

Miguel Ángel JIMENO

El suelto periodístico en España.

Catorce de diciembre de 1996. Hace frío ese sábado, pero lo que aquí nos interesa no es el parte meteorológico sino una buena noticia centrada en el mundo del periodismo: *El Periódico de Álava* sale por primera vez a la calle. Y en sus páginas de Televisión, el diario publica la cabecera LA TELEVISIÓN EN BLANCO Y NEGRO, en la que se ofrecen al lector cinco sueltos periodísticos, todos ellos sin firma y acompañados de una fotografía sobre el tema y el nombre de un programa o un protagonista haciendo las veces de título. Veamos algo de lo que encontró el público el primer día:

Clint Eastwood. En contra de lo que mucha gente piensa, el ciclo de películas que está ofreciendo *La 2* sobre este actor está demostrando la variedad de registros de la que dispone.

Esta noche... Parecía que Pepe Navarro no iba a poder superar la marcha de Pepelu y compañía; sin embargo, los nuevos fichajes del programa mantienen un nivel muy alto (14.12.1996, Pág. 61).

Pocos días después, en la primera semana de enero de 1997, los lectores de *Diario de Navarra* descubrieron que algo había cambiado en el periódico. Efectivamente, las páginas dedicadas a Televisión/Espectáculos acogían dos nuevas secciones: una columna firmada por José Javier Esparza y la cabecera EL ASCENSOR, que insertaba, también sin firma, cinco sueltos, siempre acompañados por un picto indicativo de la valoración (flecha hacia arriba-hacia abajo), por una fotografía relativa al texto y con el nombre del programa o protagonista como título. Estos son los típicos sueltos que, desde entonces, puede encontrar el lector navarro:

Marta Robles. Los informativos de Antena 3 no son los mejores, pero con frecuencia aportan noticias que otros no ven: por ejemplo, y a propósito de la crisis del Perú, la guerra entre chamanistas y cristianos por ver quién reza más y mejor por los rehenes.

Telediario 2. "Han comenzado las carreras por las rebajas", exclamaba el comentarista del Telediario 2 al inaugurar la nueva temporada comercial. Pero en la imagen, contra lo que ha ocurrido otros años, no se veía correr a nadie. Patinazo televisual (9.1.1997, Pág. 69).

Una última fecha para el recuerdo: 15 de enero de 1997. Comienza una nueva etapa en el tradicional *Soque* pasa a denominarse *Heraldo Soria 7 Días*. Nuevo diseño, nuevas secciones y la presencia de dos cabeceras, en las páginas de Opinión, con sueltos: EL CÍCLOPE y PITOS/PALMAS. La primera está compuesta por un texto sin firma y con título al que acompaña una fotografía. El suelto que inaugura la cabecera muestra una pintura rupestre con figuras de animales y una pintada sobre ella en la que se lee 'acotado de caza':

El enemigo de la cultura

La ignorancia es el mayor enemigo de la cultura. Prueba de ello es el cíclope que hoy publicamos, una imagen que prueba el desconocimiento que posee el autor de la pintada, realizada junto a una de las pinturas rupestres de Valosandero. Para conjugar la herencia del pasado con el disfrute del ocio del presente sólo hace falta sentido común, que es de lo que carece el autor de la leyenda 'acotado de caza' (15.1.1997, Pág. 3).

Por su parte, la cabecera PITOS/PALMAS ofrece dos textos, uno acompañado de una fotografía

representativa del tema tratado. Los sueltos, sin firma, no tienen título. Veamos qué se publicó:

PITOS. A las Diputaciones de Soria y La Rioja, así como a las administraciones regionales de ambas comunidades por su incapacidad para llegar a un acuerdo que les permita estudiar, conservar y explotar la ruta de las icnitas, un yacimiento de ámbito interprovincial que contiene la mayor riqueza de huellas de dinosaurios de cuantas existen en Europa.

PALMAS. A la Asociación de Amigos del Casco Viejo por su interés en potenciar los carnavales, unas fiestas relativamente nuevas que animan durante unos días el deprimido aspecto que presenta la zona histórica de la capital (15.1.1997, Pág. 3).

Tras la remodelación, el diario castellano también inserta sueltos en su suplemento "Domingo". En la página dos aparece la cabecera EL TERMÓMETRO, en la que hay, sin firma, cuatro bloques de sueltos muy ligados a la actualidad de la semana que finaliza. No tienen título, pero cada uno cuenta con un encabezamiento fijo: 'Al rojo vivo', 'Zona templada', 'Ni frío ni calor' y 'Bajo cero'. La cabecera tiene una peculiaridad: bajo cada uno de los cuatro apartados se escriben tres sueltos, simplemente separados por un punto y aparte. Veamos un ejemplo:

'Al rojo vivo'. El alcalde de Quintana Redonda, Evaristo Manrique, demolía el lunes el antiguo frontón de la localidad sin esperar a que la junta emitiera la resolución que tenía pendiente sobre el tema. Las reacciones de los vecinos fueron de sorpresa o de indignación, ya que en el pueblo se había organizado una asociación para defender el frontón. Quintana Redonda ha quedado dividida entre partidarios y detractores del polémico derribo.

Tres cooperantes españoles, miembros de la organización Médicos del Mundo, murieron asesinados la semana pasada a manos de extremistas hutus en Ruanda. Las personas fallecidas fueron Manuel Madrazo Osuna, María Flors Sirera Fortuny y José María Valtuena. Toda España se pregunta si merece la pena jugarse la vida diariamente en el caos sudafricano.

El Caja Salamanca y Soria dio una lección de pundonor frente a un gigante del voleivol europeo, el Sisley-Treviso (26.1.1997, Pág. 2).

Viene esta entrada a cuento no sólo para mostrar desde el principio cómo son y se escriben los sueltos españoles, sino también para ejemplificar la idea de que en la España de hoy resulta muy raro leer cualquier diario o revista y no encontrar en alguna de sus páginas un tipo de texto que, salvo en la brevedad, nada tiene que ver, como se demostrará a continuación, con las gacetillas, ni siquiera con los minieditoriales o las minicolumnas. Y es que, desde 1975, el suelto se ha extendido con prisa y sin pausa por las páginas de diarios, revistas, suplementos dominicales, periódicos quincenales, boletines de asociaciones varias, prensa gratuita...

¿Hay alguna característica, aparte de la muy importante de la brevedad, que pueda explicar este auge? Se mire por donde se mire, el análisis detallado de miles de sueltos, las impresiones de los directores de un buen puñado de diarios, etcétera, la respuesta es sí: su eficacia (claro que esta eficacia está íntimamente unida a la mencionada brevedad). Los antaño calificados como *balas* o *certeras flechas* del periódico gozan de popularidad entre los lectores, a mi juicio, porque transmiten puntual, clara, amena, breve y, por ende, eficazmente, qué visión tiene un determinado diario o revista del hombre y de los más variados aspectos de la vida y del mundo. Evidentemente, que un medio de comunicación muestre a través de los sueltos su visión del hombre y del mundo no es razón para justificar la popularidad de estos textos. Sería más apropiado decir que la causa de esa aceptación estribaría tanto en que el diario o revista valora y juzga los acontecimientos de un

modo explícito como en que, cuando lo hace, huye de argumentaciones y discursos tediosos.

Sólo una pincelada a favor de la apuntada popularidad: la intuición de que se trata de textos muy leídos se refuerza cuando hablan de ellos los directores de diarios que insertan alguna cabecera con sueltos. Cabría citar numerosos testimonios, pero bastan dos ilustrativos: José Manuel Rey Novoa, director de *El Correo Gallego* diario que publica todos los días las cabeceras CON PÓLVORA Y MAGNOLIAS y EN BREVE, señala que "tanto en el caso de castigar o premiar actitudes o comportamientos como en los de poner la guinda a una información, la repercusión en el lector es elevada y siempre agradecida, hasta el punto de ser las noticias que generan un mayor número de llamadas de alabanza y de reproche a la Dirección"[\[1\]](#). En similares términos se expresa Antoni Coll, director del *Diari de Tarragona*: "La eficacia de los sueltos es muy grande. Por cada persona que me habla de un editorial puedo encontrar hasta cincuenta que me comentan alguna 'plumilla'"[\[2\]](#).

En realidad, el actual es el segundo momento de esplendor en la vida del suelto, porque ya a principios de siglo se recurría a él con frecuencia. Fueron los años del franquismo los que lo habían relegado casi al olvido, tal y como confirmaba Mostaza en 1966: "La prensa española lo cultiva poco, la inglesa mucho"[\[3\]](#). Como ya se ha dicho, será a partir de 1975 cuando el suelto periodístico vuelva a poblar las páginas de las publicaciones españolas. La razón de ese cambio brusco la intuye Martín Vivaldi en 1974, cuando además de señalar como ejemplos de cabeceras con sueltos a BREVERÍAS (ABC), EL DELANTAL DEL BRUSI (*Diario de Barcelona*), LOS PUNTOS DE MIRA (*La Vanguardia*) y PARA PEN SAR (Ya), profetiza que los sueltos en España experimentarán un nuevo impulso "tal vez como consecuencia de un mayor grado de libertad expresiva"[\[4\]](#).

El advenimiento de la democracia y, por tanto, de mayores cotas de libertad de expresión, confirmaron la profecía. Además, como apunta Luisa Santamaría, "en una sociedad de progreso, donde los valores supremos son la utilidad, la brevedad y la efectividad, el suelto periodístico encuentra un caldo de cultivo apto para su desarrollo"[\[5\]](#). Cinco decenios antes Grana había dicho lo mismo: "El articulista ya sabe que los editoriales se leen poco; de ahí la tendencia a hacerlos más cortos cada día. Muchos periódicos usan como complemento, y también como sustitutivo del editorial, los sueltos, que vienen a ser editoriales comprimidos, sin las pretensiones informativas y doctrinales del editorial verdadero, pero tan eficaces o más que este"[\[6\]](#). La razón de la eficacia parece, pues, abanderar su implantación. Sólo unas líneas más para apuntalar esta idea. De acuerdo con Santamaría, "la ligereza y movilidad de estos breves apuntes de opinión, libres de ataduras contextuadas, los hacen especialmente valiosos para el enjuiciamiento crítico de temas y situaciones no siempre abordables con facilidad". Por tanto, concluye, "lo versátil de su carácter hace del suelto una herramienta todoterreno" que, además, "no se arredra ante nada"[\[7\]](#) mano de un periodista hábil son un arma terrible, ofensiva y defensiva; una herramienta de progreso social importantísima"[\[8\]](#).

