Para hacer esto tiene que estar acostumbrado a releer y a repasar cada fragmento que escribe.

Resumiendo, el autor debe desarrollar un buen proceso de composición que le permita producir textos con los signos y reglas del código escrito.

CLASES DE ESTILO

Existen cuatro clases de estilo: literario, retórico, comercial o administrativo y periodístico.

En el estilo literario se incluyen la novela, el cuento, el relato y la poesía.

"Era más niño aún cuando empezaron a hablarle de la abuela. Tanto, que ya no se acuerda

de la primera vez ni de por qué ni cómo. Ella existe, pero no la ve. Es como el sol, que en esas mañanas verdes y azules, y cuando se tiende bocarriba junto al agua corriente, no se deja ver porque la luz es tanta, huy, es tanta, que no hay cómo abrir los ojos. Ese poniente que lo espera es el mismo que ilumina a la abuela en pleno mediodía. Un tropezón, una caída, un rudo golpe en el lomo de una oveja, y él acecha, pequeño espía, en el aire, a ver si la abuela desciende; la abuela: esa paloma irradiante, o virgen hermosa de exvotos, o rosado y mofletudo arcángel alado que blande la espada sobre él"

(Cuento "La Abuela" Vladimiro Rivas Iturralde).

"Te recuerdo como eras en el último otoño.

Eras la boina gris y el corazón en calma.

En tus ojos peleaban las llamas del crespúsculo.

Y las hojas caían en el agua de tu alma"

(Poema "Te recuerdo como eras. " Pablo Neruda).

El estilo retórico, utilizado por los oradores, políticos, predicadores.

"En realidad ésta es y así lo sentimos, una conmemoración de compañeros. Todos los que en diferentes niveles servimos o tenemos la obligación de servir al pueblo ecuatoriano, nos sentimos juntos, nos sentimos felices de haber cumplido un nuevo aniversario de la organización que a todos aglutina y a todos dirige. Esta es la razón de la

presencia de los señores ministros y demás funcionarios, y desde luego, la mía.

Como dijo el señor Presidente de CONASEP, los servidores públicos somos todos, comenzando por el Presidente de la República y concluyendo con todos los integrantes de esta organización..."

(Dr. Blasco Peñaherrera Padilla. Intervención en la Sesión Solemne por el Día del Servidor Público. Quito, 10 de abril, 1985.)

El estilo comercial o administrativo utilizado en las dependencias de la administración pública y privada.

"En atención a su atenta comunicación del 15 de enero en curso, cumplo con remitirle junto a la presente, algunas de las publicaciones que se han realizado en este ministerio..."

El estilo periodístico, que es el que manejamos los periodistas y comunicadores sociales y del que se tratará en este trabajo.

No hay un solo estilo periodístico, sino tres, perfectamente delimitados entre sí: el estilo informativo, el estilo editorializante o de opinión y el estilo ameno.

Tres tentanciones acechan al periodista:

La de literarizar su estilo,

La de emplear un estilo administrativo,

La de emplear vulgarismos.

Aquel que se disponga a escribir para un medio de comunicación masivo tiene, ante todo, que cuidar de hacer la recepción interesante y atractiva. Se debe interesar al perceptor por medio de textos cautivadores. Dicho de otra manera, el objetivo del estilo periodístico es "captar la atención del perceptor", interesarle en la lectura, retenerlo por la eficiencia de la forma y no soltarlo hasta que esté dicho lo que había que decir.

Antes de comenzar a redactar es necesario tener una idea muy clara de lo que se desea decir. No podemos esperar a estar ya escribiendo para ponernos a pensar, si es que deseamos producir una redacción clara y ordenada, en que las ideas no se entremezclen ni se sucedan sin ton ni son, sino en la que cada frase tenga un sentido y se integre a las demás para dar sentido a la totalidad.

Según Hernán Rodríguez Castelo, un periodismo de gran nivel debe atender a los tres momentos de la elaboración de un texto según la retórica tradicional, trabajando en cada uno de ellos con gran calidad.

Búsqueda de materiales.- Minuciosidad en la búsqueda de la información, atendiendo a sus causas, implicaciones, proyecciones, circunstancias.

Es necesario que el periodista conozca el tema de la noticia, busque todos los detalles, entreviste a muchas personas, haga acopio de material.

Disposición o construcción de los materiales seleccionados; construcción con método, de acuerdo con las reglas aconsejadas para el texto informativo, usando el esquema más conveniente.

Una vez que ha hecho un buen trabajo de búsqueda, debe organizar sus materiales. Debe armar bien la noticia. Construir para provocar el interés, para sostenerlo y llevarlo hasta el efecto final.

Realización verbal de esa construcción; composición óptima de un texto, que cumpla las exigencias básicas.

- corrección gramatical.
- propiedad léxica.
- economía de medios.

y tratar de lograr otras calidades estimables en periodismo: vitalidad y color.

Además de las exigencias propias de la gramática castellana debe cumplir con las características propias de la redacción periodística.

CARACTERISTICAS DEL ESTILO INFORMATIVO

Qué es lo que público busca:

- enterarse de las cosas,
- enterarse rápidamente,
- enterarse con exactitud,
- enterarse de modo interesante.

Para la necesidad de enterarse de las **cosas**: **claridad**.

Para la necesidad de enterarse rápidamente: **concisión**.

Para la necesidad de enterarse de modo interesante: **vitalidad**.

El lenguaje periodístico es un lenguaje no literal próximo a la lengua coloquial culta, en lo que se refiere a respetar las reglas gramaticales. Sin embargo, debe cumplir ciertos requisitos esenciales como la sencillez, la exactitud, la claridad y la brevedad.

