

LA HERENCIA RETÓRICA EN EL PERIODISMO ARGUMENTATIVO: CONFIGURACIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL ARTÍCULO DE OPINIÓN

María DE LA FUENTE DE LA FUENTE
Licenciada en Periodismo

RESUMEN

La Retórica puede definirse como el arte o técnica de enunciar, disponer y estructurar las ideas, opiniones y planteamientos mediante el discurso lingüístico dirigido a un público plural y ecléctico. Su condición de elemento medular de toda composición textual le confiere un lugar preponderante en la formación de los profesionales de la comunicación. Por este motivo, el Periodismo y, en especial, los géneros de opinión son considerados una de las principales vertientes en que la antigua Retórica se manifiesta en la actualidad. La vinculación entre ambas disciplinas centra nuestro estudio, que reivindica el legado retórico en la formación de los profesionales de la información, y profundiza en la configuración y clasificación del artículo de opinión.

Palabras clave: Retórica, periodismo argumentativo, artículo de opinión, teoría periodística.

ABSTRACT

Rhetoric can be defined as the art of enunciating, expressing and constructing ideas, opinions and approaches by means of the linguistic speech, directed to a plural and eclectic audience. Being a pivotal text element, Rhetoric is considered to be an essential subject in journalistic formation. For this reason, Journalism –especially, opinion features– is considered to be one of the main rhetorical branches nowadays. This paper aims to provide a revision and an analysis of the connection between these two disciplines, as well as a special focus on how articles are written and classified.

Key words: Rhetoric, argumentative journalism, article, journalistic theory.

0. CONSIDERACIONES PREVIAS

Desde tiempos inmemoriales, el ser humano ha manifestado su más profunda voluntad de trascender las barreras espaciales y cronológicas, mantener su espíritu vital latente, imperecedero, y dejar grabada su impronta en los anales de la historia. Respondiendo a su propia esencia y naturaleza, su preocupación

medular ha gravitado sobre las diferentes artes o técnicas que le permitieran plasmar y transmitir sus ideas y experiencias a las posteriores épocas y civilizaciones. Uno de estos mecanismos comunicativos es la palabra. Desde el mismo momento en que se empieza a hacer uso de la lengua con el fin de conseguir la adhesión del auditorio hacia las ideas que se transmiten, surge una de las inquietudes centrales de todo discurso: cómo lograr despertar el interés en ese público destinatario y receptor del mensaje, cuestión claramente retórica.

Este ánimo de “persuasión” ha estado presente en la formulación de la disciplina oratoria desde su origen, y obliga a estructurar el discurso, escrito o hablado, de una manera adecuada a los objetivos que persigue. A la “técnica” o “arte” de enunciar, disponer y estructurar las ideas u opiniones mediante el discurso lingüístico dirigido a un auditorio o público plural se le otorgó el nombre de Retórica, designación que primero se adoptó en Grecia y más tarde se trasladó a Roma.

Puede aseverarse, por tanto, que es la Retórica el primer intento sistemático de articulación del discurso, conformando su esqueleto y vertebración; se trata del *ars bene dicendi*, o arte de la palabra socialmente eficaz y sutil, la ciencia que permite cuidar y depurar la facultad de decir.

Natividad Abril (1999: 75-84) ilustra magistralmente la vinculación entre la Retórica y el Periodismo al afirmar que los textos que mejor consiguen sus fines –es decir, los que además de ser leídos en su totalidad llegan a persuadir y convencer– son aquéllos en los que se maneja con habilidad la Retórica de la argumentación.

En esta misma línea resulta necesario hacer hincapié en los diversos autores que consideran que el Periodismo, genéricamente, es una de las formas que la antigua Retórica habría adquirido en la época moderna. No obstante, de entre las múltiples manifestaciones periodísticas, son los textos de opinión los que gozan de auténtico reconocimiento, como los genuinos herederos de este legado. Los géneros de opinión, por lo tanto, van a ser definidos como los más cualificados para ejercer y desarrollar las funciones retóricas.

Cabe reseñar, asimismo, que la conexión entre Retórica y Periodismo extiende su influjo a otras muy diversas áreas y campos de acción; entre ellos, el ámbito educativo, en el que autores como Rafael López Cubino y Begoña López Sobrino (2002) sostienen la importancia de garantizar una simbiosis práctica, operativa y eficaz entre ambas culturas, la escolar y la correspondiente a los medios de comunicación, respetando la idiosincrasia de cada una de ellas. Del mismo modo, advierten de la necesidad de incorporar el material periodístico como recurso didáctico en el aula, con el fin de propiciar la formación de una actitud crítica, ahuyentadora de planteamientos dogmáticos, que inicie al alumno en una auténtica educación para el uso de los medios de comunicación, en sus distintos géneros y manifestaciones.

