

LEER EL PERIODICO

- en casa
- en la escuela

Comenzamos hoy una nueva serie de «*Páginas Interiores de la Revista PM*».

Y lo hacemos con un tema vivo, las 24 horas del día: «*EL PERIODICO*».

Efectivamente, no hay página que tan pronto muera ni página que tanto dure: a medida que el sol va de Oriente a Occidente, lo único que quizá se le adelanta siempre es el periódico. Sus ojos de luz es lo primero que enfocan: la noticia de cada día en cada parte naciente del mundo. Cuando regrese de su viaje redondo y vuelva a empezar, se encontrará páginas nuevas en los mismos sitios que despidió con atardeceres.

Y es que la noticia ahí está: para alegría y tristeza de todos. Los títulos, ahí están: para sorpresa de unos y esperanza, al fin, de otros. Los resultados de fútbol, las políticas de todos los países, los inventos más sutiles, las esquelas más negras, los accidentes, las noticias locales, el crucigrama de sobremesa, los servicios de taxis y ambulancias, los anuncios por palabras, los personajes, los pillos y los pillados, el saber de editorialistas, el chiste del día, todo.

Lo único que falta es que el lector sepa poner en marcha su función clorofílica, crítica, activa, y traduzca en saberes su andar por el mundo y en retos creativos los problemas de la ciudadanía o, todavía más, de este Universo unido por estas venas del láser que transportan noticias, tal vez contradictorias, perdidas, ocultas, tergiversadas o verdaderas tal cual, que también sucede.

El periódico es el pulso del mundo, el mejor y apabullante testamento escrito de cuanto aquí pasa. Si somos lógicos, ¿podremos privar de ello a hijos y alumnos?

1. EL PERIODICO EN CASA



* Suele afirmarse que los niños que ven a sus padres leyendo el periódico son después sus «**mejores lectores**» a lo largo de su vida.

* Que la formación de «**valores y actitudes**» ante el mundo se aprende a veces mejor a la hora de los postres y el telediario cuando alguien dice «*bestia*» o «*qué bien*», «*qué mal*», «*hay que ayudarles*», «*yo eso no la haría nunca*», «*pobre gente*», «*no hay derecho*», «*cómo nos engañan*», «*eso no es verdad*», «*cambia de canal que estoy harto de esas basuras*», «*da gusto un informe tan completo*»... y tales cosas así.

* Que la educación del «**sentido crítico**» comienza con las contradicciones de todos los días reflejadas en la forma de dar las noticias o de cómo el tal locutor tv lleva la idea a su huerto.

* Y la «**publicidad**», ¿no es también periódico? ¿Te interesa la educación del consumo?

* Y los problemas presentes, la ecología, el trabajo, el dinero, la relación humana, los crímenes, la droga, las noticias que dan sentido internacional... ¿no son la mejor ocasión para que los hijos se impliquen como «**ciudadanos del mundo**» y no esperen demasiado a que les estropeemos demasiado lo que les queda?

2. EL PERIODICO EN LA ESCUELA:



* Probablemente, «**cada día se muere una página de cada asignatura**», por incierta, caduca o sospechosamente fácil. El periódico - quizá varios periódicos, unos con otros - nos traen la realidad de cada día. El ignorarlos es la mejor señal de seguir hablando, por ejemplo, de la guerra del Peloponeso - porque sus datos es muy difícil moverlos - que de las luchas de hoy, cuya inteligencia no viene todavía en los libros editados; de las lepras de la Edad Media - que nadie sabe más de lo que se sabe - que de los sidas de hoy que nos hacen temblar y no dan firmeza a las cátedras que no quieran moverse.

* El periódico, por supuesto, no lo es todo; pero su viento hará volar las hojas encuadradas del libro de texto. Y esto, ya es un principio para afirmar que vivimos; y también un estímulo para que los alumnos se impliquen desde ahora en la «**solución de problemas vivos**», que no están en los exámenes, pero que, o sabes cómo arreglarte ante ellos, o te comerán.

