

## Opinión, Juicios y Argumentación, en los discursos periodísticos de los precandidatos demócratas Hillary Clinton y Barak Obama

Sergio Manuel de la Fuente Valdez

María Mirna Granat Ramos

Virginia Garza Cruz

Universidad Autónoma de Nuevo León. México.

### Resumen

La presente es una investigación exploratoria y descriptiva, relacionada con la campaña de los precandidatos demócratas a la presidencia de Estados Unidos, Hillary Clinton y Barack Obama. Los objetivos consisten en identificar y clasificar opinión y juicios; establecer tesis y argumentación, en los artículos editoriales.

El Universo fueron los periódicos regiomontanos Norte, Sol, Metro, Milenio, Extra, Express, El Porvenir, y ABC. La muestra incluyó El Norte, El Porvenir y Milenio. La selección: una semana compuesta, de enero a julio de 2008, con ajustes por escasez de publicaciones, hasta declarado el ganador: Obama.

Se analizaron los artículos cuyo título y contenidos están relacionados con los protagonistas, mediante el análisis de contenido. Se elaboró un manual de codificación. La opinión es utilizada regularmente en los tres diarios, de 2 a 3, en promedio y todas son de autor.

Los juicios hacen acto de presencia. En El Norte, se presentan entre 7 y 9, en promedio y son categóricos, analíticos, hipotéticos, de hechos y de valor. En El Porvenir, se utilizan de 6 a 8 juicios en promedio y son: categóricos, analíticos, sintéticos, de hechos y de valor. En Milenio se emplean entre 5 y 7 juicios, en promedio y son sintéticos, categóricos, hipotéticos, de hechos, de valor.

En la argumentación se deduce que los redactores emplean en promedio de 2 a 3 explicaciones para persuadir o convencer y son: de autoridad, contradicción e incompatibilidad, el ridículo y su papel, la división del todo en sus partes, comparación, el nexos causal, el fin y los medios, principalmente.

La tesis o declaración se infiere o deduce. Se determinan de 2 a 3 por discurso, en cada periódico y de 1 a 2 conclusiones orientadoras. Los elementos en funciones argumentativas como background, antecedentes, hechos, hechos colaterales y conclusión orientadora fueron suficientes para probar la tesis.

### Introducción

El periodismo es la modalidad de la comunicación que tiene como fin la difusión intencional de hechos documentados, la propuesta de comentarios subjetivos y opiniones acerca de los

acontecimientos relevantes. (Casals, 2004). La finalidad principal del periodismo es proporcionar a sus clientes la información necesaria oportuna a través de los diversos géneros informativos y de opinión.

“La labor periodística amplía los límites de tiempo y espacio, informa lo que ocurre en diversas partes del mundo y enriquece los valores intelectuales y morales del lector a través de la información”. (Baena, 1993:19).

Para cumplir la tarea periodística con fidelidad se requiere: la obligación de la verdad, la lealtad, una disciplina de verificación, mantener una independencia con respeto a aquella de quienes se informa, ejercer un control independiente del poder, ofrecer un foro público para la crítica y el comentario, que el signifiante sea sugerente y relevante; los textos deberán ser exhaustivos y proporcionados y respetar la conciencia individual de sus profesionales. (Kovach y Rosentiel, 2003).

La redacción periodística como forma de establecer relaciones de comunicación, entre determinados grupos humanos; es un fenómeno social, delimitado por dos características; una movilidad concreta de las comunicaciones de masas y los contenidos informativos (hechos, ideas, conceptos y juicios). Se emplea un estilo y expresa que como dice Dovifat, es la suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales (cit. por Martínez, 2001).

“Un discurso y especialmente un texto, consiste en una secuencia de oraciones y emisiones, habladas o escritas, conectados entre sí (la forma), por el medio de la cual un emisor comunica un mensaje a un receptor (la función)”. (Renkema, 1997:49).

El artículo es el juicio, análisis, opinión o comentario que se realiza a través de un escrito firmado por su autor, en el que da su punto de vista o ideas en torno a un hecho que puede ser o no de actualidad (Wagner, 2000).

## Planteamiento del problema

### Las campañas electorales presidenciales

En los Estados Unidos de Norteamérica, durante el período de enero a junio de 2008, se llevaron a efecto las precampañas electorales de los partidos políticos Demócrata y Republicano y con ello, definir en ambos institutos políticos, el candidato que contendría a la presidencia de ese país. Por el Partido Demócrata, los precandidatos finalistas fueron Barack Obama y Hillary Clinton, quienes recorrieron todos los estados de la Unión Americana y los medios masivos de comunicación (prensa, radio y televisión, así como la Internet), de Estados Unidos, México y del mundo informaron diariamente sobre la contienda electoral sostenida por ambos contendientes a la Casa Blanca. Las circunstancias extraordinarias e inéditas en que sucedieron los acontecimientos causaron controversia y expectación, pues ella era la primera mujer que aspiraba a ese puesto político y él, el primer hombre afroamericano en querer llegar a esa decisiva etapa del proceso electoral.

