



MANUAL #4

CÓMO ESCRIBIR

PARA INFLUIR EN

LA AGENDA POLÍTICA

JERONIMO GIORGI

MANUAL #4

**CÓMO ESCRIBIR PARA INFLUIR
EN LA AGENDA POLÍTICA**

MANUAL #4

**CÓMO ESCRIBIR PARA INFLUIR
EN LA AGENDA POLÍTICA**

Jeronimo Giorgi



Cómo escribir para influir en la agenda política

Jerónimo Giorgi (coord.)

Manual DP Campus n.º 4

© 2025 KONRAD-ADENAUER-STIFTUNG e. V.

FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER
Plaza Independencia 749, of. 201, Montevideo, Uruguay
Tel.: (598) 2902 0943/ -3974
E-mail: info.montevideo@kas.de
www.kas.de/es/parteien-lateinamerika
@KASpartidos

Director
Sebastian Grundberger

Coordinación editorial
Ángel Arellano

Corrección
Alejandro Coto

Imagen de portada
Shutterstock

Diseño y armado
Yamila Murán Leivas
@cretayam

Impresión
Mastergraf srl
Hnos. Gil 846, Montevideo, Uruguay
www.mastergraf.com.uy

ISBN 978-9915-9707-2-1

DIÁLOGO POLÍTICO es una plataforma para el diálogo democrático entre los influenciadores políticos sobre temas de relevancia en América Latina con base en los valores de libertad, solidaridad y justicia. Conecta a la región con los grandes debates geoestratégicos en el mundo. Construye una ventana de difusión de proyectos de la Fundación Konrad Adenauer en América Latina.

DIÁLOGO POLÍTICO es parte del Programa Regional Partidos Políticos y Democracia en América Latina (KAS Partidos). Tiene el objetivo de reducir la polarización política a través de un debate pluralista, constructivo e informado, orientado al bien común, para fortalecer el centro político desde sus raíces socialcristianas, liberales y conservadoras.

www.dialogopolitico.org - @dplatinomercosur

Producto editorial sin valor comercial.
Distribución gratuita. Prohibida su venta.

**DIÁLOGO
POLÍTICO**

Contenido

1. Qué es una columna de opinión	6
¿Qué define a una columna de opinión?	7
La columna de opinión como género periodístico	8
El origen de la columna de opinión	10
¿Por qué se la conoce también como <i>Op-Ed</i> ?	12
Transparencia para mantener la confianza	12
La opinión en la actualidad	13
El fin del <i>Op-Ed</i>	14
El futuro de la opinión en la era de la inteligencia artificial	15
Ejercicio. Preguntas de consolidación	16
2. Para qué escribir una columna de opinión	17
¿Qué es un autor?	18
¿Realmente puedo modificar a la opinión pública?	19
Si eres académico te estarás preguntando:	
¿vale la pena dedicar mi tiempo?	20
Principales medios especializados en <i>Op-Ed</i>	21
Ejercicio. Preguntas de consolidación	26
3. La conquista del poder autocrático	27
La importancia del tono	28
La estructura de una columna de opinión	29
Ahora pasemos de la teoría al papel	34
Cómo titular tu columna	38
Y, para terminar... no olvides verificar tu columna	40
Ejercicio	41
Bibliografía	43
Sobre el autor	44



CAPÍTULO 1

QUÉ ES UNA COLUMNA DE OPINIÓN



1. QUÉ ES UNA COLUMNA DE OPINIÓN

Una columna de opinión es un tipo de artículo periodístico en el que un autor expresa su perspectiva personal y, en muchos casos, su interpretación de un tema de interés social, político, cultural o económico. A diferencia de los editoriales, la columna de opinión no representa la postura oficial del medio, sino la opinión de un colaborador externo, quien aporta su visión sobre un asunto relevante. Esta particularidad convierte a la columna en un espacio de expresión individual y permite que el autor, sin estar directamente vinculado al equipo editorial, exponga sus pensamientos y análisis sobre la realidad en un tono que puede ser tanto analítico como informal.

¿Qué define a una columna de opinión?

Una de las características que hace única a la columna de opinión es su capacidad para conectar de manera directa y cercana con el lector, ya que la columna permite que el autor establezca un vínculo personal con el público, creando un sentido de cercanía y autenticidad. Este género periodístico se convierte en una suerte de conversación entre el autor y el lector, quien tiene la oportunidad de acceder a una perspectiva individual y emocional. Este contacto más directo y humano es una de las razones por las que la columna de opinión es un formato apreciado tanto por los autores como por los lectores.

Además de su enfoque personal, la columna se caracteriza por tener un formato específico en términos de extensión, periodicidad y ubicación dentro del medio. La mayoría de las columnas son textos breves, de entre 800 y 1000 palabras, con una longitud y estructura constantes, que se publican

regularmente. Esto permite que el lector reconozca rápidamente la columna y asocie el estilo y enfoque particular del autor, lo que fortalece la relación y la familiaridad entre ambos. Aunque el contenido de una columna puede variar ampliamente de un tema a otro, el estilo del columnista suele ser reconocible y consistente, y va creando así un sello propio.

La columna de opinión cumple, en última instancia, con el propósito de interpretar, analizar y valorar sucesos de actualidad, generando sobre estos una postura crítica y razonada. Al combinar la información con una perspectiva subjetiva, el columnista tiene la libertad de crear un comentario valorativo que, más allá de informar, busca influir en la opinión pública. Este género permite la defensa de ideas, la creación de un estado de opinión y la apertura a un diálogo con el lector sobre temas que van desde lo social y político hasta lo cultural.

La columna de opinión como género periodístico

La columna de opinión tuvo su auge a mediados de siglo XX cuando los periódicos empezaban a organizarse de manera más compleja, lo que generaba una necesidad de firmas individuales que aportaran personalidad y profundidad a las opiniones vertidas en el medio. Al crecer los diarios y diversificar sus contenidos, surgió la posibilidad de que figuras públicas o intelectuales reconocidas compartieran sus perspectivas sin que estas representaran de manera obligada la postura oficial de la publicación.

