

# Nuestra lengua. Los medios de comunicación

## Cárcaterísticas generales

Los **medios de comunicación social** son la **prensa**, la **radio**, la **televisión** e **internet**.

En ellos, el **emisor** o los emisores tienen como finalidad principal **informar**, y se dirigen a un **público heterogéneo y masivo**.

Este proceso de comunicación presenta las **características** que se enumeran a continuación.

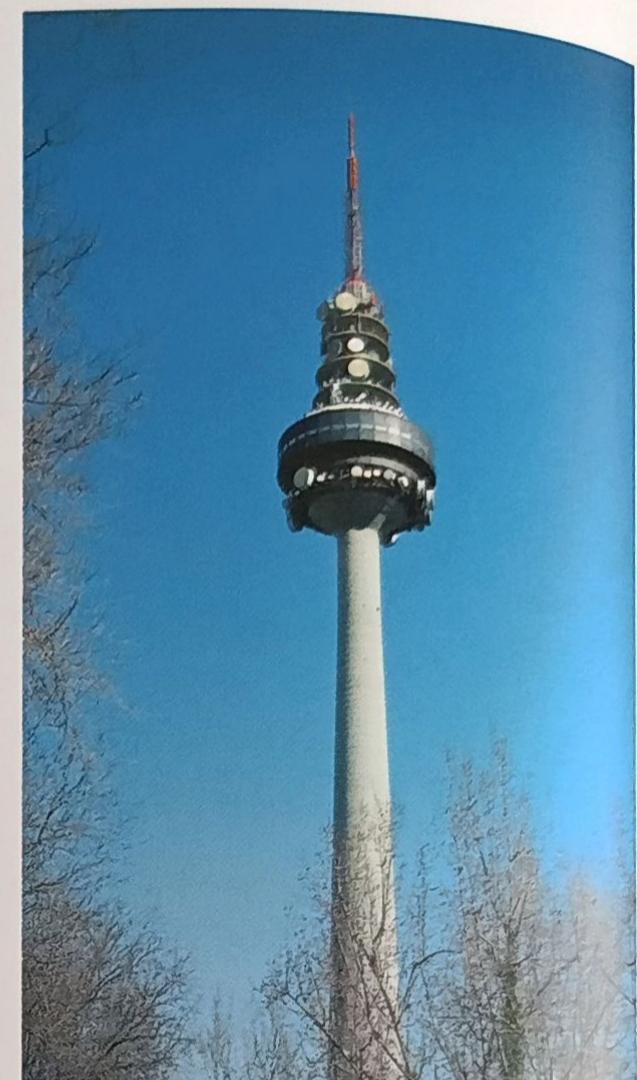
■ Es **unidireccional**, es decir, el **emisor**, periodista o no, emite su mensaje individualmente y el receptor lo recibe, solo o en grupo, adoptando un papel pasivo.

Sin embargo, en la actualidad, son numerosos los programas de radio y de televisión que ofrecen la posibilidad de participar en ellos, desde el estudio, o a través del teléfono o de internet.

■ El **mensaje**, a veces, comunica una información objetiva y, en otros casos, la interpretación subjetiva de cualquier acontecimiento de interés para el receptor.

■ El **canal** a través del cual se transmite la información requiere el uso de tecnologías avanzadas.

■ El **código** varía en función del medio; en la prensa prima el **código escrito**, mientras que en la radio destaca el **código sonoro** y en la televisión adquieren gran importancia las imágenes.



## Finalidad de los medios de comunicación

■ La principal finalidad que tienen los medios de comunicación es la **información**.

Gracias a ellos, en nuestra sociedad es posible conocer cualquier acontecimiento, aunque se produzca en los lugares más alejados y recónditos.

■ Además de informar, los medios de comunicación también **crean opinión** a través de la selección, interpretación y valoración de los hechos que divulgan.

■ No hay que olvidar tampoco el objetivo de **entretenir**, que aparece especialmente en los medios audiovisuales.

■ La **propaganda** ocupa también un lugar muy importante, por la presencia de anuncios de productos o de marcas comerciales y por los valores ideológicos (políticos, religiosos...) que se transmiten en todos los medios.

En los cursos anteriores has estudiado algunos de los géneros periodísticos en la prensa. Este año veremos los géneros periodísticos en los medios audiovisuales: la **radio** y la **televisión**.

### Los géneros en la prensa escrita

Recuerda cuáles son los géneros en la prensa escrita:

#### ■ Informativos

Noticia

#### ■ De opinión

Editorial

Columna

Artículo de opinión

#### ■ Mixtos

Crónica

Reportaje

# L a radio

**La radio es un medio de comunicación social basado en la palabra y en el sonido.**

En sus comienzos no había una diferencia clara entre la lengua de la prensa escrita y la lengua de la radio; sin embargo, es evidente que existe esa diferencia y que, en general, la radio presenta una serie de rasgos específicos.

## Características de la radio

- **El mensaje radiofónico** se percibe exclusivamente por el oído y de una forma inmediata, pues la emisión y la recepción se producen al mismo tiempo. Se caracteriza, pues, por tener un carácter fugaz y efímero.
- En la radio se utilizan **recursos sonoros**, que permiten desarrollar la creatividad del emisor y potenciar la imaginación del receptor; son los siguientes:
  - la **voz**;
  - la **música**, que aparece con frecuencia, unas veces como protagonista y otras, como auxiliar de los mensajes radiofónicos;
  - los **efectos sonoros o de sonido**, que cumplen la función de sugerir lo que no puede visualizarse (los efectos especiales y los trucos sonoros tienen una gran importancia);
  - los **silencios**, que aparecen como elementos significativos para expresar suspense, tensión, inseguridad...
- El **público** al que se dirige la radio es heterogéneo y masivo, aunque las emisoras, al igual que los periódicos, tienen una audiencia identificada con sus contenidos y con su orientación ideológica, muy diferentes de unas emisoras a otras.
- La radio tiene como objetivos más importantes **informar**, dando a conocer noticias de manera rápida e inmediata, y **entretenir** mediante programas variados (concursos, transmisiones deportivas, espacios de humor...).
- Las **funciones del lenguaje** que predominan en el medio radiofónico son:
  - la **función representativa**, porque los mensajes pretenden ser **reflejo** de la realidad e informar sobre hechos que pueden interesar al oyente;
  - la **función apelativa**, ya que se emiten también mensajes que intentan **persuadir** a los oyentes y dirigir sus opiniones por medio de la interpretación de los hechos y de la opinión sobre temas políticos, sociales, religiosos...;
  - la **función estética**, presente en el lenguaje radiofónico de los numerosos programas de **carácter artístico** que se emiten y en los mensajes publicitarios.