Claridad comunicativa

La claridad es la primera condición de la prosa periodística. La claridad nace del inteligente equilibrio entre la frase corta y la construcción sintáctica

con predominio verbal, esencialmente mediante la forma activa de los verbos y en tiempo indicativo.

Deben emplearse palabras conocidas, en lugar de palabras largas y poco comunes. Cuando se emplean palabras raras es necesario explicar al receptor su significado.

Es aconsejable indicar el lugar en que se encuentran los puntos geográficos que se mencionan.

La concisión del estilo informativo se consigue con una expresión reposada y objetiva, pero vigorosa, de los hechos. Para ello hay que dejar que éstos hablan por sí solos, la fuerza de la realidad hace que el párrafo más sencillo alcance virtud superlativa. Pero nunca se puede lograr tal eficacia con la abundancia de las palabras. No es el número, sino la elección cuidadosa y certera de los vocablos lo que comunica realismo y vida al texto informativo. La concisión actúa de modo especialmente penetrante cuando las frases son ágiles, tanto en sus relaciones internas como en las externas, ya estén íntimamente trabadas o impetuosamente opuestas unas a otras.

En el lenguaje periodístico es normal el predominio de sintagmas nominales pra conseguir frases cortas. En castellano, el período aconsejable es de 30 a 36 sílabas por frase. Se deben emplear oraciones relativamente cortas y sencillas y dividir el relato en párrafos separados, dentro

de los posible, pues es necesario conservar la unidad y la coherencia del relato. Los párrafos pueden ser de una, dos o tres oraciones.

La concisión no significa estilo lacónico, ultra-condensado, pero se debe evitar la verborrea, la redundancia.

Captación del receptor: La estructura peculiar de los relato periodísticos de carácter informativo se explica por la necesidad de cautivar la atención del lector desde las primeras líneas del texto

Hay periodistas a los que se lee más de una ocasión no tanto por lo que dicen, sino por cómo dicen.

Lenguaje de producción colectiva: Todos los mensajes de la comunicación colectiva son obra de diferentes co-autores, unos con mayor responsabilidad que otros en el resultado final que se brinda a los receptores.

En el estilo informativo no debe darse el punto de vista personal salvo cuando el caso lo amerite, pero no empleando los pronombres "yo" o "nosotros" El estilo informativo se desarrolla mejor narrado en tercera persona.

Lenguaje mixto: la pluralidad de códigos concurrentes hace que los diferentes lenguajes se condicionen entre sí. El código rector -el lenguaje

articulado en representación escrita- también sufre a su vez el influjo de los códigos menores.

El estilo informativo difiere esencialmente de cualquier otra composición literaria, además, y de manera muy especial, en cuanto a las formas típicas de ordenar y estructurar la narración o exposición noticiosa.

Los autores coinciden en reconocer tres métodos fundamentales de organizar u ordenar los elementos de una narración:

- **cronológico** que sigue un orden de tiempo;
- **pirámide invertida**, que sigue un orden de interés descendente; y,
- **mixto**, que combina los dos métodos antes mencionados.

Cronológico

Es el método más antiguo que se conoce y está prácticamente desechado en el periodismo informativo, salvo tal vez en la crónica que tiene gran parte de periodismo interpretativo o de opinión

Ordena los elementos de la narración de acuerdo con el momento en que sucedió cada uno de ellos. Es la forma típica con la que suele exponerse un cuento o novela, en los cuales el mayor interés o climax es situado, generalmente, al final.

Pirámide invertida

Es el método clásico de ordenar el relato periodístico. Sus principios establecen que los elementos del relato o exposición deben redactarse siguiendo un orden de importancia o interés decreciente: resumir lo más importante del relato al comenzar la información, y exponer, a continuación, el resto de los elementos en el mismo orden en que fueron condensados al inicio.

Los elementos más importantes se ponen en el **lead** o entrada, para luego seguir redactando los demás datos en orden descendente.

Este sistema es el utilizado hasta la actualidad en todos los medios de comunicación, preferentemente en radio y televisión, debido a que se tienen que dar a conocer los hechos en la forma más inmediata posible.

Sin embargo, desde hace algunos años en que los medios de comunicación electrónicos tienen tanta acogida y cada día se desarrollan técnicas más sofisticadas, los medios impresos han optado por incursionar en una nueva forma de dar las informaciones, llamada "periodismo interpretativo" que consiste en analizar los hechos, refiriéndose a los antecentes y consecuencias de un asunto, para dar mayor posibilidad de que los receptores interpreten los hechos y tengan mayores elementos de análisis.

Mixto

Combina los dos métodos anteriores. Su empleo en el periodismo es limitado, aunque en la actualidad se está recurriendo a él con más frecuencia. Consiste en resumir lo más importante y exponerlo al inicio de la narración y luego ir al relato cronológico de los hechos, hasta llegar al final, donde se amplian los tópicos de mayor interés que sirvieron de encabezamiento.

Independientemente del método utilizado para ordenar los elementos del relato noticioso, el periodista debe seguir un orden lógico prestablecido para su elaboración, mediante el cual se enlacen, relacionen y tomen significación propia cada una de las partes de que consta la noticia (**lead** y **cuerpo**) y cada uno de sus párrafos.

Este orden lógico es el que garantiza la unidad y coherencia del relato de principio a fin, sin que al propio tiempo por ello deje de ser o parecer completo en cualquier punto donde se corte.

Los requisitos que se deben tener en cuenta en el estilo informativo son:

Unidad. Cada párrafo debe abordar una sola idea, un solo hecho, la respuesta a una sola pregunta o tópico.

Continuidad. Cada párrafo de la información se organiza en agrupaciones lógicas, junto a otros con los cuales está relacionado.