En América Latina, y en otros contextos, algunos de los autores y pensadores más destacados encontraron en la columna de opinión un espacio para comunicar sus ideas con libertad, convirtiendo este género en un instrumento fun-

1. Qué es una columna de opinión

damental para la crítica y el análisis social. Esta tradición de columnas como espacios de crítica se ha mantenido en la región, mientras que, en los países de habla inglesa, el interés por las columnas personales tuvo un nuevo impulso con la llegada del Nuevo Periodismo en los años setenta. Este movimiento trajo consigo un enfoque que combinaba información y opinión en un estilo narrativo más libre y subjetivo, integrando voces diversas que enriquecían la propuesta editorial de los medios.

El origen de la columna de opinión

As the world has grown smaller, the nation more powerful, the problems besetting man infinitely more complex, the pressures more intense, the health of this democracy has increasingly depended on deeper public understanding of difficult issues.

Through the new page opposite the Editorial Page that we inaugurate today, we hope that a contribution may be made toward stimulating new thought and provoking new discussion on public concerns.

Primera página de opinión del *New York Times*, 21 de septiembre de 1970.



1. Qué es una columna de opinión

La columna de opinión moderna surgió en 1921 con la creación de la *página de opinión* en *The New York Evening World*, bajo la dirección de Herbert Bayard Swope. Este editor transformó la página opuesta a la editorial en un espacio dedicado a opiniones analíticas y subjetivas sobre temas sociales, reseñas de libros y obituarios. Su innovadora visión, que priorizaba la reflexión y la variedad de perspectivas, sentó las bases del artículo de opinión como género periodístico.

Con la llegada de medios audiovisuales como la radio y la televisión, los periódicos enfrentaron la competencia de un entorno informativo más ágil. Para captar y retener audiencias, medios como *The New York Times* y *The Washington Post* ampliaron sus secciones de opinión, incluyendo más columnas y diversificando los enfoques. Estas estrategias no solo buscaron mantener la atención del público, sino también fomentar el debate público y ofrecer una gama amplia de perspectivas sobre temas relevantes.

En 1970, John B. Oakes, editor de *The New York Times*, consolidó la página de opinión moderna al abrir espacios para colaboradores externos, ampliando las voces representadas en el periódico. Este diseño no solo democratizó el discurso, sino que también ayudó a sostener financieramente al medio al integrar comentarios adicionales y fines comerciales. La primera página de opinión del *Times* se publicó el 21 de septiembre de ese año, marcando un hito en el periodismo de opinión y estableciendo un modelo que se mantiene como fundamental en los medios actuales.

¿Por qué se la conoce también como *Op-Ed*?

El término *Op-Ed* significa *opposite the editorial page* (en español, 'opuesto a la página editorial') y hace referencia a la ubicación tradicional que los periódicos solían asignar a los artículos de opinión. Estos escritos se colocaban frente a la página editorial, manteniendo un espacio específico para opiniones diversas que no necesariamente representaban la postura oficial del periódico.

Transparencia para mantener la confianza

La confianza y la transparencia son esenciales en la creación de columnas de opinión porque determinan la credibilidad del autor y fortalecen el impacto del mensaje. Los lectores esperan argumentos bien fundamentados, basados en hechos verificables y presentados con honestidad intelectual. Ser transparente incluye citar fuentes de manera adecuada, reconocer posibles sesgos y abordar puntos de vista opuestos con respeto y evidencia sólida. Además, es crucial que el autor declare cualquier posible conflicto de interés que pueda influir en su análisis, ya que omitir esta información puede minar la confianza del lector. En un contexto donde la desinformación y las agendas ocultas son comunes, una columna escrita con integridad y claridad no solo enriquece el debate público, sino que también contribuye a la construcción de una ciudadanía más informada y crítica.

En octubre de 2011, un grupo de periodistas y educadores contactaron a Arthur Brisbane, entonces editor de *The New York Times*, para solicitar mayor transparencia en la sección de opinión del periódico. Liderados por el proyecto sin fines de lucro Checks and Balances Project, este grupo propuso

que el *Times* adoptara un sistema de divulgación más riguroso para los colaboradores de sus artículos de opinión. En particular, recomendaron un cuestionario en el que cada colaborador declarara cualquier relación financiera o personal que pudiera afectar su objetividad, ayudando a los lectores a identificar posibles conflictos de interés.

El impulso para esta iniciativa fue un artículo de Robert Bryce, afiliado al Manhattan Institute, que había recibido financiamiento de empresas de combustibles fósiles como Exxon-Mobil. En su artículo, Bryce criticaba las energías renovables, pero sin revelar esta vinculación financiera, lo que generó preocupación por la falta de transparencia en el origen de sus opiniones. Checks and Balances Project argumentó que si el *Times* adoptaba un sistema de divulgación como el que proponían, podría inspirar a otros medios a seguir un estándar de mayor rendición de cuentas y transparencia, reforzando así la confianza en el periodismo de opinión.

