

Universidad de CCL Cómo escribir un artículo de opinión

El proceso

El tema y el enfoque. Ésto esencialmente se trata de qué vas a escribir, y cómo lo vas a hacer. Los artículos de opinión deberían referirse a algo que está en las noticias o algo que debería estar en las noticias. El tema puede relacionarse con un reportaje reciente, un desastre conectado con el cambio climático, o un evento anual como el Día de la Tierra. El enfoque puede tomar varias formas: presentación directa de los hechos, una historia personal, una narrativa de la primera persona o una perspectiva local.

Crear un guión. Una vez que hayas elegido el tema, construye un guión de 6 a 7 ítemes, que te lleva del inicio a la conclusión. Entonces cuando te sientes atascado, mira tu guión para ver lo que sigue. El guión también te servirá como una “lista de compras” para la investigación que harás para el artículo.

Haz la investigación antes de empezar. Cuando has determinado tu tema, lee la mayor cantidad de artículos que puedas hasta que la información esté desfilfarrando de tu cabeza. Así el proceso de escribir será mucho más fácil: las palabras se arreglarán por si mismas. No hay nada que impide el proceso de escribir tanto como la necesidad de parar y buscar información para apoyar tu argumento. Para dar legítimos a tu artículo, cite tus referencias.

Sé inspirador desde el inicio. Tienes dos, quizás tres, frases para enganchar al lector. Dí algo provocador, alentador e informativo al inicio – algo que al lector le hace decir, “Bien, tienes mi atención, ahora dime más.” No demores ni te detengas con antecedentes. El lector necesita saber tu punto inmediatamente, o pasará al próximo artículo.

Crema un flujo natural. Una buena manera de hacer esto es anticipar las preguntas que los lectores podrían tener, y contestarlas. A menudo las respuestas crearán más preguntas que deberías contestar. Anticipar y contestar las preguntas creará un flujo natural y lógico en tu artículo. Una técnica útil es hacer una pregunta directamente, y contestarla, por ejemplo: “¿Como podemos cobrar a la contaminación sin crear un peso económico para las familias panameñas?”

¿Qué es la perspectiva local? A tu periódico local no le importa lo que pasa con los osos polares. Si relacionas el cambio climático con lo que está pasando en tu comunidad, los editores de los periódicos estarán más dispuestos a aceptar tu artículo. ¿Qué impacto ha tenido y tendrá el cambio climático en tu región? ¿Qué oportunidades existen en tu región mientras hagamos la transición a energía limpia y más eficiente?

Quédate enfocado. No incluyas demasiado información. Dado un límite de 700 palabras, es una tentación incluir todo lo que sabes del cambio climático y impuestos al carbono. Pero cuando tratas de decir demasiado terminas diciendo nada, porque el lector no sabe el punto principal de tu artículo. Se esparce el mensaje. Considéralo como una carta del lector y quédate con uno o dos puntos comunicados. La diferencia aquí es que puedes explorar más profundamente los puntos que tocas, con más información para apoyarlos. Sí, es verdad que hay muchos aspectos de este problema: reservalos para tu próximo artículo.

Un llamado a la acción. Cuando publicas un artículo de opinión, tienes el megáfono más grande de tu comunidad. Úsalo para emitir un llamado a acción. Por ejemplo, exhortan a los lectores que tuitéen a sus diputados pidiéndoles que apoyen una tarifa al carbono reciclado al pueblo, u organizar un seminario sobre ello.

En conclusión. No hay nada que quita el ímpetu de un artículo de opinión tanto como una conclusión mala. Hay dos cosas importantes que querrás hacer en tu conclusión: (1) repetir el punto central de tu artículo, y (2) devolver a lo que tocaste en el inicio. Si tienes una frase ingeniosa que has guardado, esto será el momento de utilizarla. ¿Puedes crear un título? La prueba real de la calidad de un artículo de opinión es si puedes escribir un título para ello. Si no puedes resumir con menos de ocho palabras lo que tratas de decir, deberías considerar la redacción de otro borrador. Cuando entregas tu artículo de opinión al periódico, incluye tu título sugerido: esto reducirá la posibilidad de que pongan un título no deseado. Muy frecuentemente, el equipo de redacción usará lo que escoges tú. El título es la entrada a tu obra, y no quieres que sea una entrada mal hecha.

Entregando el artículo y desarrollando una relación con el periódico

Cuando completas tu artículo, te toca publicarlo. Mira la página de opinión – imprimida o en línea – a ver si haya instrucciones para la entrega de un artículo de opinión. La mayoría de periódicos no quieren recibir documentos adjuntados a correos electrónicos (por riesgo de los virus), entonces es mejor mandar tu artículo en el propio cuerpo del correo (o en ambos formatos). Deberías empezar el correo dando una introducción de ti y explicando brevemente porqué el periódico debería publicar tu artículo. Si no hay instrucciones para la entrega de artículos de opinión, identifique quién es el editor de opinión o el equipo de redacción y mandalo a él o ella. Si tuvieras la oportunidad de reunirte con el equipo de redacción o la junta editorial del periódico, una petición a ellos podría ser que publiquen los artículos de tu grupo con frecuencia.

Enfoques y ejemplos

La metáfora extendida: Una metáfora es “una figura del lenguaje que contiene una comparación implícita, en la cual una palabra o frase que normalmente es aplicada a una cosa sea aplicada a otra.” Como implica el nombre, una metáfora extendido toma esta idea y la lleva a lo largo del artículo. Miremos este artículo que fue publicada en varios periódicos: [“Last Call at Club Fossil Fuel.”](#)

La historia personal: Hechos y cifras son buenos para explicar tu caso, pero si quieres conectar con los lectores, no hay nada mejor que una historia personal. Así hicimos con este ejemplar artículo de opinión que salió en cinco periódicos, todos en regiones productoras de carbón. Se trata de un ex empleado de una minería de carbón que ahora trabaja en una compañía solar. [“Transition to clean energy can include a future for coal miners of today.”](#)

La perspectiva local: Cuanto más puedes conectar el problema con el impacto en tu ciudad o región, más relevante será para los lectores. Una perspectiva local fuerte es lo que los editores buscan cuando evalúan los posibles artículos. Este artículo de Brian Ettl, [“Shrinking Crater Lake snowpack argues for carbon tax.”](#), era publicado en todos los grandes periódicos en el estado de Oregon, EEUU.

Narrativa de la primera persona: De vez en cuando funciona muy bien incluir a ti mismo en la historia. Este ejemplo de Susan Secord, [“Colorado floods were a window on climate change.”](#), también incluye una perspectiva local.

Eventos anuales: A lo largo del año, hay eventos que ofrecen oportunidades para publicar un artículo de opinión. Uno de estos es el Día de la Tierra. Lo importante en estos casos es reconocer el evento y luego hacer la transición a tu mensaje. Este artículo lo demuestra bien: [“Carbon tax offers hope for reducing pollution.”](#)

Correos de periódicos nacionales en Panamá

<u>Nombre</u>	<u>Correo</u>	<u>Teléfono</u>	<u>Límite</u>
La Prensa	opinion@prensa.com o eneldefensordellector@prensa.com	222-1222	200 palabras
La Estrella	opinion@laestrella.com.pa y copiar al autor del artículo	204-0000	