

Una de las mejores formas de contribuir a la formación permanente del profesorado es facilitarles el que los medios de comunicación recojan sus propias ideas y sentimientos sobre su actividad educativa

Escribe y publica en PM tu experiencia pedagógica

— Jesús Garrido —

La revista **PADRES Y MAESTROS** ha editado su «**Hoja de Estilo PM**». No llega a libro ni a dossier, ni mucho menos: ni estaría en consonancia con su exigua representatividad en el mundo de los medios escritos; pero es algo necesario.

Efectivamente, el profesor no escribe mucho: a veces porque, en su humildad, cree que no vale la pena el que otros conozcan lo que hace; otras, por falta de tiempo. Y, tal vez —pensamos nosotros— por una falta asidua de entrenamiento y de esquemas ágiles que le permitan poner letra a la música que suena todos los días en su clase.

Así, pues —y aun con el riesgo de tomarnos demasiado en serio— ahí va un resumen de parte de nuestra «**Hoja de Estilo PM**». Ojalá os sea útil para algo: desde luego, para tenerla en cuenta cuando nos enviáis vuestras colaboraciones; y, desde luego, para que en vuestro mismo centro educativo encuentren eco vuestras experiencias. No os cerréis tras la puerta: tenéis mucho que decir. Os esperamos.



«HOJA DE ESTILO» para colaboradores en la Revista PM

Parece sensato, aunque los expertos no lo necesiten, el recordar una serie de pautas convencionales que suelen darse en un medio de comunicación escrito y que, en pequeña medida, pueden ser útiles para quienes quieran colaborar en la Revista PM.

— Estilo (cfr. Real Academia) dicese del «*punzón con el cual escribían los antiguos en tablas enceradas*». En este sentido, cada cual haga de su punzón su pluma o escriba tocando las teclas que mejor le suenen en su vetusto compatible (PC) o moderna manzanita (🍏)

— Estilo es también «*manera de escri-*

bir o de hablar de un escritor o de un orador». Tampoco aquí, añadiremos nada.

— Al hablar de Estilo PM nos referimos a la percha o estructura que va a llevar lo que tú escribas, con el riesgo de que se te puedan caer las letras si no tienes en cuenta los ganchos, cuadros, líneas, espacios y el estilo de presentación que pretendemos.

+ Capítulos que suelen definir el «Estilo»:

— los géneros periodísticos; el texto; los títulos, ante y subtítulos, titulillos; los cuadros, recuadros y destacados; la temática; los modelos de edición; los colaboradores, etc. Vamos a informar algo sobre cada uno de ellos.

1 «GÉNEROS PERIODÍSTICOS»

Aunque suene rimbombante, la Revista PM da cabida, muy limitada, a cada uno de ellos y es necesario tenerlos en cuenta simplemente para que cada escritor elija lo que le vaya mejor y no se quede en el duro artículo, más propio de una revista científica o de letra y renglón.

Todo el mundo los conoce; por eso, brevemente:

1.1 «INFORMATIVOS»: tales como noticias, reportajes, crónicas, documentos, informes, encuestas, entrevistas, servicios.

+ **«noticias»:** se trata de noticias sueltas y breves sobre el mundo de la educación.

– una muestra sería lo que ya hacemos de "ideas"

+ **«reportaje»:** es un relato de "noticias" sobre un hecho o de una experiencia, en la que se mezcla la "interpretación" de los hechos o sus consecuencias por parte del escritor

– un ejemplo sería relatar cómo pasan el fin de semana los chicos de 15-16 años (noticia) y un análisis de este hecho (*interpretación*)

+ **«crónica»:** la etimología de "cronos" hace doble referencia al tiempo:

– informes que se envían sistemáticamente, cada día, semana o mes, dando cuenta de lo que pasa en algún sitio: «*crónicas desde mi parvulario*»

– informes que se escriben siguiendo con un cierto rigor la cronología de los hechos: «*paso a paso, el diario de un adolescente en la escuela*»

+ **«documento»:** es la presentación directa de un escrito encontrado, de un caso, de una foto, de una declaración, de un acta de Congreso, de una carta, etc. que puede presentarse como pura información o, paralelamente, con el comentario y análisis que proceda.

+ **«informe»:** es una recogida de datos y presentación de los mismos de una forma más o menos esquemática; se diferencia del "documento" en que éste es algo cerrado y se presenta tal cual: en cambio, el "informe" es algo elaborado por el escritor.