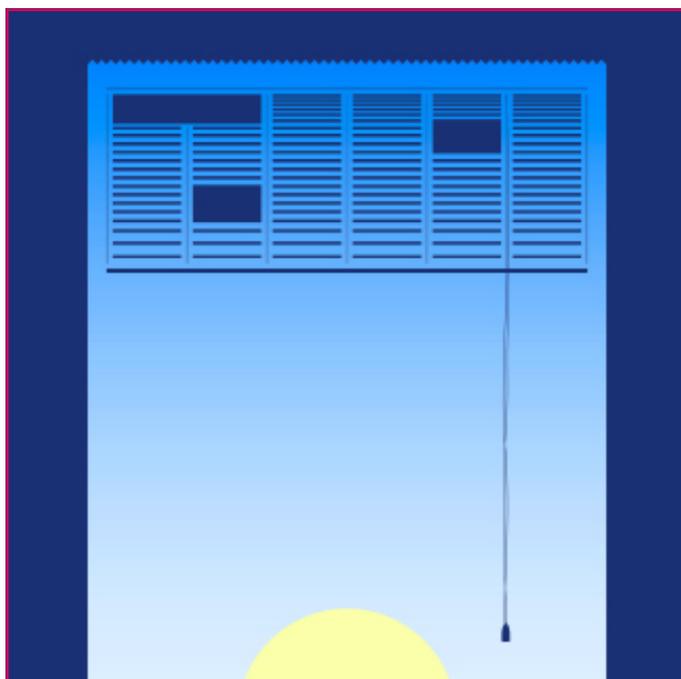
La opinión en la actualidad

En los últimos años, las secciones de opinión de los periódicos se han fortalecido debido a la digitalización y el auge de las redes sociales. Estas plataformas permiten que los artículos de opinión se compartan masivamente, lo cual ha aumentado su alcance e influencia. Además, en un contexto de polarización política y desconfianza en los medios, los lectores valoran las opiniones firmadas por figuras de confianza, lo que ha llevado a los periódicos a apostar por columnistas reconocidos y expertos en diversas áreas.

La demanda de contenido interpretativo y analítico también ha crecido debido a eventos complejos, como la pandemia

de covid-19 y los conflictos globales. Por ello, los medios han diversificado las voces en sus secciones de opinión, incluyendo a especialistas y personas con perspectivas únicas.

Y, finalmente, la monetización de los contenidos digitales ha impulsado a los medios a mejorar sus secciones de opinión, ya que los lectores están dispuestos a pagar por análisis de calidad. Los modelos de suscripción han hecho de las columnas de opinión un valor exclusivo y central en la oferta de muchos medios, que buscan así fidelizar a sus audiencias. En conjunto, estos factores han hecho que las columnas de opinión sean hoy una parte esencial de los periódicos y revistas.



«Op-Ed fin», ilustración del *NYT* en la columna que ponía fin al término.

ESCUCHALO ACÁ

Aquí encontrarás la columna de Kathleen Kingsbury, «Adiós al *Op-Ed*: por qué el *New York Times* decidió retirar el término», del 26 de abril de 2021.



Aunque la misión fundamental del *Op-Ed* permanece intacta, en abril del 2021 *The New York Times* decidió que había llegado el momento de actualizar el nombre. El motivo era sencillo: en el entorno digital, donde millones de lectores suscritos acceden al periodismo del *Times*, no existe ya una coordenada física para el *Op-Ed* que lo defina, ni tampoco una página editorial a la cual este se contraponga. Es un vestigio de otra época y de un diseño antiguo, propio del periódico impreso, cuya lógica espacial no se traduce al mundo digital.

Así, a más de cincuenta años de su creación, el término *Op-Ed* fue retirado del periódico más influyente del mundo y que bautizara con este nombre a la *columna de opinión*. Los artículos editoriales mantuvieron su nombre, pero las contribuciones de autores externos pasaron a ser designadas como «Ensayo invitado». Esta nueva etiqueta aparece actualmente destacada sobre el titular de cada artículo, indicando la procedencia del autor.

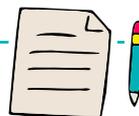
El futuro de la opinión en la era de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) ha introducido desafíos considerables para el periodismo y la opinión en general, que afectan la autenticidad y la calidad de la discusión pública. Uno de los retos principales es la posible despersonalización del contenido. Las columnas de opinión son expresiones íntimas y únicas

que reflejan la perspectiva y el estilo del autor. Sin embargo, el uso de IA para generar o editar estos textos podría diluir esa singularidad y sustituir la voz auténtica del autor por un tono genérico que carece de las experiencias individuales y del matiz humano intrínseco del periodismo de opinión.

La implementación de IA en la creación de una columna de opinión además implica la falta de claridad en cuanto a la responsabilidad y la autoría de las opiniones generadas. La reputación y credibilidad de un columnista dependen de su nombre y trayectoria, elementos que respaldan sus puntos de vista ante el lector. Con la participación de la IA en la creación de contenidos, surge la pregunta de quién asume la responsabilidad por lo que se publica: el autor o la máquina. Esta ambigüedad puede complicar la rendición de cuentas y desafiar los estándares de transparencia que respaldan la confianza en los medios y el periodismo en general.

→ **Ejercicio.**
Preguntas de consolidación



1. ¿Qué distingue a una columna de opinión de un editorial?
2. ¿Qué característica clave tienen las columnas de opinión?
3. ¿Qué evento marcó el inicio de la columna de opinión moderna?
4. ¿Por qué se fortalecieron las secciones de opinión en los últimos años?
5. ¿Qué implicación tiene la inteligencia artificial en las columnas de opinión?



CAPÍTULO 2

PARA QUÉ ESCRIBIR UNA COLUMNA DE OPINIÓN



2. PARA QUÉ ESCRIBIR UNA COLUMNA DE OPINIÓN

¿Tienes una opinión interesante para compartir? Si puedes expresarla de manera clara y persuasiva en un artículo de opinión, y tienes un medio que la publique, podrás llegar a millones de personas, influir en la opinión pública, cambiar las mentes y tal vez incluso reformular políticas públicas. En el proceso, también podrás ganar reconocimiento.

¿Qué es un autor?

Un columnista ejerce su influencia en el ámbito público pues es una voz que ofrece análisis y perspectivas únicas sobre temas de interés general. Mario Vargas Llosa, uno de los grandes columnistas latinoamericanos contemporáneos, ejemplifica esta influencia; los textos publicados en sus columnas «Piedra de toque» en el diario *El País* de España durante más de tres décadas y que vieron su fin el 16 de diciembre de 2023, fueron buscados por miles de lectores, quienes valoraban su interpretación personal de la realidad.



La relevancia de Vargas Llosa y otros columnistas destacados radica en su capacidad de conectar con el público, y en cómo sus opiniones guían el pensamiento de una buena parte de la sociedad.