1. LA HUELLA RETÓRICA EN EL PERIODISMO DE OPINIÓN: NACIMIENTO DE LA TEORÍA PERIODÍSTICA

Los estudios que vinculan la Retórica con el Periodismo son, de hecho, muy recientes, ya que la primera vez que se empieza a hablar de esta relación es en 1960, gracias a la labor desarrollada por el lingüista Heinrich Lausberg en la obra *Manual de Retórica Literaria*. Hemos de remontarnos a autores como Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca (1958), Francesco Fattorello (1964), Roland Barthes (1966) o Roger Clausse (1967), para encontrar los inicios de las nuevas perspectivas o enfoques que enlazan el Periodismo con la Nueva Retórica y la Teoría de la Argumentación.

Una década más tarde, en las facultades españolas se trabaja sobre la Retórica de la persuasión, siendo pioneros en estos proyectos José Luis Martínez Albertos (1972), Ángel Benito (1973) y Luis Núñez Ladevéze (1979). Una muestra palpable de la importancia de establecer una conexión entre ambas disciplinas son los estudios de Periodística, que centran su objeto de investigación en la recuperación de los nexos históricos entre Retórica y Periodismo. Josep María Casasús (1991: 63), presidente de la Asociación de Periodística, siguiendo la doctrina alemana actual, ha definido la Periodística como “aquella enseñanza de la retórica profesional de los medios de comunicación social, que abarca la producción, mediación y recepción, y sus propios criterios, métodos y teorías específicos”.

Este autor considera la Periodística como heredera de la Retórica, y, en concreto, de la Retórica de la argumentación, variante de la antigua disciplina que se ocupaba, sobre todo, de los efectos que el mensaje causa en el público receptor. Josep María Casasús (1993: 126-128) afirma, por tanto, lo siguiente:

“El arte del periodismo avanzado, como el arte de la retórica aristotélica [...] es el arte de la argumentación y de la recepción. La periodística, entonces, es la Retórica moderna”.

La Periodística, como la Retórica, implica la organización de un discurso que aspira a producir unos efectos persuasivos sobre los diversos tipos de público, función que no está reservada en exclusiva al periodismo de opinión, ya que en el informativo se emplean estrategias de persuasión implícita.

No podemos obviar, por otra parte, que los estudios retóricos, iniciados en el mundo clásico hace más de dos mil años, degeneraron y perdieron su prestigio y vigencia a partir del siglo XIX, como consecuencia de unas prácticas docentes hipertrofiadas por un desmedido afán clasificatorio y una preceptiva petulante y obsoleta. De hecho, se emplea la palabra retórica como sinónimo de demagogia y palabrería que recubre fraudulentamente la vacuidad de los mensajes.

Como ya se ha expuesto con anterioridad, una de las ideas compartidas desde las distintas perspectivas de estudio es que, aunque en cualquiera de las

modalidades de los géneros periodísticos, afloran manifestaciones retóricas persuasivas, serán los géneros de opinión los que presenten una mayor reformulación teórica de los hechos y acontecimientos observados.

Con el fin de ilustrar mejor la existencia de este íntimo vínculo de unión entre ambas disciplinas es preciso recurrir a Llorenç Gomis (1994), quien establece un paralelismo entre la Retórica antigua y el Periodismo moderno, y también entre el modelo de la Retórica clásica –el orador– y su versión moderna: los medios de comunicación. Este autor subraya las reticencias y animadversión de Platón y Sócrates por la Retórica, la Oratoria y el Arte de persuadir, así como de los sofistas, quienes la trasladan a la práctica.

Partiendo de este concepto de Retórica como arte del discurso persuasivo, Gomis defiende que si antes se trataba de persuadir a los jueces, las asambleas, las multitudes o el público por medio de la palabra, ahora, jueces, parlamentos y multitudes siguen siendo posibles objetos de persuasión, y también lo es el público. De este modo, Gomis (1994: 59) sostiene que:

“Persuadir es inducir a creer, o inducir a hacer alguna cosa. Pero al público se llega hoy más con el libro, pero sobre todo a través de los grandes medios de comunicación: prensa (diaria y revistas), radio y televisión.”

