

Rafael Hernández
Acosta

Estilos y géneros periodísticos ante una realidad cambiante

Con la globalización de la comunicación, ocurrida como consecuencia de lo que muchos autores coinciden en llamar la tercera revolución tecnológica-industrial de la humanidad,¹ el periodismo vive desde hace alrededor de tres décadas una reformulación o reacomodo de sus concepciones y fines construidos desde su praxis como componente esencial de la sociedad de masas y ente protagónico en la conformación de la opinión pública.

Tal reformulación o reacomodo de las concepciones y fines del periodismo han generado para el intelectual francés Ignacio Ramonet «una revolución copernicana en el concepto de información»,² pues basta con la imagen o descripción de un acontecimiento para que las personas encuentren su signi-

¹ M. Castells (1999a): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. 1: *La sociedad red*, Siglo XXI, México.

O. Sunkel y Edmundo Fuenzalida (1979): «Transnationalization and its national consequences», en José J. Villamil (ed.): *Transnational capitalism and national development*, Sussex: The Harvester Press.

J. G. Lacroix y Gaëtan Tremblay (1997): «The Information Society and Cultural Industries Theory», Número especial de *Current Sociology*, 45(4), oct., 1997.

² I. Ramonet (s/f): *Comunicación contra información*. La República, Uruguay.

ficado en detrimento del papel que habían jugado hasta ahora los medios impresos en el suministro a la sociedad de la información, indispensable para aclarar el debate democrático que, según el autor antes citado, constituye la función esencial de éstos.

Esa predilección por la imagen como vía de información ha sido producto, entre muchos factores, de la victoria alcanzada por la televisión en la batalla por ganar la atención de los receptores quienes seducidos por la inmediatez de la imagen han caído en la trampa de olvidar el análisis de los hechos, tan consustancial a la prensa impresa, y han preferenciado lo visual sobre los contenidos y aceptado como verdad lo mostrado en las imágenes.

Entre los recursos empleados por los informativos de la televisión para ganar el favoritismo de las audiencias está el infoentretenimiento, término que designa la actual tendencia de convertir la información en entretenimiento, logrado a través de la inclusión entre los temas por tratar de los escándalos políticos y la crónica roja, el morbo y la información factual en aras de la espectacularización de la noticia; se aparta así de las agendas populares y de su deber de contribuir a la formación de opinión en las audiencias, lo que ha generado la cada vez mayor presencia en dichos espacios de los denominados soft-news (sucesos, deportes, sociedad, espectáculos) y una menor inclusión de las hard-news (temas políticos y económicos de gran trascendencia).

Dichas prácticas del infoentretenimiento convierten lo privado en público con el consiguiente abandono de la esfera pública; provocan un empobrecimiento de la información y ponen al descubierto la carencia de estrategias informativas en los medios, lo cual redundará en una escasa renovación de contenidos entre distintas ediciones de telediarios. Generan también un mayor nivel de manipulación de la realidad en pos del espectáculo; exacerban la competencia en el terreno informativo; hacen que el valor de una información esté dado, fundamentalmente, por la rapidez con que se divulgan los hechos y por la imposición de lo tendencioso sobre lo objetivo.

No resulta exagerado entonces pensar en las implicaciones que pueden tener tales métodos para el viejo paradigma de la

objetividad periodística,³ esgrimido como regla de oro del periodismo desde que a finales del siglo XIX hombres como Samuel Ochs, con su periódico *The New York Times*, quisieron poner coto al sensacionalismo y al amarillismo practicados durante décadas por los diarios de los magnates de la prensa William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer.

Desde entonces el término de objetividad periodística ha formado parte del discurso de la prensa liberal burguesa y de su repertorio ético sobre la búsqueda de la verdad,⁴ muy vinculado a la ética del profesional y del medio para el que éste trabaja, quien tiene un compromiso moral con la sociedad donde pertenece.