Con el crecimiento de medios y plataformas, el número de voces y opiniones ha aumentado considerablemente, y esto ha fragmentado la influencia individual de cada columnista. Ahora, el columnismo enfrenta la competencia de redes sociales y creadores de contenido, que también buscan guiar a la opinión pública, a veces alcanzando una audiencia fiel y masiva. Estos nuevos opinadores, especialmente en plataformas como YouTube y TikTok, gozan de una relación directa con sus seguidores y crean un *fandom* que los hace potencialmente más influyentes en ciertos temas, lo cual matiza y desafía el rol del columnista tradicional.

A pesar de los cambios, los columnistas que logran mantener su independencia, ética y análisis profundo continúan siendo figuras de referencia en el debate público. Aunque su exclusividad como formadores de opinión ha disminuido, su voz sigue teniendo relevancia entre lectores que buscan un enfoque crítico, equilibrado y fundamentado. En este entorno de sobrecarga informativa y opiniones en competencia, la calidad y credibilidad periodística son esenciales para que los columnistas sigan siendo una pieza clave en el paisaje mediático.

¿Realmente puedo modificar la opinión pública?

En el año 2018, la revista *Quarterly Journal of Political Science*, de Estados Unidos, publicó el *paper* académico «Los efectos duraderos de los artículos de opinión de los periódicos en la opinión pública», de los investigadores Alexander Coppock, Emily Ekins y David Kirby. En esta investigación,

los autores buscaban responder si los artículos de opinión pueden cambiar las opiniones de quienes los leen.

Siempre ha existido cierto escepticismo respecto al verdadero impacto de las columnas de opinión, ya que se piensa que el público general está poco informado y que las élites tienden a resistir la información que contradice sus creencias. Sin embargo, los resultados de la investigación indicaron que ambos grupos son influenciables por argumentos bien presentados en los artículos de opinión.

En los experimentos realizados, los autores hallaron efectos significativos en la opinión política de los lectores, con cambios de aproximadamente 0,5 puntos en una escala de 7 puntos. Estos efectos se observaron tanto en el público general como en las élites, aunque fueron menores en este último grupo. Además, no se registraron cambios significativos en temas no relacionados, lo cual indica que los lectores comprendieron y se enfocaron en los argumentos de los artículos.

Otro hallazgo fue que estos efectos persisten durante al menos un mes, lo cual sugiere que el cambio no es temporal, sino que podría representar una modificación más profunda en las actitudes de los lectores. En este sentido, el estudio concluye que los artículos de opinión bien elaborados pueden influir en la opinión pública, incluso en personas con ideologías contrarias.

**Si eres académico te estarás preguntando:
¿vale la pena dedicar mi tiempo?**

Escribir un artículo de opinión es una poderosa manera de conectar tu trabajo con el público general y recordar por qué es relevante para la sociedad. Estos artículos te permiten

como investigador y especialista compartir tus ideas y descubrimientos de manera accesible, logrando que el impacto de tu trabajo se extienda más allá del ámbito académico.

A diferencia de los artículos científicos, cuyo alcance se mide con citas y descargas, es más difícil saber cuántas personas han leído un *Op-Ed*. Y aunque los medios rara vez comparten esta información, estos artículos pueden ampliar significativamente la influencia de una investigación al llegar a un público mucho más amplio.

Para evaluar el impacto de una columna, primero es importante tener claros los objetivos y el público al que se quiere llegar. Si el propósito es influir en un grupo específico de tomadores de decisiones, importa menos el número de lectores y más el hecho de que el mensaje llegue a las personas adecuadas. Por otro lado, si se busca incidir en el debate público, alcanzar la mayor cantidad de lectores posible es clave.

Aunque muchos medios no revelan cuántas personas leen un artículo, es posible hacer una estimación revisando el alcance del medio. Las redes sociales también ofrecen una vía útil para medir el impacto, ya que permiten ver quién comparte el artículo y qué se dice sobre él.

Finalmente, el impacto de un artículo de opinión también lo puedes observar a través de resultados a largo plazo, como invitaciones a entrevistas, oportunidades para hablar en conferencias no académicas o propuestas de colaboración.

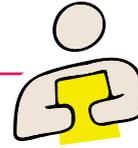
Principales medios especializados en *Op-Ed*

La mayoría de los periódicos y revistas en el mundo incluyen secciones para columnas de opinión producidas por expertos vinculados al medio. Sin embargo, existen pocos medios

dedicados exclusivamente a la producción de columnas de opinión. Estos medios especializados suelen contar con amplias redes de colaboradores expertos en diversas disciplinas que escriben las columnas, las que son luego editadas y, en algunos casos, traducidas por el equipo editorial. Aunque estas plataformas publican las columnas en su propio sitio web, se dedican sobre todo a distribuir el contenido a otros medios (cuantos más, mejor) para ampliar la difusión y alcance de las columnas. Aquí te dejo un par de ejemplos:

Project Syndicate: el principal medio de opinión en el mundo

Project Syndicate es el principal medio a nivel global dedicado a producir y distribuir columnas de opinión originales y de alta calidad, accesibles para audiencias en todo el mundo. Cuenta con la colaboración de figuras prominentes: líderes políticos, académicos, empresarios y activistas sociales. La plataforma apoya a más de 500 medios en 156 países y ofrece análisis profundos y actualizados. Más de la mitad de estos medios reciben sus contenidos de manera gratuita o a precios subvencionados, lo que permite que los comentarios de alta calidad lleguen a un público global sin importar su capacidad de pago. Además, *Project Syndicate* traduce sus columnas a 13 idiomas y permite que otros medios las traduzcan a más de 50 idiomas adicionales, para garantizar el acceso y fomentar el debate global en múltiples idiomas y regiones.



→ 2023

1451 columnas distribuidas

576 autores

156 países

18.621 veces publicadas en medios

Project Syndicate

THE WORLD'S OPINION PAGE



VISITALO ACÁ

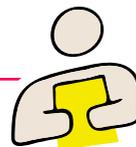
Aquí encontrarás la página web de *Project Syndicate*.