El profesor José Luis Martínez Albertos (1994: 27) entiende que la Retórica clásica –la de todos los tiempos, la antigua y la moderna– ha de ser el punto de apoyo indispensable para la construcción sensata y coherente de cualquier sistema educativo dirigido a la formación teórico-práctica de los periodistas. Sostiene, además, que es lícito servirse tanto de la Retórica como de la Dialéctica y de la Poética, a las que considera “ramas del mismo y maravilloso árbol de la ciencia, de un árbol destinado a estudiar y descubrir los secretos de la palabra”. Concluye con la siguiente aseveración: “La Retórica es, indudablemente, la base de partida obligada para la preparación profesional de los periodistas en la Universidad”.

Martínez Albertos considera, asimismo, que apenas si se ha proporcionado una verdadera aportación de los profesionales del Periodismo a la Retórica, puesto que los editorialistas han bebido directamente de las preceptivas clásicas. Su tarea se ha reducido a adaptar las antiguas formas al nuevo lenguaje, apareciendo así, en la prensa, tres géneros anteriormente desconocidos: el editorial, el comentario o columna y los artículos de crítica cultural en los diarios y revistas de actualidad no especializadas.

Por otra parte, este autor ha salido al paso de la dimensión excesivamente amplia del concepto de Retórica y entiende que desde los planteamientos post-aristotélicos (Cicerón, Quintiliano, la Escolástica Medieval), y desde las corrientes contemporáneas, se tiende a confundir la Retórica con la Poética y, también, con la Dialéctica.

Para algunos de los grandes maestros españoles de la Retórica tardía, la Periodística –entonces denominada Elocuencia periodística– debía estudiarse con la ayuda de la metodología propia de la oratoria política. Josep María Casasús y Luis Núñez Ladevéze (1991: 40) recogen las palabras del doctor José Coll y Vehí acerca de la Elocuencia militar y la Periodística, consideradas como dos ramas de la Oratoria política. De este modo, los artículos políticos que aparecen en la prensa emplean formas enteramente oratorias y pueden concebirse como una ligera modificación de los discursos parlamentarios.

Hasta principios del siglo XX no aparecen alusiones a la Periodística como una preceptiva desgajada del gran tronco de la Oratoria, en los tratados escolares de Retórica y en los manuales de Periodismo.

Del examen de algunos de los tratados de Retórica del siglo XIX y de los primeros textos de teoría periodística en España se desprende que se proponían fórmulas de narración realista semejantes o equivalentes a las que nacieron, más tarde o contemporáneamente, en la agencia de noticias Associated Press y en las redacciones de los diarios de la costa Este de los Estados Unidos, a raíz de la guerra civil de 1861-1865.

El profesor García de La Madrid señala que, en el contenido de toda narración no fingida, debía encontrarse la información precisa sobre nombres, fechas, lugares, causas y resultados de los sucesos relatados. No resulta difícil, entonces, advertir que la fórmula de este autor se ajusta exactamente a la regla de las 5 o 6 W's de la Periodística angloamericana.

Josep María Casasús y Luis Núñez Ladevéze (1991: 41) subrayan que las enseñanzas retóricas de este profesor se inscribían –explícitamente– en la tradición de la Retórica antigua y clásica, que pasa por Aristóteles, Quintiliano y Cicerón, y que llegaba hasta su época a través de la Retórica medieval, escolástica, renacentista y prerromántica. Es lógico, pues, que estas pautas para la confección de textos y discursos para la información y persuasión, incluidas en el manual de García, se encuentren, también, en toda la tradición teórica anterior.

La crisis de la enseñanza de la Retórica en Europa –mucho más prolongada en España– truncó tal vez la línea de nuestra propia tradición en la formación de periodistas. En el manual que escribió Manuel Graña en 1930 se advierte una honda influencia norteamericana con respecto a los preceptos para la configuración de la estructura interna de la noticia, preceptos que este profesor relaciona con la tradición retórica cristiana.

Con el nacimiento de las primeras escuelas españolas de Periodismo se rompen aquí los vínculos con una larga línea genuina de evolución de la preceptiva redaccional, y se recurre, en cambio, a los modelos propios de otras culturas.

Josep María Casasús y Luis Núñez Ladevéze (1991: 43) confirman la hipótesis acerca de la existencia de relaciones directas entre la Retórica académica y

la Preceptiva periodística en la etapa de conformación del Periodismo moderno en España. La dilatada tradición de las retóricas antigua, clásica, medieval y renacentista ha enlazado directamente con la Periodística a través de las enseñanzas de nuestra Retórica tardía. Resulta insuficiente afirmar que la Retórica es a la Periodística lo que el Derecho romano al Derecho positivo actual. La Retórica, a pesar de las reticencias que existen para admitirlo, está absolutamente viva en los procesos que alimentan la comunicación social contemporánea.