## E l nacimiento de la radio

La radio nace en 1901 cuando **Guglielmo Marconi** (Bolonia, 1874 - Roma, 1937) transmitió señales de telégrafo de un lado a otro del océano Atlántico, mediante la propagación de las ondas electromagnéticas por el espacio. La transmisión se realizó entre Poldhu, en Cornwall (Inglaterra) y San Juan de Terranova (Canadá).

En España, la primera emisión se hizo en 1925, desde Radio Barcelona.

## F unciones del lenguaje

- **Función representativa o referencial:** transmite una **información** de forma objetiva.
- **Función apelativa o conativa:** trata de influir en el **receptor**.
- **Función expresiva:** manifiesta las emociones o sentimientos del **emisor**.
- **Función metalingüística:** se emplea la lengua para hablar del **código**.
- **Función fática o de contacto:** comprueba el funcionamiento del **canal**.
- **Función poética o literaria:** pone de relieve la forma del **mensaje**.

## Los programas radiofónicos

Los programas radiofónicos se pueden agrupar en:

■ **Programas informativos.** Su finalidad es transmitir noticias. Se pueden distinguir los siguientes tipos:

- el **flash informativo** o **noticia breve**, que con frecuencia interrumpe la programación normal y trata sobre algo que acaba de suceder;
- el **boletín horario**, que se emite generalmente cada hora, es de corta duración y resume las noticias de interés ocurridas hasta el momento de su emisión;
- el **resumen** informativo, que suele emitirse a mediodía y por la noche, da las noticias de actualidad con más profundidad que en los breves boletines horarios;
- la **tertulia**, que es un género muy de moda en la radio actual; en ella, un grupo de personas opina y comenta las noticias más relevantes del día.

■ **Programas de variedades.** El más conocido es el **magacín**. Se trata de un programa de larga duración (puede durar tres o cuatro horas), y en él caben música, tertulias, entrevistas, opiniones, humor... Su auditorio es numeroso e inestable, pues el oyente se incorpora al programa o lo deja, según sus intereses o el tiempo de que disponga.

■ **Programas musicales.** Existen muchas emisoras especializadas en estos programas, en los que se ofrecen, junto a la emisión de discos grabados, transmisiones de conciertos o música en directo desde el mismo estudio.

■ **Programas deportivos.** Se pueden distinguir dos grupos: las retransmisiones en directo de diferentes acontecimientos deportivos (partidos, carreras...) o programas que incluyen información general, entrevistas, opiniones o comentarios sobre temas relacionados con el deporte.

## A ctividades

1 ¿Escuchas algún programa musical de la radio? Si es así, indica cuál es y explica las razones por las que lo oyes.

2 Indica las secciones de que consta ese programa: si tienen algún apartado dedicado a noticias, si en algún momento dan paso a llamadas de los oyentes, etc.



Tres jóvenes entrevistan a un músico en un estudio de grabación.

**■ Programas culturales.** Incluyen desde comentarios y críticas de teatro, cine, arte, literatura..., hasta información sobre exposiciones de obras de arte y entrevistas con autores relacionados con cualquier actividad cultural, científica o artística.

**■ Programas dramáticos.** Estos programas radian obras de teatro creadas especialmente para este medio de comunicación. Tuvieron una gran aceptación hasta la aparición de la televisión, pero actualmente son escasos y solo aparecen dentro de otros programas, como el magacín. A este género pertenecen las **radionovelas**. En ellas predominan los largos diálogos y su acción suele ser lenta. Un narrador es el encargado de enlazar las situaciones y de describir los ambientes y escenarios donde se desarrolla la acción; es frecuente que esos escenarios se recreen también mediante efectos sonoros.



## A **I**gunos efectos sonoros

Los **efectos sonoros** más comunes se consiguen a veces mediante técnicas artesanales. Por ejemplo:

- el sonido que se hace al nadar, remar o desplazarse por el agua se consigue con golpes suaves en un recipiente lleno de agua;
- la tormenta y la lluvia torrencial se reproducen deslizando perdigones por una superficie circular;
- la lluvia monótona, dejando caer granos de maíz sobre un papel;
- el galope de un caballo, golpeando con diferentes ritmos dos cocos vacíos;
- el crepitar del fuego, arrugando pedazos de papel de celofán;
- el canto de aves entre la maleza, frotando un corcho húmedo contra una botella.

## A ctividades

3

En grupo, grabad diez minutos de un programa deportivo de radio y comentad los siguientes aspectos:

- si su nivel de lengua es formal o informal;
- cómo es la intensidad o la entonación de la voz del locutor;
- a quién se dirige, si a un interlocutor presente en el estudio o al público en general;
- cómo es la sintonía del programa y los momentos en que suena (para separar secciones, para presentar a posibles invitados, etc.);
- cuáles son las secciones que tiene el programa de radio.

Añadid algún otro aspecto que os resulte interesante.

4

Redactad en grupo el guion de un programa de radio que trate de un tema de actualidad; podéis seguir este esquema:

- sintonía musical (diez segundos);
- saludo y presentación del locutor y del programa (veinticinco segundos);
- sintonía musical (cinco segundos);
- presentación del tema (de treinta segundos a un minuto);
- música de apoyo (diez segundos);
- planteamiento del tema, aportando datos y juicios (hasta cuatro minutos);
- música de apoyo (diez segundos).

Grabadlo después en un casete para escucharlo en clase.

# La televisión

La televisión es un **medio de comunicación social** de gran alcance que utiliza el **lenguaje audiovisual** y el **montaje de imágenes**.