1. Breve descripción de los sueltos españoles

Del análisis de los textos que nutren las cabeceras que insertan sueltos cabe extraer una certera panorámica de los sueltos que se publican en España, sobre todo después de estudiar su autoría, la página-sección en que se suelen publicar, la periodicidad, la cabecera, la titulación, el número de sueltos bajo cada cabecera y, quizá la más interesante, los distintos modelos de sueltos que puede encontrar el lector. Obviamente, no cabe hablar de categóricas conclusiones; más bien, sólo se pretende ofrecer una descripción detallada en relación a los siete puntos mencionados.

a) *Autoría*. En la inmensa mayoría de los miles de ejemplos analizados para la elaboración de este artículo, el suelto no figura con firma y cuando excepcionalmente la tiene, se trata de un seudónimo: Ovidio tanto en ZIGZAG como en LO IN/LO OUT (ABC), Espectador en CUESTIONES MENUDAS (*Diario de Navarra*), Pandora en LA CAJA DE PANDORA (*Diario de Cádiz*), Clic en TELEOBJETIVO (*Baleares*) o El Triangle en RECULL (*Diari de Lleida*).

b) *Página-sección*. En líneas generales, se puede afirmar que la tendencia pasa por la siguiente alternativa: publicar los sueltos en las páginas de Opinión o en la última página. Concretando un poco más: los diarios nacionales tienden a insertarlos en Opinión y los regionales en ambos casos.

Asimismo, conviene resaltar que varias publicaciones (*La Voz de Galicia*, por poner un ejemplo) incluyen sueltos de forma esporádica al lado de algunas noticias o reportajes. Vale la pena ejemplificar este caso porque se trata de uno de los modelos de sueltos mejor elaborados, en el sentido de que en ellos prima la argumentación. El diario gallego inserta estos textos sin firma, con título y con varios párrafos, lo que también supone cierta novedad en el panorama español. En el ejemplo que sigue, el suelto acompaña a una noticia titulada "Maragall busca el apoyo de Fraga para frenar a Pujol en Europa" y dice así:

La guerra de los cargos

Hasta ahora, el Comité de Regiones emanado del Tratado de Maastricht apenas suscitó controversia. Los estados lo veían más como un *juguete* al servicio de las regiones, sin poder ejecutivo alguno, que como un organismo llamado a incardinar el poder regional en el marco de las instituciones europeas.

Y tienen razón, hasta cierto punto, porque se trata de un órgano consultivo, que no vinculante, pero llamado a marcar el rumbo de la Comisión Europea en asuntos de interés general. Es un primer paso en favor del respeto a las decisiones que adopten regiones y nacionalidades europeas, en la medida que se debate ahora la presencia directa de éstos en el Consejo de Ministros europeo para discutir asuntos de su exclusiva incumbencia, como los relativos al sector pesquero, en el caso de algunas regiones marítimas.

Esta demanda, por otra parte, tampoco presenta ninguna novedad: los *lander* alemanes disponen ya de observadores en los comités consultivos de la Comisión Europea. Pero ha llegado la hora del reparto de cargos y el comité suscita pasiones. El *juguete*, por el momento, está roto. Los representantes regionales y locales europeos deberán ahora zurcir las siglas de un organismo desgarrado por las aparcerías previas. Es el reto que tienen en Bruselas los hombres que hicieron la ARE. Los mismos que se han comprometido a poner en marcha el Comité de Regiones (8.3.1994, Pág. 22).

Siguiendo en el apartado página/sección, también se observa que algunos diarios – pocos, aunque con tendencia al alza – publican sueltos en sus suplementos (*Diario de Navarra* en "La semana navarra", por ejemplo). Asimismo, resultan raros los casos de sueltos en otras secciones, a excepción de las páginas de Televisión, como se ha podido comprobar en las primeras líneas de este artículo.

c) *Periodicidad*. Casi todas las cabeceras de diarios analizadas se publican todos los días. Hay algunas que sólo se insertan ligadas a determinados eventos: ZINELANDIA, en *El Diario Vasco*, viene de la mano del festival de cine de San Sebastián.

d) *Cabecera*. La mayoría de los sueltos se publica bajo una cabecera específica casi siempre significativa en su intención, como estas tres procedentes de periódicos quincenales: DEL DÍA A LA NOCHE (*Empresarios de Navarra*), BIRRETE Y CALABAZA (*El Periódico Universitario*) y A CADA CUAL LO SUYO (*Rota Información*). En unos casos, el encabezamiento depende de otro más general (en *El Mundo*, BAJO PALIO/EN LA PICOTA se incluye en la cabecera LAS IMPRESIONES DE EL MUNDO, que también inserta sueltos), aunque suele ser más frecuente que la cabecera sea independiente (EL SEMÁFORO, en *La Vanguardia*).

e) *Título*. Cabe afirmar que cuando los sueltos se publican sin una cabecera que los englobe (algún ejemplo en *Diario 16*) siempre llevan título. Por otra parte, del trabajo de campo se deduce que casi todos los sueltos tienen título, sea éste específico (ACTUALIDAD GRÁFICA en ABC) o, simplemente, el nombre del protagonista del texto (TARJETAS en *La Vanguardia*). Este último caso se suele cenir a los sueltos más breves, los del tipo SOBRESALIENTE/SUSPENSO (*Sport*) o SUBEN/BAJAN (*Tribuna*). En cambio, carecen de titulación cuando los sueltos son una apostilla a las frases del día (POR LA BOCA MUERE EL PEZ en *Ribera Navarra*) o cuando el texto viene a ser un brevísimo flash (LO IN/LO OUT en ABC)^[9].

f) *Número de sueltos*. Un buen número de cabeceras incluye más de un suelto. Unas veces el número es variable (MARCADOR SIMULTÁNEO de *El Periódico*); otras, es fijo por la propia concepción y maquetación de los textos (AGUIJONES Y LAURELES de *Diario 16*, que inserta cuatro sueltos) o bien por la filosofía que lleva a crear una cabecera (siempre tiene dos, por ejemplo, EL APLAUSO/EL PALO en *La Voz de Asturias* y tres SUBE/SE MANTIENE/BAJA en *El Día de Cuenca*).

g) *Modelos*. En la prensa española se pueden encontrar cuatro grandes modelos de sueltos, cada uno de ellos con distintas variantes. Serían los siguientes:

Modelo 1. Aquel en el que el suelto tiene como soporte a la fotografía. El ejemplo más significativo es ACTUALIDAD GRÁFICA (ABC), donde el lector encuentra la valoración, también, en el titular. Un ejemplo:

Detenidos en Francia uno de los cabecillas de ETA, una terrorista 'liberada' y otros cinco colaboradores de la banda mafiosa: los etarras vuelven a mostrar su talante negociador al colocar una bomba-lapa que hirió de gravedad a un cocinero portugués en San Sebastián

ETA volvió a dar ayer muestras de su disposición al diálogo al hacer explotar en San Sebastián una bomba-lapa adosada a los bajos del vehículo de Albino Alfredo Machado, un ciudadano de nacionalidad portuguesa que, hasta el pasado mes de enero, trabajó como cocinero en el cuartel de la Policía Nacional de Aldapeta. Entre tanto, la colaboración antiterrorista hispano-francesa asestaba un nuevo golpe a la banda asesina con la detención en suelo galo de Julián Achurra Egurola, alias 'Pototo'. La operación, que condujo al hallazgo de un zulo con armas y explosivos, permitió también la detención de la 'liberada' etarra Laurence Schlecht y otras cinco personas: Daniel Derguy y dos matrimonios colaboradores de la banda mafiosa. El ministro del Interior, Jaime Mayor Oreja, destacó que la detención de 'Pototo' supone para ETA la pérdida de uno de sus tres 'pilares'. Achurra Egurola formaba parte de la cúpula de ETA junto con Ignacio de Gracia Arregui, 'Inaki de Rentería', y Miguel Albizu Iriarte, 'Antza'. A la izquierda, el estado en que quedó el coche de Albino Alfredo Machado, quien resultó herido de gravedad; a la derecha, 'Pototo', que iba armado en el momento de su detención (24.7.1996, Pág. 5).

Modelo 2. Aquel en el que se hace un brevísimo comentario a una frase de algún personaje de

actualidad, como ocurre en los textos encuadrados en BOCAMOLS (*Diari de Lleida*), CUADRATINES (*Diario de Navarra*), FRASE GENIAL (*Las Provincias*), Y APOSTILLA (*Cinco Días*) o POR LA BOCA MUERE EL PEZ (*Ribera Navarra*). Se podría considerar como una variante de este modelo alguna cabecera – VAYA MACHADA (*Marca*) u OROS Y BASTOS (*Diario de Burgos*) – que agrupa frases sin el comentario del medio, aunque escogidas con una intencionalidad que indican claramente una toma de postura. Un ejemplo del rotativo *Las Provincias*, que suele insertar un texto diario:

"A estas alturas no estoy dispuesta a apoyar a ningún partido" (Massiel, cantante)

Y los partidos temblando (23.2.1993, Pág. 'f).

Mayor argumentación tienen los publicados en CUADRATINES, cabecera de *Diario de Navarra* que se publica en el suplemento dominical "La semana navarra":

"Tenemos el sueldo congelado, nos acordamos de los empleados de Lipauto sin trabajo, vemos cómo nos están destrozando la herramienta de trabajo y encima se nos ríen a la cara" (Manuel Goñi, inspector de COTUP)

La queja es amarga, pero ineficaz ante los terroristas del cóctel molotov y la lata de gasolina. Si nunca el vandalismo tiene justificación, los ataques reiterados contra una cooperativa de trabajadores que cumple un servicio público de primera magnitud no tienen más explicación que la de la enfermedad y manipulación mental de quienes los ejecutan (14.1.1997, Pág. 41).