La renovada atención que en las universidades norteamericanas, alemanas e italianas se presta hoy a los estudios sobre Retórica, o “Nueva Retórica”, revela que, en las culturas avanzadas, no tiene lugar el rechazo total que en nuestro país se ha producido respecto a este pilar de la civilización occidental. Según Lausberg, el viejo tronco de la Retórica, con sus más de dos mil años, conserva todavía su savia y su fecundidad.

Cabe citar los nombres de Granger (1988), Manuel Carrilho (1992) y Yoos (1998) entre las diferentes concepciones contemporáneas relacionadas con los distintos niveles o dimensiones de la Retórica. Granger diferencia dos niveles en los efectos de la retórica argumentativa: los *efectos directos* y los *indirectos*; estableciéndose, además, en estos últimos, dos vías o posibilidades: la *afectiva* y la *cognitiva*. El Periodismo de opinión –campo que nos atañe en este análisis– se corresponde con la Retórica argumentativa directa, mientras que el Periodismo de información se clasificaría en la argumentativa indirecta.

Por su parte, Yoos distingue dos clases de retórica: la *retórica del llamamiento* –heredera del pensamiento de Santo Tomás de Aquino–, cuyo fin es persuadir al receptor de que lo que se dice es la única verdad; y la *retórica de la respuesta* –en la línea del pensamiento de Descartes–, donde el esfuerzo de la persuasión se concentra en explicar los argumentos, sin que, en apariencia, se pretenda convencer a nadie.

Con referencia a las distinciones que establece Manuel Carrilho entre una *retórica caliente* y una *retórica fría*, Josep María Casasús (1993) interpreta que es una manera más de aludir a esta oposición entre, al menos, dos posibles vías de concebir hoy las funciones de la Retórica. Se trata, en definitiva, de integrar dentro de la Retórica los distintos géneros y funciones del Periodismo, estableciendo en todo momento una clara frontera distintiva entre los géneros informativos y los de opinión.

2. LA RETÓRICA ARISTOTÉLICA: LA CONSTRUCCIÓN LINGÜÍSTICA Y LA COMPOSICIÓN DEL ARTÍCULO DE OPINIÓN

A la hora de confeccionar una tipología de las estructuras y clasificaciones de los artículos de opinión, es preciso recurrir a los principios y elementos que la Retórica clásica nos ha aportado. Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 134) reconocen que “es preciso convenir que el comentario, en todas sus

manifestaciones, tiene todas las similitudes de lenguaje y estructura perfectamente equiparables a cualquier texto literario”.

Por tanto, resulta lógico establecer una primera clasificación atendiendo a los recursos que la expresión lingüística ofrece para encontrar primero qué decir, cómo decirlo, con qué orden y con cuánta eficacia persuasiva.

Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 134-135) rescatan el pensamiento aristotélico al aseverar que la Retórica es la contraparte de la Dialéctica. Ambas versan sobre temas opinables; sin embargo, la Dialéctica expone y la Retórica busca, en cada caso, tanto aquello que es apto para persuadir, como lo que parece serlo. La Retórica, según Aristóteles, posee unos elementos técnicos que permiten dominar ese arte de la refutación y de la confirmación: es, por tanto, una disciplina argumentativa; así pues, el fin esencial del artículo de opinión no es otro que argumentar sobre una cuestión determinada, ésta es una de sus características principales. El discurso argumentativo se compone, pues, de tres elementos: el que habla, aquello sobre lo que se habla y aquél a quien se dirige.

3. LAS ESTRUCTURAS Y CLASIFICACIONES DE LOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

El artículo periodístico se puede considerar en sí mismo un hecho cultural. Sus autores trabajan sobre ideas y deducen consecuencias sociales, filosóficas, culturales o políticas. Natividad Abril (1999: 135) destaca, entre las características del artículo periodístico, su versatilidad e hibridación de estilos y géneros. Asimismo, salvo en los textos de análisis de la noticia –el editorial, el comentario y alguna columna–, no es esclavo de los hechos de actualidad.

No sólo resulta adecuado para el tratamiento de las más variopintas temáticas o cuestiones, sino que, estilísticamente, combina el estilo de sollicitación de opinión con el ameno. Además, en lo referente a su técnica o estructura interna, las únicas normas que le son aplicables son las cuatro reglas de la Retórica: invención –hallazgo de asuntos que hagan probable la causa–; disposición –organización y estructuración del material–; elocución –expresión escrita de las ideas–; y retoque –matización, puntuación–. Quizás por este carácter tan abierto, se ha afirmado en numerosas ocasiones que hay tantas clases de artículos como articulistas (Abril, 1999: 135).