La influencia que ejerce este medio sobre la población es enorme: acerca hechos ocurridos en los lugares más lejanos, pone imágenes a espacios que el espectador no conoce y amplía el campo del conocimiento de materias muy diversas.

Además, la televisión se ha convertido en un instrumento que difunde modas en la forma de hablar, de vestir, de comportarse socialmente, y también conductas y valores pertenecientes a determinadas ideas políticas, religiosas o culturales.

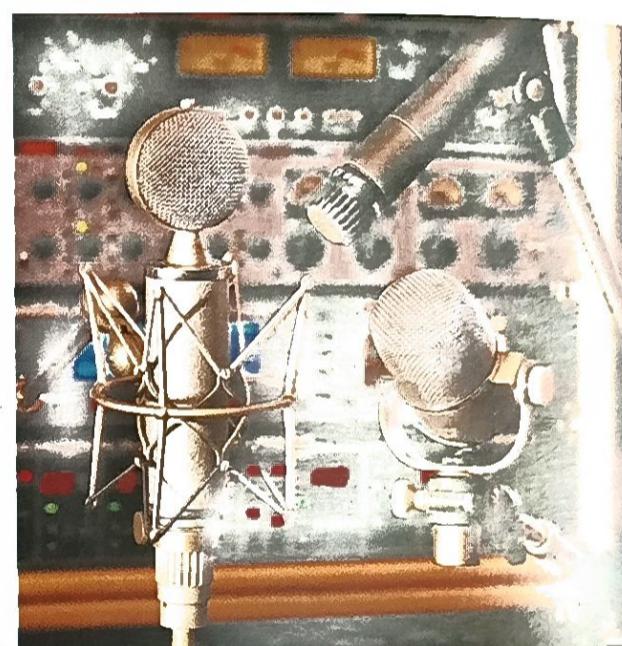
## Características de la televisión

- La **televisión** hace visible la **realidad**, cercana o lejana, total o parcialmente, y configura la percepción del mundo que tiene el **receptor, heterogéneo y masivo** como el de la radio.
- El **poder de la imagen** en movimiento produce en el público telespectador una reacción emocional que no se da en la radio o la prensa.
- Es un **medio de comunicación rápido**, que permite conocer de forma inmediata cualquier acontecimiento que suceda en cualquier parte del mundo.
- La **comunicación** que se establece a través de la televisión es **unidireccional** y habitualmente el receptor adopta una actitud pasiva; sin embargo, cada vez es más frecuente, en algunos programas, la participación del público.
- Entre las **funciones de la lengua** que predominan en el mensaje televisivo podemos señalar las siguientes:
  - la **función representativa**, porque los mensajes pretenden ser reflejo de la realidad e informar sobre hechos que interesan al telespectador;
  - la **función expresiva o emotiva**, porque el emisor manifiesta o deja ver su actitud y sentimientos ante lo que está comunicando; no debemos olvidar tampoco la función emotiva y evocadora de la imagen;
  - la **función apelativa o conativa**, ya que los mensajes pretenden influir directamente en el público con la intención de que haga algo.

Esta función es mucho más evidente en los mensajes publicitarios, que interrumpen o se intercalan en la programación, ya que su finalidad es que el receptor compre el producto que se anuncia o que actúe de la manera indicada, por ejemplo, conducir con prudencia.

## Un poco de historia

- La televisión emite los mensajes audiovisuales que captan las cámaras de televisión o de vídeo y que son enviados a través de ondas electromagnéticas hasta las antenas de recepción.
- En 1929 tuvo lugar la primera emisión regular de televisión desde los estudios de la BBC de Londres.
- En 1930, las cadenas CBS y NBC, de Estados Unidos, emitieron las primeras imágenes.
- Actualmente, el mundo de la televisión está pasando por grandes transformaciones, debido a algunos adelantos tecnológicos, como la televisión digital, la televisión por cable, etc.



## Los programas televisivos

Los programas televisivos se pueden agrupar en **informativos** y de **entretenimiento**.

■ Los **programas informativos** emiten noticias relacionadas con la actualidad política, económica, social, cultural o deportiva, de carácter internacional, nacional, regional o local.

Entre ellos podemos destacar:

- el **telediario**, que se emite varias veces al día para dar información de los acontecimientos más importantes; con frecuencia se realizan conexiones con los lugares donde se producen las noticias;
- el **reportaje** y el **documental**, que son informativos que no se emiten a diario y que profundizan en el tema o en las noticias que tratan, por lo que no tienen la inmediatez que caracteriza a los telediarios.

■ Entre los **programas de entretenimiento** hay que destacar:

- los **concursos**;
- los **programas de variedades**, donde hay humor, moda, actuaciones musicales...;
- los **deportivos**;
- los de **ficción** (películas, telefilmes o teleseries);
- los **musicales**.

■ A medio camino entre los programas informativos y los de entretenimiento, están:

- la **entrevista**, que puede aparecer aislada o dentro de otros programas;
- el **debate**, que trata temas de actualidad, con mayor o menor profundidad según la especialización de los participantes y que cuenta con un moderador que establece los turnos de palabra.
- el **magacín**, programa de larga duración y emisión fija, que incluye contenidos muy variados distribuidos en diferentes secciones. Está dirigido por un presentador o una presentadora que cuenta con colaboradores fijos.

Algunos de los programas mencionados (documentales, ciertos concursos, debates...) cumplen una función educativa por la divulgación de contenidos relacionados con la cultura o la ciencia.



La presentadora de televisión María Escario.

## A ctividad

Elige el telediario que suelas ver y fíjate en las noticias que da:

- sobre temas nacionales;
- sobre cuestiones internacionales;
- sobre acontecimientos culturales;
- sobre encuentros deportivos, etc.

Señala la duración aproximada que se dedica a cada tipo de noticia. ¿Crees que ese tiempo es el adecuado?