+ **«encuesta»:** tanto el texto de preguntas y su forma de aplicación para que otros la hagan como los resultados de una aplicación concreta.

+ **«entrevista»:** reproducción de entrevistas completas o resumen de las hechas por otros, con el comentario a

las respuestas; y, naturalmente, reproducción de entrevistas hechas por el autor.

+ **«servicios»:** pequeñas informaciones sobre actos, conferencias, publicaciones, cursos, congresos, direcciones útiles, recursos audiovisuales, bibliografía, programas, etc. que tienen interés para los lectores PM.

1.2 «OPINIÓN»

+ **«editorial»:** emisión de opinión por parte de la dirección de la revista; de las ideas expresadas en los restantes textos es responsable el autor.

+ **«artículos»:** estudios, ensayos, análisis, síntesis, etc. donde se expresan las ideas y sentimientos del autor sobre un tema determinado.

– el "artículo" se convierte a veces en "reportaje" si a las ideas y sentimientos se le añaden hechos concretos e interpretación; por tanto, frecuentemente es difícil determinar los límites.

+ **«recuadros de opinión»:** también se llaman "breves", cuando se limitan a cinco o diez líneas.

+ **«cartas al director»:** en nuestro caso, entran en la sección de consulta llamada «Usted Opina».

1.3 «PUBLICIDAD»

+ Existe una publicidad doble: la "exterior", por contrato con empresas; y la "interior", donde se reproducen anuncios de nuestros cursos y publicaciones.

* Los GÉNEROS PERIODÍSTICOS y la REVISTA PM

Si se hace aquí un recuento de los principales Géneros Periodísticos no es por pura erudición sino para decir que –dentro de nuestras limitaciones de espacio y medios– se utilicen en nuestra Revista y no nos reduzcamos sólo y cómodamente al «artículo».

Por otra parte, la combinación de los mismos puede dar una mayor efectividad a la lectura:

– un «reportaje» con una pequeña «encuesta» a su lado, un «documento» y un «recuadro de opinión»

– una «entrevista» con un «servicio» de bibliografía básica sobre el tema.

– un «artículo» con un «breve» recogiendo la opinión de otros y un «caso» que lleva al lector a una situación real, etc

2. EL «TEXTO»

El texto no solamente es libre sino que constituye el estilo personal de cada escritor y no debe alterarse. Pero,

por parte de edición, es necesario tener en cuenta 6 condicionamientos básicos: que el texto sea «breve», «medido», «claro», «comprensible», «interesante», «retador».

2.1 que sea **«breve»:** si tienes mucho que decir, escribe un libro y luego te hacemos una reseña; pero nuestra revista es pequeña y tiene poco aparcamiento.

2.2 es necesario que el texto venga **«medido»:** lo que no cabe, no cabe y sufrirá corte; si tienes dudas, consulta sobre el espacio del que dispones (dos DIN-A4, letra 12, a doble espacio = 1 página de la revista; un artículo, máximo de 3 páginas de la revista = 6 DIN-A4, letra 12);

– todo depende también de los gráficos; por eso, si eres redactor habitual, comprueba cuánto has enviado la vez anterior y verás hasta qué punto el texto es denso o escaso.

2.3 lo de texto **«claro»** se refiere a su legibilidad, con la consiguiente disposición y presentación externa del texto, y no a su comprensión. En gran parte, depende de la edición; pero el escritor debe facilitar una estructura clara, evitando textos interminables, dividiendo y estructurando su escrito, destacando lo más relevante, etc. de tal manera que facilite una lectura atractiva, que lo haga legible.

2.4 que el texto sea **«comprensible»** puede resultar una afirmación obvia; pero la revista PM tiene, al menos, 4 sectores: padres, maestros, tutores, directores; por tanto, al hablar de claridad, nos referimos a que no vale decir: "esto es para la revista Padres y Maestros" sino ¿a cuál de los sectores va? y qué nivel de comprensión técnica exige, ya que cada sector puede tener su lenguaje.

2.5 que resulte **«interesante»**, lo cual, según pautas periodísticas, puede resumirse en 10 notas:

– que el tema tenga **«actualidad»**, tanto en su fondo como en su tipo de formulación.