Entre los ingredientes que no deben faltar en un artículo de opinión, González Ruano ha mencionado la discreta aplicación de elementos de cultura, una participación nada pequeña de valores que pertenecen a la invención poética y cierto gusto por las formas melancólicas. Todos estos requisitos responden bien al interés periodístico y son perfectamente compatibles con la amenidad exigida por el público, y las imposiciones de un sentido realista de los hechos de actualidad.

Natividad Abril (1999: 135-136) recoge las palabras del conocido articulista José María de Areilza, que define este género periodístico como la síntesis de lo temporal con lo permanente, maridaje del acontecimiento con el contexto, simbiosis del pensamiento con el relato, contar la historia como noticia y hacer de la noticia historia, mezclar la cultura con la observación directa, la filosofía con el suceso y la anécdota con la categoría. Esta explicación del artículo de Areilza está basada en un juego de palabras y de sentidos: es, por tanto, retórica. Y el buen uso de esa Retórica permite una definición en una prosa casi poética.

Si acudimos a otras definiciones, de naturaleza y estilo más académicos, podemos observar que intentan instruir y abarcar el concepto desde el punto de vista del conocimiento teórico. Así, el estilo opinativo, o de solicitud de opinión, debe tal nombre al alemán Emil Dovifat, maestro de periodistas y gran teórico de las Ciencias de la Información. En 1959 y 1960, Dovifat publicó su obra *Periodismo*, en dos escuetos volúmenes que resumían, de modo tan sencillo como claro, toda la estructura de la redacción periodística. Tal y como exponen Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 127), esta síntesis pedagógica de Dovifat se convirtió en un referente esencial en Europa para aquellos que han contribuido a desarrollar la teoría del Periodismo y la clasificación de los géneros periodísticos. El propio Dovifat describe y define así el estilo que él mismo denominó “de solicitud de opinión”:

La labor de convencimiento con vistas a la formación de opinión se efectúa por medio de la fuerza probatoria del pensamiento y de los hechos. La forma es solamente un medio de transmitir esa fuerza. El primer requisito para una acción siquiera formal es que se tenga algo que decir. Cuando no se tiene nada que decir, se infla la forma tanto más cuanto menor es el contenido, para disimular los huecos hasta donde se pueda.

Dovifat enfatiza, por tanto, la importancia de tener claras las ideas que se quieran transmitirse. Aconseja, además, un orden expositivo, una visión de conjunto y una elección del tema justa y bien fundada:

Hay que tener siempre presente –según aconseja Dovifat– que lo decisivo para la conducta y el inicio de la acción es la ocasión o factor que obra, con más fuerza, en la labor propagandística, ocasión que se ha llamado “lanzamiento del lazo” al cuello del lector. Hay que saber dar con este factor de efecto más intenso; todo lo demás depende de él.

Sin nombrarlo explícitamente, Dovifat apela a esa vieja tríada de la Retórica clásica que constituye su esencia comunicativa: *deleitare, docere, movere*. Deleitar con un estilo claro y agudo, porque el tedio impide la lectura y, por supuesto, la comprensión. Enseñar, ya que todo artículo ha de mostrar un pensamiento y no un lugar común. Conmover o inducir a la reflexión o adhesión, porque ése es su fin último, que es inseparable de la persuasión. Tres condiciones o requisitos para todo artículo de opinión, sea del género que sea.

Gonzalo Martín Vivaldi (1981: 176) aporta una definición de claro corte académico, a la que llega dejando claro que tan sólo se trata de una aproximación que no persigue ser completa:

Escrito de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista.

El problema que acarrea aventurarse a ofrecer una definición del término reside en el carácter poco abarcable del concepto, nada propicio para encerrarlo en pocas palabras; entre otras razones, porque la diversidad de artículos es tan amplia, no sólo respecto a los géneros, sino a las estructuras posibles, que ninguna definición se aproximaría lo suficiente.