Modelo 3. Agruparía aquellos sueltos que se insertan en cabeceras que, ya desde su enunciado, se caracterizan por premiar/castigar, fundamentalmente, a personas. Los textos suelen ir acompañados de pequeñas fotografías y de pictos (flechas, termómetros...) que indican al lector la valoración antes de que empiece a leer. Suplen su escasa extensión con el empleo de un lenguaje incisivo. Quizá el principal ejemplo sea AGUIJÓN/LAUREL (*Diario 16*), al que se podrían añadir, entre otros, EL SEMÁFORO (*La Vanguardia*), SOBRESALIENTE/SUSPENSO (Sport), CUM LAUDE/CARABASSA (*Mediterráneo*), AL FIN Y AL CABO (*La Opinión de Murcia*), EL APLAUSO/EL PALO (*La Voz de Asturias*), CON PÓLVORA Y MAGNOLIAS (*El Correo Gallego*) o BAJO PALIO/EN LA PICOTA (*El Mundo*). Veamos un par de casos:

El suelto típico de AGUIJÓN/LAUREL sería:

Aguijón carcelario a Miguel Ángel Castellanos, miembro de la banda neonazi 'Los pastilleros' y asesino del joven David Martín, muerto a patadas en Arganda del Rey el 14 de octubre de 1996, para quien el fiscal ha solicitado 18 años de cárcel, aunque sólo ha pedido penas muy bajas para los cómplices del criminal.

Laurel de valentía a Mikel Sueskun, ex etarra arrepentido que reconoció el viernes que "ningún preso del colectivo ETA puede preciarse de decir que ha sufrido esa injusta e inhumana situación durante el tiempo que lleva Ortega Lara" secuestrado. "Es imposible comparar esa situación con la de los presos" (19.1.1997, Pág. 44).

Y éste el de EL SEMÁFORO:

Rojo. Josep Piqué. Ministro de Industria. La compañía Endesa apunta al Gobierno al alegar que no se considera responsable de la ocultación de datos a la Comisión Nacional del Mercado de Valores

(CNMV) en relación con las opas sobre Fecsa y Sevillana. 'El caso afecta al titular de Industria, Josep Piqué, quien ayer fue abroncado en el Congreso, donde acudió a informar sobre el protocolo eléctrico (20.12.1996, Pág. 96).

Similares a los mencionados son aquellos en los que el texto del suelto es un simple flash, una línea que deja caer una idea. Dos de los ejemplos más claros son LO IN/LO OUT (ABC) y AL ÁTICO/AL SÓTANO (*El Periódico*). Constituye un caso parecido, aunque los numerosos textos se refieren a un mismo evento, la cabecera TIROS INDIRECTOS (*Diario de Burgos*), centrada en el mundo del deporte. Veamos un ejemplo del diario castellano:

La cosa en el Burgos está que arde. Y lo malo es que no hay más cera...

El Burgos tiene algunos jugadores de 'clase'. Sí, de 'pre-escolar'...

Al Burgos no le ha llegado aún la hora. Es verdad. Su reloj marca 'menos nueve' (8.3.1994, Pág. 39).

Modelo 4. Englobaría al resto de sueltos y se pueden caracterizar por tener una argumentación más elaborada. Los ejemplos más significativos serían ZIGZAG (ABC) y LAS IMPRESIONES DE EL MUNDO (*El Mundo*). En este modelo – junto con el anterior, el más habitual en los medios de comunicación escritos –, los textos pueden tener una extensión variable^[10].

Un suelto modelo de ZIGZAG sería el que sigue:

Absoluto despropósito

La sociedad tiene perfecto derecho a protegerse de quienes no cumplen las leyes y atentan contra la vida y las propiedades ajenas. Pero hacerlo de una manera bárbara es un retroceso en las conquistas de la civilización. La ley "dispara al ladrón de coches" que acaba de aprobarse en el estado norteamericano de Luisiana, como respuesta al robo de automóviles en Nueva Orleans, resulta un completo despropósito. Esta 'licencia para matar' otorgada a los conductores incrementará la indeseable proliferación de armas en manos de ciudadanos particulares y nada tiene que ver con la Justicia. Es sólo dar pie a desproporcionadas venganzas (17.8.1997, Pág. 19).

Y éste es el típico suelto de IMPRESIONES:

Violencia juvenil en Euskadi: un plan imaginativo y completo

El Gobierno vasco acaba de aprobar un plan, integrado por más de un centenar de medidas, que se propone atacar las raíces de la violencia juvenil agrupada en el entorno del llamado MLNV. El plan asume la complejidad del fenómeno que entrelaza las insatisfacciones formalmente políticas con las netamente educativas, sociales y de futuro profesional y aporta respuestas en muy diversos terrenos. Con independencia del mayor acierto de esta o aquella medida de las muchas propuestas, lo más inteligente del plan es la combinación que hace de tres líneas de acción diferentes, pero concluyentes: la línea *apaciguadora* – propone atender algunas de las reivindicaciones más sentidas de la juventud vasca, como es la despenalización de la insumisión – ; la de *reforma educativa y social*, que estimula la tolerancia, la integración social y la promoción laboral; y la que cabría denominar de *prevención y punición inteligente*, prevista para dificultar las acciones violentas y para que, producidas estas, su castigo no contribuya, sea por lento o por torpe, a acelerar la espiral de violencia. El plan es imaginativo y muy completo. Apoyarlo no equivale, sin

embargo, a estar de acuerdo con todas y cada una de las medidas que propone, que deberían ser discutidas con detalle. Pero constituye una estimable base de trabajo (26.12.1996, Pág. 3).

En cambio, suelen tener una extensión menor, entre otros muchos, el o los que se escriben en APUNTES (H *Diario Vasco* y *El Correo*), LA CAJA DE PANDORA (*Diario de Cádiz*), MARCADOR SIMULTÁNEO (*El Periódico*), EL MOJO (*El Día*), EL RINCÓN (*La Gaceta de Canarias*), PUNTO FINAL (*Marca*), DARDOS (*La Voz del Tajo*) o LA COLUMNA (*Expansión*). Veamos dos ejemplos:

El suelto de MARCADOR SIMULTÁNEO es del siguiente tipo:

Los ruidosos minutos de silencio en los campos de fútbol

El domingo, el minuto de silencio en memoria de Don Juan fue motivo de exhibiciones de mala educación en diversos estadios. Los gamberros aprovechan estas situaciones para hacerse notar, y los que no los son les replican. En resumen: es mejor no hacer minutos de silencio que no se cumplen (6.4.1993, Pág. 7).

Y así el de APUNTES de *El Correo*:

Almunia en Moncloa

Aznar escenifica hoy el reconocimiento de Almunia como nuevo jefe de la oposición con el encuentro previsto en La Moncloa. El llamamiento del nuevo secretario general de los socialistas para renegociar la financiación autonómica, que ha sido tomado por el PP como un obligado *brindis al sol* del nuevo líder, figurará sin duda en la agenda – abierta – de la entrevista, que, pese a los agrios mensajes de Almunia contra la derecha y las broncas declaraciones de Acebes contra el *número uno* del PSOE, discurrirá por el camino de la cortesía. González ya se dedicó a limar asperezas, primero en su encuentro de mayo con el presidente del Gobierno y, después, en el debate del Estado de la Nación, y dejó abierto un cauce de diálogo que Almunia no parece dispuesto a cerrar (2.7.1997, Pág. 25).

2. Qué es un suelto periodístico

Tras mostrar a grandes rasgos pero con abundantes ejemplos el panorama del suelto periodístico en España, hay que dar dos pasos más para tener una completa visión de éste tipo de texto. Primero, será necesario encuadrar el suelto en la tipología de textos periodísticos para, en un segundo momento, profundizar en sus rasgos esenciales, aquellos que le distinguen de los demás textos que se publican en los medios impresos.

El primer asunto se va a dejar de lado en este artículo, no sólo porque ya hay un estudio que lo aborda con detenimiento [\[11\]](#); sino porque resulta más práctico centrarse en apuntar los rasgos básicos del suelto, poniendo especial énfasis en cómo se escriben y en cómo se argumentan las ideas para transmitir las al lector.

2.1. Rasgos esenciales del suelto

En este apartado se pondrá de manifiesto que la conjunción de cuatro grandes rasgos – la extensión, la autoría, el *ethos* o carácter moral del medio de comunicación y el estilo – hacen del suelto periodístico un tipo de texto perfectamente identificable y diferenciado de otros que

aparecen en los diarios y revistas.

2.1.1. Brevedad

Como ya ha quedado dicho al inicio del artículo y se ha podido comprobar por los ejemplos expuestos, el suelto se caracteriza por ser un texto breve. Se podrían citar numerosas palabras de diversos autores que subrayan esta idea, pero ofrecer todas sería repetir en exceso un rasgo ya contrastado. Por tanto, sólo cabe resaltar la unanimidad al respecto de los autores españoles y extranjeros .[\[12\]](#)

He aquí sólo unos botones de muestra. Por ejemplo, señala Martín Vivaldi que "el suelto ha de ser corto e incisivo. No debe exceder de las doscientas palabras. Y si basta con cien, mejor que mejor. Se trata de un ligero apunte no por ligero poco profundo; de una nota marginal; de un toque de atención sobre un problema de actualidad" [\[13\]](#). Similares términos emplean Rargón [\[14\]](#) o Mostaza, para quien el suelto "es lo que un apunte. Una nota marginal a este o aquel acontecimiento. Su brevedad le impide ser otra cosa que una llamada de atención para que el lector no resulte sorprendido"[\[15\]](#). Por su parte, los autores estadounidenses también abogan por la brevedad del tipo de texto que denominan *paragraph*, el equivalente al suelto español. Así, Rivers, McIntyre y Work escriben que "los *paragraphs* son generalmente cortos, no más de cuatro o cinco oraciones"[\[16\]](#). Por último, Dovifat, autor de la escuela francesa, indica que el suelto "ocupa un minúsculo espacio"[\[17\]](#)