Latinoamérica21: periodismo de opinión en América Latina

Latinoamérica21 es un medio de comunicación especializado en la producción de *Op-Ed* que reúne a una comunidad diversa de expertos y académicos mayoritariamente de América Latina. El medio se centra en ofrecer columnas de opinión sobre temas políticos, económicos y sociales que afectan a la región. La diversidad de orígenes y perspectivas de los colaboradores del proyecto facilita una cobertura plural de temas relevantes para América Latina. *Latinoamérica21* cuenta con una red de más de 500 columnistas especializados que producen contenidos de alta calidad en tres idiomas: español, portugués e inglés. Esto convierte a *Latinoamérica21* en un puente entre la academia y la gran audiencia latinoamericana.

2. Para qué escribir una columna de opinión



→ 2023

377 columnas distribuidas

182 autores

21 países

1.064 veces publicadas en medios

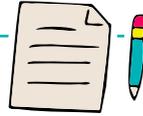


VISITALO ACÁ

Aquí encontrarás la página web de *Latinoamérica21*.



→ **Ejercicio.**
Preguntas de consolidación



1. ¿Qué caracteriza a un columnista?
2. ¿Cómo ha cambiado el impacto de los columnistas tradicionales con el auge de las redes sociales?
3. ¿Qué descubrió el estudio de la revista *Quarterly Journal of Political Science* sobre los artículos de opinión?
4. ¿Cuáles son las ventajas de escribir columnas de opinión para los académicos?
5. ¿Cuáles son los principales medios especializados en la producción de columnas de opinión?



CAPÍTULO 3

CÓMO ESCRIBIR UNA COLUMNA DE OPINIÓN

3. CÓMO ESCRIBIR UNA COLUMNA DE OPINIÓN

Escribir una buena columna de apenas dos carillas puede llegar a sacarte canas verdes. Y es que desarrollar un argumento lo suficientemente convincente como para cambiar la opinión de un lector no es tarea sencilla. Por ello, antes de ponerte a escribir una columna debes hacerte las siguientes preguntas:

- ¿Por qué deben confiar los lectores en mí?
- ¿Qué tiene de novedoso mi argumento?
- ¿Puedo respaldar lo que afirmo?
- ¿Por qué es importante lo que tengo que decir?
- ¿Cómo contribuirán mis ideas a la conversación y el debate público?

Si puedes responderte estas preguntas de forma afirmativa y contundente, podrás escribir con confianza, sabiendo que crearás una columna de calidad.

La importancia del tono

Ah, otra cosa antes de empezar... Conseguir un tono característico es fundamental para que una columna o artículo de opinión tenga éxito. Las columnas suelen tener un tono conversacional, por lo que puedes imaginarte manteniendo una conversación con tu lector mientras escribes, una conversación breve y centrada. Pero el rango de voz que se utiliza en las columnas puede ser amplio: contemplativo, conversacional, descriptivo, experimentado, informativo, informado, introspectivo, observador, quejumbroso, periodístico, modesto, sofisticado, humorístico, entre muchas otras posibilidades. A veces, el tono que utilizas depende de la publicación

para la que estás escribiendo. Un buen método para perfeccionar tu voz es adquirir el hábito de leer tu columna o artículo de opinión en voz alta. Hacerlo te dará una idea clara de cómo sonará tu artículo al lector al que te diriges.

La estructura de una columna de opinión

Los buenos artículos de opinión deben centrarse en un tema atractivo que interese a muchos lectores y deben mantener un enfoque lo suficientemente específico como para abordarlo en un espacio breve de entre unas 600 y 1000 palabras.

Existe una infinidad de maneras de estructurar este breve texto y cada autor puede experimentar libremente. Pero, más allá de la forma, lo que realmente importa es que el mensaje llegue de forma clara y directa al lector. A continuación, exponemos no una estructura, sino una forma de abordar la columna, que es la propuesta por The Op-Ed Project, una organización estadounidense que trabaja con universidades, centros de estudios, fundaciones, organizaciones, corporaciones y organizaciones comunitarias de su país para acercar las mejores ideas y expertos a los editores de los medios de comunicación. Esta forma de abordar la columna incluye las siguientes partes:

- Encabezado
- Tesis
- Argumento
- Contraargumento o perspectivas opuestas
- Conclusión

El encabezado

El encabezado o introducción es la parte fundamental que establece el tono de la columna de opinión y captura la atención del lector desde el principio. Esta sección tiene el propósito de atraer al lector e introducir el tema de manera efectiva. Para lograrlo, el encabezado debe incluir un gancho, una estrategia para hacer el artículo interesante y relevante. Un buen encabezado puede ser provocador, contar una breve anécdota que ilustre el punto de vista del autor o incluso emplear el humor, siempre y cuando sea adecuado al tema. Este gancho puede, además, estar vinculado al título, lo que refuerza el interés y la curiosidad del lector desde la primera línea.

Existen varios tipos de ganchos que pueden ser útiles en el encabezado para captar la atención de los lectores y hacer que se interesen por el tema. Por ejemplo, comenzar con una estadística impactante, una pregunta provocadora, una cita relevante, una breve narración personal o incluso una comparación inusual que haga reflexionar al lector. El uso de estos recursos no solo ayuda a generar interés, sino que también establece el escenario para el desarrollo de los argumentos que vendrán. La clave es ser original y relevante, para lograr que el lector se sienta atraído desde el principio y se vea impulsado a seguir leyendo para conocer la postura y los argumentos presentados en el artículo.

Estos son algunos ejemplos de cómo introducir un gancho:

- ***Una noticia.*** Ej.: «Este miércoles por la noche, Frances Newton, de 40 años, será condenada a muerte por los asesinatos de su esposo y sus dos hijos hace 18 años...»
- ***Una anécdota dramática.*** Ej.: «Hace diez años fui testigo de cómo los tanques de guerra arrasaban...»

- **Un aniversario.** Ej.: «Cincuenta años después de que la Corte Suprema prohibiera la segregación escolar, la batalla sobre la composición racial de las escuelas de Estados Unidos continúa en los tribunales.»
- **Un estudio.** Ej.: «Según una nueva encuesta nacional, el 60% de las mujeres han engañado a sus maridos al menos una vez.»

