

## EL LENGUAJE PERIODÍSTICO: CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES.

### 1. Funciones del periodismo:

Los textos periodísticos responden a la demanda de información del hombre. Para atender a esta demanda se utiliza como CANAL los *mass media* o medios de comunicación de masas. Tres son las funciones principales del periodismo, las cuales caracterizan su lenguaje de manera determinante: informar, formar y entretener.

- La información debe ser una información fiable, de primera mano, contrastada suficientemente y expuesta directa y objetivamente.
- La formación.- El periódico enjuicia la realidad y crea un estado de opinión en sus lectores aportando, junto a las informaciones contrastadas, elementos ideológicos o valorativos, reflexiones y argumentos
- El entretenimiento ocupa un lugar secundario en la prensa escrita, sólo representada en los pasatiempos y en los *suplementos* normalmente dominicales.

### 2. Elementos de la comunicación en el periodismo:

Los textos periodísticos son, en definitiva, el resultado de un proceso de comunicación que presenta unos rasgos característicos que le diferencian de otros textos:

El emisor es la propia empresa periodística: un periodista conocido, una agencia de prensa, un colaborador habitual...

El receptor es anónimo, múltiple y heterogéneo (de cultura variada, de diferente formación), tiene un papel pasivo en el proceso y no puede comprobar la autenticidad de los datos transmitidos.

Se emplean códigos distintos: lingüísticos, tipográficos (diferente tamaño y color de las letras impresas) e icónicos (fotografías, gráficos, mapas...). Todos estos códigos intervienen en la valoración de la información. El código lingüístico se utiliza en distintos niveles o registros: coloquial, literario...según el género utilizado.

EL mensaje lo forman tanto el contenido concreto de la información como la finalidad buscada: persuadir, informar, formar un estado de opinión.

El contexto situacional lo forman todas aquellas circunstancias relacionadas con el tema: lugar, momento en que ocurre, protagonista afectado, importancia del hecho e impacto que puede producir.

El canal es el que ofrece cada medio de comunicación de masas: digital, televisivo, radiofónico o impreso.

### 3. El lenguaje periodístico.

Teniendo en cuenta la variedad de subgéneros a los que las características generales que vamos a estudiar han de corresponder, es inevitable que hablemos de rasgos generales, no aplicables en su conjunto a todos los subgéneros periodísticos. No obstante, en todo escrito periodístico se podrán rastrear en mayor o menor medida las siguientes características:

Concisión: El volumen de hechos informativos es tan grande que la concisión es un rasgo imprescindible cuando se quiere transmitir en un espacio o en un tiempo fijos la mayor cantidad de información posible. No hay que olvidar que concisión y brevedad no son dos palabras sinónimas.

Especial disposición de los contenidos: La subordinación a un espacio o a un tiempo determinados y el deseo de captar el interés del lector u oyente hacen necesaria una especial disposición de los contenidos en los artículos periodísticos. En una noticia, por ejemplo, los datos de mayor interés se incluyen en primer lugar y, a continuación, se desarrollan aspectos secundarios de la noticia (estructura de pirámide invertida). De este modo, si la noticia tiene que ser recortada por falta de espacio o de tiempo, se omitirán los elementos accesorios, nunca los elementos principales.

Tendencia al cliché: La propia urgencia con que se redactan los textos periodísticos, junto con la búsqueda de la concisión, fomenta la creación de un lenguaje con cierta tendencia al cliché, el uso de frases hechas, metáforas manidas y tópicos. Esto constituye un defecto señalado por todos los manuales de estilo.

Sintaxis sencilla. Orden lógico: El empleo de oraciones cortas y de un léxico sencillo facilita la comprensión de los textos periodísticos. Los diversos elementos de la oración deben estar dispuestos siguiendo el orden lógico: sujeto, verbo, complementos (directo, indirecto, circunstancial). Este orden sólo debería verse alterado para destacar alguno de los componentes de la oración.

Objetividad: Toda información debe ser tratada con la mayor objetividad. La presencia de adjetivos antepuestos o valorativos es un síntoma inequívoco de subjetivismo en el tratamiento de esa información, como también lo es la presencia de pronombres o de formas verbales en primera persona. Con todo, muchos autores afirman que la objetividad pura no existe, ni podrá existir nunca en los medios de comunicación.

#### **4. Rasgos lingüísticos específicos de los textos periodísticos:**

##### A) Rasgos morfosintácticos.

- Supresión de preposiciones (*Administración Bush*).
- Gusto por locuciones y construcciones perifrásticas (por ejemplo, la perífrasis estar + siendo + participio: *están siendo analizadas las propuestas*).
- Nominalización. Abundancia de construcciones con más categorías nominales (sustantivos o adjetivos) que verbales (verbos y adverbios).
- Uso de frases cortas (en titulares) para captar la atención de los lectores de manera rápida.
- Aparición del estilo directo en citas. Para dar mayor credibilidad y detalle a las informaciones aportadas suele acudir a citas de los protagonistas de las noticias. Este recurso implica, a veces, la eliminación de los llamados verbos *dicendi*.
- Presencia de oraciones impersonales o sin sujeto explícito. Se emplea sobre todo en los titulares y cuando interesa más la acción que el protagonista de la noticia.
- Abundancia de oraciones pasivas, por influjo de la lengua inglesa.
- Preferencia por ciertos tiempos verbales: pretérito imperfecto de subjuntivo con valor de perfecto simple de indicativo, pretérito perfecto simple, pretérito imperfecto para acercar la acción a los lectores, presente histórico para acercar el hecho a los lectores, presente de indicativo (sobre todo, en los títulos) como muestra de la actualidad de las noticias. Condicional con valor de posibilidad: *Los sindicatos habrían manifestado su disposición*.
- Empleo de extranjerismos, sobre todo anglicismos: *A + infinitivo* en función de adyacente de un sustantivo: *tareas a cumplir*.

B) Recursos léxico-semánticos: en general, los textos periodísticos emplean un léxico de nivel medio y con suficiente grado de corrección.

- Creación de neologismos. Se usan para designar aspectos de la realidad que surgen o cambian con la actualidad: *inculpación, euroescéptico, telebasura...*
- Presencia de eufemismos. En muchas ocasiones se evita la designación directa de la realidad para no herir la sensibilidad de los receptores: *Agentes sociales* por sindicatos.
- Uso de tecnicismos. Cada tipo de publicación o sección del periódico emplea un léxico propio del tema tratado (economía, política, deportes, toros...).
- Tendencia a la epicidad. Este recurso lleva la magnificación en el lenguaje. Además, implica la aparición de numerosos adjetivos y verbos valorativos, más próximos a la subjetividad y a la opinión que la información subjetiva.
- Recurrencia al lenguaje literario. Son frecuentes hipérboles, metáforas, metonimias, personificaciones, preguntas retóricas...
- Empleo de apócope, acrónimos, siglas...
- Formas impropias en el uso del léxico: *visionar* por ver, *agrede* por ataca, *priorizar* por dar prioridad.

C) Recursos no verbales. En los textos periodísticos no sólo es importante el lenguaje verbal. También son destacables otros aspectos: la presencia de imágenes ilustrativas, el tamaño y tipo de letra o la maquetación de la portada de un diario.