## Objetivo General:

Conocer los contenidos implícitos y explícitos de los mensajes de los artículos editoriales, en la precampaña presidencial de los candidatos Hillary Clinton y Barack Obama, por el Partido Demócrata, en Estados Unidos de América, en los periódicos regiomontanos El Norte, El Porvenir y Milenio.

## Objetivos específicos:

- 1.-Determinar el impacto y trascendencia de los mensajes de los artículos editoriales, en la pre campaña de los candidatos demócratas Hillary Clinton y Barack Obama, en Estados Unidos de Norteamérica, en los periódicos regiomontanos El Norte, El Porvenir y Milenio.
- 2.-Conocer el lenguaje utilizado en los artículos editoriales (estilo y tono), sobre la precampaña de los demócratas Hillary Clinton y Barack Obama, en Estados Unidos de Norteamérica, en los diarios matutinos regiomontanos El Norte, El Porvenir y Milenio.
- 3.-Precisar el nivel de cumplimiento de los fundamentos teóricos de las partes que integran los artículos editoriales sobre la precampaña de los demócratas Hillary Clinton y Barack Obama, en Estados Unidos, en los diarios El Norte, El Porvenir y Milenio.
- 4.-Conocer la opinión y los juicios y su clasificación, en los articulistas editoriales, acerca de la precampaña de los candidatos Hillary Clinton y Barack Obama, a la presidencia de Estados Unidos, en los diarios regiomontanos objeto de estudio.
- 5.-Establecer el empleo de la argumentación y la tesis, así como la clasificación de aquella, en los artículos editoriales de los diarios regiomontanos El Norte, El Porvenir y Milenio, relacionados con la precampaña de los demócratas Hillary Clinton y Barack Obama.

## Justificación

Esta investigación servirá para que estudiantes, docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de otras instituciones conozcan el comportamiento de la prensa regiomontana, así como la opinión y los juicios, en cuanto al desarrollo de la campaña preelectoral de los candidatos por el Partido Demócrata a la presidencia de los Estados Unidos, Hillary Clinton y Barack Obama, durante los meses de enero a julio de 2008.

## Metodología

La investigación que realizamos es exploratoria, descriptiva, con rasgos cualitativos y cuantitativos. El universo de estudio comprendió los periódicos regiomontanos matutinos y vespertinos: El Porvenir, El ABC, El Express, El Metro, El Norte, El Sol, Milenio y Extra.

La selección de la muestra de investigación fueron los periódicos regiomontanos: El Porvenir El Norte y Milenio. Ante la poca cantidad de artículos editoriales que abordaran el tema motivo de

estudio, se cambiaron algunas fechas de la semana compuesta que se formó y se incluyeron dos discursos del periódico ABC, que no formaba parte de la muestra.

Fueron en total 49 fechas de la semana compuesta. Los artículos editoriales en la página editorial o de opinión de los periódicos objeto de estudio en la mayoría de las fechas no publicaron artículos editoriales que abordaran ese tema, asunto o problema, razón por la hubo que realizar cambios. Se analizaron 5 artículos editoriales de El norte, 3 de El Porvenir, 5 de Milenio y 2 del periódico ABC. Se elaboró un manual de contenido, con categorías y subcategorías, con su respectiva hoja de codificación.

Se analizaron los elementos en funciones argumentativas, insertos en los escritos como: antecedentes, hechos, hechos colaterales, ejemplos, background, argumentos y su clasificación, principios generales, los elementos en función argumentativa y la conclusión orientadora.

El marco referencial comprende:

El lenguaje. El lenguaje periodístico.

El periodismo de opinión. El artículo editorial. El editorial. La pagina editorial. La política editorial.

La ideología. El proceso de Producción.

Ideología y periodismo: política editorial y página editorial

Incluye también los resultados

## Conclusiones

1ª. Los artículos editoriales redactados y publicados en los diarios regiomontanos objeto de estudio, enfatizaron ampliamente la presencia de los precandidatos demócratas a la nominación presidencial, en los Estados Unidos, Hillary Clinton y Barack Obama; ella por ser la primer mujer en aspirar al puesto y él, por ser el primer afroamericano, en la historia de ese país.

2ª. El lenguaje utilizado en la redacción de los discursos es de estilo periodístico, enfatizado también como narrativo, descriptivo, didáctico, diplomático y coloquial. Varía un regularmente, según el diario. En cuanto al tono, las clasificaciones más utilizadas fueron: amable, serio, agresivo, ameno, preocupante, irónico y festivo. Cuatro clases o tipos en promedio por periódico y varía de un diario a otro, según la intención del autor y estilo que lo caracteriza.