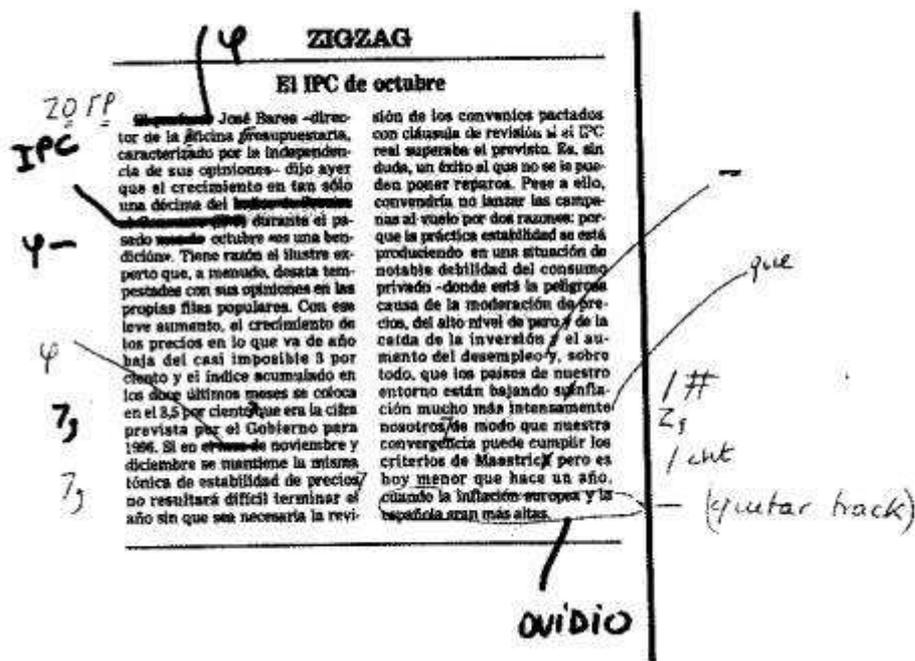
2.1.2. Autoría institucional

Ya en 1901 Jerez, cuando escribe acerca de la figura del director de un periódico, señala que "no cabe señalar una tarea fija de conducta en lo tocante al desempeño de la obligación encomendada al jefe del periódico, pues depende así de los redactores que le auxilian, como de las dotes personales; y esta es la razón de que haya quien se limita a la alta dirección, inspirando la obra de cada uno de sus redactores, y quien por afición o porque juzga de mejor éxito su procedimiento, se abstiene de confiar a los otros lo que en concepto de editoriales puede escribir, de igual manera que en gacetillas y sueltos de índole delicada, que exigen la factura y el fondo que el Director imprime a sus trabajos"[\[18\]](#). La identificación entre el director y la empresa, y esa estrecha relación entre la dirección del medio con el suelto, hace que se trate de un texto en que pueda obviarse la firma. Como dice Martínez Albertos, "suelen ser trabajos anónimos, como los editoriales, o firmados con iniciales personales o seudónimos que engloban un equipo de escritores editorialistas del periódico."[\[19\]](#)

Estas palabras de Martínez Albertos pueden comprobarse al estudiar, en cualquier medio de comunicación, cuál es el origen y la elaboración de los sueltos. Para no abrumar con ejemplos, se expondrá sólo el caso de ZIGZAG. La tradicional cabecera de ABC depende del subdirector de Opinión, quien decide qué temas o personajes de actualidad van a ser objeto de atención. Los textos los suelen escribir los editorialistas del diario y, generalmente, apenas necesitan corrección. Cuando la hay, suele tratarse de erratas o de problemas de extensión. La persona encargada de revisar los sueltos es el subdirector de Opinión. Tras dar el visto bueno, se montan las páginas y se hacen llegar al director para que dé el sí definitivo o sugiera algún cambio antes de filmar la página y enviarla a talleres.

Resulta complicado seguir el rastro de este funcionamiento interno porque todas las revisiones se efectúan directamente en el ordenador. Para mostrar el proceso en este artículo, ABC hizo una excepción y trabajó un día, el 14 de noviembre de 1996, sobre papel. Tras decidir y encargar el

tema, el editorialista escribió el texto que se adjunta, al que el subdirector hizo las modificaciones que se pueden observar antes de cerrar la página.



En este caso, Luis María Anson, entonces responsable del diario y fundador años atrás de la cabecera ZIGZAG, dio su posterior visto bueno sin necesidad de retocar el suelto.

Siendo el de la firma un rasgo clave para calificar a un texto periodístico como suelto, parece conveniente estudiar los tipos de autoría y, sobre todo, la específica del suelto. Núñez Ladeveze [20], por ejemplo, distingue tres tipos de firmas: la personal de un informador; la impersonal, en la que si en la información se prescinde de referencias que permitan identificar al autor de la información, esta se atribuye al periódico; y, por último, la de la agencia, es decir, aquella cuya responsabilidad se desplaza a la agencia que suministra la información. De acuerdo con el catedrático de la Complutense, el suelto vendría caracterizado por tener una firma impersonal.

A mi entender, quizá la clasificación más acertada sobre la autoría de los textos sea la propuesta por José Francisco Sánchez [21]. Así, señala que se pueden distinguir dos tipos básicos de autoría dependiendo de si la responsabilidad del texto recae sobre el medio como institución, la autoría colectiva, o sobre un autor individual que se responsabiliza de su texto. Evidentemente, explica Sánchez que el medio como institución es responsable de todo lo que publica, pues si un texto aparece en él es porque lo ha permitido, pero esta apostilla no anula la distinción.

En fin, siguiendo al profesor de la Universidad de Navarra, el medio puede aparecer como responsable de un texto en dos sentidos: a) Existe una responsabilidad política del medio cuando el texto expresa de modo formal – quizá el ejemplo más claro sea el editorial – la actitud del medio ante determinado asunto; y b) Existe una responsabilidad profesional del medio cuando el texto, aunque lo firme una persona concreta, recae dentro de la actividad profesional del medio. Sería el

caso, por ejemplo, de las noticias y de las crónicas.

De acuerdo con esta clasificación, el suelto responde a una autoría institucional de carácter político bajo la que se esconde, siempre en representación del pensamiento del medio de comunicación, bien una persona (director, subdirector... son quienes suelen sacar adelante las cabeceras de sueltos, sobre todo, en la prensa regional) o un equipo, como hemos visto en el caso de los sueltos de ZIGZAG.

De todas formas, lo mismo cabe decir de la brevedad, la ausencia de firma o el empleo de un seudónimo colectivo no es el único criterio para definir a un texto como suelto, aunque sirve para distinguirlo de las minicolumnas, aquellos otros textos que llevan la firma bien de un nombre propio, bien de un seudónimo. El autor, siempre individual, algo que a veces no ocurre con los sueltos, como hemos resaltado líneas atrás, firme con su nombre o con seudónimo, elige el tema y muestra su personal visión del hombre y del mundo en cada escrito. Y lo hace con su peculiar estilo[22]. Veamos, antes de acabar este epígrafe, un par de minicolumnas:

2). Hace unos meses *El Mundo* empezó a publicar bajo su cabecera IMPRESIONES una minicolumna sin cabecera propia, aunque sí con título, firmada por Cándido:

Exageración

Es verdad la colaboración técnica del PSOE con los grandes defraudadores, pero no que con los 200.000 millones el PP hubiera resuelto el Estado de Bienestar. Menos lobos (3.2.1997, Pág. Z).

b). También IMPRESIONES acoge todos los días LA TRONERA, firmada por Antonio Gala:

Los charcos

Parece que algún barón socialista, a punto de dejar de serlo, entiende como gran mérito político pisar charcos, salpicarse con ellos, mancharse con su agua asquerosa la chaqueta y seguir avanzando en busca de otros charcos. No estoy seguro de aplaudir semejante opinión. A mi entender las ropas sucias deben mandarse al tinte, y los cuerpos mojados de barro ducharse, enjabonarse y quitarse hasta el recuerdo de las basuras y contaminaciones. En política sólo han de admitirse los limpios que aspiran a seguirlo siendo. Quienes se *sacrificaron* por su partido y patearon en sus charcos, por buena que fuera su intención, tienen que resignarse y salir fuera. Todos (1.2.1997, Pág. 3).

2.1.3. *Ethos*

Junto a la brevedad, buena parte de los estudiosos participa de la idea de que el suelto es un texto intencional. Por ejemplo, Martín Vivaldi habla de que las dos notas esenciales y características del suelto son "la brevedad y la intención[23]. También Domínguez pone el énfasis en la intencionalidad cuando escribe que el suelto es una nota subjetiva que "comenta el suceso, casi siempre episódico, circunstancial, aislado de toda coincidencia o, por el contrario, vinculado con una cuestión vecina en la página. Su condición de 'solitario', empero, es su característica principal. A veces jocoso, otras veces atrevido, solemne, mordaz, intrigante, ejemplificador, transgresor, el suelto es intencional. Muestra otro ángulo de un asunto; se detiene en 'ese' preciso instante en que ocurre un episodio; transforma una anécdota intrascendente en una 'cosa importante'; revela una personalidad; descubre a un farsante como enaltece una dignidad"[24]

Intencionalidad. Si profundizamos en el verdadero significado de esa palabra obtendremos una de las claves para saber que estamos ante un suelto periodístico. Quizá haya sido Luisa Santamaría quien aporte la mejor pista para entender qué es, en definitiva, un suelto, cuando afirma que este texto "irrumpe en los medios para aclarar definitivamente la ideología colectiva del medio periodístico"[25]. ¿Qué significa ese "aclarar definitivamente la ideología"? A mi juicio, alude a que un medio de comunicación escrito utiliza este texto para exponer, con una extensión, tono y estilo diferente al del editorial, su visión del hombre y del mundo. O que en estos breves textos plasma el diario o la revista sus principios editoriales. O que el suelto transmite a los lectores lo que, en un planteamiento original[26], Fernando Lopez Pan define como *ethos* de dichos medios. Y, precisamente, pienso que el *ethos*, rasgo que López Pan advierte como elemento configurador de las columnas periodísticas, es también un rasgo decisivo y esencial del suelto periodístico. Como en las columnas, la fuerza persuasiva del suelto se ampara en ese perfil ideológico y moral del que también forman parte los rasgos estilísticos que se reflejan en cada suelto y el conjunto de los que se publican en cada medio.

Van Dijk ya había dejado escrito que las creencias de los periodistas "pueden aparecer en el texto de muchas maneras: selección de temas, elaboración de los mismos, jerarquías de relevancia, uso de categorías esquemáticas y, por último, en el estilo, en las palabras elegidas para describir los hechos"[27]. Pero no cabe duda de que los textos argumentativos, como la columna, el suelto en muchas ocasiones y el editorial reflejan también las creencias del medio y de sus periodistas. Pues bien, el conjunto de esas creencias se refleja en el día a día el *ethos* del periódico. "Ciertamente – escribe –, ese *ethos* se acerca a la noción de principios editoriales: el *ethos* es la concreción en el ejemplar de cada día de esos principios editoriales que de otro modo no pasan de unas declaraciones genéricas e intencionales"[28].