La tesis

En una columna de opinión, la tesis es la declaración central que define el mensaje o la posición principal del autor. Esta declaración es la base sobre la cual se construirá toda la argumentación, que representa la esencia de la perspectiva que se quiere comunicar. La tesis debe ser clara y concisa, y tiene que formular en pocas palabras la postura que se desea defender o destacar en el artículo. Si la introducción ha logrado captar la atención del lector, la tesis es el elemento que le muestra el enfoque y la dirección del argumento, estableciendo una expectativa de lo que vendrá.

Una tesis contundente permite que el lector entienda rápidamente el propósito del texto, sirviendo como una *promesa* de lo que se va a justificar o desarrollar a continuación. Todo el contenido que sigue debe estar alineado con esta declaración central, utilizando argumentos y ejemplos que sustenten y refuercen el mensaje principal. En resumen, la tesis es el núcleo de la columna de opinión, el punto de partida para una argumentación coherente y persuasiva, y es fundamental que sea clara para que el mensaje tenga impacto.

El argumento

El argumento en una columna de opinión es la base sobre la cual se construye y respalda la tesis, y debe estar fundamentado en evidencias sólidas. Estas evidencias pueden incluir estadísticas, datos relevantes, informes de organizaciones, citas de expertos o experiencias de primera mano, entre otros. Cada tipo de evidencia aporta credibilidad y refuerza la validez de los puntos que se exponen. La selección de las evidencias debe ser cuidadosa y estar actualizada, ya que un argumento respaldado por datos precisos y fuentes confiables aumenta la persuasión y seriedad del texto, facilitando que el lector considere la perspectiva presentada.

En un texto de opinión, el argumento idealmente se divide en varios puntos. Tres puntos componen una estructura común y efectiva. Cada uno de estos debe presentar un aspecto del tema o diferentes razones que apoyen la tesis, y cada punto debe estar respaldado con su propia evidencia. Esta estructura ayuda a organizar el texto y a presentar un argumento completo y cohesivo, en el que cada sección fortalece la idea central de la columna. Al dividir el argumento en partes bien desarrolladas, el autor permite que el lector siga el hilo de la argumentación y se convenza de la validez de la posición presentada.

Contraargumento o perspectivas opuestas

Incluir un contraargumento o abordar perspectivas opuestas en una columna de opinión es esencial para construir un análisis equilibrado y demostrar rigor intelectual. Reconocer que existen otros puntos de vista no solo muestra a los lectores que se ha hecho una investigación exhaustiva, sino que

también refuerza la credibilidad del autor. Al presentar una visión alternativa o un argumento contrario, el autor demuestra que ha considerado el tema desde múltiples ángulos, anticipando posibles objeciones y enriqueciendo el debate. Esto genera confianza en el lector, quien percibe una postura más imparcial y bien fundamentada, lo cual refuerza la seriedad y profesionalismo del texto.

Para integrar un contraargumento de manera efectiva, es fundamental presentar el punto de vista opuesto con claridad y precisión, y luego explicar, de forma lógica y con evidencia, por qué el argumento original sigue siendo válido o superior. Utilizar datos, citas de expertos o ejemplos concretos que demuestren las limitaciones del punto de vista opuesto ayuda a fortalecer el argumento propio, mostrando que es más sólido y razonable. Al refutar el contraargumento con evidencia bien seleccionada, el autor no solo refuerza su posición, sino que también persuade al lector al hacer evidente que la postura defendida ha sido cuidadosamente evaluada y resulta más convincente frente a alternativas.

Conclusión

La conclusión es el cierre de una columna de opinión, donde se reafirma el mensaje central y se refuerza el argumento principal. Para lograr una conclusión efectiva es útil regresar a la idea inicial (conocida como *leed*) y a la tesis, recordando brevemente al lector cuál es el enfoque y la postura defendida en el texto. Sin repetir exactamente lo que ya se dijo, esta sección debe sintetizar el punto de vista expuesto, destacando los aspectos más importantes del argumento de una manera clara y contundente. La conclusión ofrece una opor-

tunidad para darle al lector una última impresión sólida y, en lo posible, invitar a la reflexión o a la acción.

Es importante que la conclusión sea breve y no se vuelva redundante, evitando simplemente repetir los puntos ya mencionados. En lugar de eso, el autor puede ofrecer una observación final, una recomendación o una llamada a la acción que refuerce el valor de lo expuesto y anime al lector a considerar el tema desde la perspectiva planteada. Al conectar la conclusión con el inicio y con la tesis, el autor cierra el círculo argumentativo y deja una impresión clara y convincente sobre su posición, fortaleciendo la cohesión y el impacto de toda la columna.

Finalmente, existen dos tipos básicos de finales. Un *final abierto* sugiere —en lugar de enunciar— una conclusión, mientras que un final cerrado enuncia —en lugar de sugerir— una conclusión. El *final cerrado* en el que se resuelve el punto del artículo es, con diferencia, el más utilizado.

Ahora pasemos de la teoría al papel

En el siguiente ejemplo podrás identificar claramente las diferentes partes que componen una columna de opinión. Se trata de un texto publicado en el *Boston Globe* el 7 octubre de 2019 bajo el título «Gobernador Baker, levante la prohibición para que los adultos puedan vapear». En el texto, el autor Tom Keane desarrolla un argumento de por qué el gobernador del estado de Massachusetts debería restaurar el derecho de los adultos al vapeo (Keane, 2019).

3. Cómo escribir una columna de opinión

El encabezado Escalar montañas es peligroso, esquiar es peligroso, pero el brazo largo de la ley no se extiende y prohíbe a la gente escalar o esquiar. Hay una lógica básica en esto: si conoces los riesgos y aun así estás dispuesto a correr riesgos, deberías tener permitido hacer lo que quieras. Al fin y al cabo, es tu vida. Entonces, ¿por qué esta lógica no se aplica al vapeo?