Autonomía. Los párrafos de la noticia deben ser independientes, autónomos, tener significación por sí solos, por lo cual han de estar generalmente exentos de enlaces gramaticales al comienzo (conjunciones, adverbios de relación, preposiciones, formas verbales, etc) que lo unan al párrafo que le precede o al que le sigue. Es precisamente esta autonomía del llamado párrafo bloque la que permite, entre otras cosas, que el relato pueda ser cortado en cualquier parte sin que pierda significación o deje de seguir siendo completo.

EJERCICIOS

1.- A través de la revisión de uno o varios ejemplares actuales de la prensa diaria, determinar 10 posibles temas que pueden ofrecer nuevos hechos noticiosos dignos de su publicación.

2.- Seleccione uno de los temas del ejercicio anterior y precise sobre él los datos que requeriría para elaborar una noticia. ¿Qué fuente podría ofrecerle esos datos?.

3.- Escoja una noticia publicada en un diario de la ciudad y analice qué tipo de noticia es. ¿Falta algún elemento? Si es así, agréguelo.

GENEROS PERIODISTICOS

LA NOTICIA

Acerca de la noticia se ha escrito mucho en el mundo entero. Ninguna obra de periodismo deja de dedicarle uno o más capítulos.

La noticia es la difusión de un hecho verdadero, inédito y de interés colectivo.

La noticia ciertamente es información, pero información periodística, no información enciclopédica, estrechamente vinculada a la actualidad, con una forma determinada, dentro de un texto específico en el que han hallado su sistematización los elementos constitutivos de los hechos de actualidad o de los acontecimientos recientes que se narran o describen.

En general, las definiciones coinciden en señalar como objeto central de toda noticia un hecho, un

acontecimiento, y subrayan que ha de ser verídico, inédito, comunicable (noticiable o de interés de un grupo), actual e interesante.

En tanto que relato o narración del hecho, la noticia está condicionada por una forma de enfoque específico de la realidad, que queda a cargo del periodista, y a través de él, del medio de comunicación para el que trabaje y a la influencia ideológica de éste.

Entonces, partiendo de la premisa que el hecho es lo primario, se refiere a algo que acontece, que ha ocurrido o que sucederá y es quien aporta a la noticia su condición de ser actual, interesante y noticiable.

El hecho gira alrededor del **qué** del relato y esta es una de las primeras preguntas a las que hay que contestarse.

Las otras preguntas son: **quién, cuándo, dónde, cómo, por qué.**

En relación con la producción de la noticia conviene anotar los elementos fundamentales. Las fuentes informativas desempeñan un papel principal. En el periodismo de investigación se manifiesta más esta circunstancia.

Además se puede apreciar como hay unas fuentes privilegiadas que se consultan prioritariamente. Esto, inevitablemente, va a determinar el sesgo de la noticia.

Estilo interpretativo.- O de solicitud de opinión, se pretende orientar el juicio del receptor, con un cierto grado de intencionalidad proyectada subjetivamente en el mensaje.

El estilo informativo como habíamos visto se caracteriza por su función de síntesis, de brevedad, un estilo apretado, elíptico. Al estilo de opinión, por el contrario, podríamos llamarle un estilo analítico, que acepta la disquisición, la conclusión filosófica, el examen de un hecho visto en su totalidad.

Relatar que el Irak lanza una ofensiva de guerra es una **información** (o noticia directa). Explicar por qué el Irak se comporta así en este momento es una **interpretación**. Decir que toda ofensiva de guerra debe ser categóricamente rechazada, es expresión de una opinión.

En el acto de la expresión de opinión intervienen, además, procesos más complejos que requieren reflexión, memoria y creatividad: seleccionar la información para el texto, planificar su estructura, crear y desarrollar ideas, buscar un lenguaje compartido con el lector, etc.

Dentro de la situación de la comunicación se distinguen dos elementos fundamentales: el problema retórico y el texto escrito.

El problema retórico. Escribir es una actividad retórica. Cuando escribimos es porque queremos conseguir algo. El problema retórico está

formado por todos los elementos de la situación de comunicación: la audiencia, la relación con el autor, los roles del emisor y el receptor, el tema de que se habla, el canal, el código, etc. También incluye los propósitos u objetivos que se marca el autor.

Antes que nada, el autor tiene que analizar y valorar las condiciones y características de los distintos puntos del problema: el perfil de la audiencia (edad, intereses, qué sabe, etc); el tema (difícil, conocido, etc), el tiempo (urgente o no)... El primer paso para elaborar el texto, es el análisis correcto de los aspectos anotados.

El texto escrito se compone de tres procesos mentales de escritura: planificar, redactar y examinar.

Planificar

En el proceso de planificación los escritores se forman una representación mental de las informaciones que contendrá el texto. En algunos casos, una palabra clave puede representar una cadena completa de ideas. Además, no es preciso que sea verbal: puede ser, por ejemplo, una imagen visual.

La elaboración de esta representación contiene tres subprocesos: generar ideas, organizarlas y formular objetivos.

El acto de generar ideas incluye la búsqueda de informaciones o de temas.

El subproceso de organizar ideas se encarga de estructurar las informaciones según las necesidades de la situación de comunicación. Durante la organización, el autor separa las ideas principales de las secundarias, decide el orden en que aparecerán en el texto y, en general, elabora la coherencia del texto.

Al formular objetivos se encarga de la elaboración de los objetivos que dirigirán el proceso de composición.

Redactar

En este proceso el escritor transforma las ideas que tiene en lenguaje visible y comprensible para el lector.