A nadie que preste cierta atención escapa que los sueltos realizan a diario procesos de elogio y condena, procesos que reflejan, según el medio, cuáles son los valores que se consideran característicos del hombre bueno y del hombre malo. Y lo mismo podría decirse de la ley buena y de la ley mala, de la ideología buena y de la ideología mala... Al actuar así, apunta López Pan, "los periódicos están revelando su manera de ser y pensar, están plasmando de un modo implícito, pero evidente, lo que se conoce como los principios editoriales"[29]. Esta noción de *ethos* perfila y delimita mejor un rasgo del suelto que algunos autores ya habían apuntado. Por ejemplo, Santamaría, aunque ella no habla de *ethos*, afirma que "mientras los editoriales sigan con esa obsesión de demostrar su capacidad para escribir líneas y líneas sin definirse, el suelto puede ser la única manera de saber exactamente qué defiende y por qué el periódico que nosotros compramos"[30].

De acuerdo con este planteamiento, parece incuestionable el hecho de que existe una evidente identificación entre el *ethos* de un periódico y sus principios editoriales. Una identificación que cabe formular así, en palabras de López Pan: "Los principios editoriales son el *ethos* del periódico (y, más en general, de los medios)"[31]. Pero en el caso del suelto periodístico cabría hacer una necesaria puntualización: si los principios editoriales se basan en la defensa de unos postulados básicos a veces ni siquiera escritos, el día a día de los sueltos – más numerosos que los editoriales, ausentes incluso en buen número de periódicos – permite al lector profundizar en el contenido de esos principios generales.

Por ejemplo: si en los principios editoriales se postula la idea de que España es Europa, en los sueltos se explica, en un rosario de textos, por qué, qué supone esa integración en el ámbito de la economía, de la política exterior... O si desde un medio se apuesta genéricamente por la libertad, los sueltos le irán mostrando día a día al lector qué concepción de la libertad tiene ese medio.

Asimismo, del detallado estudio del *ethos* de un medio de comunicación se desprenderá una jerarquización del mismo, esto es, no sólo se comprobará que tal diario defiende la libertad, sino también que ésta, por ejemplo, siempre está por encima de la igualdad. Por último, si un periódico es coherente, la caracterización que otorgue a las personas que cita en los sueltos estará en consonancia con esa jerarquía del *ethos*.

ZIGZAG muestra numerosísimos ejemplos de lo afirmado. Veamos sólo un caso: José María Benegas siempre recibe un trato negativo por postular ideas socialistas, pero siempre será tratado con aplauso cuando se enfrenta a los terroristas y postula la unidad de España. Por tanto, para ABC siempre es más importante defender la unidad de España que criticar al socialismo. Un apunte para finalizar este párrafo: cuando se analiza con detalle el día a día de los sueltos de un medio, se percibe con nitidez que las personas que aparecen citadas en ellos, como Benegas, vienen a ser piezas de esa, en teoría, bien pensada y coherente jerarquización del *ethos*.

Tanto la periodicidad casi siempre diaria de las cabeceras como el hecho de que estas agrupen a varios sueltos implica, por un lado, continuidad y complementariedad en la argumentación y, por otro, que, en ocasiones, los sueltos no reflejen directa o explícitamente – aunque lo hacen de modo implícito – los principios editoriales del medio de comunicación, sino que tomen partido ante personas o hechos concretos de la actualidad.

El carácter persuasivo del suelto se ancla en el *ethos*: ese conjunto de valores, ideas y rasgos defendidos en concreto en cada suelto; *ethos* del que también forman parte los rasgos estilísticos[32]. Y, obviamente, ese *ethos* – mucho más completo, vale la pena insistir, que los genéricos principios editoriales – se evidencia y deduce del día a día, de la visión de conjunto, del 'trato' permanente a cientos de personas y multitud de cuestiones. Los lectores del periódico que coinciden con esos valores e ideas, con esa concepción del mundo y del hombre que los sueltos reflejan, acaban convirtiéndose en seguidores fieles de ellos. Por otro lado, como los sueltos son muy breves y la argumentación a la que recurren no está muy desarrollada, la sintonía con los lectores, el grado de acuerdo que exige de estos, es mucho mayor.

Antes de finalizar el análisis de este rasgo esencial del suelto, vale la pena resumir el *ethos* de ABC a través de las personas que desfilaron por los textos de ZIGZAG en los años 1983, 1986, 1989 y 1992[33]. De este resumen se desprende una visión de algunos de los principios del diario, pero se comprobará que no aporta el detalle de cómo va puliendo ABC ese pensamiento. Algunas de esas estrategias argumentativas se plasmarán en el penúltimo apartado de este artículo.

El resumen, en trece puntos, es el siguiente:

1. Se citaron 1.314 personas (861 españolas) que recibieron 3.876 caracterizaciones.
2. Política encabeza la clasificación de áreas tanto por el número de personas (427) como por el número de caracterizaciones (1.886). Asimismo, es la única que cuenta con una valoración global negativa (68.8%).
3. La clasificación particular de la aparición de personas la encabezan los escritores (161), los políticos socialistas (154) y los políticos liberales (128). Por el contrario, son los socialistas (992) – seguidos a distancia por los escritores (344) y liberales (322) – quienes lideran el listado si se toma como referencia el número de caracterizaciones.
4. Felipe González (115) está al frente de las personas con más menciones. Le siguen Alfonso

Guerra (84) y Fidel Castro (66). Estas tres personas – dos socialistas y un dictador comunista – también lideran la clasificación de las caracterizaciones negativas, con 97, 82 y 66, respectivamente.

5. Por el contrario, tres representantes de Religión, Monarquía y Liberalismo son las personas con más menciones de aplauso: Juan Pablo II (41), Juan Carlos I (2'f) y José María Aznar (20).

6. Las personas agrupadas en el área *Cultura y Pensamiento* suelen recibir un trato positivo, generalmente por una plausible trayectoria profesional, por defender postulados liberales (José Ortega y Gasset) o por argumentar contra la leyenda negra del Descubrimiento de América (Octavio Paz). En cambio, en los sueltos se critican opiniones y actuaciones contrarias (Günter Grass, Gabriel García Márquez, Antonio Gala, Fernando Savater).

7. En *Artes y Espectáculos* prima el elogio por la trayectoria profesional (Luis Buñuel, José Caballero, Julio Iglesias, Pedro Almodóvar), aunque las declaraciones y actividades 'políticas' de los artistas españoles, sobre todo, reciben crítica (Joaquín Sabina, Ana Belén, Miguel Ríos).

8. El área *Deporte* agrupa a unos deportistas casi siempre alabados por sus victorias (Miguel Induráin, Arancha Sánchez Vicario) y a unos directivos mayoritariamente criticados por sus modales y sus malas gestiones (Jesús Gil o Ramón Mendoza).

9. Los representantes de *Ciencias puras y aplicadas* reciben elogio por su actividad (Severo Ochoa, Gregorio Marañón), aunque se critica, por ejemplo, que los científicos abandonen la idea de Dios (Stephen Hawking) o que los médicos practiquen el aborto y la eutanasia (g. Kevorian).

10. En *Política*, se critica con dureza tanto a los dictadores (Fidel Castro, Daniel Ortega, Ferdinand Marcos, Augusto Pinochet) como a los comunistas (Mijail Gorbachov, Santiago Carrillo, Julio Anguita). Los escasos ejemplos positivos hablan de apertura (Gorbachov) y de crítica a determinados comportamientos de los socialistas españoles. Por el contrario, los disidentes del comunismo (Andrei Sajarov) reciben siempre aplauso.

Con algún reparo – por no querer la unión del centro-derecha español (Adolfo Suárez), por escribir artículos en *H País* (Isabel Tocino), por defender la negociación con Herri Batasuna (Juan Cruz Allí) o por ser partidarios de cierta apertura respecto a Castro (Manuel Fraga) – los liberales tienen una valoración global muy positiva, sobre todo los extranjeros (Jacques Chirac, Ronald Reagan, Margaret Thatcher).

Si entre las personas liberales hay una nutrida representación foránea, no ocurre lo mismo con los socialistas, quizá con la excepción de François Mitterrand. La confrontación de éstos se centra, en los primeros años, en la división entre unos pocos moderados y realistas (bien Miguel Boyer, Carlos Solchaga o Felipe González) y una mayoría radical y alejada de la socialdemocracia (mal Alfonso Guerra, José María Maragall o Fernando Ledesma). De esta primera época destaca la labor españolista y sin miedo a los violentos de José María Benegas, entonces en el País Vasco y luego siempre criticado al trasladarse a Madrid para trabajar en la calle Ferraz.

Finalmente, resulta nítido el trato a los nacionalistas: reciben elogio quienes defienden España y, por tanto, se muestran contrarios al separatismo e, indirectamente, a la negociación con ETA. Este argumento desemboca en una caracterización global favorable a los nacionalistas catalanes (Jordi Pujol) y negativa tanto para los vascos (Carlos Garaicoechea) como para los de Herri Batasuna (Jon)

Idígoras) y los etarras (Mercedes Galdós).

11. En *Instituciones*, si se deja a un lado a los sindicalistas – con una estrategia de caracterización similar a los políticos –, la valoración resulta casi siempre positiva, sobre todo entre los representantes de los colegios profesionales y organizaciones intermedias (Carlos Ferrer Salat, Antonio Pedrol Rius) y los miembros de la realeza Juan Carlos I, Conde de Barcelona).

12. En *Periodismo*, siempre tienen trato favorable los profesores (Angel Benito). En cambio, hay críticas a algunos empresarios y periodistas: directivos e informadores de TVE José María Calvino, Luis Solana, Mercedes Milá, Manuel Campo Vidal) tienen una caracterización negativa por su gestión y/o pensamiento. Y lo mismo ocurre con los representantes de *El País* – salvo Manuel Vicent – Juan Luis Cebrián, Máximo) y de *Efe* (Ricardo Utrilla), llama la atención el caso de Francisco Umbral, con 27 caracterizaciones negativas cuando escribe en *El País* y tres positivas cuando lo hace en *El Mundo*, diario siempre aplaudido, al igual que *ABC* (Federico Jiménez Losantos, Antonio Mingote). Apenas se mencionan periodistas extranjeros, pero el francés y liberal JeanFrançois Revel obtiene quince caracterizaciones positivas.