La definición de Martín Vivaldi desea ser justa, y lo es, no obstante, no pasa de una somera descripción que poco contribuye a entender un acto del pensamiento y la palabra como es el artículo de opinión. Quizá por ese motivo, el profesor José Luis Martínez Albertos, a quien debemos la sintetización más extensa de la Periodística española, no acude a una definición propia, sino que utiliza el término *artículo* como referencia para las diferentes modalidades de géneros opinativos en su *Curso General de Redacción Periodística* (2007). Es decir, procede a la clasificación del término atendiendo al criterio de contenidos y cometidos dentro del periódico. De este modo, crea dos grandes bloques en ese ámbito de la opinión que ya instituyó el maestro Dovifat: el primero, denominado estilo de solicitud de opinión, al que corresponden el artículo editorial, los sueltos, los comentarios, las críticas y las tribunas libres; el segundo, llamado “estilo ameno”, que contiene los artículos de ensayo, de humor, de costumbres, de divulgación y las columnas personales. El profesor Martínez Albertos describe y teoriza sobre cada artículo así clasificado y los distingue respecto a los posibles y peculiares modos de enfoque y lenguaje.

Todo artículo –ya sea de los pertenecientes a los géneros periodísticos codificados dentro del estilo de solicitud de opinión (como editorial, suelto, columna o crítica), ya sea de los pertenecientes a las colaboraciones especiales de cualquier sección del periódico y que podrían clasificarse como divulgativos, de ensayo o doctrinales– debería encuadrarse en el macrogénero de la opinión. Podría considerarse estilo ameno, entonces, las narraciones literarias, humorísticas, costumbristas o dramáticas –el contenido no es clasificable– que algunos periódicos, no todos, incluyen en sus páginas, ya que lo que no es narración pura es opinión. No obstante, aquí sería necesario también hacer una matización, pues existen artículos aparentemente narrativos que constituyen artículos de opinión por su moraleja ideológica implícita o explícita, en función de los casos (Santamaría y Casals, 2000: 131).

Desde el punto de vista del Periodismo, el contenido de un artículo –entendiéndolo como el tema narrado– puede ser secundario. Interesan también y muy especial-

mente dos cuestiones: la forma, como método de estudio retórico y la carga opinativa que contenga y suscite el artículo, la trascendencia ideológica con la que se ha escrito, así como su inclusión en prensa por una razón mayor que la de amenizar con buena literatura. El mundo de las ideas transformadas en materia narrativa.

Identificamos, por tanto, como artículos periodísticos, textos de opinión o artículos de opinión, los textos escritos que responden a los nombres de comentario, columna, crítica, ensayo, artículo de costumbres, artículo retrospectivo, glosa y editorial. Artículos que podemos encontrar en las distintas secciones del periódico; expresiones literarias y periodísticas diversas de los géneros de opinión.

Otra fuente de discusión y polémica es la que despierta la asimilación del artículo de opinión como género literario o como género periodístico. Martín Vivaldi (1981: 176) evita la controversia, al optar por la siguiente definición de articulismo:

Género ambivalente que unos estiman como ‘periodismo mayor’ y otros como ‘literatura menor’. Y que no es ni lo uno ni lo otro. Es periodismo literario o literatura periodística. O, como dijo González Ruano, es el ‘auténtico género literario característico de nuestra generación’. Como contrapunto a esta tesis, también se ha dicho que el periodista-escritor es más genuinamente periodista que el periodista informador.

En lo que respecta al plano verbal, tendemos a presuponer que el lenguaje literario es ornamental, libre, extenso en adjetivos y figuras retóricas, elaborado y subjetivo; mientras que el lenguaje periodístico se identifica como austero, objetivo, meramente descriptivo de acuerdo con un orden de exposición o argumentación, desprovisto de belleza expresiva, referencial, sujeto a una normativa derivada de los diferentes géneros periodísticos, y absolutamente supeditado al ritmo frenético de la actualidad. Y ante tales presuposiciones se construye la oposición excluyente: o Periodismo o Literatura.

No obstante, es preciso considerar –como apuntan Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 133) –, que incluso los clásicos, con Aristóteles a la cabeza, nos han legado las más claras enseñanzas aplicables al Periodismo. La Retórica de Quintiliano, por ejemplo, en sus *Elementa narrationis*, nos enseña a ordenar una narración periodística. Si las fuentes del Periodismo son literarias, no es lógico, pues, construir dos mundos opuestos. Al mismo tiempo, habría bastante que señalar acerca de la influencia actual del Periodismo en la Literatura, ya que son muchos los escritores actuales que adoptan un estilo distanciado y lacónico en sus novelas, descubriendo, así, que el interés y la belleza de una obra no residen exclusivamente en las formas más subjetivas y sofisticadas. El lenguaje es una herramienta para expresar la idea, pero también constituye la idea misma, el pensamiento, cuando llega al lector.