## ► La lengua de la radio y de la televisión

- La **radio** y la **televisión** se dirigen, como ya sabes, a un **público masivo** y, sobre todo, heterogéneo, por lo que la lengua con la que se transmite la información debe ser comprendida por el mayor número de personas.
- La lengua utilizada es la **lengua estándar**, que permite que los hablantes de una lengua se entiendan, independientemente de su procedencia geográfica o nivel sociocultural; las frases son cortas, sin complicaciones sintácticas, y el vocabulario empleado facilita la comprensión de los mensajes. Es frecuente la repetición o la aclaración de vocablos para facilitar dicha comprensión.
- Dependiendo de los programas, los **recursos lingüísticos** varían. En los informativos habrá pocos adjetivos y predominarán los verbos; en entrevistas, debates o programas de entretenimiento abundarán las figuras literarias y las expresiones propias de la lengua hablada.
- Generalmente, **se evitan las expresiones vulgares** o malsonantes y las **muletillas**, y son escasos los términos abstractos o los tecnicismos, que pueden resultar difíciles para la audiencia.
- Son frecuentes las **llamadas de atención** al telespectador u oyente, pues el locutor pretende mantener viva la relación con él mediante fórmulas que atraigan el interés de la audiencia.
- La **pronunciación** de los locutores de los programas es un factor importante, dado el carácter oral de estos medios. La vocalización, las pausas, la entonación, etc., sirven para matizar la intención con que se transmite el mensaje.



# A ctividades

- 6 Fíjate en cómo se presentan los programas sobre viajes en la televisión y escribe en tu cuaderno la presentación que harías de un documental sobre un país que conozcas o que te gustaría conocer.



Reportaje en la ciudad de Peshawar (Pakistán).

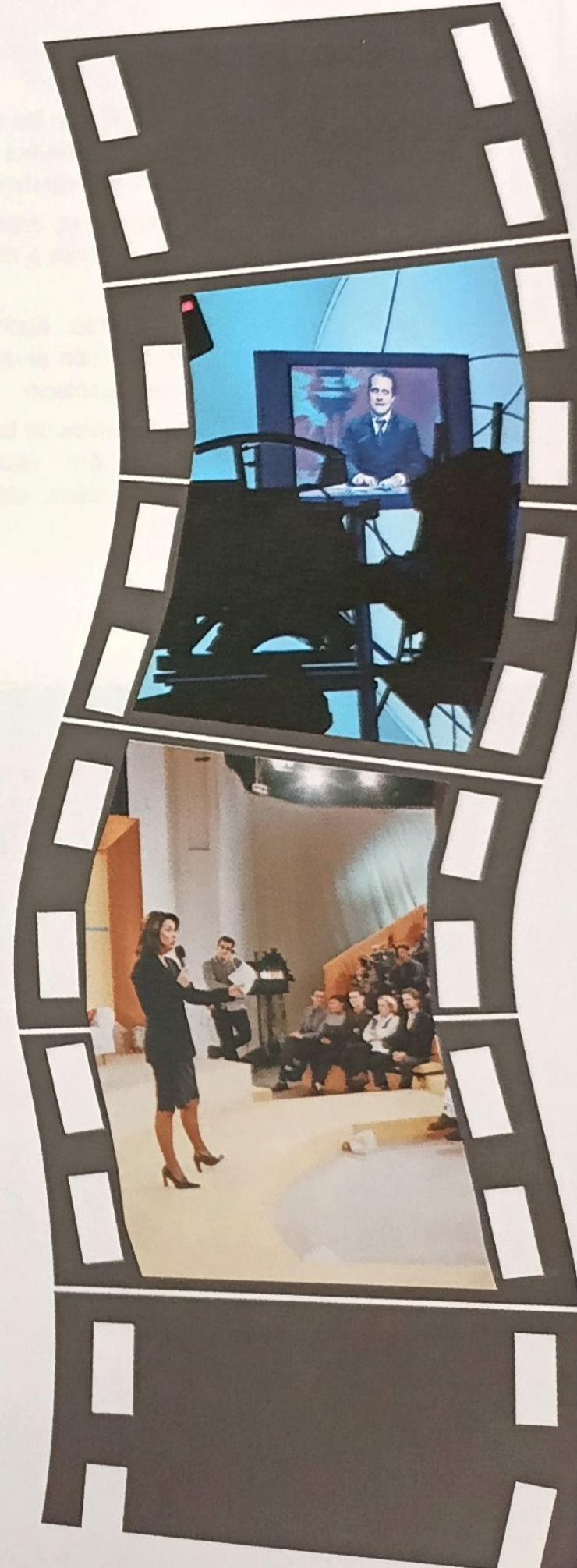
- 7 Lee la programación de un día completo de una cadena de televisión. ¿Qué tipo de programa predomina por la mañana? ¿Y por la noche? ¿Cuál es el que a ti más te gusta? ¿Por qué?

- 8 Busca en internet o recorta de un periódico cinco fotografías que ilustren un acontecimiento (la entrega de un premio, un encuentro deportivo, la reunión de unos políticos, la presentación de un libro...). Escribe los mensajes que podrían aparecer en un telediario para acompañar estas imágenes.

- 9 En grupo, seleccionad un tema de actualidad y preparad un debate como los que se transmiten en la televisión. Para ello, es necesario:

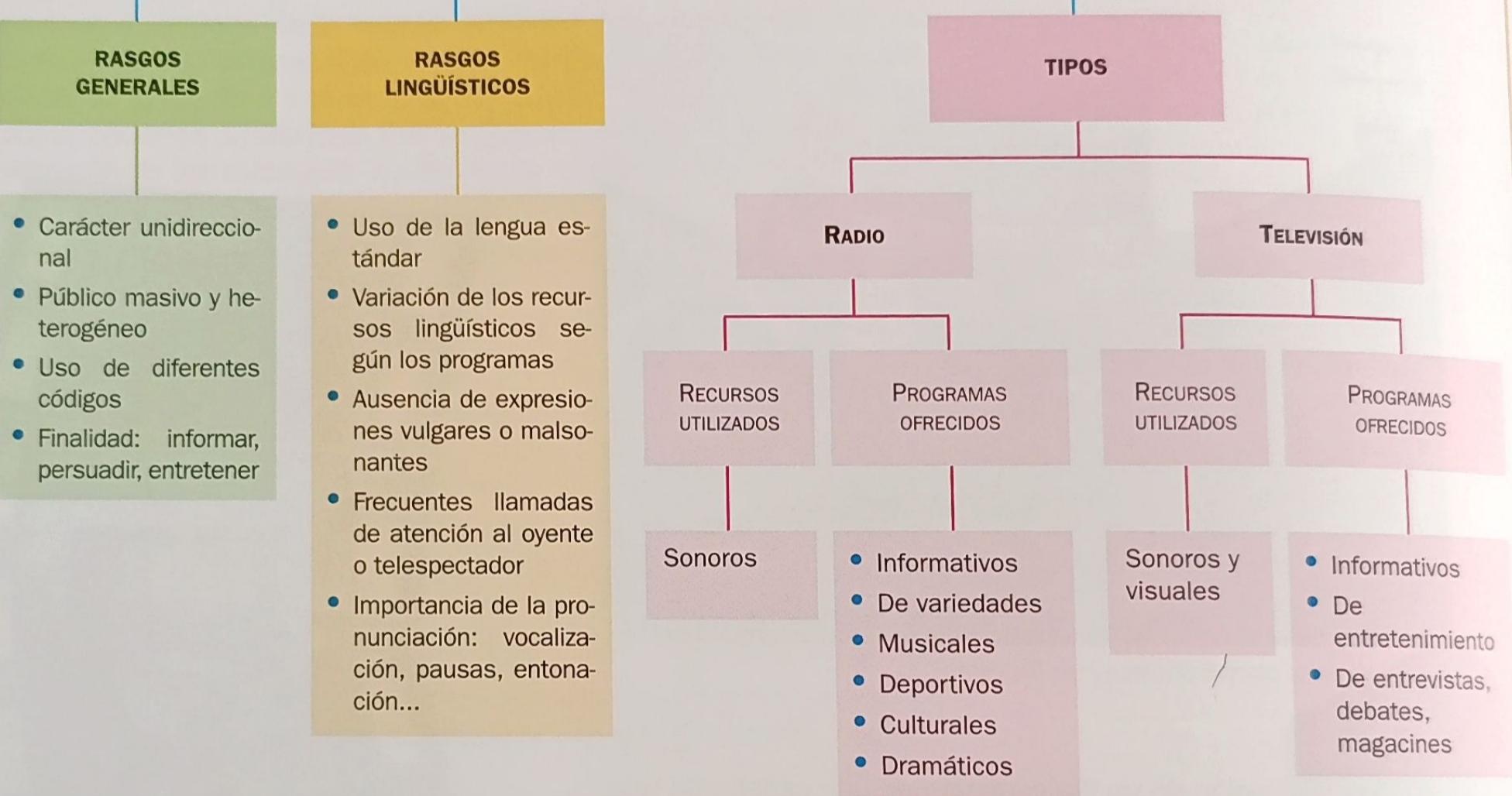
- buscar información sobre el tema elegido;
- elegir un moderador;
- cada participante adoptará un punto de vista sobre el tema y se preparará una argumentación para defenderlo;
- quien actúe de moderador lo iniciará, explicará su objetivo, presentará a los participantes, organizará los turnos de palabra y controlará el tiempo de intervención.

Si es posible, grabadlo para poder analizarlo posteriormente.