Examinar

Consiste en releer conscientemente todo lo que ha planificado y escrito anteriormente. No solo se examinan las ideas y las frases que se han redactado, sino también todos los planes y objetivos que se han elaborado mentalmente. El examen puede tener distintas finalidades: puede ser un punto de partida para modificar los planes anteriores o para generar nuevas ideas y también puede ser una evaluación o una revisión del texto.

Estrategias

Cuando construimos textos tenemos que dominar muchas habilidades: discriminar las ideas

relevantes de las irrelevantes, estructurarlas en un orden cronológico y comprensible, escoger las palabras adecuadas, conectar las frases entre sí, construir los párrafos, etc.

Las reglas fonéticas y ortográficas, morfo-sintácticas y léxicas que permiten formar oraciones aceptables, solo son una parte del conjunto de conocimientos que domina el usuario de la lengua. La otra parte es la formada por las reglas que permiten elaborar textos: **adecuación, coherencia** y **cohesión**.

Adecuación

Primeramente toda persona puede escoger entre usar su variedad dialectal o el estándar. En segundo lugar, cada situación requiere el uso de un registro particular que está determinado por el tema del que hablamos o escribimos (general o específico), por el canal de comunicación (oral o escrito), por el propósito perseguido (informar o convencer). Si queremos informar a alguien seremos objetivos e imparciales; sin embargo, si lo que pretendemos es convencerle, seremos subjetivos y parciales; y por la relación entre los interlocutores (formal o informal).

Coherencia

Hay ideas relevantes, que son apropiadas para el texto, y otras irrelevantes, que son supérfluas e innecesarias. Cuando hablamos o escribimos

debemos saber discriminar estos dos tipos de ideas.

La coherencia es la propiedad del texto que selecciona la información (relevante/irrelevante) y organiza la estructura comunicativa de una manera determinada (introducción, apartados, conclusiones, etc).

Cohesión

La cohesión es la propiedad del texto que conecta las diferentes frases entre sí mediante las formas de cohesión. Estos mecanismos tienen la función de facilitar la interpretación de cada frase en relación con las demás, y, en definitiva, aseguran la comprensión del significado global del texto. Sin formas de cohesión, el texto sería una lista inconexa de frases y la comunicación tendría grandes posibilidades de fracasar, puesto que el receptor debería conectar las frases por sí solo, sin ninguna indicación del emisor y con un elevado margen de error.

La coherencia es de naturaleza principalmente semántica y trata del significado del texto, de las informaciones que contiene, mientras que la cohesión es una propiedad superficial, de carácter básicamente sintáctico que trata de cómo se relacionan las frases entre sí.

Los escritores competentes suelen ser más conscientes de la audiencia (del lector o lectores a

quienes va destinado el texto) y, durante la composición, dedican más tiempo a pensar en sus características. Planifican la estructura del texto, hacen un esquema, toman notas y piensan un rato en todos estos aspectos antes de empezar a redactar.

Se detienen mientras escriben y releen los fragmentos que ya han redactado. Esta estrategia parece que ayuda al escritor a mantener el sentido global del texto.

En resumen un buen proceso de composición se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Tomar conciencia de la audiencia. Es importante que el autor dedique cierto tiempo a pensar en lo que le quiere decir, en lo que ya sabe, en cómo quiere presentarse a sí mismo, etc.

- Planificar el texto. Es importante hacer un plan o estructura del texto. El autor suele hacerse un esquema mental del texto que escribirá.

- Releer los fragmentos escritos. A medida que redacta, el autor relee los fragmentos que ha escrito para comprobar que se ajustan a lo que quiere decir y también para enlazarlos con los que escribirá después.

- Revisar el texto. Mientras escribe y relee los fragmentos del texto, el autor los revisa y va

introduciéndoles cambios. Estos cambios afectan sobre todo al contenido del texto, al significado.

- Durante la composición el autor también utiliza estrategias de apoyo para solucionar algunas contingencias que se le presentan. En general, suele consultar gramáticas y diccionarios para extraer la información que necesita.

- El autor puede utilizar las habilidades de hacer esquemas y resumir textos para proporcionar mayor comprensión de los lectores.

- Para hacer esquemas el autor analiza primero los marcadores estructurales del texto y después representa jerárquicamente y no linealmente su estructura.

- Para resumir textos el autor identifica primero la información relevante del original y posteriormente la transforma en frases abstractas, sintéticas y económicas.

Flower cita las siguientes transformaciones:

1. Adoptar el punto de vista de la audiencia. El autor tiene que buscar un punto de interés común con los lectores. Entre todas las ideas que ha desarrollado previamente debe escoger aquellas que puedan interesar más a los lectores.

2. Transformar las ideas sueltas, las informaciones inconexas y los detalles en conceptos.

El autor tiene que elaborar el significado del texto. Tiene que desarrollar las ideas iniciales, fragmentarias y aisladas, y convertirlas en conceptos elaborados y completos, con sus ejemplos, sus argumentos, etc.

3. Adaptar la estructura narrativa o informativa inicial a una estructura retórica que sirva a un propósito comunicativo.

Corrección gramatical

Se incluyen los conocimientos gramaticales de fonética y ortografía, morfosintaxis y léxico. Estas convenciones sociales son imprescindibles para asegurar el éxito de la comunicación. Si cada persona utilizara grafías, estructuras sintácticas y palabras distintas, no habría forma de entendernos

Dentro de los principales géneros de opinión tenemos el artículo, la columna, el editorial y, según algunos autores y países, la crónica.