LO PRIMERO QUE SE VE EN UN PERIÓDICO

Existen tres grandes espacios que configuran un periódico: textos informativos, de opinión y publicitarios. Cada uno de ellos lleva consigo una serie de variables que son objeto de estudio en otras páginas. Ahora vamos a fijarnos en la "presentación de la noticia". Y, dentro de ella, en lo «primero que se ve»: títulos, antetítulos, subtítulos, entradillas, titulillos, recuadros, gráficos y fotos, firma y data... acompañan al texto informativo, bajo diversas combinaciones, en todos los periódicos. Y, por supuesto, son el mejor calificativo del «estilo» que cada uno tiene en su edición.

A continuación damos una lista con una breve explicación de cada uno de ellos; posteriormente los iremos estudiando con más detalle.

1. TÍTULOS

Todos los periódicos "titulan" sus noticias. Por una parte, es la mejor forma de prestar una información «rápida y selectiva»: efectivamente, por su magnitud, no sólo se ve y se lee enseguida sino que te enteras - si están bien hechos - de lo principal y selecto de cada noticia. Algunos afirman que un 60% de lectores (haced una encuesta para comprobarlo) sólo se fijan en los títulos. Lo que sí se sabe es que la titulación de la noticia es todo un arte y sabiduría que define bastante bien el estilo de un periódico.

2. ANTETÍTULOS Y/O SUBTÍTULOS

Efectivamente, existen periódicos que utilizan sólo antetítulos; otros, prefieren el subtítulo y, algunos, utilizan ambos. Claro está que esto de antetítulo / subtítulo, o ambos, tiene lugar solamente con las noticias principales de cada página y no con otras a las que se les da menor relieve. En estudios posteriores nos fijaremos en las diferencias que puedan observarse entre el contenido de los ante/subtítulos y el papel que juegan alrededor de la noticia.

3. ENTRADILLAS

Es algo así como la carta del menú informativo: un resumen, casi una oferta sugerente de lo que va a tratarse después en el texto de la noticia. Se le conoce también como "resumen" porque trata de condensar esquemáticamente lo que ha sucedido; antiguamente le llamaban "negrita" por el tipo de letra en el que estaba escrita. Es otro ejercicio de gran calidad periodística: no sólo decir en pocas palabras lo más importante sino también presentar la noticia de una forma sugerente que invite a una mayor lectura en el texto.

4. TITULILLOS

Algunos periódicos, cuando el texto se hace un poco largo o se quiere destacar un aspecto importante, utilizan "titulillos": en muy pocas palabras anuncian el contenido de lo que viene a continuación y permiten también al lector un descansillo en su lectura. Se llamaban también "ladillos" porque iban al lado del texto, tal como se hace todavía en muchas revistas, sirviendo de guía a lo que se va leyendo. No hay que confundirlos con los "recuadros", que vienen a continuación y que expresan más ampliamente una idea del texto.

5. RECUADROS

Son una llamada de atención en medio del texto informativo: alguna frase o comentario más amplio que se quiere destacar. Se da con mucha frecuencia en las revistas y lo usan también algunos periódicos. A veces son una repetición literal de lo que ya se dice en el texto; pero, otras, presentan en letra más grande lo que se considera más importante y constituye el núcleo de lo que se

cuenta en aquel espacio.

6. GRAFICOS Y FOTOS

Cada vez más, y gracias a la aplicación inteligente de los ordenadores, los gráficos nos dan una visión rápida y selectiva de la noticia: reconstruyen los hechos o presentan visualmente los datos que aparecen en la noticia. Son un excelente complemento de las fotos que presentan la realidad, unas veces en diferido - lugar de los hechos, estado en que quedó el automóvil - y otras en directo: el gol del empate, reunión de los ministros europeos en Maastricht, el día de la bicicleta, etc.

7. FIRMA Y DATA

Los textos informativos, a excepción de los de primera página, suelen aparecer siempre con el nombre ("firma") del periodista, corresponsal o agencia que lo envía; además, lleva el nombre del sitio ("data") desde donde se envía la información o han sucedido los hechos. La «firma y data» garantizan el valor de la información y constituyen uno de los aspectos que identifican el nivel y estilo personal de un periódico: la calidad de sus fuentes informativas.



ACTIVIDADES

1.1 Escoged seis periódicos diferentes de un mismo día, aunque sean de fecha atrasada, y presentad solamente los «títulos» de primera página.

1.2 Comparaciones: por el tamaño de las letras, por número de palabras, por el espacio que ocupan en la página; y, si se refieren a una misma noticia, cuál os gusta más y por qué.

2.1 En esos mismos seis periódicos buscad tres ejemplos de títulos con "antetítulo"; otros tres de título con "subtítulo"; y, si aparecen, con "ante y subtítulo".

2.2 Y, por supuesto, títulos que aparecen solos, sin ante ni sub.

3.1 Buscad en esos seis periódicos tres textos informativos con "entradilla" y comprobad, leyendo el texto, si está bien resumido.

3.2 Elegid un texto sin entradilla y hacédsela con un resumen de 5 líneas.

4.1 A ver quién encuentra ahora un texto informativo con "titulillos" y leed después el párrafo siguiente al que se refiere.

4.2 Escoge un párrafo de un texto informativo y buscadle un "titulillo" adecuado.

5.1 No es fácil encontrarlo en algunos periódicos; pero, entre los seis elegidos, es posible que aparezca algún "recuadro" dentro del texto de la noticia.

5.2 Leed ahora el texto de una noticia que no tenga "recuadro" y escribid uno, destacando la idea principal.

6.1 Buscad un ejemplo de "gráfico y otro de "foto" sobre una noticia

6.2 Escoged un texto y resumid sus datos en un "gráfico"

7.1 Buscad las "firmas" y "datas" de todo el periódico y haced un cuadro de las mismas: quién las escribieron y de dónde vienen.

LOS «TÍTULOS» INFORMAN Y NOS INVITAN A LEER

Los títulos constituyen sin duda uno de los aspectos más sobresalientes e importantes del periódico. Imagínate, por ejemplo, una página sin títulos: puedes comprobarlo utilizando el periódico de un día, al que le has recortado los títulos en todas sus páginas. Tendrás que usar dos ejemplares del mismo día, para que los recortes de una página permita también ver los títulos de la página que está detrás. Verás qué efecto produce. Y, al contrario: haz después una exposición de todos los títulos, distribuidos por páginas, y verás la diferencia. Un periódico sin títulos es algo así como una ciudad sin letreros de entrada y salida, sin nombres de calles, sin anuncios de comercios y, lo que es más despiadante, incluso sin escaparates. Por eso, por su importancia y porque marcan el estilo de un periódico, vamos a dedicarle un espacio significativo a esto de los «títulos».

1. «EXTENSION» Y «TIPOGRAFIA» DE LOS TÍTULOS

Es realmente lo primero que ves: si tienen letra grande o pequeña, qué tipo de letra llevan, si contienen muchas o pocas palabras, si van en una línea o varias, cuántas columnas de texto ocupan a lo ancho del periódico, etc. Es lo que suele llamarse técnicamente «**extensión**» y «**tipografía**». En este sentido se puede hacer un muestrario exhaustivo, escogiendo para ello seis periódicos diferentes y contemplar todas las variedades de títulos que hay en sus páginas. Incluso más: escoger, por ejemplo, la primera página y compararla; elegir después la página deportiva y hacer lo mismo. En este primer ejercicio no se trata más que de un simple reconocimiento, sin buscar todavía por qué será así: es sólo un vuelo de reconocimiento de lo que observa a primera vista.

2. «CONTENIDO» DE LOS TÍTULOS

Si los títulos nos dan una noticia, suelen llamarse «**informativos**»; así, por ejemplo, «*Israel y los árabes inician una nueva ronda de negociaciones*». Si nos indican solamente el contenido del que se trata en el texto que viene a continuación, reciben, entre otros, el nombre de «**indicativos**»: por ejemplo, al leer un título como «*las excavaciones arqueológicas*» no te estás enterando de ninguna noticia sino que esta frase te indica de qué va ese artículo. La mayoría de los títulos de un periódico son «**informativos**», ya que es el objetivo principal del periódico; pero también puedes encontrar títulos «**indicativos**», sobre todo en artículos de opinión, espacios de servicios y en algunas crónicas, reportajes y entrevistas.

3. «DESCRIPTIVOS» O «INTENCIONALES»

Tanto los títulos «**informativos**» como los «**indicativos**» pueden tener una doble formulación: «**descriptiva**» cuando se limitan a ofrecer datos, aunque naturalmente se destaquen los más llamativos; la formulación, en cambio, suele ser llamada «**intencional**» cuando el periódico busca destacar sólo un aspecto de esa noticia para defender alguna opinión.

- Un ejemplo de título «**descriptivo**» puede ser: «*Faltan 200.000 personas del censo electoral*». Y, en cambio, un título «**intencional**» facilitaba así la noticia: «*La precipitación de las elecciones impide actualizar el censo de ciudadanos*». Ambas cosas pueden ser ciertas, pero la forma de presentar la noticia es diferente.

- Por otra parte, no debe confundirse el par «**descriptivo** o **intencional**» con la formulación «**más o menos** o **sensacionalista**»: este es un adjetivo que va más con lo «**intencional**», pero también puede utilizarse para destacar o «**describir**» algo.

4. «SINTAXIS» DE LOS TÍTULOS

Esto es: investigar la estructura de la frase, cómo están escritos. Algunos utilizan el orden de sujeto - verbo - complemento: «*Los Reyes visitan la mayor empresa de automóviles del mundo*». Pero otros anteponen el verbo: «*Llega a París el circo más grande de todos los tiempos*». Y otros comienzan con un adverbio: «*Hoy se juega la fi-*

nal de la Copa de Europa». A veces se usa el artículo: «*Los concejales de Valdemor aprueban la gestión de su alcalde*»; pero, a veces, el título va sin artículo: «*Aplauso al alcalde de Valdemor por parte de los concejales*». Unos usan el verbo en presente y otros prefieren el futuro: «*Hoy se reúne el Consejo* / *Hoy se reunirá el Consejo*». Algunos prefieren la voz pasiva o la activa: «*El Milán fué vencido por el Parma* / *El Parma venció al Milán*»... En fin, son tantas las variantes con las que se construye un título, que merecen más adelante un estudio detallado. Naturalmente, también se encuentran formas incorrectas que tus profesores de sintaxis van a criticar duramente, por supuesto.

5. «SIGNOS DE PUNTUACION»

Uno de los elementos importantes para analizar bien los títulos son los «**signos de puntuación**». Muchos alumnos de una clase no supieron contestar, por ejemplo, si al final de un título va un (.) o no. ¿Viste, por ejemplo, algún título con (;) punto y coma? La comilla ("), las admiraciones (!), los puntos suspensivos (...), los dos puntos (:), los paréntesis (), la coma (,) y las (?)... ¿son frecuentes o no se utilizan nunca en un título? Buscar ejemplos para todo ello supone no sólo averiguar hasta qué punto los usa cada periódico sino determinar también su estilo propio.

6. «SIGLAS, NUMEROS Y PORCENTAJES»

Seguramente, alguna vez, aunque sea bastante raro, has visto algún título que comience con un número: «*20.000 personas recibieron la Vuelta Ciclista*». ¿Y cómo te sienta el leer en un título que la «*UNPROFOR tiene problemas en la extinta Yugoslavia*», si casi nadie sabe que UNPROFOR = Fuerzas de Protección de las Naciones Unidas? ¿Hasta qué punto es informativo el usar siglas en los títulos? «*El 57 y medio por ciento de los 437.286 habitantes no tienen piso propio*». ¿Es este un buen título?