## Lo fundamental

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: RADIO Y TELEVISIÓN

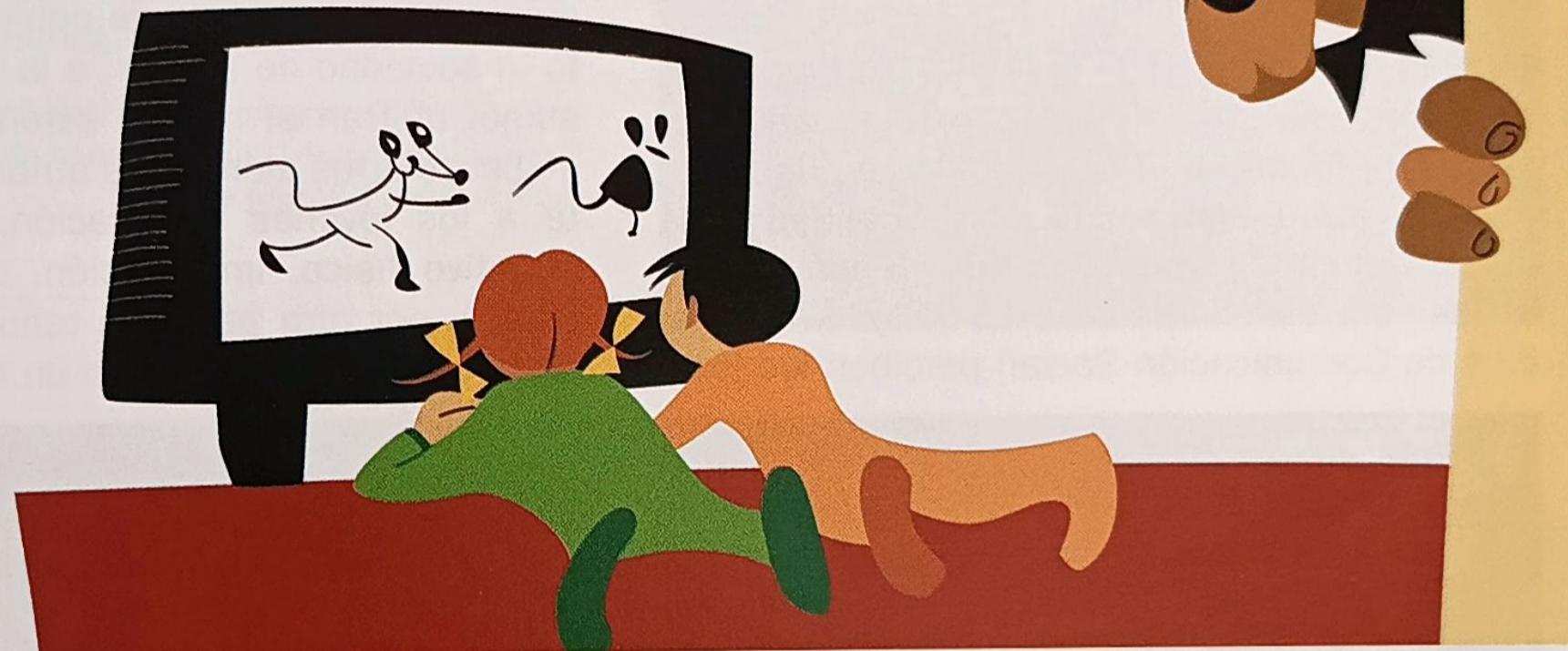


## La televisión hace de canguro

La verdad es que las consecuencias más nefastas de la televisión son las que producen las «telecanguros», o las televisiones que se ocupan de cuidar y vigilar a los niños en casa. Está ampliamente demostrado que es dañino para los pequeños pasarse tres o cuatro horas al día delante de la **5** pequeña pantalla, con independencia de las imágenes que observen. El daño principal es a largo plazo; se manifiesta en problemas de comportamiento, y se debe al valioso tiempo que la programación televisiva roba día tras día a otras actividades socializadoras, estimulantes y creativas que son necesarias para un desarrollo emocional saludable.

**10** Los niños custodiados por «telecanguros», aparte de malgastar irreversiblemente innumerables oportunidades de relacionarse y aprender, se convierten en «teleadictos». Para estos pequeños, las horas bajo la tutela del televisor llegan a ser más gratificantes que sus actividades escolares o familiares, aunque estas sean de carácter lúdico.

Luis Rojas Marcos, «Las nefastas “telecanguros”», *El País*,  
15 de diciembre de 2004.



## A ctividades

**10** Escribe otro título para el texto.

**11** Explica el significado de las palabras «telecanguros» y «teleadictos» y señala los elementos que las componen.

**12** Escribe en tu cuaderno las palabras del texto anterior con las que el autor expresa su valoración negativa de lo que llama «telecanguros»; por ejemplo, *nefastas*.

**13** Anota los adjetivos que califican positivamente otras actividades que favorecerían el desarrollo de los niños.

**14** ¿Con qué verbos se hace referencia a lo que la «telecanguro» hace con respecto a los niños?

**15** El autor del artículo dice que las horas ante el televisor hacen que se malgasten «irreversiblemente innumerables oportunidades de relacionarse y aprender». Enumera algunas de esas oportunidades que tú creas que se pierden.

**16** Enumera y resume los argumentos que da el autor del texto contra la «telecanguro».

**17** ¿Estás de acuerdo, en general, con lo que se dice en el texto? Expón tu opinión de manera clara y ordenada y emplea argumentos para defenderla.

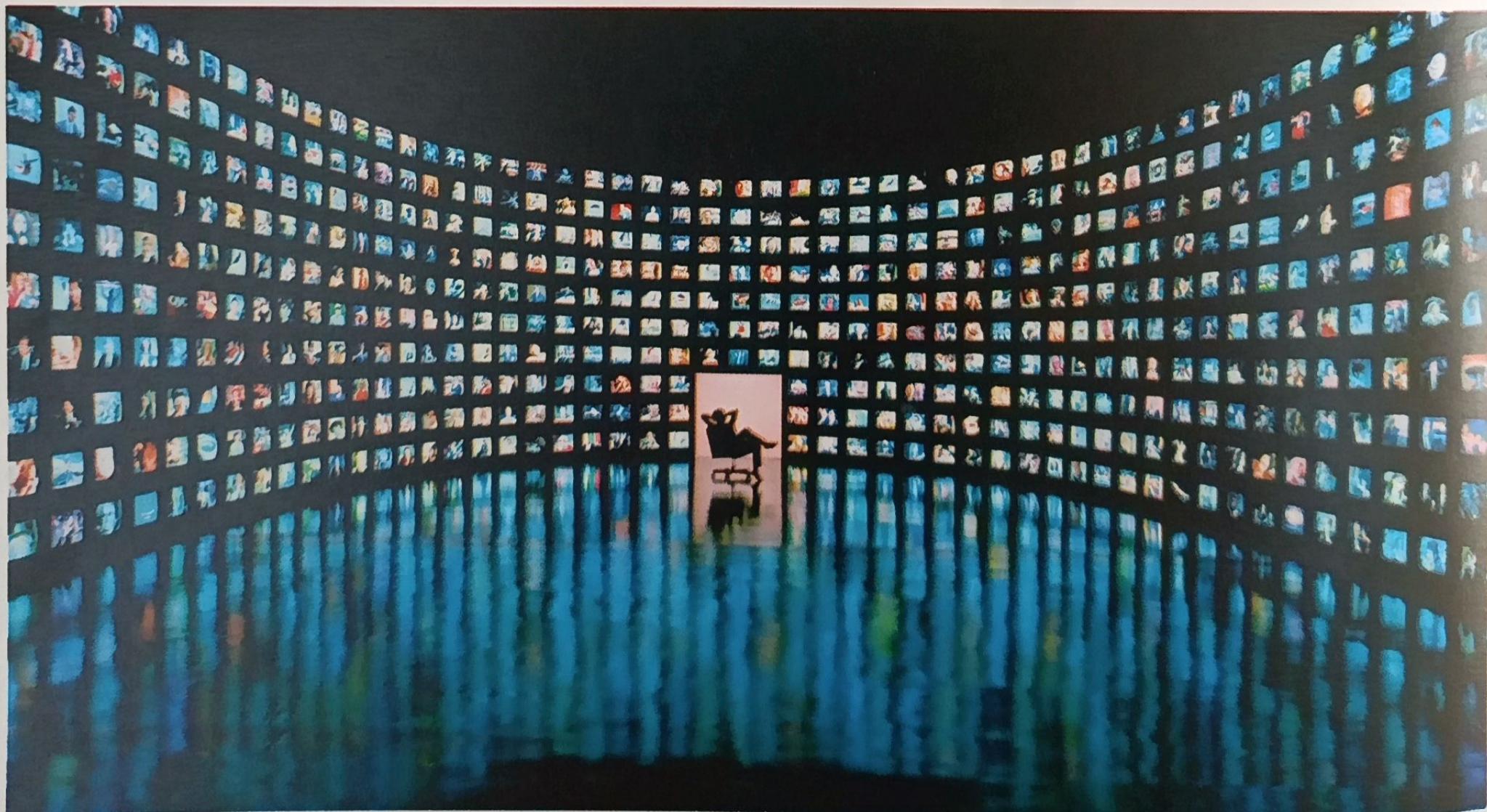
# Un texto expositivo

## a imagen de los jóvenes en los medios de comunicación

Los jóvenes no se identifican a sí mismos en las imágenes estereotipadas<sup>1</sup> que ofrecen de ellos los medios de comunicación social. Pese a este rechazo, casi la mitad de los contenidos informativos que reciben los jóvenes, los obtienen a través de esos medios. La difusión de una versión sesgada, manipulada o incompleta de la realidad juvenil contribuye a acentuar la marginación de los jóvenes, a reducir sus posibilidades de inserción crítica en la sociedad, y de ejercer un verdadero papel de fermento renovador. [...]