El artículo

El artículo es uno de los géneros más complejos y exigentes que existen en el periodismo. A diferencia de la noticia, la entrevista o el reportaje, cuya función esencial es transmitir información, el artículo se orienta a analizar, comentar y enjuiciar determinado hecho o problema, que puede ser un acontecimiento político de actualidad, un asunto histórico, un tema de carácter teórico, un suceso de

importancia económica o social, o una obra o acontecimiento del mundo del arte y la literatura.

Estilo.- Existe libertad absoluta para escribir un artículo, no hay normas, ni reglas, salvo las naturales limitaciones impuestas por el buen gusto, la moral, el derecho, y la sociedad en que se vive.

Como limitaciones del estilo se pueden mencionar: huir de puro esteticismo y del barroquismo expresivo. Siendo la claridad la norma esencial de todo trabajo periodístico, todo lo que enturbie la expresión nítida del pensamiento, un vocabulario rebuscado y oscuro, deben quedar a un lado.

El artículo periodístico, aunque sea sobre un tema científico o filosófico debe ser claro, sencillo, conciso, natural y breve.

El estilo de cada articulista debe ser casi invisible, pero, si perceptible para que identifiquen su toque personal. Es decir, las ideas o sentimientos de quien escribe, deben verse no por las palabras que usa, sino a través de ellas.

Cada una de las modalidades de artículo tiene sus propias características de contenido, estructura y estilo.

El artículo, independientemente del tipo de que se trate, se distingue por su capacidad para sintetizar los fenómenos, hallar su esencia, relacionarlos entre sí, extraer de ellos conclusiones razona-

das y orientar al perceptor hacia la adopción de un determinado criterio, actitud o conducta.

Salvo algunas modalidades, como puede ser el editorial. el articulista expone en su trabajo no solo los hechos objetivos, sino también sus opiniones. Es decir. el artículo refleja en la mayoría de los casos. en forma directa los criterios, conocimientos y puntos de vista del periodista que los redacta y lo firma.

Lleva impreso, por tanto, un sello más personal. Es por ello que ser articulista supone un grado superior de madurez y de responsabilidad política y profesional dentro del periodismo. Entraña . además, un nivel determinado de especialización en el tema sobre el cual escribe, que es requisito indispensable de la calidad y profundidad de sus trabajos. El periodista que publica artículos bajo su firma debe estar compenetrado profundamente con su temática.

La utilidad de un artículo periodístico debe estar justificada por el tema y, lo que es muy importante, por nuestra capacidad de poder decir algo nuevo o importante sobre ese tema.

A pesar de que el artículo tiene el estilo propio de cada articulista, hay cierta reglas que pueden seguirse para obtener un mejor resultado:

Planteamiento del asunto

Estudio del asunto

- Conclusiones
- Solución

Esto, desde luego, no es un esquema rígido. Puede ocurrir y ocurre frecuentemente, que comencemos un artículo por las conclusiones o por la solución, si esto nos conviene para darle mayor fuerza al inicio.

El comienzo del artículo es un momento clave. De él depende en gran medida que el perceptor sea atraído y llevado a la lectura o a escuchar todo el trabajo.

El párrafo inicial es el que da la tónica, el aire, el hilo conductor del artículo.

Un buen redactor nos dará un comienzo sencillo, claro, original, redactado con soltura y facilidad.

Como norma general, en el inicio de un artículo deben evitarse las frases rebuscadas, el amontonamiento de datos innecesarios, los comienzos muy extensos y explicativos, las oraciones excesivamente largas (más de 20 palabras) y el querer aportar demasiados argumentos. Es mejor seleccionar los elementos más importantes y arrancar con un párrafo incisivo y corto. Luego se puede ir presentando e introduciendo el resto de los datos y juicios que nos interesan.

Tan importantes como este primer párrafo en sí, son el segundo y tercer párrafos, en los que de manera hábil hay que pasar del golpe de efecto de la arrancada a la exposición y desarrollo del tema.

A veces ocurre que un articulista empieza bien, pero le falla este enlace y el trabajo pierde ritmo, se hace lento y tedioso.

Otro momento clave es el final, debe saber cuándo tiene que finalizar y cómo tiene que hacerlo. Debe tener sensibilidad para captar el instante de la redacción del artículo en que, aunque podría agegar aún muchas cosas más, lo más acertado es concluir. Es probable que si se empeña en decirlo todo, el trabajo decaiga y se estire aburridamente, hasta morir en un final sin pena ni gloria. Hay que evitar eso, hay que saber parar a tiempo. El final debe tener un brillo, sin estridencia. Debemos aspirar a que perdure en la mente del lector, a que se grabe en él, a que le induzca a meditar en lo leído o escuchado y actuar en consecuencia.

Debe tener la virtud de resumir lo más esencial del artículo, pero sin reticiencia, sin didactismo y sin apelar a lugares comunes.

Esto entraña dos cosas: un gran esfuerzo de síntesis y mucha elaboración.

De la misma forma que al iniciar el artículo el periodista debe revelar aplomo, seguridad, y dominio del terreno que pisa, al finalizarlo debe

igualmente transmitir al perceptor su convicción en las conclusiones que ha extraído. Esto significa: nada de rodeos, ni frases inseguras o vacilantes.

En el periodismo moderno se impone el gusto por el final algo sorpresivo, con elementos de suspenso, que parece invitarnos a seguir leyendo o informándonos sobre el asunto tratado. El final de antaño parecía indicarnos: todo ha quedado dicho. El final de hoy nos señala algo distinto: todo no está dicho, la vida es mucho más amplia, cambiante y rica, esto es solo un fragmento.

Es lo que llamamos final abierto.

En este tipo de final cabe el empleo de la interrogación.

La columna.- Es un artículo que tiene sus características especiales. La periodicidad y un lugar fijo en el medio de comunicación. Además tiene un título que la identifica, a modo de logotipo, y va firmado por quien lo creó.