13. Por último, el área *Religión* recibe siempre elogio – centrado en la figura de Juan Pablo II –, aunque se torna en crítica cuando las personas son eclesiásticos que ejercen su labor pastoral en el País Vasco José María Setién).

2.1.4. Rasgos estilísticos[34] Así las cosas, llega el momento de abordar otra de las cuestiones clave para entender qué es un suelto periodístico: ¿cómo se escribe. Cabe afirmar, para responder desde el principio a la cuestión, que el estudio de más de diez mil sueltos confirma que este texto puede adoptar distintas formas de expresión, pero también demuestra que los más elaborados – habría que pensar en cabeceras como ZIGZAG o IMPRESIONES – casi siempre se distinguen por tener una argumentación explícita [35].

Démos un segundo paso: ¿pero qué caracteriza la argumentación de un suelto cien. Tras analizar los sueltos se comprueba que, a medida que disminuye la extensión

a) por un lado, el lenguaje se hace más enérgico, agresivo. Para Dovifat, éste empleo del lenguaje tiene su explicación porque, gracias a él, el suelto "logra pensamientos relampagueantes que hacen infalibles sus tiros"[36]. Martín Vivaldi también acude al lenguaje de las armas cuando habla del suelto, pues apunta que "es un 'ojo'. avisador de un posible riesgo; una flecha indicadora de una dirección mental; una señal prohibitiva o de peligro para el tránsito existencial..."[37]. También se encuentran similares ideas en el ámbito anglosajón. Por ejemplo, Gayle alude a la respuesta que dio en 1949 Rufus Terral, del *Post-Dispatch* de San Luis, a la pregunta qué es un *paragraph*. Se comprobará el paralelismo con las dos citas anteriores: "Es una pieza de artillería editorial (...), un arma arrojada cariñosamente disparada con una goma, una chincheta situada concienzudamente en una silla"[38].

Veamos un ejemplo de éste efectivo empleo del lenguaje en un suelto de CON PÓLVORA Y MAGNOLIAS, de *El Correo Gallego*:

Con pólvora. Para Borja Carrera, boss de la Vivienda, por la jartá de cebolladas que anda largando para justificar el nulo éxito cosechado por el plan de fomento del alquiler de covachas, parto al que sólo se pueden acoger las familias que no ganan ni para pipas, y para colmo sin sal. Dice Borja que en este país hay "una ausencia de cultura del alquiler" y que el personal, como es bobito, prefiere hipotecarse en comprar un chabolo. La cultura del alquiler se la puede meter Borja donde le quepa,

y además a la carrera (15.2.1994, Pág. 64).

2) por otro, a medida que disminuye la extensión, los sueltos tienden a basarse en el absurdo, el humor y, sobre todo, la ironía[39]. Ya apuntaba Minguijón a principios de siglo que "la ironía es la más fina, la más delicada, la más ligera de las armas de combate; es también, a veces, la más incisiva y penetrante. Lo peculiar de la ironía es que ataca sin presentar el cuerpo".[40] Santamaría, años después, escribe que el recurso fundamental de éste género es la ironía, pues apenas tiene espacio suficiente en tan pocas palabras para mostrar una tesis y aducir unas razones que la sustenten"[41].

Estos cuatro ejemplos de ZIGZAG son ilustrativos de lo afirmado:

a) en el primero, se escribe sobre el papel y eficacia de la Ertzaina, policía que las autoridades vascas pretenden que sustituya en su autonomía a las Fuerzas de Seguridad del Estado: '*Ertzainas*'

Está siendo muy elogiado el valor de los policías autónomos vascos. Los números que se encontraban de servicio en el cuartelillo donostiarra asaltado por ETA el pasado domingo desobedecieron la conminación que les había sido hecha por los terroristas y avisaron del asalto antes de que hubiera transcurrido una hora. También se comenta lo que pueden dar de sí las 106 pistolas que les robaron. Y la munición Gecco, calibre 9 Parabellum (1.3.1983, Pág. 14).

b) en el segundo, se aprovecha un rumor para catalogar la línea que rige la política exterior del entonces ministro Fernando Morán, alejada, para ABC, de los intereses de Europa Occidental y muy ligada a países como Argelia, Cuba o Nicaragua:

Avería diplomática

El Mystere de don Fernando Morán, se dice, tuvo que realizar días pasados un aterrizaje de emergencia en uno de los aeropuertos de París. Aunque no se ha precisado técnicamente dónde se localizó la avería, fuentes generalmente bien informadas la sitúan en los instrumentos de navegación, de donde ha desaparecido la referencia al Norte (25.10.1983, Pág. 16).

c) en el tercero, se adopta ya desde el título una seriedad revestida de ironía para explicar otra promesa del PSOE sobre creación de empleo:

Ahora va en serio

Esta vez es distinto. La otra promesa de ochocientos mil puestos de trabajo pertenecía al grupo de las que se hacen para no cumplirlas, como ya explicó claramente Tierno Galván. Es decir, que entraba en el cupo de esas mentiras engañosas propias de las campanas electorales. Pero ahora no. Ahora va en serio. Lo ha dicho José María Benegas y no hay motivos para dudar de su palabra. Esta vez el PSOE va a crear un millón de oportunidades para los parados. Si usted desconfía y esgrime el incumplimiento de la oferta anterior es porque no se ha fijado en esas cuatro palabras decisivas: 'Ahora va en serio'. Son la contraseña de la efectividad, el marchamo de garantía, el sello y la firma de la empresa. En aquella convocatoria, la promesa no se apostilló con esta fórmula que la respalda y la asegura. Pero ahora, sí. Esta vez 'va en serio' (15.10.1989, Pág. 21).

d) en éste último, Ovidio recurre a una ficción y cede su voz a Félix Pons, presidente del Congreso en aquellos años, que da un tirón de orejas a los periodistas en forma de recorte presupuestario, al tiempo que expone la justicia de su acción, ya que el Gobierno 'padece' sacrificios por su política

de austeridad:

Súplica para la Prensa

Hablan ustedes demasiado por teléfono, señores periodistas. El presupuesto de esta Cámara no da para tales dispendios. Toda España conoce la austeridad que preside nuestra actuación, lo modesto de nuestras retribuciones, la rigurosa economía con que se atiende el mantenimiento de las instalaciones. Legislamos para el país a costa de renunciaciones y privaciones, acudimos puntualmente al hemicycle abandonando tareas personales más lucrativas, velamos al pie de esta máquina legisladora que hace posible la vida del Estado. Limiten ustedes esas conversaciones telefónicas que nos arruinan. Tomen ejemplo de nuestra patriótica y sacrificada conducta (11.1.1992, Pág. 16).

Vistas con celeridad algunas características de los sueltos, conviene subrayar ahora que, más o menos cortos, todos tienen dos marcas comunes que vienen a ser dos caras de la misma moneda: los sueltos están escritos con gran libertad expresiva y en ellos siempre prima la claridad. Se podría decir, por tanto, que la eficacia del suelto pasa por mostrar con gran claridad un punto de vista y que, en función de esa claridad, el suelto adoptará el estilo más adecuado, más eficaz. De esta filosofía se desprende una conclusión: resulta, entonces, muy difícil que suelto y editorial se asemejen en su estilo. Que el primero goza de mayor libertad expresiva que el segundo se puede comprobar en los muchos ejemplos que jalonan este artículo y, sobre todo, en los tres de ZIGZAG que siguen.

a) el primero comenta un concierto – tras el atentado etarra en el que resultó gravemente herida la niña Irene Villa – destinado a conseguir fondos para las víctimas del terrorismo:

Concierto

Conmover. Tierno. Entrañable. Solidario. Emotivo. Cariñoso. Sincero. Enérgico. Sentido. Brillante. Sensato. Irrepetible. Excitante. Responsable. Eléctrico. Decidido. Verdadero. Animoso. Único. Valioso. Humano. Elegante. Optimista. Divertido. Comprensivo. Merecido. Fuerte. Desenfado. Valiente. Arrasador. Mágico. Sonado. Clamoroso. Sereno. Rebelde. Agradecido. Pacífico. Pacífico. Pacífico. Para todos nosotros. Para todos vosotros. Por todas las víctimas. Por tí, Irene. Nunca más (24.2.1992, Pág. 19).

b) el segundo es un perfil del piloto Alfonso 'Sito' Pons:

'Sito' frío, calculador, fino estratega. No arriesga ni un ápice más de lo necesario para ganar, que resulta ser lo suficiente. Tanto en la victoria como en la derrota demuestra su fortaleza en la medida de sus gestos. Un día colgó la escuadra y el cartabón para diseñar un campeón en sí mismo. Su espacio vital lo supo sembrar en terreno fértil y retiró a tiempo la cizaña. El 'paddock' es su capilla, y dentro sólo existe la liturgia de la máquina. Hay un ordenador en su cerebro donde giran décimas y segundos sincronizados, pero al final sólo le conforta el número uno. No se esconde en la pista y tampoco en el momento de reivindicar lo justo. El 'rey' Ecclestone quiere captarle para su causa y ponerle al 'rebufo' del 'circo de las cuatro ruedas'. En el circuito de Donnington ingresó en el Olimpo de los elegidos y vislumbra para su futuro triunfar en la categoría del 'medio litro', la de los superdotados. Es domador de motocicletas y se llama Alfonso Pons (16.8.1989, Pág. 12).

c) el tercero realiza un curioso balance de diez años de socialismo español en el poder:

Retrato robot

Ha engordado algunos kilos. Ha cambiado de sastre, de mujer, de calle. El Palace – esa fortaleza asaltable de la burguesía – le es, ahora, conocido y hay hasta un camarero que le saluda con un asentimiento de cabeza. Ha obtenido una tarjeta de crédito de dorados reflejos y fondos inagotables y, desde luego, ha cambiado de coche varias veces en un crescendo de cilindradas y colores. Va a veces al concierto y lee, moviendo los labios y con aire de pundorosa concentración, los editoriales del diario gubernamental. Para él Maastricht es un asunto por el que habrá que votar 'sí' y el proyecto de recorte de gastos del Estado algo por lo que habrá que votar 'no'. Es posmoderno y ha leído algunas novelas de Hemingway – porque tienen muchos diálogos y son el ejemplo de la agilidad –. Recuerda lo de Suresnes entre brumas y con algo de desdén. No son estos los tiempos del autobús y el vino común y las cazadoras de la juventud prometedora. Es el socialista de la década, el hombre sin atributos de estos diez años tan dudosos (26.10.1992, Pág. 16).