– que tenga **«proximidad»**; que, aunque venga de lejos, conecte bien con algo próximo y cercano.

– que destaque las **«consecuencias»** de aceptar o no esa noticia, ese proyecto, esa idea y que la gente no se quede con el "qué más da" o no vea las repercusiones futuras de lo que se le dice.

– que implique a **«personas»**, tanto de parte de la procedencia de la noticia, la idea o la experiencia (lo dijo tal persona, lo hicieron los alumnos de tal escuela) como por parte de los que lo reciben (esas personas concretas, con su situación)

– que refleje un «proceso», más que algo que se investigando más sobre ello, que puede aportar el lector, que sea una invitación a la investigación.

– que sea algo «raro», en el sentido de «rara avis», diferente, algo así como un bien escaso todavía; deseado, pero todavía no esperado, sorprendente; creativo.

– que atienda a la variante de «sexo»: por supuesto, todo lo que se refiere directamente a lo sexual; en educación, la variante «sexo» es trascendente en temas que afectan a la adolescencia, a la pareja, a la maduración afectiva, a la comunicación grupal heterosexual, etc. y, hoy en día, incluso a las diferentes resultados en estudios.

– que tenga conexión con algún «conflicto»: todo tema que promueve un significativo avance en educación suele producir conflicto o es eco de alguno ya existente como guerra de valores, normas, actitudes, ética, moral, sistemas didácticos, etc.

– que produzca, toque o aliente alguna «emoción»: el campo afectivo es un caldo de cultivo de resistencias y, al mismo tiempo, si se atiende debidamente, es el horno para cocer el nuevo pan; de modo que a encender la fibra afectiva con lo que escribes.

– finalmente, que produzca «progreso», un paso más, que dice muy bien la canción: no dar vueltas a lo mismo y quejarse apocalípticamente sino abrir algún camino o establecer nuevos horizontes.

2.6 que sean «retadores», un reto en el sentido que le da el diccionario real: «objetivo o empeño difícil de llevar a cabo, y que constituye por ello un estímulo y un desafío para quien lo afronta»

– NB. Antes de entregar tu escrito, aplícale el test y juzga cómo te puntúas en cada una de estas variables. Si logras 100 puntos, no lo envíes: eres un Nobel; pero, a partir de 50, ya te lo admitimos.

2.7 Otras particularidades del texto PM

– en general, a no ser en páginas interiores (donde salen cursos o se desarrollan programas didácticos secuenciados), no se admite lo de «continuará» o segundas y terceras partes.

– a nivel aspectivo, es mejor escribir sobre «aspectos concretos» de algo, en tal situación, con tales personas, que hablar de los problemas de educación en la historia del hemisferio norte o de los valores universales a inculcar en la juventud.

– en general, y de un modo coloquial



y no riguroso, habría que suprimir las palabras que terminan en «az, ad, encia, on, exia...» y todos los grandes sustantivos abstractos: paz, paciencia, templanza, solidaridad, libertad, evaluación, anorexia y otros; en cambio, centrarse en pequeños y concretos detalles que pueden corregirse y están al alcance del lector; añadiendo, en todo caso, alguna definición en un pequeño recuadro, apunte o destacado por margen; pero huir de los grandes prólogos y epílogos y de las reformas universales: «la sociedad tendría que... habría que... es que le gente no sabe... la gran reforma de la televisión... vivimos una época en la que hemos tergiversado los cimientos... el día en que... y otros sucedáneos proféticos, pero que no cambian nada»

3 LOS «TÍTULOS» (TIT)

3.1 «informativos»: si dan alguna noticia, informan de algún hecho que ha sucedido recientemente o acaba de descubrirse ahora: «uno de cada cuatro escolares repite curso»

3.2 «indicativos»: si indican solamente de qué va el tema, sin dar noticia especial de algo que haya sucedido: «la falta de atención en clase»

3.3 pero ambos, informativos e indicativos, pueden ser:

– «valorativos»: si introducen opinión propia en la formulación del título

– «descriptivos»: si dan la noticia (informativos) o indican el tema (indicativos) describiendo más detalles, pero sin dar la opinión propia, ni explícita ni implícitamente.