La columna se utiliza por lo general para dar a conocer reacciones personales de periodistas especializados ante una noticia o un hecho determinado y que sirven como complemento o interpretación de una información. Sin embargo, el tema está a libre elección del columnista quien puede opinar sobre cualquier circunstancia, incluso hechos o sentimientos personales de los que él quiere hacer partícipes a los receptores.

El estilo del columnista puede ser de tipo serio o ligero, formal o informal, objetivo o subjetivo, estar basado en hechos recientes o pasados, e incluso presentarse en tal forma que provoque la diversión del público.

El editorial.- Es un artículo por medio del cual se expone la opinión del medio de comunicación. Versa sobre asuntos de interés general, políticos, administrativos, educacionales, etc, que es redactado por periodistas especializados en los diversos tópicos.

El editorialista debe seguir la política del medio y se entiende que su opinión es la de los dueños y directivos del mismo.

REGLAS PRACTICAS GRAMATICALES Y ESTILISTICAS

Para todos los géneros periodísticos antes enunciados en forma concisa y resumida, se aconseja utilizar un lenguaje claro y sujeto a las reglas gramaticales. No olvidemos que el lenguaje es la "herramienta" que utilizamos los comunicadores, por lo tanto debemos manejarla con conocimiento y habilidad que trataremos de ilustrar en las siguientes reglas o consejos.

Hay que tener cuidado con las imágenes y las metáforas. Bien empleadas, pueden servir para dar fuerza y colorido a una narración. Mal utilizadas, causan en el lector una penosa sensación de cursilería y afectación.

"Fuerte como un toro"

"Sus dientes son como perlas"

"Cabello como oro"

Construcciones de párrafo

Todo párrafo debe estar organizado de manera coherente y debe guardar relación con el anterior y el posterior, de modo que las transiciones resulten fluidas y claras.

Todas las partes de un párrafo y todos los párrafos deben concordar entre sí y no presentar contradicciones que no se justifiquen o aclaren a lo largo del inciso.

No se debe llegar a ninguna conclusión sobre algo que no se haya planteado antes.

Significados precisos

Para expresar con exactitud lo que se desea, lo más conveniente es seleccionar reflexivamente las palabras. Cuando dos o más palabras posean significados semejantes, lo mejor será recurrir al diccionario, a fin de elegir la que mejor comunique nuestro pensamiento. Es más recomendable preocuparse por la precisión, que por la variedad o lo reiterativo.

Palabras innecesarias

La lógica misma prohibe la duplicación de expresiones como las siguientes:

Estimado en cerca de cien, estimar es hacer un cálculo aproximado. Por lo tanto, en cerca de. está demás.

- de **color gris claro** (gris claro, simplemente).
- de **forma ovalada** (ovalado)
- son **ambas semejantes** (son semejantes)
- dos **mitades iguales** (dos mitades)
- **lapso de tiempo** (lapso)

Evitar la repetición de palabras iguales en un mismo párrafo:

- El señor Suárez se dirigió a los señores accionistas.
- El señor Suárez se dirigió a los accionistas.

Evitar las redundancias:

- Cuando el carro subía **para arriba**
- Cuando el carro subía

Frases hechas

Son las frases que, debido al uso corriente, han perdido su valor original, y en lugar de impactar en el receptor,causan rechazo por la falta de originalidad y denotan un desconocimiento del lenguaje de las personas que los usan.

Contribuir con un granito de arena...

Este inmerecido homenaje...

El tristemente célebre...

La espiritual damita...

Trabajando como hormigas...

LOS VERBOS

Los verbos deben usarse, siempre que sea posible, en la forma activa. El tiempo presente de los verbos es muy útil para dar vigor y sensación de actualidad a las narraciones.

Pero es preciso cuidar que en un párrafo desarrollado en tiempo presente no se filtren, respecto a la misma acción, giros verbales de tiempo pretérito.

Especial vigilancia merecen los gerudios incorrectos, como veremos en detalle más adelante.

La concordancia

La relación entre el núcleo del sujeto y el núcleo del predicado es lo más importante de la estructura de la oración.

Esa relación se manifiesta en la igualdad de ciertos signos.

El número

Para que la oración sea coherente, el verbo y el sujeto deben concordar en número y persona.

Al variar el núcleo del sujeto, deben cambiar, para concordar, el verbo y los modificadores que tienen género y número. En una cláusula se debe cuidar el cambio de aquellos elementos que coordinen con el núcleo de la oración principal.

Si en la oración **el pájaro vuela**

paso a utilizar el plural **pájaros**

el verbo tiene que cambiar necesariamente y queda:

los pájaros vuelan.

Esta correspondencia formal del núcleo del sujeto con el núcleo del predicado se llama **concordancia**.

La concordancia es señal de la relación sujeto-predicado. Si falla la concordancia, esa relación se rompe.

La concordancia en castellano, significa la igualdad de género y número entre adjetivo artículo y sustantivo, y la igualdad de número y persona entre el verbo y su sujeto.

La voz

Aunque la voz pasiva se emplea con frecuencia para describir procedimientos, la voz activa es, de

ordinario, más directa y vigorosa, por lo que se recomienda utilizarla en el estilo periodístico.·

Ejemplo:

En el cuadro # 1 puede ser observado que...

El cuadro # 1 muestra que...

Los delincuentes fueron detenidos en...

La policia detuvo a los delincuentes en...

Pasiva con SE

En la construcción gramatical llamada pasiva refleja con se, debe existir concordancia entre sujeto y verbo.

Incorrecto	**Correcto**
Se pone inyecciones	Se ponen inyecciones
Se repara motores	Se reponen motores
Se recibe comensales	Se reciben comensales

Regla: Cuando el sustativo está en plural, el verbo va en plural.

