

ÍNDICE

Introducción: OPINIÓN Y ANÁLISIS, MÁS NECESARIOS QUE NUNCA..	11
Capítulo 1. INFORMACIÓN, INTERPRETACIÓN Y OPINIÓN.....	17
La información y los hechos	17
La interpretación periodística	21
La opinión periodística	23
Persuasión y géneros periodísticos.....	25
Tres enfoques persuasivos indispensables	27
Capítulo 2. LA RETÓRICA.....	33
Breve historia de la retórica	34
La retórica romana	38
La retórica cristiana	39
Racionalismo y decadencia de la retórica.....	41
Revoluciones democráticas y retorno de la argumentación	43
La Nueva Retórica	45
Retórica y periodismo.....	47
Capítulo 3. LOS ARGUMENTOS.....	51
La tríada argumentativa: <i>ethos</i> , <i>logos</i> y <i>pathos</i>	51
Argumentos ligados al <i>ethos</i>	54
Argumentos del <i>pathos</i>	61
Argumentos del <i>logos</i>	65
Combinación del <i>ethos</i> , <i>pathos</i> y <i>logos</i>	75
Otros argumentos	77
La tópica: utilidad y peligro del cliché periodístico.....	87

Capítulo 4. LAS FALACIAS	89
Falacia <i>ad hominem</i>	90
Falacia <i>tu quoque</i> (Y tú más)	93
Falacia de falsa oposición o disyuntiva falaz.....	94
Falacia <i>ad populum</i>	97
Falacia de autoridad impropia (<i>ad verecundiam</i>)	99
Falacia de la apelación a las consecuencias (<i>ad consequentiam</i>).....	101
Analogía falaz	103
Causalidad falaz	104
Generalización falaz	106
Petición de principio y pregunta capciosa	108
Razonamiento circular	110
Falacia del hombre de paja.....	111
Capítulo 5. FIGURAS DEL DISCURSO.....	113
Metáfora.....	113
Metonimia.....	116
Sinécdoque	118
Paradoja	120
Oxímoron.....	121
Hipérbole.....	121
Ironía.....	123
Personificación o prosopopeya	126
Anáfora	128
Pregunta retórica	129
Eufemismo.....	130
Capítulo 6. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS PERIODÍSTICO	133
El análisis periodístico: definición e historia	133
Estrategias analíticas y persuasivas.....	137
Subjetividad del análisis	139
Tipos de análisis	142
Conclusión.....	145

Capítulo 7. HISTORIA DEL PERIODISMO DE OPINIÓN	147
La opinión, el género más antiguo.....	147
El periodismo de opinión en España	150
Periodismo comercial y retroceso de la opinión	152
La hora del periodismo interpretativo	155
El retorno de la opinión	158
Prensa gratuita y periodismo deportivo	161
Capítulo 8. OPINIÓN EN LA PRENSA, FUNCIONES Y ESTRUCTURA	163
Introducción.....	163
Funciones de la opinión periodística	163
Opinión y línea editorial	164
¿Quiénes opinan en un periódico?	167
Pluralismo o pensamiento único.....	170
La agenda de la opinión	171
El público de la opinión	172
La sección de “Opinión”	172
Consejo editorial y editorialistas	174
Límites de la opinión	174
Capítulo 9. GÉNEROS DE OPINIÓN EN PRENSA (I).....	185
Los espacios de la opinión.....	185
El artículo de opinión	198
El columnismo.....	202
Necrológica/Obituario.....	208
Capítulo 10. GÉNEROS DE OPINIÓN EN PRENSA (II).....	219
Opinión iconográfica	219
Crítica periodística	227
Anexo.....	236
Capítulo 11. OPINIÓN RADIOFÓNICA Y TELEVISIVA.....	243
Un área poco estudiada.....	243

Persuasión oral y visual	244
Opinión radiofónica	246
Tertulias radiofónicas.....	247
El comentario radiofónico	249
Géneros editoriales.....	250
Carta del director.....	250
Crítica radiofónica.....	250
Espacios humorísticos.....	250
Géneros participativos.....	251
Opinión televisiva	253
Tertulias televisivas	253
Debates	255
Espacios humorísticos.....	255
Editorial	256
Comentario	257
Obituarios	258
Defensor del espectador	258
Encuestas a los espectadores	259
¿Quiénes opinan en radio y televisión?.....	259
 Capítulo 12. LA OPINIÓN DIGITAL	 263
Opinión y prensa digital.....	263
Columnismo interactivo.....	266
Editorial/blog del director	266
Bitácoras o blogs	266
Foros digitales.....	268
Encuestas online	268
Chat o cibercharla	268
Opinión iconográfica	269
¿Cómo se gestiona la opinión de los lectores?.....	269
Redes sociales y opinión	270
Retórica digital	272
 BIBLIOGRAFÍA.....	 279