Una noticia Hace dos semanas, el gobernador Charlie Baker impuso una prohibición al vapeo. Aunque se aplica solo a quienes venden suministros para cigarrillos electrónicos y es solo por cuatro meses, el efecto para la mayoría de los que vapean es que ya no pueden hacerlo. Algunos se dirigen a New Hampshire para obtener sus suministros, y otros podrían recurrir al mercado negro. Pero para el resto, el vapeo ya no es una opción.

En el momento de la prohibición, cundió el pánico por una serie de enfermedades y muertes relacionadas con los pulmones, todas ellas aparentemente relacionadas con el vapeo (la primera muerte relacionada con el vapeo en Massachusetts se informó el lunes). Los médicos y los profesionales de la salud pública no tenían idea de lo que estaba sucediendo, y la prohibición de Baker surgió de esta confusión. El argumento era que la prohibición estaba justificada porque, de hecho, nadie sabía cuáles eran los riesgos.

Tesis Está bien. Pero Internet y las redes sociales son cosas maravillosas, y el hecho es que hoy en día prácticamente todo el mundo es consciente de estos riesgos que antes eran desconocidos. Las noticias de esas enfermedades y muertes han sonado por todas partes. Entonces, ¿sigue teniendo sentido la prohibición? Si la gente quiere vapear sabiendo, como saben ahora, que podrían enfrentarse a una hospitalización inminente, ¿no debería permitírseles hacerlo?

Al fin y al cabo, se trata de sus vidas.

Dudo mucho sobre este tema, en parte porque es más complicado que simplemente asumir un riesgo conscientemente.

Contraargumento En primer lugar, supone un riesgo adictivo. La mayoría de los vapeadores utilizan los dispositivos para inhalar nicotina, a veces en niveles mucho mayores que los cigarrillos. Existe una creencia generalizada entre los vapeadores de que vapear no tiene los mismos riesgos que los cigarrillos, en gran parte porque no contienen alquitranes ni otros ingredientes nocivos que causan cáncer. Pero la nicotina en sí es peligrosa, capaz de causar mucho daño, incluidos efectos adversos en «el corazón, el sistema reproductivo, los pulmones, los riñones, etc. (así como) potencial carcinógeno», según los Institutos Nacionales de Salud.

o *Cita evidencia

Contraargumento Es cierto que, incluso con sustancias potencialmente adictivas, solemos dejar que los adultos tomen sus propias decisiones. Pero en el caso del vapeo, los fabricantes (Juil es el principal ejemplo) dirigieron sus productos a los niños, con sabores aptos para ellos como menta, mango y fruta. Y esos niños, casi por definición, son incapaces de tomar decisiones razonadas y maduras sobre los riesgos que deben o no deben correr. Sin embargo, un hábito adictivo adquirido en la adolescencia es extraordinariamente difícil de eliminar en la edad adulta. Juil estaba llegando a los más jóvenes para crear un consumidor de por vida, y eso es espantoso.

Argumento Aun así, si pudiéramos mantener los cigarrillos electrónicos fuera del alcance de los niños, se podría argumentar que deberíamos permitir que los adultos vapeen si así lo desean.

3. Cómo escribir una columna de opinión

Lo hacemos con los cigarrillos convencionales, acompañando sus ventas con advertencias sombrías en cada paquete. Esa, al parecer, es la dirección que tomó la gobernadora Gina Raimondo, de Rhode Island. Después de que Baker impusiera su prohibición, ella siguió con una propia, pero más específica, dirigida a los cigarrillos electrónicos con sabores que más parecían atraer a los niños. Su enfoque parece ser el más razonado.

Argumento No soy un fanático de la industria. Nunca he fumado ni he vapeado. Pero un principio esencial de la libertad es el derecho a asumir riesgos. No tenemos derecho a imponer esos riesgos a los demás (de ahí la prohibición de fumar en bares o restaurantes), pero los adultos, presumiblemente capaces de tomar decisiones razonadas por sí mismos, deberían tener derecho a imponerse esos riesgos. La comunidad de salud pública se alegró cuando Baker impuso su prohibición, y entiendo por qué: ven los problemas como este a través de la lente de la morbilidad y la mortalidad.

Conclusión y llamado a la acción Pero si los adultos quieren vapear (y lo hacen sabiendo no solo los riesgos a largo plazo, sino también los posibles problemas a corto plazo), deberían poder hacerlo. Baker debería promulgar una nueva prohibición, más específica, para proteger a los niños y dejar que los adultos hagan lo que quieran.

Cómo titular tu columna

¿Ya has escrito tu columna de opinión? Una vez hayas terminado de escribir tu texto te falta el último paso: titular tu columna. Sin embargo, no te preocupes demasiado por el titular, el periódico seguramente escribirá su propio título porque sabe cómo hacerlo y es fundamental para captar la atención del lector. Sin embargo, puedes sugerir uno. Estos son nueve tips para que tengas en cuenta a la hora de elaborar un título:

- 1. Debe ser directo y claro.** El título debe transmitir de inmediato el tema o el argumento. Evita la ambigüedad: los lectores deben saber qué esperar del artículo. Ejemplo: «El cambio climático es real y aquí se explica cómo podemos combatirlo ahora»
- 2. Utiliza ganchos o la intriga.** Capta el interés del lector insinuando una perspectiva sorprendente o una visión única. Esto puede despertar la curiosidad y hacer que desee seguir leyendo. Ejemplo: «Por qué trabajar desde casa no es la solución que crees que es»
- 3. Aprovecha los juegos de palabras o los recursos retóricos.** Los juegos de palabras ingeniosos pueden hacer que un título sea memorable. Esto funciona bien si no se pierde de vista de qué trata el artículo. Ejemplo: «*Big Tech, Big Trouble: How Giants Are Undermining Democracy*» (Grandes tecnologías, grandes problemas: cómo los gigantes están socavando la democracia)

