

### e. El lenguaje periodístico. Características principales

El redactor de prensa pretende comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo, por lo que intenta adoptar un estilo que facilite la comprensión y capte el interés del lector. La necesidad de captar la atención del lector y mantener su interés, además de conseguir ese principio general de objetividad, establece algunas características comunes en el lenguaje de los textos periodísticos:

- \* **Claridad:** se adopta un estilo neutral, el español estándar, que no se identifica con ningún grupo concreto de hablantes, y que prefiere la sencillez a la complejidad.
- \* **Concisión:** tendencia a la brevedad y a la condensación de información.
- \* **Corrección:** el estilo periodístico es un modelo de uso de la lengua, por lo que desde los libros de estilo de agencias y periódicos, la figura del defensor del lector, etc., se insiste en la especial preocupación por ceñirse a las normas del idioma.
- \* **Amenidad:** se busca un estilo ágil y plástico, que sea atractivo y que consiga que el lector «visualice» los hechos que se le narran.

La orientación informativa o interpretativa condiciona la existencia de diferencias lingüísticas, según se busque la máxima objetividad (o apariencia de objetividad) o bien se busque la interpelación al lector para conseguir que se identifique con una línea de opinión determinada.

Analizaremos las características generales del lenguaje periodístico, que se manifiestan en los niveles morfosintáctico y léxico-semántico de la lengua.

#### 1. Nivel morfosintáctico.

La búsqueda de la objetividad selecciona rasgos lingüísticos distintos de los que aparecen en los géneros de opinión. Los primeros suelen estar también presentes en los géneros subjetivos (por la importancia de la apariencia de objetividad), pero nunca al contrario.

- \* En los **géneros objetivos** aparecen los siguientes rasgos: uso de oraciones enunciativas; de la tercera persona verbal; del presente y pretérito perfecto simple; de sintagmas nominales extensos; de adjetivación escasa, frecuentemente especificativa y de una sintaxis sencilla (preferencia por oraciones simples).
- \* En los **géneros subjetivos**, además, se añaden las siguientes características: uso de oraciones interrogativas y exhortativas; de las primeras y segundas personas verbales; del presente intemporal, pretérito imperfecto, condicional..., y de una sintaxis compleja (causales, consecutivas).

En los **títulos** es frecuente la utilización de las estructuras nominales. Cuando aparece

un verbo, suele utilizarse el presente histórico. También es habitual utilizar recursos lingüísticos que capten la atención del lector (coloquialismos, metáforas, personificaciones...). El periodismo digital ha generado dos tipos de titulares: los breves y sugerentes para la página de portada y los explicativos para la consulta del artículo completo.

## **2. Nivel léxico-semántico.**

En los **géneros objetivos** encontramos los siguientes rasgos: uso casi exclusivo de léxico denotativo; presencia de tecnicismos propios del tema tratado (política, economía...); abundancia de siglas y acrónimos.

En los **géneros subjetivos**: léxico connotativo; frecuente uso de figuras literarias y de coloquialismos que buscan una fácil identificación con el receptor.

## **3. Errores más frecuentes en la redacción periodística.**

Los manuales de estilo denuncian algunos errores lingüísticos frecuentes en la redacción periodística, originados, sin duda, por la rapidez que exige la renovación de la información y por el descuido en la reiteración de incorrecciones. Señalamos algunos usos corregibles:

- \* Excesivo uso de expresiones coloquiales y frases hechas.
- \* Exceso de eufemismos.
- \* Exceso de retórica (sobre todo en las crónicas deportivas).
- \* Exceso en el empleo de extranjerismos y calcos.
- \* Uso del infinitivo fático («...solo comentar que...»).
- \* Empleo del condicional de rumor.
- \* Abundancia de locuciones prepositivas («en base a», «a nivel de»).
- \* Exceso de construcciones pasivas.