En el propósito de la estructura un discurso coherente dirigido a explicar cómo se cumple esa función social de los profesionales de la prensa, dirigida a proporcionar a la sociedad una información de calidad, necesaria y útil a todos, hay acumulado un acervo teórico desde donde se explican y definen las herramientas empleadas por el periodismo para llevar a cabo su labor así como el papel que éste juega hacia el interior de la sociedad.

Así fue surgiendo, desde la praxis profesional, la denominada teoría de géneros y los estilos en el periodismo mediante la cual se especifica la función que cada uno cumple en la consecución de un periodismo objetivo y que, a la luz de lo que cada día está más generalizado, parece comenzar a olvidarse por algunos informadores y directivos de medios retados por el panorama de extrema competencia impuesto por la realidad en que están insertados.

Para comprender mejor lo planteado pueden verse los principales aspectos teóricos que sobre el estilo y los géneros periodísticos han servido en la práctica como instrumentos de trabajo, a través de los cuales los periodistas han construido la realidad ofrecida a sus receptores.

Los estilos y el periodismo

Son numerosas las definiciones de estilo dadas en los últimos años. El punto de vista de cada definición varía a partir de la

³ Para más información consultar Tuchman Gaye: «La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas», *American Journal of Sociology*, 77(4), 1972.

⁴ El investigador mexicano Carlos Marín plantea en su libro *Manual de Periodismo*, que la verdad periodística es la que se puede probar.

clase de significante que se tiene en cuenta para emitirla, o de la función que se le otorga, pues siempre acompañará al autor, de forma subyacente, una oposición frente a clases de significantes y a funciones consideradas más normales.

En su concepción más amplia, el estilo puede considerarse como el conjunto de cualidades que caracterizan a las personas y a su forma particular de ser, hablar, escribir, dirigir, trabajar, componer, pintar, vestir, persuadir, entre otras. Enmarcada su definición en el campo de la redacción se identifica con «la manera de escribir o hablar en cuanto a lo accidental y característico del modo de formar o enlazar giros y períodos para expresar los conjuntos»,⁵ o sea, en la conformación del estilo tienen un gran peso las características personales de quien escribe, presentes en el lenguaje, el tono y las estructuras sintácticas empleadas por el sujeto, ya que estas son las formas que cada uno posee para crear expresiones, para comunicar el pensamiento por medio de la escritura y la palabra; de ahí que sean inseparables el qué dice un autor (el contenido, la significación) del cómo lo dice (la forma). «De acuerdo con ello, habrá infinidad de clases de estilo, pues el escritor puede ser un hombre entusiasta, ecuánime o frío..., o hallarse en un estado de euforia, de depresión, de serenidad... En cada caso variará su expresión y, por lo tanto, su estilo. Por eso pudo decirse entonces que «el estilo es el hombre.»⁶

Según como se involucre el autor en los contenidos que redacta, el estilo, se afirma, puede ser objetivo o directo y subjetivo o indirecto. «Se dice de un estilo que es objetivo cuando el escritor se olvida de sí mismo y procura darle al lector una expresión exacta de las cosas. Lo contrario de la objetividad sería el subjetivismo, es decir, la continua proyección del escritor, del autor, ante la mente del lector. El autor objetivo dice lo que son las cosas; el escritor subjetivista expone su parecer, lo que él cree que son.»⁷

Gonzalo Martín Vivaldi también confiere gran valor al estilo directo en la descripción y en la información escueta; es más

⁵ J. Benitez (1983): Técnica periodística, Editorial Pueblo y Educación, La Habana, p. 59.

⁶ P. Cardona (1996): El estilo literario, (en línea) [http:// www.pepcardona.com](http://www.pepcardona.com)

⁷ G. Martín Vivaldi: Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo, 6ta. ed., Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 259 pp.

fuerte, se graba con mayor facilidad, y da la impresión de algo que está sucediendo ante nuestra vista, en tanto del indirecto llama la atención sobre la tendencia de muchos autores a aparecer continuamente, mientras que el lector, por regla general, quiere saber cosas, sin importarle mucho qué opina el escritor sobre esas cosas.