3ª. Respecto a los fundamentos que sustentan la teoría de los artículos editoriales, como géneros de opinión y en la redacción de su estructura, ningún discurso presenta planteamiento del asunto, tema o problema abordado, incluyen opinión regularmente y recurren mucho los redactores al empleo de los juicios. Tampoco ningún artículo editorial de la muestra considera una posible solución al problema o asunto tratado ni tampoco una conclusión.

4ª. Las opiniones utilizadas son en promedio de dos a tres por cada discurso periodístico y son de

los propios autores, en todos los casos. Los redactores recurren ampliamente al empleo de los juicios, en un promedio de 5 a 7, por texto y por periódico, siendo sus principales clasificaciones: categóricos, analíticos, sintéticos, de hechos o realidades, juicios de valor e hipotéticos.

5ª. Después de la lectura y análisis de los artículos editoriales se deducen e intuyen de 1 a 2 argumentos, de diferentes clasificaciones, siendo las más significativas: por el ejemplo, de autoridad, el ridículo y su papel, el nexa causal, el fin justifica los medios y de comparación. Cada argumentación está sustentada por una o dos tesis, que pueden ser comprobadas en la mayoría de los casos por los elementos en funciones argumentativas. Se deducen, además, 1 ó 2 conclusiones orientadoras que contribuyen a la persuasión y la adhesión del público lector.

### **Bibliografía.**

Baena Paz, Guillermina (1993). Géneros Periodísticos Informativos. México: Pax: México.

Casals Carro, María Jesús (2001). La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida. Estudios sobre el mensaje periodístico. Nº 7. ISSN: 1134-1629.

Casals Carro, María Jesús (2004). Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento. Madrid: Fragua.

Cossío, Carlos (1973). La opinión pública. Buenos. Aires: Paidós.

Crespi, Irving (2000). El proceso de opinión pública. Barcelona: Ariel Comunicación.

Davara Torrego, Francisco J. en Casals Carro, María de Jesús (2004). Mensajes Periodísticos y Sociedad del Conocimiento. Madrid: Fragua.

De la Fuente Valdez, Sergio M. (2006). EL Editorial y el artículo editorial en la prensa regiomontana: Correspondencia teórico-práctica. La Habana: Facultad de Comunicación.

Dijk, Teun A. Van (1997). Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona: Paidós Ibérica

Filipi, Emilio (1997). Fundamentos del periodismo. México: Trillas.

Fraser Bond, F. (1978). Introducción al periodismo. México: Limusa.

Grandi, Roberto (1995). Texto y contexto en los medios de comunicación. Barcelona: Bosch.

Gutiérrez Palacio, Juan (1984). Periodismo de opinión. Madrid: Paraninfo.

Kovach, Bill y Rosentiel, Tom (2003). Los Elementos del periodismo. Madrid: Ediciones El País.

Martínez Albertos José L. (2001) Curso General de Redacción Periodística. Madrid: Paraninfo,

McCarthy y Carter (1994-9).



**Conocimiento, realidad y cultura mediática  
Equidad en la comunicación y sociedades digitales**

23, 24 y 25 de septiembre de 2009. Chihuahua, Chih., México

Núñez Ladevéze, Luis (1993). Métodos de redacción periodística y fundamentos de estilo. Madrid: Síntesis.

Núñez Lavedéze, Luis (2002). Introducción al periodismo escrito. Barcelona: Ariel Comunicación.

Ochoa, Oscar (1999). Comunicación política y opinión pública. México: Mc Graw Hill.

Perelman, Chaim y Olbrechts-Tyteca.. (2000). Tratado de la argumentación. Madrid: Gredos.

Ray Teel, Leonard; y Taylor, Ron (2001). Sala de redacción. México: Gernika.

Renkema, Jan (1999). Introducción a los estudios del discurso. Barcelona: Godisa.

Renkema, Jan (1999). Introducción a los estudios del discurso. Barcelona: Godisa.

Santamaría Suárez, Luisa (1997). Géneros para la persuasión en periodismo. Madrid: Fragua.

Serrano, Manuel (1986). La producción social de comunicación. Madrid: Alianza Editorial.

Wagner Echeagaray, Carlos (2000). Déjame que te cuente. México: Trillas.

Weston, Anthony (2003). Las claves de la argumentación. Barcelona: Ariel.



[www.bienal-chihuahua.org.mx](http://www.bienal-chihuahua.org.mx)

Universidad Autónoma de Chihuahua  
Edificio Administrativo Campus I  
Tel. (+52) (614) 439 1584  
comite@bienal-chihuahua.org.mx