El verbo haber

El verbo haber **no debe usarse** sino en singular cuando se emplea para significar existencia: hay, hubo, habrá, había, habría.

Incorrecto	**Correcto**
Habrán reformas	Habrá reformas
Hubieron casos	Hubo casos
Habían heridos	Había heridos

Este es uno de los errores más frecuentes, no solo en el habla cotidiana, sino incluso en los discursos políticos e intelectuales.

El uso del gerundio

El gerundio se realiza enlazando por medio de las vocales temáticas de la serie **a -ie-** el morfema de gerundio **iendo**:

am + **a** + **ndo** = amando

tem + **ie** + **ndo** = temiendo

pid + **ie** + **ndo** = pidiendo

El gerundio expresa aspecto durativo (esto restringe sus posibilidades de uso).

No expresa por sí mismo idea de tiempo.

Recibe la idea del tiempo del verbo con el que se construye:

- en **llegó cantando**, el cantar está en pasado, como el llegar,

- en **llega cantando**, el cantar está en presente, como el llegar,

- en **llegará cantando**, el cantar está en futuro, con el llegar.

Pero si entre el verbo principal y el gerundio se establece una relación temporal, que es básicamente de simultaneidad: la acción del gerundio sucede al mismo tiempo que la del verbo principal:

Llegó cantando. (cuando llegó, cantaba).

Mal uso del gerundio

1. El gerundio que rompe la relación gerundio-verbo principal, y se relaciona como un adjetivo

con el sustantivo: gerundio adjetivo:

- **El premio es un paquete conteniendo libros.**

2. El gerundio que rompe la relación temporal entre el verbo principal y el gerundio y se denomina **gerundio de posterioridad**. En nuestro país, principalmente en la región de la sierra, es muy común el uso del gerundio de posterioridad. Ejemplos:

   Dame comprando.

   Te voy a dar vendiendo.

   Deme abriendo la puerta.

El verbo SER usado sin necesidad

Otra falla muy común es la de utilizar el verbo **ser**, junto a otro, sin necesidad.

Incorrecto: Quiero **es** revisar estos cheques.

Correcto: Quiero revisar estos cheques.

Incorrecto: Me voy **es** a caminar

Correcto: Voy a caminar

LAS PREPOSICIONES

Mal uso de las preposiciones

La preposición en español se usa de tres maneras -y las equivocaciones, más frecuentes son:

Mal uso del que

Uso indebido de QUE con el verbo ser, cuando corresponde: donde, como, cuando, por lo que :

Incorrecto: Fue entonces **"que"** lo encontré.

Correcto: Fue entonces **"cuando"** lo encontré.

Incorrecto: Es allí **"que"** ocurrió.

Correcto: Es allí **"donde"** ocurrió.

Incorrecto: Será por eso **"que"** vino.

Correcto: Será por eso **"por lo que"** vino.

Incorrecto: Es así **"que"** lo quiero hacer.

Correcto: Es así **"como"** lo quiero hacer.

Dequeísmo

En algunos grupos está muy arraigado el empleo innecesario de la preposición **de** antes de **que**, es el combatido "dequeísmo".

Incorrecto: Nos dijeron **de** que lo harían.

Correcto: Nos dijeron que lo harían.

Incorrecto: Se le comunicó **de** que era necesario el informe.

Correcto: Se le comunicó que era necesario el informe.

Incorrecto: Le indicaron **de** que debían enviar allí el pedido.

Correcto: Le indicaron que debían enviar allí el pedido.

Sin embargo, no siempre resulta incorrecto el empleo de la preposición **"de"** junto a **"que"**. Se suele cometer el error inverso, por carencia, cuando corresponde usar esa preposición y se la suprime.

Incorrecto: Pensó en la responsabilidad **que** todo estuviera contabilizado.

Correcto: Pensó en la posibilidad **de que** todo estuviera contabilizado.

Incorrecto: Ante la certeza **que** lo aprobarían, no insistió más.

Correcto: Ante la certeza **de que** lo aprobarían, no insistió más.

Incorrecto: Ten la seguridad **que** esto es así.

Correcto: Ten la seguridad **de que** esto es así.

Con el fin de ayudar a la prevención del "dequeismo" y también de la supresión inadecuada de la preposición **de** indicamos un sencillo mecanismo de prueba: el párrafo introducido por **que** se sustituye por el pronombre demostrativo **eso**, y si la oración resultante tiene sentido, tendremos la seguridad del acierto en el empleo o la omisión de la preposición; si no lo tiene, habrá que rectificar la expresión. Ejemplo:

Habla **de que lo hará.**

Prueba: Habla **de eso.**

Construcción correcta

Asegura **de que vendrá**.

Prueba: Asegura **de eso.**

Construcción incorrecta, corresponde, "asegura que vendrá".