Para Azorín la claridad es la primera calidad del estilo, condición que alcanza si lleva al oyente instantáneamente a las cosas sin detenerlo en las palabras. A la claridad le suma la sencillez como los puntos de contacto más importantes entre el estilo periodístico y el estilo literario, estos portan elementos afines tales como el dominio del idioma, el conocimiento de las reglas gramaticales, la originalidad, la unidad lógica y la fuerza expresiva.

El estilo literario está mediado por la carga de subjetividad que imprime el autor para alcanzar fines estéticos, mientras que el estilo periodístico, destinado a informar en el menor tiempo posible, necesita de la objetividad para cumplir plenamente ese fin práctico.

Si el literario sobresale por su carga imaginativa, elegancia expresiva, uso de todos los elementos de la composición retórica con un propósito de creación artística; el periodístico denota por el uso limitadísimo de la adjetivación, las imágenes y las metáforas, el imperativo de «contar» lo esencial en el primer párrafo y explicar después en forma decreciente mediante párrafos breves, así como por una sintaxis simple, de períodos reducidos, economía de enlace y preposiciones, unido con dos características distintivas: su apelación directa a un referente (la realidad) y su lenguaje claro, directo y conciso, dirigido a un público bien delimitado.

«En el periodismo, el estilo constituye los rasgos personales manifestados en diversas formas por quien escribe, destinado para publicarse en la prensa impresa o digital, revistas y otros medios y está integrado por la variación del léxico, el tono y las formas expresivas.»⁸

⁸ S. de la Fuente Valdés (2000): El editorial y el artículo editorial en la prensa regiomontana: Correspondencia teórico-práctica. Tesis presentada para optar por el grado científico de Doctor en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

Muchos autores coinciden en que para lograr un buen estilo se requiere que se emplee un lenguaje vigoroso, directo, vocablos precisos, capaces de evocar imágenes, y que deberá estar marcado por la sencillez, naturalidad, economía de palabras, colorido, vitalidad, posición, búsqueda de datos, estructura ordenada y metódica, con dicción y gramática precisas, acompañados de imaginación.

La actitud psicológica del autor ante los hechos influye también en el estilo pues el periodismo informa, interpreta u opina de acuerdo con la postura asumida por el periodista respecto a los acontecimientos.

Al profundizar en el estilo periodístico se encuentran autores como Gonzalo Martín Vivaldi, José Luís Martínez Albertos y otros; cuyos criterios coinciden con la idea de que en periodismo hay tres estilos:

- el informativo en dos niveles: el directo y el interpretativo;
- el opinativo o editorializante;
- el ameno o folletinesco.

El estilo informativo ocurre en dos niveles: el directo, que se caracteriza por su objetividad y capacidad descriptiva, es impersonal y su fin es producir noticias, entrevistas y reportajes. «En resumen, el buen estilo informativo exige objetividad e impersonalidad. Los hechos son los que mandan y el que los describe solo tiene que obedecer a esos hechos, contarnos lo que ha sucedido y nada más. Su opinión personal deberá darla... si se le pide.»⁹

El otro nivel es el interpretativo «donde el periodista se esfuerza por proporcionar al lector elementos del asunto para que conozca el tema abordado, orientar su juicio, inducirlo hacia la profundidad de los hechos».¹⁰

Como cualidades que deben estar presentes en un buen estilo periodístico informativo, Gonzalo Martín Vivaldi sitúa a la claridad, concisión, densidad, exactitud, precisión, sencillez, naturalidad, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección y propiedad.¹¹

⁹ G. Martín Vivaldi: Curso de redacción, Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Sexta edición, 261 pp.

¹⁰ J. L. Martínez Albertos (2001): Curso general de redacción periodística, 5ta edición, Paraninfo, Madrid.

¹¹ G. Martín Vivaldi: Géneros periodísticos, Madrid, 1973, p. 29.

El estilo opinativo o editorializante está dirigido a persuadir o conmover el ánimo de los lectores con vistas a la formación de opinión por medio de la fuerza probatoria del pensamiento y de los hechos.