- 4. Plantea una pregunta.** Enmarcar el título como una pregunta puede invitar a los lectores a considerar el tema y sentirse más involucrados en la búsqueda de la respuesta.
Ejemplo: «¿Podemos realmente confiar nuestra privacidad a la IA?»
- 5. Haz una declaración audaz.** Una declaración fuerte y definitiva puede captar la atención, especialmente si desafía la sabiduría convencional o presenta una postura controvertida.
Ejemplo: «El sueño americano ha muerto: esta es la razón por la que deberíamos abandonarlo»
- 6. Sé conciso y específico.** En lo posible utiliza menos de diez palabras y asegúrate de que cada palabra tenga un propósito.
Ejemplo: «Por qué la universidad debería ser gratuita para todos»
- 7. Usa números o listas para la estructura.** Si tu artículo de opinión incluye una lista o pasos, esto se puede reflejar en el título para que sea claro y atractivo.
Ejemplo: «5 pasos para reformar el sistema de pensiones en México»
- 8. Resalta la urgencia o la actualidad.** Si el artículo está relacionado con eventos actuales, usa un lenguaje que refleje urgencia o inmediatez para que sea relevante.
Ejemplo: «Por qué no podemos esperar más para tomar medidas climáticas»

- 9. Incluye el factor «¿Qué tal si..?». Asegúrate de que el título insinúa por qué debería interesarle al lector. Abordar este tema puede aumentar la participación. Ejemplo: «Cómo el trabajo remoto cambiará tu vida (para bien o para mal)»**

Si sigues estos consejos, podrás crear un título que atraiga a los lectores y proporcione una base sólida para los argumentos que desarrollas en tu artículo.

Y, para terminar... no olvides verificar tu columna

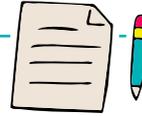
Una vez que hayas terminado de escribir tu columna, antes de enviarla al editor verifica que has cumplido con los siguientes puntos:

- Verifica la claridad.
- Verifica la coherencia y la unidad.
- Verifica la simplicidad.
- Verifica la voz y el tono.
- Verifica las citas y las paráfrasis para comprobar su precisión.

Verifica que se acrediten correctamente todas las fuentes.

Si has verificado cada uno de estos pasos y tienes la convicción de que tu columna de opinión es sólida, bien estructurada y relevante, entonces es momento de dar el siguiente paso: contactar a un editor que pueda valorar tu publicación. Y si aún no tienes un editor de referencia, no dudes en ponerte en contacto con el equipo de *Latinoamérica21*, un medio que busca voces diversas y reflexivas sobre la actualidad en la región.

→ **Ejercicio**



Para escribir un buen texto, primero debes ser capaz de analizar una columna de opinión. Por ello, realiza un ejercicio de análisis profundo, examinando el contenido, la estructura, el estilo, el tono y las estrategias persuasivas empleadas, considerando su público objetivo.

El objetivo es desarrollar una comprensión crítica sobre la construcción de argumentos y los recursos retóricos que fortalecen la efectividad de una opinión en el ámbito periodístico. Aquí tienes las instrucciones:

- 1.** Selecciona una columna de opinión. Elige una columna de opinión publicada en un periódico o revista que te resulte interesante. Asegúrate de que la columna tenga una estructura completa.
- 2.** Lee la columna detenidamente. Lee el texto completo al menos dos veces para comprender bien el tema principal, la postura del autor y los argumentos que utiliza para defender su punto de vista.
- 3.** Identifica y subraya cada parte de la columna de opinión.
 - a. Encabezado o introducción
 - b. Tesis
 - c. Argumentos y evidencias
 - d. Contraargumento o perspectivas opuestas
 - e. Conclusión

4. Análisis escrito. Escribe un breve análisis de cada parte identificada. Explica cómo el autor utiliza cada sección para fortalecer su argumento y cómo contribuye a la claridad y efectividad del mensaje. Comenta también si consideras que el autor ha logrado captar y mantener la atención del lector.

5. Reflexión final. Reflexiona sobre el impacto de la columna. ¿Crees que el autor logró persuadirte o hacerte reflexionar sobre el tema? ¿Qué recursos consideras más efectivos y cuáles crees que podrían mejorarse?

BIBLIOGRAFÍA

- Brazzell, D. (2021, 27 de septiembre). [What Is the Value of an Op-Ed?](#) Inside Higher Ed.
- Coppock, A., Ekins, E., y Kirby, D. (2018). [The Long-lasting Effects of Newspaper Op-Eds on Public Opinion](#). *Quarterly Journal of Political Science*, 13, 59-87.
- Keane, T. (2019, 7 de octubre). [Gobernador Baker, levante la prohibición para que los adultos puedan vapear](#).
- Kingsbury, K. (2021, 26 de abril). [Adiós al Op-Ed: por qué el New York Times decidió retirar el término](#). *The New York Times*.
- Moreno Espinosa, P. (2000). [Géneros para la opinión: el comentario o columna](#). *Revista Latina de Comunicación Social*, 3(30). Universidad de Sevilla.
- Sánchez Becerril, F. (2023, 7 de agosto). [¿Cuánto influye un columnista?](#) *Ethic*.
- Silverman, C. (2011, 6 de octubre). [Journo's Call For More Transparency at New York Times Op-Ed Page](#). *Columbia Journalism Review*.
- Socolow, M. J. (2010). [A Profitable Public Sphere: The Creation of the New York Times Op-Ed Page](#), *Communication and Journalism Faculty Scholarship*, 87(2). The University of Maine.
- Socolow, M. J. (2010). [How to write an Op-Ed or column](#). Harvard Kennedy School. Communications Program.
- The Op-Ed Project. (s. f.). [Resources. Op-Ed Writing: Tips and Tricks](#).

SOBRE EL AUTOR



Jeronimo Giorgi es periodista y fundador y director de Latinoamérica21. Tiene un máster en periodismo de la Universidad de Barcelona, y en estudios latinoamericanos de la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido galardonado con el premio Rey de España 2016 y dos menciones honoríficas en los premios Ortega y Gasset de *El País*.