En el campo específico de la juventud es preciso hacer una diferenciación estricta entre lo que es el mundo real de los jóvenes, es decir, aquellas representaciones de su realidad en la que los propios jóvenes pueden identificarse, y lo que es la visión que a través de los MCS (Medios de Comunicación Social) perciben los jóve-

nes de su propia realidad. La cuestión lleva a plantear una contradicción aparente: no son los jóvenes los principales destinatarios de ciertos contenidos, que utilizan a la juventud como motivo permanente, sino el mundo de los llamados adultos. En el mercado de la comunicación de masas «venden» más unos contenidos que otros; lo que hace que no siempre los jóvenes se identifiquen con la realidad que se les atribuye reflejada en los medios. Se produce así un efecto de distorsión o de doble imagen. En tanto la sociedad de masas, o la sociedad de consumo, utilizan al menos externamente y como efigies, ciertos elementos atribuibles globalmente a los jóvenes (renovación, empuje, arrojo, atractivo físico, imaginación, capacidad de lucha...), por otra parte se rehúye la aceptación de la realidad juvenil como un hecho global. [...]

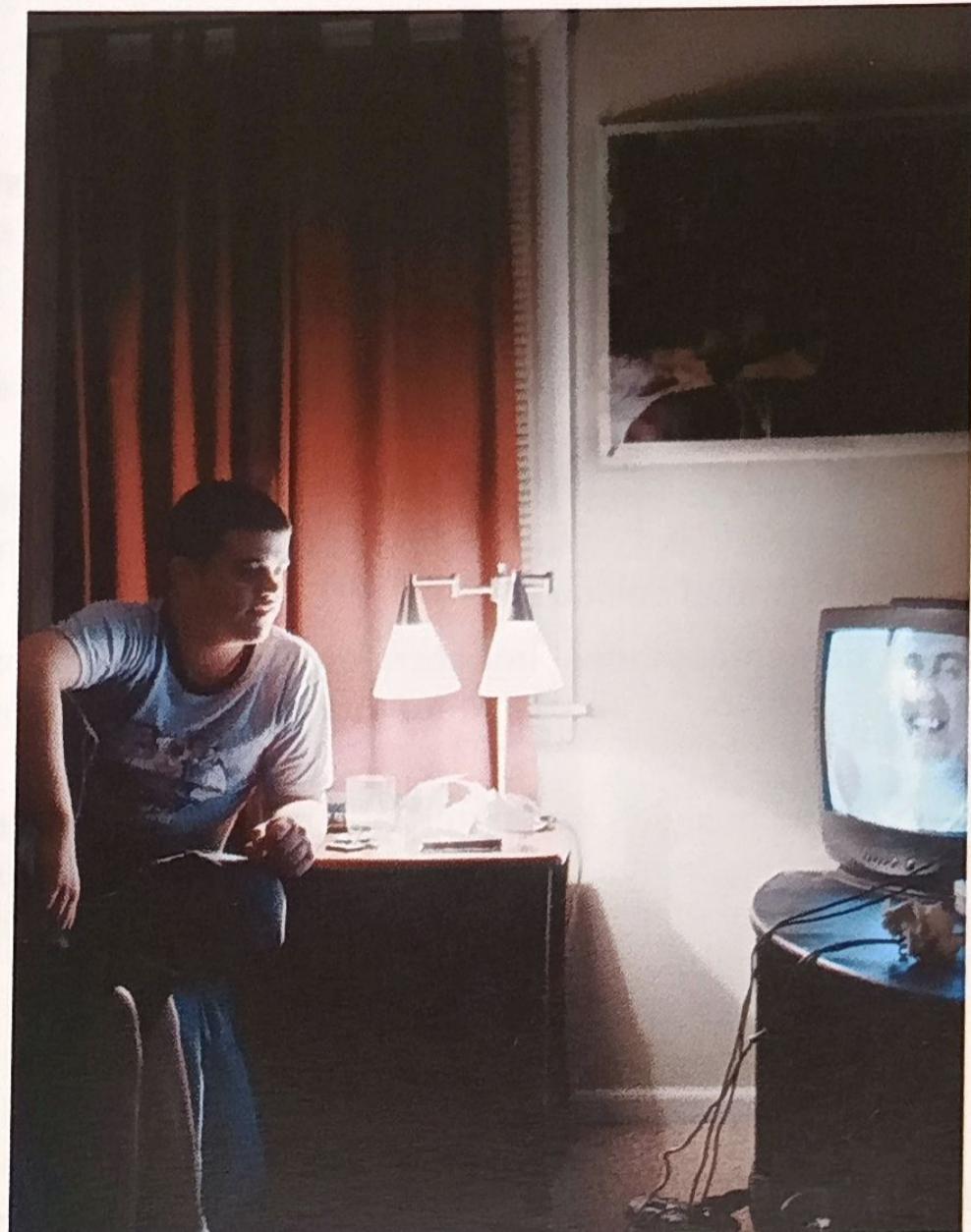


Un elemento más destaca en la tipología de la moderna comunicación de masas: la estrechísima relación entre comunicación y ocio.

Los MCS no se limitan solo a ofrecer información y una visión del mundo, sino que ocupan una buena parte del tiempo del ocio de los jóvenes. En nuestros días, se detecta un desplazamiento del concepto información hacia el terreno del entretenimiento. Y ello es perfectamente comprobable en sistemas como el de la televisión norteamericana, en el que los informativos y noticiarios se adentran plenamente en el terreno del espectáculo, con el gravísimo riesgo que ello conlleva de distorsión del propio conocimiento sobre la realidad que nos circunda. Si los jóvenes tuvieran como único medio de acercamiento a su propia realidad los MCS, su propio conocimiento de sí mismos aparecería claramente manipulado o sesgado.

Manuel Espín Martín, «La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación», en *Comunicación y lenguaje juvenil*, Fundamentos.

<sup>1</sup>Estereotipado: tópico.



## A ctividades

### Hablamos del texto

1 ¿Qué se afirma en el texto sobre la identificación de los jóvenes con la imagen que se da de ellos en los medios de comunicación?

2 ¿A qué crees que se refiere el autor cuando afirma que la realidad que reflejan los MCS no se corresponde con la realidad de los jóvenes? ¿Conoces, por ejemplo, alguna serie televisiva protagonizada por jóvenes con los que no te sientes identificado?

3 ¿Qué dice el autor del artículo sobre los informativos y noticiarios de la televisión americana?

4 ¿Has visto algún anuncio dirigido a un público adulto cuyos protagonistas sean, sin embargo, jóvenes? ¿Por qué crees que ocurre esto?

5 Di cuál es el medio de comunicación que mejor conoces e indica qué tipo de información buscas en él y por qué.

### Escribimos sobre el texto

6 Resume la idea más importante de cada uno de los tres párrafos.

7 Escribe el resumen del texto en unas cinco o seis líneas.

8 ¿En qué persona aparecen los verbos del texto? ¿Qué tiempo verbal predomina? ¿Por qué crees que el autor emplea esa persona y ese tiempo verbal?

9 Explica el significado de los nexos siguientes: pese a (párrafo 1), es decir (párrafo 2), sino que, y (ello) (párrafo 3).

# Vocabulario. El léxico en la radio y la televisión

El vocabulario que aparece en los medios de comunicación debe ser entendido por un público masivo y heterogéneo.

La lengua que se utiliza en la prensa, en la radio o en la televisión es la lengua estándar; sin embargo, los medios divulgan e incorporan el uso de muchos términos o expresiones que se consideran inadecuados o incorrectos.

## A ctividades

- 1 Escribe en tres columnas las palabras siguientes, según pertenezcan al lenguaje de la radio, al de la televisión o sean compartidas por los dos medios:

|           |               |
|-----------|---------------|
| emisora   | radioyente    |
| audiencia | telediario    |
| cadena    | cámara        |
| plató     | sintonía      |
| boletín   | videoclip     |
| programa  | telespectador |

- 2 Los medios de comunicación divulgan numerosos neologismos. Busca en el diccionario, si lo necesitas, el significado de los siguientes e indica qué palabra española sustituye a los neologismos evitables.

### Neologismos correctos

globalización  
karaoke  
web

### Neologismos evitables

sponsor  
show  
ranking

- 3 El uso de algunas expresiones inadecuadas se ha generalizado a través de los medios de comunicación. Por ejemplo, *a nivel de*. El sustantivo *nivel* significa ‘altura’, ‘grado’, ‘categoría’, ‘situación’. No debe utilizarse la locución prepositiva *a nivel de* si no hace referencia a esos significados.

Escribe cuatro oraciones en las que utilices esta expresión con cada uno de sus significados correctos.

- 4 La locución \*en base a se utiliza erróneamente con el significado de ‘basándose en’. En su lugar, deben emplearse construcciones como *en relación con*, *a causa de*, *por*, *en función de* o *de acuerdo con*.

Escribe un texto de unas cuatro líneas en el que utilices las construcciones *basándose en*, *en relación con*, *a causa de*, *por*, *en función de* y *de acuerdo con*.



# → Expresar opiniones

**1 Imagina que tienes que expresar tu opinión por escrito sobre un tema determinado o sobre un hecho concreto. ¿Empezarás indicando esa opinión directamente o harás una breve introducción?**

Generalmente, cuando queremos expresar nuestra opinión sobre un tema concreto, conviene que demos una breve información para introducirla; unas veces es una sola oración la que sintetiza nuestra idea; otras, es el resumen conciso del hecho sobre el que pretendemos expresar esa opinión.

**2 Una vez presentado el asunto sobre el que vas a opinar, ¿cómo organizarás los contenidos de la exposición y en qué orden los presentarás? ¿Utilizarás ejemplos que corroboren tus opiniones?**

La exposición de ideas tiene una finalidad informativa: hacer saber a alguien lo que opinamos sobre un tema. De ahí que sea fundamental organizar bien los contenidos. Se puede partir de una idea general, para después descender a aspectos más concretos, apoyados en ejemplos, o bien se puede partir de un ejemplo que sirva de marco a la explicación de la idea que defendemos.

Los ejemplos ayudan a clarificar los conceptos y a dar más fuerza a las opiniones, de ahí que sean un recurso muy utilizado.

**3 ¿Crees que es importante documentarse sobre el tema de la exposición para estar bien informado y, así, tener una opinión sustentada en argumentos convincentes?**

Estar bien documentado es la mejor manera de poder defender opiniones sólidas y fundamentadas.

La información que puedan aportarte los materiales de consulta en relación con el tema sobre el que expresamos una opinión es una herramienta básica para lograr opiniones fundamentadas y sólidas.

**4 ¿Qué tipo de lengua se utiliza al expresar opiniones? ¿Es la misma si se hace de forma oral que si se expresa por escrito?**

La lengua que se usa la determina siempre el destinatario. Será más coloquial si se trata de un interlocutor poco especializado y si la opinión se expresa de forma oral. Si se hace por escrito, el léxico debe ser más preciso y la sintaxis, más compleja. En cualquier caso, debe tenderse a la claridad y a la concreción.

## Ahora expón tú una opinión

Ahora vas a exponer por escrito tu opinión sobre un tema que te interese. Podéis acordar entre los compañeros un tema que os resulte atractivo y, a partir de ahí, documentaros bien individualmente y llegar a una opinión razonada y propia.