El estilo ameno o folletinesco es considerado un estilo menor, a mitad de camino entre la literatura y el periodismo, destinado a conquistar la atención del lector mediante una manera específica de escribir temas relacionados fundamentalmente con la creación literaria, entretenimiento o incluso psicoterapia social, como instrumento para liberar tensiones. No tiene que estar necesariamente vinculado a la realidad como los otros estilos.

El estilo periodístico debe ser comprensible, claro, en detrimento de la exposición lógica; rasgos estos proporcionados por un conocimiento profundo del idioma por parte del redactor.

Junto al estilo individual o propio que cada periodista pueda conformarse existirá también un estilo colectivo, ese que caracteriza al medio para el cual escribe el periodista, y se construirá a partir de numerosas técnicas y recursos destinados a forjar los rasgos identitarios del medio de prensa, los cuales serán empleados esencialmente para captar la atención del receptor.

«Lo hace a través de todo su mensaje, desde el tratamiento y presentación de una simple información periodística, hasta el tratamiento y presentación de la primera plana, si es en prensa, o de los titulares de apertura del noticiario y de avance de sus respectivos bloques noticiosos, si es en radio y en televisión. Para ello, el medio se vale de todas las técnicas y recursos periodísticos, los que se aplican de acuerdo con su estilo.»¹²

Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son parte de las formas expresivas peculiares del periodismo, conformado por un conjunto de manifestaciones lingüísticas.

Según Martínez Albertos, los géneros periodísticos pueden definirse «como las diferentes modalidades de la creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los grandes obje-

¹² V. Campos Urbano (2008): «El lenguaje brujo», *Ulillama/Comunicar*, II(2), consultado con <http://www.unFv.Edu.pe/> el 19 de enero de 2010.

tivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos».¹³

Valora, además, que si el estilo hace referencia a la potencia creadora del hablante abstracto, el género es la plasmación particular y tangible de aquella previa disposición o potencia intelectual del individuo.

Aunque se considera que no es hasta la década de los sesenta del siglo pasado en que aparece una conceptualización con fines didácticos sobre los géneros, se afirma que estos son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la transformación del mismo concepto que se entiende por periodismo. De ahí que el surgimiento y evolución de los géneros periodísticos esté estrechamente relacionado con las distintas etapas del periodismo, como hecho cultural en sí, y que están denominadas como periodismo ideológico, informativo y de explicación. Esta clasificación «está fundada en los fines que en cada uno de estos tres períodos se han propuesto los profesionales de la información».¹⁴

De acuerdo con su forma discursiva, los géneros periodísticos pueden clasificarse en dos grupos:

1. Los que dan a conocer hechos que utilizan la forma expositiva, descriptiva y narrativa.
2. Los que dan a conocer ideas que usan fundamentalmente la forma argumentativa.

El primer grupo tiene como ingrediente fundamental la información. Su presencia en los periódicos fue limitada hasta fines de la primera mitad del siglo XIX, momento en que se le añade la entrevista y el reportaje, géneros de los cuales nacerán otras derivaciones.

A medida que estos géneros eran más utilizados para presentar los contenidos de los periódicos, fueron perdiendo protagonismo los géneros de opinión, y con esto para fines de la primera guerra mundial se considera que es predominante el denominado Periodismo Informativo, donde se da por sentado que es suficiente con presentar noticias, añadir algunos testimonios, publicar editoriales y hacer entrevistas a los funcionarios.

¹³ J. L. Martínez Albertos (1978): *La noticia y los comunicadores públicos*, Madrid, p. 100.

¹⁴ A. Benito (1973): *Teoría General de la Información. I. Introducción*, Madrid, p. 71.