Por consiguiente, consideramos muy acertada la tesis sostenida por Teodoro León Gross (1996: 171), al defender la razón de que todo artículo es un género periodístico, condición que no excluye la “posibilidad, y en muchos casos la conveniencia y hasta la necesidad, de ser analizado como texto literario en la medida en que en él se generalizan numerosos mecanismos creativos”.

En el campo de la opinión, tanto si el estilo es de sollicitación o ameno, el articulista hace periodismo por la expresión de sus ideas en un medio destinado, entre otros fines, a la difusión del pensamiento y las ideologías, y hace literatura tanto más amena, instructiva y eficaz en su mensaje, cuanto mayor sea la calidad literaria de lo escrito. Todo ello no niega, en absoluto, la existencia y vigencia de los géneros periodísticos, sino que demuestra que el género no puede concebirse como un compartimento estanco e impermeable. Muy al contrario, el estudio y la aplicación expresiva de los diferentes géneros proporciona la posibilidad de entender y apreciar el inmenso valor y poder de la palabra y a no dogmatizar encasillándola.

Gabriel García Márquez ha defendido siempre el principio de que el buen Periodismo es siempre algo bien escrito; de hecho, el Nobel colombiano parte de la certidumbre de que el Periodismo es un género literario. El reduccionismo al que puede llegarse estableciendo artificiales fronteras inexpugnables entre Periodismo y Literatura puede hacer imposible una visión real de lo que significa en verdad el articulismo. Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 134) recogen las palabras de Fernando Savater, que afirma al respecto “que pocos dudan que los periódicos constituyen hoy el principal referente literario”.

Con la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio*, Aristóteles demostró que se ejercía la persuasión y se ganaba la adhesión de los oyentes. No obstante, Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 148-150) matizan que el esquema discursivo propuesto por la *dispositio* –aunque sigue vigente en nuestros días– puede experimentar algunos cambios en función de la intencionalidad del emisor y del asunto abordado.

En la actualidad se consideran también argumentaciones aquellos discursos que carecen de esquemas fijos, así como los que presentan argumentaciones indirectas que deben ser reconstruidas por el lector.

Todas estas puntualizaciones son decisivas, ya que en nuestros análisis, clasificaciones y actuaciones argumentativas, no podemos atenernos sólo a la Retórica tradicional. El campo de posibilidades discursivas es extensísimo. Dentro del ámbito periodístico, cada género de opinión puede albergar múltiples formas estructurales que la Retórica clásica no incluye en sus clasificaciones. Por ejemplo, un artículo editorial suele respetar por orden formal la estructura de la *dispositio* aristotélica (exposición, demostración y prueba o conclusión enjuiciativa) y responde, en sus esquemas, a los géneros *deliberativo*, *judicial* o *demostrativo*, dependiendo de los fines perseguidos, como aconsejar o desacon-

sejar, acusar o defender, elogiar o reprobar. Sin embargo, hay excepciones que rompen esta regla de orden, y el editorial se constituye, de principio a fin, como una perorata apologética o especulativa. Estos casos, frecuentes en medios que optan por un periodismo de cruzada ideológica, se distancian notablemente del discurso argumentativo y de los géneros discursivos aristotélicos (Santamaría y Casals, 2000: 149-150).

Si nos atenemos a la formulación de Van Dijk, la primera clasificación vendría dada por la superestructura del texto, es decir, por la forma que ha adoptado para su lectura. En este caso caben dos clasificaciones: el artículo inductivo y el deductivo.

Nos encontramos ante un artículo inductivo, si el comienzo del texto es una anécdota, un hecho narrado, un ejemplo o analogía, un pensamiento o idea que no forman parte del núcleo de los razonamientos posteriores, sino que sirven como ejemplo o preludio de la idea o razón que constituye la verdadera intención textual. En ocasiones, este ejemplo propuesto sirve también como hilo conductor de todo discurso. Pero, en definitiva, el procedimiento se basa en ir de lo particular a lo general, de la anécdota a esa categoría que supondría la conclusión final.

Podemos aseverar que se trata de un artículo deductivo, si se establecen desde el principio las proposiciones y premisas que suponen la plasmación de una teoría o interpretación ideológica y que sirven para aplicarlas en los razonamientos que conducirán al juicio de casos particulares. El procedimiento es justamente el contrario que en los artículos inductivos: se trata de ir de lo general a lo particular, de la categoría al juicio de un hecho o de un asunto.

Respecto al otro aspecto señalado por Van Dijk, el objeto del texto, que viene definido por el tema, es preciso puntualizar que sería imposible e inútil elaborar una clasificación relativa a los posibles temas susceptibles de tratamiento, ya que su propia dimensión es ilimitada. La diversidad temática es amplísima y desde la más desconcertante intimidad hasta el más aséptico análisis tienen cabida en la prensa.