Los estadounidenses Hinke y Henry también han dejado escritos algunos rasgos del estilo del suelto. Destacan [42] que es sonoro y claro, con asociaciones, contrastes y aliteraciones inteligentes. Tras señalar que los textos vienen marcados por la actualidad, exponen que no son literatura, aunque se emplean figuras retóricas y recursos literarios como el anticlimax, la antítesis, los eufemismos, la ironía, la metáfora, el símil, la personificación o la exageración. En otro momento, dicen que éstos textos se caracterizan por su inesperado punto de vista, por ser incisivos y penetrantes, por dirigirse al lector con economía de palabras y síntesis constructiva. Es, apuntan en otro pasaje, tan concentrado como un poema, por eso su elaboración exige más tiempo del que parece a simple vista, rico en imágenes. Requiere reflexión, relacionar hechos, mimar el arranque y la conclusión.

Si se traen a colación estas ideas de Hinke y Henry se debe a un doble motivo: para reforzar asuntos ya mencionados y para subrayar que la mayoría de los sueltos comparte el empleo de figuras retóricas que marcan la argumentación y refuerzan la eficacia. Veamos algunas de las más comunes: a) el ejemplo: para que el lector tome nota.

A grandes rasgos, su eficacia radica en la célebre frase "por sus hechos los conoceréis". El suelto procede de IMPRESIONES:

Vladimir Zhirincwski, in vino veritas

El alcohol no inventa nada; se limita a desinhibir, ayudando a que salgan a pasear los fantasmas que habitan en el interior de cada cual. Los que alberga Zhirinovski – cuya candidatura, no lo olvidemos, fue la más votada en las últimas elecciones rusas – apenas hay día que no organicen algún destrozo. Su visita a Eslovenia ha sido un puro escándalo: tras darse un garbeo por la sauna de un hotel de lujo, acudió a un casino y luego a un local nocturno que él y su séquito, completamente borrachos, estuvieron a punto de destrozar. Hoy estará en Serbia, donde – Dios los cría y ellos se juntan – será muy bien recibido por las autoridades locales. Zhirinovski anunció ayer que, a partir de ahora, cobrará a razón de mil dólares por minuto de entrevista. Y este individuo puede acabar rigiendo los destinos de la segunda potencia nuclear mundial. Temblemos (31.1.1994, Pág. 2).

b) la comparación: igual fin. Un ejemplo de PUNTO DE VISTA (*La Verdad*):

Objeción y servicio

Los cachorros de los diferentes partidos políticos están todos de acuerdo en que hay que profesionalizar el Ejército y debe desaparecer la prestación social sustitutoria. También hablan de un servicio civil, con personalidad propia y de ningún modo sustitutorio del servicio militar sino alternativo. Algo muy distinto de lo que hoy se hace y que no se arregla con las medidas que ha adoptado el Gobierno por iniciativa del Ministerio de Justicia con respecto a la objeción de conciencia y la prestación civil sustitutoria. Lo curioso del caso es que de la misma opinión participan todos los partidos del arco parlamentario, pero, por lo visto, no hay dinero para hacer las cosas bien. Acaso sea más caro hacerlas mal (17.3.1994, Pág. 6).

c) el argumento de autoridad: echar mano de citas y fuentes de confianza para el lector. También ofrece al público gran autoridad las palabras en boca de testigos. La autoridad la puede otorgar una persona, una institución o colectividad, el pueblo... Un texto de LABERINTO (*Época*):

Otro ataque a la televisión

Parece plena moda hablar mal – y muy mal – de la televisión, de la programación basura, etc. Gian Maria Volonté, actor de cine italiano que acaba de protagonizar el Tirano Banderas de Valle Inclán, no pierde la ocasión para referirse a la televisión. "Es un producto que provoca la pasividad, que produce una pérdida progresiva de la sensación de la realidad. Sí, su información es importante, pero anula el sentido de la curiosidad, tanto de la palabra escrita como de las propias imágenes. Siento que lleva a la desertización", dice Volonté (31.1.1994, Pág. 31).

d) la alternativa: permitir sólo dos posibilidades. Un suelto de SUBEN/BAJAN (*La Verdad*) lo ilustra:

Bajan. Luis Mariñas. Marinas y Jáuregui llevaron a su informativo de Tele5 al ex ministro Joaquín Almunia, prócer del PSOE. Rara vez se ha visto un entrevistado con tan pocas ganas de hablar. Alguien se ha equivocado: o Almunia al ir, o Mariñas al invitarle (17.3.1994, Pág. 53).

e) el argumento de cantidad: dato estadístico contundente implícito o explícito que muchas veces sirve para obviar los argumentos del contrario. El ejemplo es de ZIGZAG:

Ludopatía infantil

En el III Congreso Nacional de la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados (FEJAR), que comenzó ayer en Madrid, se ha revelado que está cambiando el perfil del ludópata y que cada vez son más jóvenes las personas que acuden a las asociaciones para atajar su adicción. Sin duda, este dato es preocupante. Aunque sea el consumo de drogas – especialmente extendido entre la población juvenil – el que más preocupa a la sociedad, no debe olvidarse que otras dependencias son igualmente dañinas. La ludopatía puede arruinar, y no sólo económicamente, a quienes caen en ella. Se impone que se pongan en marcha medidas preventivas (16.8.1997, Pág. 16).

f) el contraste: se ofrecen varias opciones, comportamientos... y que el lector tome nota. Otro suelto de ZIGZAG:

Gasolina

Mientras el gobierno socialista español sube la gasolina, el gobierno socialista francés la baja. El 12 de enero la gasolina súper ha reducido su precio por tercera vez en el vecino país. La baja ha

sido ahora de 1,7 pesetas por litro. La gasolina normal y el gasóleo se han abaratado proporcionalmente. Se asegura que los expertos del gobierno español preparan una explicación pública del curioso fenómeno, redactada en el estilo ético que caracteriza a la nueva Administración (23.9.1986, Pág. 17).

g) la pregunta retórica: en muchos casos, en ella radica la esencia de la argumentación, como en este texto de ZIGZAG:

'Miístas' y 'otrístas'

Jordi Pujol ha manifestado muy atinadamente que "el PSOE no tiene autoridad moral para hacer acusaciones de amiguismo", pero no ha estado tan acertado al añadir que en los últimos trece años de gobierno socialista "el grado de amiguismo ha sido muy importante y no siempre afortunado". ¿Es que las prácticas clientelares – no es otra cosa de lo que se habla – que socavan la igualdad de oportunidades y derechos consagrados por el régimen democrático, utilizadas sin escrúpulos por muchos responsables públicos para mantenerse en el poder, pueden ser "afortunadas" en alguna ocasión? (1.2.1997, Pág. 16).

h) la anécdota: aunque gran número de sueltos arrancan con un acontecimiento 'serio', de un dato, o de unas declaraciones, también hay otros que parten de una historia o anécdota, como ocurre en este de ZIGZAG:

Vigilancia

La anécdota no tiene desperdicio. Esta misma semana, un lector de *ABC* acudía en automóvil al hospital militar Gómez Ulla a visitar a un enfermo. Un policía militar armado con metralleta detiene su vehículo a la entrada para el preceptivo control y a nuestro comunicante no se le ocurre nada mejor que mostrar la tarjeta de estacionamiento de la ORA. Ante su sorpresa, el joven policía se cuadra y le franquea el paso. El primer sorprendido por la insólita reacción fue nuestro comunicante, quien opina, con razón, que esa falta de rigor en la vigilancia de establecimientos públicos, en plena escalada terrorista, cobra una dimensión preocupante (25.7.1986, Pág. 13).

2.2. Dos ejemplos en ZIGZAG

A lo largo de las páginas precedentes se ha procurado mostrar qué es y para qué 'sirven' los sueltos. Se ha demostrado que, con ellos, un medio de comunicación ofrece a su público una determinada y muy completa visión del hombre y del mundo. Tras el estudio de miles de sueltos, se puede apuntar que una cabecera goza de buena salud cuando es coherente con sus postulados, es decir, cuando el lector sabe con claridad tanto los principios rectores del periódico como el orden que otorga ese medio a dichos principios. Porque tan importante es saber, pongamos por caso, que un diario defiende la libertad como conocer que siempre, nunca o con qué excepciones está supeditada a la igualdad o se convierte en libertinaje.

Esta jerarquía de los principios editoriales se comprueba en el día a día gracias a sueltos que plasman las ideas de un modo explícito y, sobre todo, gracias al rosario de personajes que desfilan por los textos. Cuando se analizan con cierto detalle los motivos de alabanza y condena se puede responder con plena seguridad tanto a la genérica pregunta de cuál es la visión del hombre y del mundo de un medio como a cuál es la verdadera jerarquía de esa visión.

La plasmación de ideas apenas necesita explicación, entre otras cosas porque ya se han mostrado

varios ejemplos ilustrativos líneas atrás. Por tanto, parece más oportuno antes de poner fin al artículo con una propuesta de definición del suelto mostrar sólo un par de casos significativos de ZIGZAG en los que, sobre todo, entra en juego esa ordenación de los postulados de, en este caso, ABC.

a) Condena de las dictaduras: si desde ZIGZAG se critica con dureza, por ejemplo, a Fidel Castro es porque para el diario madrileño se trata de un dictador comunista. Conviene quedarse con lo de comunista porque, también de acuerdo con los sueltos del periódico, las dictaduras comunistas son más irreversibles que las 'de derechas' (*Hungría*, 5.11.1986, p. 16). Si a este planteamiento unimos la idea del 'atractivo' que ha despertado y aún despierta el líder cubano (*En la inopia*, 3.2.1997, p. 17), no extraña que desde ZIGZAG se arremeta contra él a la menor ocasión.