ACTIVIDADES

1.1 Escoge, de momento, sólo títulos de una primera página y de seis periódicos distintos para que puedas hacer una muestra de variables en la «**extensión**» de un título, tal como se te indica arriba.

1.2 Esas mismas primeras páginas te valdrán después para ver diferentes «**tipografías**» o estilos de letra en cada título. ¿Cuántos encuentras?

2.1 Fíjate ahora en todos esos títulos de los 6 periódicos: en la primera página, ¿son todos «**informativos**»?

2.2 Busca en otras páginas títulos «**indicativos**», que no dan noticia sino que indican de qué trata el texto.

3.1 Aunque merecerá un estudio posterior, busca ya ahora, sobre una misma noticia, dos títulos «**informativo** - **descriptivos**».

3.2 ¿Serías capaz de encontrar, entre los seis periódicos, un título de una misma noticia que en un periódico sea «**informativo** - **descriptivo**» y, en otro, esa misma noticia aparezca bajo un título «**informativo** - **intencional**»?

4.1 La «**sintaxis**» de los títulos nos va a dar mucho juego en estudios posteriores; pero ahora podrás buscar algún ejemplo clásico de título expresado en «**sujeto** - **verbo** - **complemento**».

4.2 Como contraste, fíjate en otras variables que se te citan arriba en el texto.

5.1 Selecciona ahora ejemplos de títulos con «**signos de puntuación**». A ver si logras todos: punto, coma, punto y coma, paréntesis, comillas, admiración, interrogación, dos puntos, etc.

LA «EXTENSION» Y «TIPOGRAFIA» DE LOS TITULOS

Tal como lo hemos descrito en el estudio anterior, hablando de los «títulos», existen al menos siete aspectos que pueden analizarse más detenidamente: extensión de los títulos, tipografía, contenido, intencionalidad, sintaxis, signos de puntuación y otros. No vamos a detenernos en todos; pero sí vamos a fijarnos en los que dan más juego para una análisis con la prensa en la escuela.

En esta primera entrega vamos a escoger algo externo y fácilmente observable: «extensión» y «tipografía» de los títulos, proponiendo una serie de actividades lúdicas que facilitan una manipulación directa por parte de los alumnos, comenzando por los más pequeños y aumentando en dificultad para los mayores.

1. «EXTENSION DE LOS TITULOS»

1.1 Medir, en centímetros, la extensión de cada uno de los títulos de cada página y hacer una clasificación de los mismos.

1.2 Comparar los resultados de unas páginas con otras y determinar al final cuál es el título más largo en el periódico y en qué sección está.

1.3 ¿Se podría afirmar que la «extensión» del título tiene que ver con la importancia de la noticia? ¿Cuál es vuestra opinión?

1.4 La extensión del título a lo largo, y desde un punto de vista periodístico, suele medirse por el número de columnas de texto que ocupa: ¿cuántas columnas ocupa el más largo en centímetros en cada página y en el periódico entero?

1.5 Otra variante: medir los títulos por la altura que tienen cuando están escritos en tres o cuatro líneas.

1.6 Dar la vuelta al pasillo del colegio colocando en las paredes todos los títulos del periódico de un día, separando con un punto rojo los títulos que corresponden a cada sección o página.

2. «TIPOGRAFIA» DE LOS TITULOS

2.1 Cada «tipo» de letra suele recibir un nombre convencional que está registrado en los ordenadores (courier, geneva, chicago, helvética, times, etc.) pero aquí nos basta saber cuántos tipos distintos de letras encuentras en los diversos títulos de cada página y del periódico.

2.2 Otro aspecto a examinar es el «tamaño» de las letras, que suele llamarse también «cuerpo» y se mide en puntos. Lo que nos importa ahora es si la letra es más grande o más pequeña y buscar los diversos tamaños en cada página, haciendo un archivo.

2.3 Finalmente, dentro de la tipografía, también se puede considerar el «estilo» de la letra: normal, cursiva, negrita y otras variantes que se puedan dar. ¿Encuentras algo de esto en los títulos?

