

**COLEGIO PARTICULAR DE ADULTOS INSTITUTO ICEL GUÍA N° 9 DE LENGUAJE SEGUNDO CICLO DE ENSEÑANZA MEDIA.**

**“ LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE CARÁCTER ARGUMENTATIVO”.**

**INTRODUCCIÓN.**

Como sabemos, comunicacionalmente, el Discurso Periodístico es, por excelencia, transmisión de información. Es decir, es una modalidad discursiva en la que el emisor se centra fundamentalmente en referirnos algo, en contarnos algo que ha sucedido y que es importante para el desarrollo y la vida de una sociedad. Por lo que, indudablemente, en sus enunciados va a predominar la función referencial del lenguaje.

Sin embargo, desde sus inicios el periodismo fue el mejor escenario en el que se debatían las ideas políticas en las sociedades modernas. Pensemos tan solo que a la invención de la imprenta le sucedió un incremento considerable de publicaciones de todo tipo y que, dos siglos después, con el advenimiento de la Revolución Francesa y el surgimiento del estado moderno derivó en la aparición del periódico o diario. Un tipo de publicación que, desde sus inicios funcionó como un hipertexto; es decir, un conjunto de mensajes expresados en las más diversas modalidades discursivas ( caricaturas, dibujos, noticias, artículos de opinión, literatura, etc.).

La democracia liberal que fue abriéndose paso en Europa y los Estados Unidos alimentó la creación de contextos en los que ciudadanos que buscaban expresar sus ideas para mejorar la sociedad y cambiar el orden imperante lo hicieran con la libertad que les permitía el ordenamiento de la época. Aun así, en pleno siglo XIX, muchos famosos filósofos e ideólogos reformadores de la sociedad fueron encarcelados y condenados por defender ideas que desafiaban abiertamente el orden imperante ( el propio Karl Marx, Proudhon y poetas como Henrich Heine conocieron las mazmorras y sufrieron el rigor de la justicia por expresar sus ideas de cambio social en los periódicos de la época).

Como vemos, la argumentación no es para nada ajena al periodismo. Lo que sí debe quedar muy claro es que diarios, periódicos y revistas surgen y se incrementan con la modernidad para defender intereses, ya sea de grupos conservadores que desean mantener el estado de cosas o grupos reformadores que desean cambiar el orden imperante. Y esto hace que las visiones y perspectivas de la realidad difieran según el lente con que se miren. Para un conservador un hecho específico no va a tener la misma interpretación que para un reformador social.

En la argumentación periodística destaca la figura del líder de opinión que es una persona que, no siendo necesariamente un periodista, posee una visión clara y precisa de ciertos tipos de problemas de carácter social o político y es capaz de expresar su punto de vista en un lenguaje claro y accesible al lector medio que no es el lector especializado, sino el ciudadano medio que entiende lo que lee sin mayor esfuerzo.

Pero los responsables de una publicación, sea diario, periódico o revista deben también resguardar su perspectiva de la realidad social a la que representan. Esto es lo que se denomina: “línea editorial”, que no es otra cosa que el sesgo la “marca” que los diferencia con otras publicaciones. De tal manera que en esa publicación no tendrán cabida artículos o escritos que se alejen de esa perspectiva o “línea editorial”.

Finalmente, los propios lectores como ciudadanos responsables y conscientes de los problemas que atañen a una sociedad también pueden expresar sus opiniones y puntos de vista ante un órgano de carácter periodístico. Este es el espacio llenado por La Carta al Director que es un texto escrito en el que un ciudadano común y corriente expresa su parecer o punto de vista acerca de un tema o problema que atañe a la sociedad en su conjunto o a la comunidad a la que pertenece y lo hace dirigiéndose a la persona del responsable de la publicación casi siempre en segunda persona y con claro predominio de la función apelativa del lenguaje.

### **1.- La Columna de opinión.**

Cuando el periodismo se vuelve argumentativo, es decir se sirve de la información de la noticia como base para fundamentar ideas y planteamientos provenientes de líderes de opinión, responsables del órgano periodístico o ciudadanos comunes, la información pasa a un nivel secundario ( con claro predominio de la función referencial o representativa ) y aflora la función apelativa del lenguaje que es la función que distingue, por excelencia, a los mensajes que son producidos a partir de las distintas modalidades del discurso argumentativo. En esta función el emisor llama la atención del receptor para obtener de él una respuesta, o bien para hacerlo reflexionar.

En la columna de opinión, el emisor utiliza la coyuntura periodística como base para expresar sus ideas, valores y convicciones para defender una tesis o postura que lo sitúa en un plano específico del espectro político o cultural. Su interés es polemizar, no consensuar, aunque algunos líderes de opinión se planteen como moderadores del debate periodístico. Aunque no siempre el líder de opinión va a ser una persona interesada en cambiar el orden político de una sociedad. Existen tantos líderes de opinión como tipos de publicaciones. Así tendremos columnistas que hablen de cultura, de moda, de deportes, etc. Lo que los distingue del periodista tradicional es su afán crítico y polémico.

### **2.- La Carta al Director.**

El emisor es un ciudadano común y corriente que se dirige al Director o responsable de un órgano periodístico y lo hace movido fundamentalmente por un afán cívico de preocupación por el mejoramiento de las condiciones de vida de su comunidad o, derechamente, con el propósito de denunciar un hecho que no ha podido ser conocido por la opinión pública por los canales oficiales y encuentra en esta vía un excelente canal para dar a conocer su opinión, parecer o denuncia.

### **3.- El Editorial.**

Es un texto escrito en el que el Director o el Comité Editorial de un diario, revista o folletín expresa de manera explícita su parecer respecto de los hechos que han copado la coyuntura periodística ( noticias más importantes de un periodo específico de tiempo) y hace una crítica de ellos o una apología según sea la perspectiva ideológica y política que posea el órgano en el que se publica. Se escribe en cada

número o edición y es un texto muy importante porque marca la pauta, el tenor, el tono y el tipo de lenguaje que van a caracterizar los demás textos que forman parte de la publicación. Como se trata de una especie de “timón” del órgano periodístico que encabeza, marca también el rumbo de la temática que la publicación en su conjunto va a abordar en la edición que presenta.

#### **ACTIVIDAD.**

**Después de leer atentamente la GUÍA N° 9 contesta las siguientes preguntas:**

- 1.- ¿Por qué estos tres tipos de texto reciben el nombre de “géneros periodísticos de opinión”? ¿Qué los distingue de la noticia?**
- 2.- Según la Guía: ¿qué entendemos por “hipertexto”?**
- 3.- ¿Qué ocurre con las funciones del lenguaje en los géneros periodísticos de opinión?**
- 4.- A partir de la información aportada por la guía número 9 fundamente la siguiente tesis: “la argumentación no es ajena al periodismo”.**
- 5.- Según la guía: ¿cómo es posible definir el concepto de “línea editorial”?**
- 6.- Explique tres diferencias entre la Columna de Opinión y El Editorial.**
- 7.- Escriba de su puño y letra una Carta al Director refiriéndose a un problema real o ficticio que tenga relación con la comunidad en que usted vive. Invente el nombre del diario y el nombre de su receptor. Mínimo 100 palabras, máximo 150.**