3.4 Ejemplos:

– informativo - valorativo: «El sistema no funciona: uno de cada escolares repite curso»

– informativo - descriptivo: «Uno de cada 4 escolares, repite curso por primera vez»

– indicativo - valorativo: «Una vez más, señores profesores, la falta de atención en clase»

– indicativo - descriptivo: «Los problemas de dislexia y su repercusión en el parvulario»

4. «ANTETÍTULOS» (ANT) Y «SUBTÍTULOS» (SUB)

Aparte de otros usos, las combinaciones con el título pueden ser estas:

4.1 «complemento»: si el título es «informativo», el ante o subtítulo es «indicativo» y, al revés.

+ Título: «Uno de cada 4 escolares repite curso» (INF)

– Antetítulo: «Los problemas que afectan a la escuela» (IND)

+ Título: «La falta de atención en clase» (IND)

– Antetítulo: «Sólo un 50% de alumnos es capaz de repetir el 50% de lo que el profesor dijo» (INF)

4.2 «suplemento»: suplir lo que le falta al título, dando más detalles («descriptivo») o cargándolo de opinión («valorativo»)

+ Título: «Uno de cada 4 escolares repite curso» (INF)

– Antetítulo: «La encuesta ha sido aplicada en todas las Autonomías españolas» (desc)

– o, también: «El sistema educativo no tiene en cuenta las capacidades de cada niño» (val)

4.3 «mixto»: cuando se mezclan las 4 combinaciones de titulación total: INF + IND + desc + val

– ANTETÍTULO: «Los profesores se atan demasiado a la letra del libro de texto» (val)

– TÍTULO: «Uno de cada 4 escolares repite curso» (INF)

– SUBTÍTULO: «La Encuesta ha sido aplicada a dos mil alumnos de EGB 2» (desc).

4.4 En la práctica, cuando se usan ambos, ANT + SUB: el «ante» suele servir de introducción a la noticia y el «sub» de complemento, dando más información:

– «Un tercio de los escolares ignora qué profesión puede elegir» (ANT)

– «Mañana comienza la Semana de Orientación Profesional» (TIT)

– «Constará de conferencias, tests de aptitudes y una exposición gráfica» (SUB)

5. LOS «TITULILLOS» (tit)

5.1 Suelen utilizarse, en medio del texto, para tres fines:

– uno, «dividir» un texto demasiado largo: mayor de 20 líneas.

– dos, dar un «descanso» al lector y que observe, por ejemplo, un gráfico.

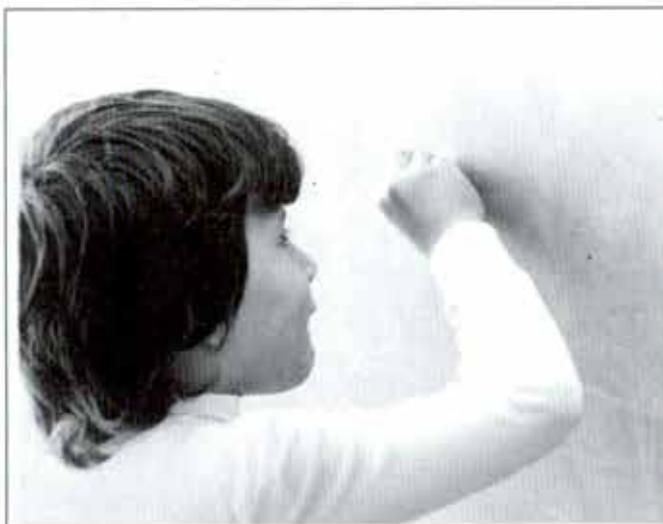
– tres, destacar el «tono» del texto, afinándolo con el tipo de titulación: INF, IND, val, desc, etc.

5.2 Es también cuestión de edición, cuando el texto viene sin divisiones; pero es mejor que el escritor lo trabaje por su cuenta, piense en los lectores y destaque su intención informativa, indicativa, descriptiva, valorativa, etc. Se trata de pequeños y continuos refuerzos en la lectura para mantener la intención del artículo.

5.3 ¿Por qué este lio del apartado de TIT + Ante + Sub + tit?

Porque esto es lo que, en gran parte, marca la diferencia de una revista a otra, según sea más temática, denunciadora de hechos, creativa, relatora de experiencias, de corte investigador o difusora de propias opiniones. Todo cabe y la discusión de qué es mejor en cada caso corresponde seguramente a la línea que pretenda definirse en el Consejo; pero es quizá una de las pistas más relevantes en el estilo de una revista.

5.4 Se agradecería, por tanto, que cada redactor lo tenga en cuenta y que



los «títulos + ante + sub» vengán redactados de tal manera que se vea bien claro qué pretende con el escrito: informar o indicar y, dentro de ello, valorar o describir.

5.5 Por supuesto, a nivel atractivo y ágil y en plan de divulgación, es preferible un título «informativo» a uno «indicativo»

– «uno de cada cuatro alumnos repite curso» (INF)

– «El fracaso escolar» (IND)

Y, a lo largo escrito, pasar de ese detalle concreto de «repetidores» al tema abstracto del «fracaso»

5.6 Pero cuando se va a tratar a fondo un tema, los entendidos expertos quizá prefieran el IND al INF, de lo abstracto a lo concreto: escriben sobre el fracaso escolar y, en pequeños recuadros, van dando detalles informativos concretos.

5.7 En términos de riesgo, se prefiere lo «descriptivo» a lo «valorativo» porque eso te define y encuadra ante los lectores; pero, si el autor es un experto, no se le perdonaría fácilmente el que dejara de omitir su opinión. Por ello, a nivel de evitarse compromisos innecesarios, la dirección de la revista tiene como norma el que «cada autor es responsable de su opinión» o, también, alternar otros artículos que recogen opiniones contrarias para que el lector decida.

5.8 Finalmente, podría decirse algo sobre el «tono» del título, ante y subtítulo: afirmativo, negativo, irónico, suplicante, interrogativo, increpatorio, admirativo, etc.

– Aunque todos son admisibles, según la intencionalidad del escritor, el periodismo de hoy tiene una mayor tendencia a usar preferentemente los TIT afirmativos y dejar para ANT y SUB los matices.

6 «CUADROS», «RECUADROS» Y «DESTACADOS»

6.1 El «cuadro» aquí se refiere a todo un escrito que va encuadrado: una página, media página, incluso un cuarto de página. Si deseas que algún texto vaya encuadrado, conviene que lo indiques, simplemente encuadrándolo con un boli de color.

6.2 El «recuadro», en cambio, es una demarcación breve dentro del cuadro: seis u ocho líneas.

Sea cual fuere el estilo del escrito (INF / IND + desc / val) conviene enviar algún recuadro breve (uno por página).

– que complemente: si el escrito es INF, abundando en algo IND; y al revés.

– que sirva de suplemento: si el escrito es «val, recogiendo algo «des» para que no quede todo en opinión, etc. y al revés.

6.3 Los «destacados» se refieren a palabras o frases breves que conviene destacar, dándole un mayor tamaño a las letras. Basta con subrayar el texto original para que el editor lo tenga en cuenta.

7. «TEMÁTICA SIGNIFICATIVA»

7.1 La mejor forma de ver qué temática es la de PM: estudiar con detalle su número «extra 200», tanto en el índice «analítico» como en el «temático». Allí se verá lo que se hizo y tu inteligencia echará de menos lo que falta.

7.2 Pero, para ayudarte, a que la temática sea «significativa» PM dispone de algunos recursos:

– las «revistas» de la biblioteca; si lees, allí verás qué temas están más de actualidad, etc.

– los «libros» de la biblioteca: un repaso a los que hacen referencia a «padres - maestros - tutores - directores», a sus índices y bibliografía, te pondrá al día para encontrar temas.

+ las «bibliografías» que aparecen en tres sitios:

– al final de los artículos especializados de revistas

– los catálogos de editoriales que están en nuestros ficheros

– los libros que nos mandan para re-

censión; y recuerda que, si pides algo especial, te lo envían para tu artículo, si lo prevés con tiempo

+ las «encuestas» que se hacen, o tú puedes hacer, sobre las preocupaciones e intereses en cada uno de los 4 sectores

+ tu «vida profesional» en la relación que tengas con la educación

+ etc. etc., tú verás; pero, desde luego, relee el apartado anterior sobre el «texto», que tus temas tengan esas cualidades y no escribas, sin más, desconociendo demasiado lo que ya está escrito.

8. ELECCIÓN Y REDACCIÓN DEL TEMA

Es, sin duda, lo más grave e importante de todo lo dicho hasta aquí; por eso va en negrita.

8.1 queremos escritos de géneros «variados» (cfr. F, Géneros Periódicos) y no limitarnos al artículo.

