CC University

Cómo escribir un artículo de opinión

El proceso

El tema y el enfoque. Esto esencialmente se trata de qué vas a escribir, y cómo lo vas a hacer. Artículos de opinión deben 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: una presentación directa de los hechos, una historia personal, una narrativa de la primera persona o una perspectiva local.

Crear un guión. Una vez que has elegido el tema, construye un guión de 6 a 7 ítems, que te lleva del inicio a la conclusión. Cuando estás escribiendo y te sientes atascado, puedes mirar tu guión para ver lo que sigue. El guión también te sirve como una "lista de compras" para la investigación que harás para el artículo.

Haz la investigación antes de empezar. Una vez que has escogido tu tema, lee la mayor cantidad de artículos que puedas, hasta que la información esté despilfarrando de tu cabeza. Así el proceso de escribir será mucho mas facil: 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 hacer legítimo 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 puro inicio – algo que le hará pensar, "Bien, tienes mi atención, ahora dime más." No demores o te detengas con antecedentes. El lector necesita saber tu punto inmediatamente, o pasará al próximo artículo.

Crea un flujo natural. Una buena forma 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 tributar el carbono sin crear un peso económico para familias?

¿Qué es la perspectiva local? A tu periódico local no importa lo que pasa con los osos polares. Pero 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 region? ¿Qué oportunidades existen en tu región mientras hacemos la transición a energía limpia y más eficiente?

Quédate enfocado. No incluyas demasiada 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. El mensaje se esparce. 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 ángulos de este problema: guárdalos 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 una llamada a acción. Por ejemplo, exhortan a los lectores que twitteen a sus congresistas, pidiéndoles que apoyen una tarifa al carbono u organicen un seminario sobre ella.

En conclusión. Nada quita el ánimo de un artículo de opinión tanto como una conclusión mala. Hay dos cosas importantes que quieres 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 sería el momento de usarla.
¿Puedes crear un título? La verdadera prueba 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 un título malo. Muy frecuentemente, el equipo de redacción lo usará. 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 recibir un virus), entonces es mejor mandar tu artículo en el propio cuerpo del correo. 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 el editor de opinión o el equipo de redacción y mandalo a él o ella. Si en algún momento tu grupo tuviera la oportunidad de reunirse con el equipo de redacción o la junta editorial del periódico, sería posible pedirles publicar frecuentemente los artículos enviados de tu capítulo.

Enfoques y ejemplos

La metáfora extendida: Una metáfora es "una figura del lenguaje que contiene una comparación implícita, en cual una palabra o una frase que normalmente es aplicada a una cosa sea aplicada a otra." Como implica el nombre, una metófora extendida toma esta idea y la lleva a lo largo del artículo. Mira este artículo (en inglés) que fue publicado en varios periódicos: "Last Call at Club Fossil Fuel." ("La última ronda en el Bar Combustibles Fósiles")

La historia personal: Hechos y cifras son buenos para explicar tu caso, pero si quieres conectar con los lectores, no hay nada como una historia personal. Así hicimos con este artículo de opinión que salió en cinco periódicos, todos en regiones productoras de carbón. Se trata de un previo 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 transición a energía limpia puede incluir un futuro para los mineros actuales de carbón").

La perspectiva local: Lo más que puedes conectar el problema con el impacto en tu ciudad o región, lo más relevante será para los lectores. Una perspectiva fuertemente local es lo que los editores buscan cuando evalúan artículos. Este artículo de Brian Ettling, "Shrinking Crater Lake snowpack argues for carbon tax", ("La reducción de nieve acumulada en el Lago Cráter muestra la razón por un impuesto al carbono") era publicado en todos los grandes periódicos en el estado de Oregon.

Narrativa de la primera persona: De vez en cuando funciona muy bien si incluyes a ti mismo en la historia. Este ejemplo de Susan Secord, "Colorado floods were a window on climate change" ("Las inundaciones en Colorado eran una vista al cambio climático"), también incluye una perspectiva local.

Eventos anuales: Durante todo el año, hay eventos que ofrecen oportunidades para publicar artículos de opinión. Lo importante en estos casos es reconocer el evento y luego hacer la transición a tu mensaje. Este artículo publicado el Día de la Tierra, lo demuestra bien: "Carbon tax offers hope for reducing pollution" ("Un impuesto al carbono ofrece esperanza para reducir la contaminación").