3. «JUEGOS CON LETRAS» DEL TITULO

Enumeramos algunos juegos que se pueden hacer con las «letras» del título. Aunque esto no sea directamente periodístico, lo que sí es cierto que activa bastante la atención de los niños, mejora su dominio del lenguaje y valora especialmente el aspecto estético del periódico. He aquí algunos de ellos:

- hacer «alfabetos» con letras del título.
- clasificar las letras por tipos, tamaños, estilos.
- construir «sopas de letras».
- dadas unas letras (3 consonantes o vocales) encontrarlas en los títulos
- dado un grupo de letras (mp, lr, as) encontrarlas en los títulos
- títulos que acaben en vocal o consonante
- archivo de letras del título y jugárselas a los dados, a ver quién lo compone antes
- dar mensajes ocultos a través de las letras del título, dándoles un nº secreto a cada letra
- hacer figuras de animales, plantas, edificios, cosas... con letras

- componer con las letras del título una imagen de la noticia que se da
- hacer adornos, cenefas, espirales, figuras geométricas, grecas con distintas letras
- hacer jeroglíficos de la noticia, usando letras y números del título

4. «JUEGOS CON PALABRAS» DEL TITULO

Los juegos con palabras permiten una actividad más profunda y se parece algo a lo que vamos a hacer cuando hablemos de la «sintaxis» del título. De momento, nos fijaremos más en juegos de observación directa y visual, tales como:

- adornar las palabras del título con dibujos alusivos a la noticia que contienen.
- repartir todas las palabras de los títulos de una página y, sabiendo sólo de qué tratan y cuántos títulos hay, a ver qué equipo logra componerlos.
- más fácil: conociendo los títulos de dos páginas, barajar todas las palabras y a ver qué equipo los compone en menos tiempo.
- se da a conocer un título y a ver quién dice aproximadamente lo mismo utilizando sólo, como iniciales, las letras de una sola palabra de ese mismo título; por ejemplo: «firmada la paz en BOSNIA» (B=Bosnia; O = obtiene; S = seguro; A = armisticio; IN = internacional)
- ocultar una o dos palabras del título y tratar de encontrarlas
- dar sólo la última sílaba de cada palabra y averiguar el título, sabiendo antes de qué va la noticia.
- lectura de títulos, ocultando con una regla la mitad alta o baja de las palabras.
- campeonato de lectura de títulos a distancia
- decir tantas noticias como hay en los títulos de primera y acertar cuál de ellas se lleva el título de letra más grande.



ACTIVIDADES

1.1 Para jugar con la «extensión» de los títulos es necesario contar, al menos, con dos copias del periódico porque, cuando recortas títulos de una página, dejas inservible la parte de atrás.

1.2 También son necesarias cartulinas o papel de apoyo para hacer la exposición comparativa de títulos.

2.1 Si quieres un estudio más técnico de la «tipografía» del periódico, llamándole por su nombre a los «tipos», «tamaños» y «estilos», lo mejor es acudir a redacción de ese mismo periódico y hablarles de vuestra investigación con el periódico en clase, y os ayudarán.

2.2 Para que resulte más interesante el estudio tipográfico, es necesario tener tres o cuatro periódicos distintos y hacer así estudios comparativos.

3.1 Los juegos con letras tienen siempre el inconveniente del recorte y manipulación; da buen resultado el pegar primero el título entero sobre cartulina fina y después recortar letra por letra y archivarlas alfabéticamente, según tamaños y formas, etc.

3.2 Para jugar con letras es también práctico hacerlo sobre papel cuadriculado que permita una lectura guiada en horizontal y vertical.

4.1 Una de las exposiciones bonitas con palabras es la llamada «mimicografía», donde cada palabra o texto se dibuja o adorna en función de lo que representa o dice. Desfigura, por ejemplo, las palabras de un texto de guerra y otro de que te tocó la lotería, de manera que, por la forma de las letras, se vea si es un título trágico o alegre.