Resulta oportuno dejar por escrito esa evidencia, por otra parte marcada por el sentido común, para entender por qué a veces un medio critica a personas casi siempre alabadas por defender planteamientos comunes a los del medio de comunicación. En este sentido, no parece raro que desde ZIGZAG se critique a Manuel Fraga cuando el veterano político gallego defiende que el presidente cubano venga a España (*Fraga y Castro*, 7.3.1992, p. 21). En los sueltos, por tanto, las personas siempre estarán supeditadas a la jerarquía de las ideas del medio. Por tanto y en resumen, para ABC la defensa de la democracia o la condena de la dictadura siempre primará sobre la figura del demócrata, sea de la ideología que sea.

b) Unidad de España: se trata de otro de los principios esenciales de ABC (*Borrasca*, 14.10.1986, p. 17) del que se desprenden innumerables consecuencias en forma de cascada: condena del separatismo, de la violencia, de la negociación con los terroristas... Cuando desde ZIGZAG se plantea alguna de estas cuestiones, el lector sabe que la ideología – cualquiera que sea, incluso comunista – de las personas queda atrás, en el sentido de que siempre recibirán aplauso quienes planten cara a los que atacan el postulado básico, caso del liberal Aznar (*La estridencia*, 26.8.1992, p. 17) o del socialista Juan Alberto Belloch (*Juan Alberto Belloch*, 2.2.1997, p. 26).

Si no sorprende que los socialistas, ampliamente criticados en otras muchas cuestiones, reciban siempre elogio en este asunto, para el lector de ZIGZAG tampoco es motivo de asombro que personas liberales Juan Cruz Alli, por ejemplo, en *Ridículo y esperpéntico*, 7.9.1992, p. 16) o determinados eclesiásticos del País Vasco (monseñor Setién, entre otros, en *Los silenciosos*, 8.2.1992, p. 19) reciban habituales varapalos cuando hablan de diálogo con los violentos o muestran posturas que, para ABC, son ambiguas. Es más, se podría afirmar sin temor a equivocarse que el diario siempre está 'al acecho' de cuanto dicen estas personas y que habitualmente sólo da cuenta de lo que hablan cuando el tema es el vasco...

3. Propuesta de definición-descripción del suelto

Si se agrupa todo lo dicho hasta ahora, cabe formular ya una propuesta de definición-descripción del suelto periodístico: Breve texto periodístico retórico-político cuya responsabilidad recae sobre el medio como institución de ahí que tenga una autoría institucional de carácter político y que, además, puede presentar diversos temas y formas expresivas (narrativa, representativa o argumentativa) y cuyo elemento configurador básico es el *ethos* del medio de comunicación.

De acuerdo con esta definición-descripción, el suelto se diferenciaría de la columna y de la minicolumna porque estas tienen una autoría individual, lo que supone que los textos no reflejan el carácter del medio, aunque puedan coincidir, sino el *ethos* del columnista. Por otra parte, de la definición también se desprende que suelto y editorial son textos diferentes pues, aunque coincidan

en su autoría, el editorial suele tener una mayor extensión y, sobre todo, una argumentación y unos rasgos estilísticos diferenciados.

[1] Respuesta a un cuestionario sobre el suelto periodístico, enviada el 21 de diciembre de 1992.

[2] Respuesta al cuestionario

[3] MOSTAZA, Bartolomé: "Editoriales" en *Enciclopedia del periodismo*, Barcelona, 1966, p. 188.

[4] Martín Vivaldi, Gonzalo: *Géneros periodísticos*, Paraninfo, Madrid, 1987, p. 146.

[5] SANTAMARÍA, Luisa: "El suelto o glosa, género editorial menor: estudio de cuatro modelos en los diarios madrilenos", en *Revista de Ciencias de la Información*, Vol. 5, Universidad Complutense, 1988, Madrid, p. 125 (Este artículo será recogido en *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, Paraninfo, Madrid, 1990).

[6] GRAÑA, Manuel: *La escuela de periodismo*, CIAP, Madrid, 1950, p. 270.

[7] SANTAMARIA, Luisa: *Op. Cit.*, p. 125.

[8] GRAÑA, Manuel; *Op. Cit.*, p. 270.

[9] Sobre la extensión de los titulares de los sueltos, se puede decir que hay de todo, aunque quizá los más largos sean los de ACTUALIDAD GRAFICA (ABC). Relativo a este asunto, cabe señalar que del estudio de cerca de nueve mil sueltos de ZIGZAG (ABC) se desprende que el 86% de los mismos tiene un titular de entre una y tres palabras, dato recogido en JIMENO LÓPEZ, Miguel Ángel: *El suelto periodístico. Teoría y práctica. El caso de ZIGZAG*, EUNSA, Pamplona, 1996, pp. 140-143.

[10] Los sueltos más largos serían los que se publican sin cabecera en *La Voz de Galicia*, y los que aparecen bajo las cabeceras LA ESTOCADA (Sport), TELEOBJETIVO (Balears), GENTE (*El Observador*), CUESTIONES MENUJAS (*Diario de Navarra*), LAS IMPRESIONES DE EL MUNDO (*El Mundo*) y ZIGZAG (ABC). Sobre este último caso, cabe afirmar que los textos que se publican bajo la tradicional cabecera de ABC tienen una media de 143 palabras, agrupadas en el 98,9% de las veces en un único párrafo GIMENO, Miguel Ángel: *Op. Cit.*, pp. 140-143).

[11] JIMENO, Miguel Ángel: *Op. Cit.*, pp. 77-98.

[12] han escrito sobre el rasgo de la brevedad autores como Martín Vivaldi, Gonzalo *Op. Cit.*, p. 164; MOSTAZA, Bartolomé: *Op. Cit.*, pp. 187; Santamaría, Luisa: *Op. Cit.*, pp. 123-135, o RIVERS, William y WORK, Alison; *Free-lancer and Staff Writer. Newspaper features and Magazine Articles*, Wadsworth Publishing Company, Belmont (California), 1986, p. 287.

[13] Martín Vivaldi, Gonzalo *Op. Cit.*, p. 164.

[14] RARGON, Guillermo; “El lenguaje en los medios de comunicación”, en VVAA, *Introducción a los medios de comunicación*, p. 148

[15] MOSTAZA, Bartolomé: *Op. Cit.*, p. 187

[16] RIVERS, William y WORK, Alison: *Cit.*, p. 287,

[17] DOVIFAT, Emil: *Periodismo*, vol. 1, Uteha, México, 19&f, p. 136.

[18] JEREZ, Augusto: *Tratado de periodismo*, El defensor de Granada, Granada, 1901, p. 28.

[19] MARTINEZ ALBERTOS, Jose Luis: *Redacción periodística*, ATE, Barcelona, 1974, p. 146.

[20] NUÑEZ LADEVEZE, Luis: *Manual para periodismo*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1991, pp. 282-283.

[21] SANCHEZ, Jose Francisco y VILARNOVO, Antonio: *Discurso, tipos de texto y comunicación*, EUNSA, Pamplona, 1994, pp. 164-165.

[22] Dentro de las minicolumnas cabe encontrar dos modelos: a) el columnista escribe un bloque único de texto (así lo hace Secondat, seudónimo de Manuel Jiménez de Parga, en *Diario 16* bajo la cabecera BREVETE); y b) el columnista escribe tres, cuatro o más textos breves e independientes en su columna (Samuel Parra firma en *La Voz de Galicia* varias mini columnas bajo la cabecera PULSO LOCAL).

[23] MARTIN VIVALDI, Gonzalo: *Op. Cit.*, pp. 163-164.

[24] DOMINGUEZ, Teodulo; *Pragmática periodística*, Editorial Nieves, Buenos Aires, 1990, p. 106.

[25] SANTAMARÍA, Luisa: *Op. Cit.*, p. 123.

[26] Cfr. LÓPEZ PAN, Fernando: *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de 'Hilo directo'*, EUNSA, Pamplona, 1996.

[27] VAN DIJK, Teun: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós, Barcelona, 1990, pp. 113-114.

[28] López PAN, Fernando: *Ibíd.*, pp. 147-148.

[29] LÓPEZ PAN, Fernando: *Ibíd.*, p. 88.

[30] SANTAMARÍA, Luisa: *Op. Cit.*, p. 126.

[31] LÓPEZ PAN, Fernando: *Op. Cit.*, p. 85.

[32] Para una visión más competente de esta noción aplicada a los textos periodísticos, *cfr. Lopez Pan*», Fernando: *Op. Cit.* En concreto, el capítulo 1.

[33] Para el lector que quiera encontrar un completo análisis de cómo muestra ABC su *ethos* en los

suelos de ZIGZAG, JIMENO, Miguel Ángel: *Op. Cit.*, pp. 143-248

[34] Aunque los distinguiamos a efectos de análisis, los rasgos estilísticos forman parte de la noción de *ethos*.

[35] Al suelto se le pueden aplicar las palabras de Sanchez y LOPEZ PAN relativas a la columna y al editorial en el sentido de que ambos textos pueden presentarse en forma narrativa, en forma narrativa y argumentativa o en forma simplemente argumentativa (Cfr. LÓPEZ PAN, Fernando: *Op. Cit.* y SÁNCHEZ, José Francisco: *Op. Cit.*). En ésta línea de pensamiento también se encuentran, por ejemplo, Rivers (Cfr. GUTIÉRREZ PALACIO, Juan: *Periodismo de opinión*, Paraninfo, Madrid, 1984, p. 136) o Gomis (GOMIS, Lorenzo: *El medio media. La función política de la prensa*, Mitre, Barcelona, 1987, pp. 169-170).

[36] DOVIFAT, Emil: *Op. Cit.*, p. 135.

[37] MARTIN VIVALDI, Gonzalo: *Op. Cit.*, p. 164.

[38] GAYLE, A. : *Editor and Editorial Writer*, Rinehart and Company, New York, 1948, p. 236.

[39] Evidentemente, la ironía resulta más efectiva cuando el lector está a favor, cuando el medio no tiene que convencer al público porque éste ya está convencido. Por eso la ironía resulta una aliada excepcional de la brevedad.

[40] MINGUIJÓN, Salvador: *Las luchas del periodismo*, Tipografía Salas, Zaragoza, 1908, p. 124

[41] SANTAMARIA, Luisa: “Generos periodísticos de opinion”, en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid, 1991, p. 635.

[42] Cfr. HINKLE, Olin y HENRY, John: *How to Write Columns*, The Iowa State College Press, Ames (Iowa), 1952, pp. 80-87.