Sí se puede, en cambio, establecer una clasificación en función del tono argumentativo y literario, que nos serviría como referencia para su descripción e identificación. Por tanto, Luisa Santamaría y María Jesús Casals (2000: 150) definen el artículo como todo escrito publicado por la prensa, que no pertenezca al género informativo –noticia– o al género interpretativo –reportaje y crónica–. Así pues, el artículo constituye la forma característica del periodismo de opinión y es, en todos los casos, un discurso expresivo.

Por otra parte, Natividad Abril (1999: 136-137) sostiene que podemos diferenciar entre dos tipos de textos según su vinculación con los hechos de actualidad, y que es aplicable a todos los textos de opinión de los periódicos.

En los artículos se presentan claramente dos niveles de textos: los textos críticos –políticos, de compromiso, de persuasión argumentativa– y los textos creativos –literarios, de persuasión ingeniosa–.

Los textos críticos son aquellos que se acercan en el sentido más estricto al término editorialista; se trata de textos de compromiso y en ellos se escribe acerca de algún aspecto de la más inmediata actualidad. El referente queda, en general, explícitamente expresado. En los textos creativos, ni el tema ni su vinculación con la actualidad son factores de primer orden, puesto que lo que se impone es la personalidad de quien firma.

Concluiremos matizando que, en cuanto al aspecto retórico, lo que distingue los textos críticos de los creativos es que los primeros son fundamentalmente argumentativos y los otros más bien descriptivos. Unos se explayan en la Retórica, persiguen un fin persuasivo; los otros dan preferencia al aspecto narrativo y ameno del discurso, es decir, a la función poética del mensaje, el trabajo sobre el idioma, la prioridad otorgada al medio utilizado, al código. Tanto unos como otros son trabajos periodísticos que encuentran un lugar cómodo en los espacios de tribuna abierta o colaboraciones de la sección de opinión.

Los textos críticos o de compromiso están respaldados por firmas de personas expertas en distintas materias, ya sean de orden político, filosófico, jurídico o sociológico, que aportan su visión particular sobre un aspecto puntual de la actualidad, una opinión que el medio considera interesante para su publicación.

De los textos creativos responden, por lo general, personas con un cierto prestigio o reconocimiento en el mundo de la literatura o la cultura; se trata, pues, de escritores que se mueven prioritariamente en los ambientes intelectuales y académicos.

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, Natividad (1999): *Periodismo de opinión*, Madrid, Síntesis.
- ARISTÓTELES (1974): *Poética*, Madrid, Gredos.
- ARISTÓTELES (1971): *Retórica*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos.
- ARISTÓTELES (1990): *Retórica*, Madrid, Gredos.
- BARTHES, Roland (1987): *EL susurro del lenguaje*, Barcelona, Paidós.
- BARTHES, Roland (1982): *Investigaciones retóricas I*, Barcelona, Buenos Aires.
- CASASÚS, Josep M^a (1988): *Iniciación a la Periodística*, Barcelona, Teide.
- CASASÚS, Josep M^a y NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991): *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona, Ariel.
- CICERÓN (1976): *De Inventione*, Londres-Cambridge, Heinemann y Harvard University Press.
- CICERÓN (1976): *De oratore*, Londres-Cambridge, Heinemann y Harvard University Press.

- GOMIS, Lorenzo (1991): *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós.
- LAUSBERG, Heinrich (1983): *Manual de retórica literaria*, Madrid, Gredos.
- LEÓN GROSS, Teodoro (1996): *El artículo de opinión*, Barcelona, Ariel comunicación.
- LÓPEZ CUBINO, Rafael y LÓPEZ SOBRINO, Begoña (2002): *La prensa en el aula*, Praxis, Barcelona.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo (1981): *Géneros periodísticos*, Madrid, Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1983): *Curso General de Redacción Periodística*, Barcelona, Mitre.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1993): *Métodos de redacción y fundamentos de estilo*, Madrid, Síntesis.
- PERELMAN, Chaïm y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie (1989): *Tratado de la argumentación. La nueva Retórica*, Madrid, Gredos.
- QUINTILIANO (1970): *Institutio oratoria*, Oxford, Oxford University Press.
- SANTAMARÍA, Luisa (1997): *Géneros para la persuasión en Periodismo*, Madrid, Fragua.
- SANTAMARÍA, Luisa y CASALS, María Jesús (2000): *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Madrid, Fragua.