«El periodismo exclusivamente informativo está basado en el modelo filosófico liberal. Sobre la premisa de que la información es vital para el funcionamiento de la democracia se crearon los mitos de la objetividad, el distanciamiento, la ausencia de un modelo político explícito, la falta de compromiso y demás rasgos de la fórmula liberal de la información que desde hace ya casi dos siglos han sido considerados “principios sagrados” del periodismo».¹⁵

Los géneros argumentativos u opinativos ocuparon durante los siglos XVIII, XIX y las dos primeras décadas del XX los mayores espacios en detrimento de la información, pues debían su existencia a la voluntad de los representantes del poder, expresada a través de los periódicos, de dirigir la marcha de la sociedad e influir en el pensamiento y conductas de sus semejantes. Estos géneros son el artículo, el comentario y el ensayo.

A esta etapa se le ha llamado también periodismo ideológico o moralizante, por estar al servicio de las ideas religiosas o del Partido.

El tercer género es el interpretativo que tiene su origen en las páginas de la revista norteamericana *Time*, creada en los años veinte del pasado siglo por Henry Luce y Briton Hadden, pero que tendrá su consolidación en plena Segunda Guerra Mundial, cuando ante la abundante presencia de «datos fríos» en la prensa informativa, la población comenzó a demandar explicaciones sobre lo que sucedía en ese conflicto.

Según Esteban Morán Torres¹⁶ el periodismo interpretativo tiene como elemento principal las ideas, mediante las cuales el lector conocerá mejor el tema abordado, orientará su juicio y podrá ir hacia la profundidad de los hechos.

«Lo que la “interpretación” busca es dar mayores datos de contexto que expliquen los hechos, no que los califiquen.»¹⁷

Para elaborar el mensaje interpretativo se debe buscar el sentido a los acontecimientos noticiosos que llegan en forma aislada para situarlos en un contexto, de manera que sean entregados al receptor no especializado. Esta interpretación debe

¹⁵ A.M. Miralles Castellanos: La construcción de lo público desde el periodismo cívico. [http:// www.infoamerica.org/documentos](http://www.infoamerica.org/documentos)

¹⁶ E. Morán Torres (1998): Géneros periodísticos de opinión, Eunsa, Pamplona, p. 10.

¹⁷ U. R. Peñaranda (2005): Géneros Periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? <http://www.saladeprensa.org>.

basarse en sucesos concretos y en opiniones responsables que serán pertinentes y deben ser presentadas en forma amena y atractiva. De ahí que la función del periodismo interpretativo sea explicar la noticia, ubicarla dentro de su contexto más amplio, profundizarla y analizarla.

Con el auge de la radio en los años cuarenta y luego la televisión a partir de los cincuenta del pasado siglo, la función informativa fue asumida fundamentalmente por esos dos medios de comunicación al resultar éstos ganadores en la competencia por la inmediatez; no obstante, la prensa plana encontraría en el periodismo interpretativo o de explicación, como también se le denomina, un recurso para continuar viva al brindarle al receptor una opción distinta de presentar los hechos.

Teoría vs realidad

Las nuevas prácticas entronizadas en muchos medios distan bastante de ser compatibles con los preceptos teóricos, mediante los cuales ha sido concebido y desarrollado el trabajo de la prensa. Hace más de cien años fue enarbolado el paradigma de la objetividad periodística. Hoy el infoentretenimiento, la espectacularización, y la banalidad, contribuyen a la decadencia del periodismo y a su descrédito ante la ciudadanía que cada día confía menos en él.

Su cada vez mayor vinculación con los poderes políticos y económicos, le impiden ser juez y parte al mismo tiempo¹⁸ del sistema que tanto lo ponderó hasta el extremo de hacer creer a casi todos que era el cuarto poder, el contrapeso. Cada día se generaliza más la apreciación de que hoy lo que existe como generalidad es un periodismo de convalidación, inofensivo para el poder, dirigido esencialmente a distraer y divertir en función de lo accesorio e impedir así el surgimiento de un pensamiento crítico, colectivo, construido a partir de la reflexión acerca de la esencia de los fenómenos, hecha al disponer la ciudadanía de una información de calidad suministrada por los medios.

¹⁸ Para más información al respecto consultar el artículo «El poder mediático», de Ignacio Ramonet, Ciberlanga, (7), año 2002.