8.2 escritos «breves - medidos - claros - comprensibles - interesantes - retadores» (cfr. E - Texto)

8.3 pero con temas «significativos»: por eso, si no tienes recursos a mano para ver qué es lo que hay editado ya en revistas y libros, consulta en alguna parte, visitanos o escríbenos; pero no envíes cosas que ya están tratadas abundantemente en otras partes y es una redundancia el hacerlo de nuevo sin haberte enterado antes.

8.4 hazte la pregunta: «¿qué añade esto a lo ya hecho?»; a veces, divulgación de lo ya publicado, resumen, esquema, forma de presentarlo, adaptación a uno de los 4 sectores, acceso a datos que los lectores no tienen, estilo personal tuyo que cuenta las cosas de otra forma mejor, etc.; pero que exista siempre ese «añadido».

8.5 textos con «para saber más»: la revista es siempre algo muy limitado y su objetivo es, más bien, promover, animar, sugerir, informar... pero no es un libro gordo ni una biblioteca ambulante; por eso necesita documentación complementaria: no un rollo de libros no leídos por el autor o de recursos no utilizados sino algo práctico, accesible para los lectores.

8.6 textos con «actividades»: por

supuesto, no todos, ya que sigue siendo válido lo de "no la toques, que así es la rosa"; hay artículos redondos, documentos que es mejor dejarlos así y, en cambio, estudios

que bien merecen una aplicación inmediata para un par de sesiones de Escuelas de Padres o de los Tutores con sus alumnos.

9. COLABORADORES PM: ENVÍO DE «ORIGINALES»

Con el fin de fomentar vuestra colaboración y evitar preguntas, confusiones e incluso reclamaciones de envíos, parece oportuno indicar algunas normas que se establecen para atender debidamente vuestros escritos.

9.1 TAMAÑO:

– Una página en la revista = 70 líneas, cuerpo 12, letra normal; o, también, 60 líneas, cuerpo 10; por supuesto, el escribirlas a un espacio o dos, es cuestión de preferencia tuya: lo importante es el número de líneas escritas.

– Un artículo = máximo, 3 páginas en la revista = 240 líneas en tu original, en 12; 180 líneas, en 10.

– Pero recuerda que, además de artículo, puedes enviar también otro tipo de colaboraciones, tal como se describe aquí en el Apartado F, «Géneros periódicos» de este mismo informe.

– En todo caso, nunca deberán ocupar más de tres páginas en la revista.

9.2 ADJUNTOS:

– Fotografías muy claras, blanco y negro, color o diapositivas.

– Gráficos de todo tipo: dibujos (en tinta o boli negrita, no lápiz); los esquemas, gráficos de barras, etc. pueden ser indicativos y se harán aquí en edición.

9.3 PUBLICACIÓN DE COLABORACIONES:

La Revista PM no puede comprometerse, desde luego, a publicar todo lo que recibe; pero se atiene, en lo posible, a cumplir las siguientes normas:

– devolver, en el plazo de un mes, las colaboraciones que no va a publicar, siempre que éstas se mantengan básicamente en los límites de extensión y volumen pedidos; no devolverá, por tanto, paquetes, libros, periódicos, revistas y otros documentos que excedan este correo ordinario.

– no garantiza la fecha de publicación de las colaboraciones no devueltas en ese plazo de un mes, ya que entonces las considera «publicables»; pero, en todo caso, se intentará publicarlas antes de 3 meses después de su recepción o, pasada esa fecha, las devolverá.

– por supuesto, no se responde de los extravíos que pudieran producirse en este envío ordinario de correos.

– las colaboraciones deben ser originales y no publicadas anteriormente en otros medios de comunicación; caso de querer repetir después la publicación en otro medio, se agradece la comunicación previa a nuestra revista y, en todo caso, la cita correspondiente.

– la revista no se hace responsable de las ideas del autor expresadas en su escrito.

– cada colaboración debe venir firmada por el autor, con su nombre, profesión, dirección, teléfono y otros elementos que juzgue oportunos para relevancia del artículo.

– las colaboraciones no pedidas, no tienen retribución económica; pero pueden establecerse pautas futuras para constituirse en colaborador fijo.

– a cada autor se le envían dos ejemplares del nº de la revista en que figura su publicación; cualquier otra variante debe ser solicitada y será atendida en la medida de lo posible.