No usar preposición donde se debe:

El Ministro está empeñado rehacer los planes

(gramatical: está empeñado **en** rehacer los planes)

Usar una preposición distinta de la requerida:

La sinfonía consta en cuatro movimientos

(gramatical: consta **de** cuatro movimientos)

Uso errado de la preposición A"

Se tiende a usar la preposición "**a**" en lugar de otras preposiciones que regularmente corresponden, ejemplo:

Incorrecto	**Correcto**
De acuerdo a	De acuerdo **con**
Conforme a	Conforme **con**
En relación a	En relación **con**
Acto a realizarse	Acto **por** realizarse
Cuentas a pagar	Cuentas **por** pagar
En base a	**Con** base **en**
A base a	**Sobre** la base **de**
Mirarse al espejo	Mirarse **en el** espejo
A lo que vemos	**Por** lo que vemos
Vender a pérdida	Vender **con** pérdida
Máquina a vapor	Máquina **de** vapor
Escapar al peligro	escapar **del** peligro
distinto a	distinto **de**
a nivel de	**en** nivel de
heredó a su padre	heredó **de su** padre
estufa a gas	estufa **de** gas
limpieza a seco	limpieza **en** seco

Incorrecto	**Correcto**
a breve plazo	**en** breve plazo
a pretexto de	**con** pretexto de
a colores	**con** colores
al momento	**en el** momento

En algunos casos se agrega **a** cuando no corresponde

Incorrecto	**Correcto**
De arriba a abajo	de arriba **abajo**
odiar de a muerte	odiar **a** muerte
probó a sentarse	probó sentarse
acostumbra a leer	acostumbra leer
no dijo a dónde iría	no dijo **dónde** iría
miró a alrededor	miró alrededor

ADJETIVOS

Adjetivos correctos

Hay que tener gran cuidado en emplear los adjetivos correctos.

La temperatura es **alta** o **baja** (no caliente o fría).

Evitar el exceso, gratuito, de adjetivación.

Tenemos tendencia a calificarlo todo. Es más fácil calificar a algo de "bello" por ejemplo, que demostrar con nuestra descripción que así lo es.

Ejemplos:

Interesante presentación,

pavoroso incendio,

espantosa tempestad,

torrencial lluvia,

hermoso día,

interesante encuentro...

Uso y abuso de la palabra "cosa"

Existe la tendencia a calificar como "**cosa**" para expresar una serie de ideas. Todo es cosa. Sin embargo, nuestro idioma tiene una variedad de palabras que definen más claramente lo que queremos expresar. Ejemplos:

Incorrecto: Coleccionar estampillas es una **cosa** interesante.
Correcto: Coleccionar estampillas es **afición** interesante.

Incorrecto: La falta de puntualidad es una **cosa** muy extendida.
Correcto: La falta de puntualidad es una costumbre muy extendida.

Incorrecto: En este plan se me ocurren varias **cosas** interesantes.

Correcto: En este plan se me ocurren varias **estrategias** interesantes.

Incorrecto: Las vacaciones son una **cosa** necesaria.

Correcto: Las vacaciones son un descanso necesario.

Uso y abuso de la palabra "algo"

Cuando se quiere dar una impresión deliberada, indeterminada, el uso de **"algo"** es adecuado. Por ejemplo, tengo que decirle "algo". En otros casos es impreciso y puede ser sustituido por otras palabras que den mayor claridad a la expresión.

Incorrecto: La pereza es **algo** vergonzoso.

Correcto: La pereza es un **vicio** vergonzoso.

Incorrecto: El estudio de la historia es **algo** apasionante.

Correcto: El estudio de la historia es apasionante.

Incorrecto: Esta música tiene **algo** melancólico.

Correcto: Esta música tiene un **sentimiento** melancólico.

BIBLIOGRAFIA

Aguinaga Z. Susana. "El arte de escribir" Ed. Pío XII" Ecuador, 1987

Basulto, Hilda. "Redacción y estilo". Ed. Trillas. México. 1981.

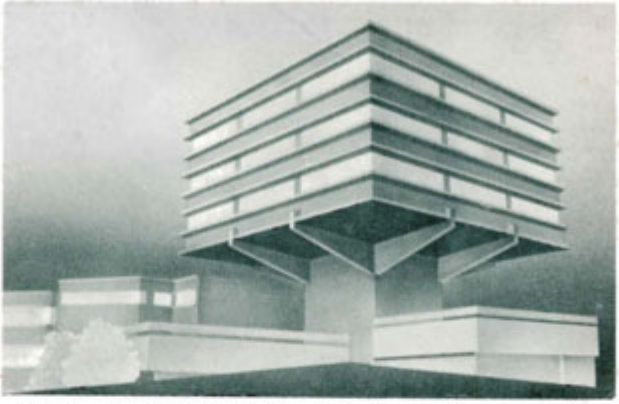
Benítez José Antonio "La noticia integral". Ed. Pablo de la Torriente. Cuba, 1989.

Cardoso Milanés, Heriberto." Cómo redactar la noticia" Ed. Pablo de la Torriente. Cuba, 1989.

García Luis, Julio." El artículo general". Ed. Pablo de la Torriente. Cuba, 1987.

Rodriguez Castelo, Hernán. "Redacción periodística" CIESPAL. Ecuador, 1988.

Esta obra fue impresa el mes de marzo de 1992 en la Editorial "Quipus", siendo Director General de CIESPAL el Dr. Asdrúbal de la Torre y Jefe de Publicaciones el Lcdo. Nelson Dávila V.



Con el número 10 y el título Redacción y Estilo Periodístico se incluye en la colección **Monografías** CIESPAL este manual que, a manera de fiel e inmediato auxiliar, tiene la misión de atender las consultas de índole gramatical de quienes acudan a sus páginas.

Lucía Lemos, integrante del cuerpo técnico y académico de CIESPAL, ha escogido de un estudio suyo de mayor amplitud, una serie de indicaciones precisas que en forma ordenada y sencilla se recogen en esta publicación por lo útiles que pueden ser tanto en la tarea cotidiana de los comunicadores, como en las labores de enseñanza y aprendizaje.

Como es usual, la colección **Monografías** ofrece al lector trabajos que por su corta extensión no pueden ser incorporados a las otras series bibliográficas de CIESPAL, pero que poseen méritos suficientes para que se los difunda y utilice como material didáctico, especialmente en cursos y talleres relacionados con la comunicación social.

CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina