

3

La noticia en la prensa gráfica

En este capítulo nos introduciremos en la comprensión de la noticia y acompañaremos los contenidos desarrollados con actividades para trabajar en el aula. El soporte por el que se difunde una noticia es una variable clave para comprenderla, por lo que en el presente capítulo nos centraremos en la prensa gráfica y dejaremos para el capítulo 6 la noticia televisiva. De cualquier modo, muchos de los conceptos que abordaremos son válidos tanto para los diarios como para la televisión.

Información para comprender el mundo

Pasamos por un puesto de diarios y nos detenemos a leer los titulares que nos ofrecen diarios y revistas. Desayunamos o viajamos hacia nuestros trabajos leyendo un diario. Las noticias que nos ofrecen los diarios y revistas, junto a las de la radio y televisión, nos preocupan o alegran, nos permiten conocer la vida política de nuestro país y del mundo, nos acercan a mundos distantes o nos permiten saber cómo vestir a la mañana al informarnos de la temperatura. Muchas de las decisiones que tomamos en nuestras vidas dependen de la información que los medios nos ofrecen.

Los medios de comunicación y las informaciones que vehiculizan se han convertido en uno de los principales impulsores de la circulación de información y conocimientos. Convivimos con ellos y son un punto fundamental de referencia para muchas prácticas sociales. Hablamos de lo que hablan la televisión, la radio y la prensa, y muchas veces ignoramos sucesos que han acontecido en el barrio donde vivimos.

Uno de los materiales más importantes que nos ofrecen diarios y revistas son las *noticias*, pero, ¿qué es una noticia?, ¿cómo un acontecimiento social llega a formar parte de un diario o una revista?, ¿todos los sucesos “impor-

tantes" que acontecen en nuestro país y en el mundo en una jornada están incluidos en un ejemplar de un diario? Si no es así, ¿cómo se decide lo que es importante y lo que no lo es? ¿Las noticias que salen en los diarios y revistas son una copia del acontecimiento del que dan cuenta? Éstas son algunas de las preguntas que deberíamos contestar con nuestros alumnos si hacemos de los medios un objeto de estudio en la escuela.

¿Espejos de la realidad?

Definir lo que es una **noticia** no es tarea sencilla. Las teorías comunicacionales que las estudian dan múltiples definiciones de ella. Pero, de entre la enorme cantidad de definiciones posibles, diremos que noticia es "la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos" (Escudero, 1996).

Nos detendremos en el concepto **construcción**. Hablar de la noticia como construcción implica volver al concepto de **representación**. Cuando leemos una crónica de un partido de fútbol, ¿estamos frente a un espejo de éste? Al leer una nota sobre un hecho de corrupción en una institución oficial, ¿nos encontramos frente a una copia del hecho que la noticia narra? Los medios son constructores y no copias ni espejos de los acontecimientos que nos muestran.

Al hacer una narración de cómo fue un accidente de tránsito, por ejemplo, un diario nos presentan nuevamente ese hecho, es decir lo **re-presenta**. Pero no todos los aspectos del accidente pueden ser incluidos en la narración que hace el diario. El periodista que tiene a cargo la nota se basará en los partes de las agencias de prensa que llegan a la redacción y, si la redacción decide que el hecho merece más atención, debe realizar consultas a distintas fuentes -accidentados, testigos presenciales, policías-, con el objeto de ampliar la información. En este proceso, el periodista tomará decisiones acerca de qué y quiénes serán incluidos en la noticia del accidente, los aspectos y los individuos que serán excluidos y cómo serán presentadas las personas y los elementos elegidos como los más importantes. En otras oficinas del mismo diario se decidirá en qué parte del diario se presentará, si será acompañada o no con una fotografía, qué tipo de titular llevará, si habrá un copete, etcétera. Además, los diseñadores gráficos tendrán su lugar en las decisiones respecto de la cantidad de columnas en que se dividirá la nota, el tipo de letra y su tamaño, la distribución del espacio entre texto y fotografías.

El complejo proceso que implica la elaboración de una noticia desarma las hipótesis que ven posible la existencia de la **objetividad periodística**. Distinguiremos tres grandes momentos de decisión en la construcción de una noticia:

- **Selección:** en tanto se incluyen o excluyen determinados hechos sociales como noticias.
- **Jerarquización:** que incluye las decisiones que toman los medios y los recursos con los que cuentan para que una información se destaque sobre otras.
- **Tratamiento:** las formas en que se utiliza la lengua, las reglas y convenciones que regulan la presentación de una noticia, los géneros que existen para transmitir una información. También se incluyen en este punto las decisiones en relación con las formas que acompañan una noticia: titulares, tipografía, fotografías, copetes, etcétera. Es decir, todos los **elementos paratextuales** que acompañan al texto principal.

PARA REFLEXIONAR**Ideología y valores**

- ◆ ¿Qué elementos se incluyen sobre el conflicto de los cortes de ruta?
- ◆ ¿Quiénes son los actores incluidos?
- ◆ ¿Cómo se los describe? ¿Qué elementos son utilizados? ¿Cuáles son excluidos?
- ◆ ¿Qué postura asume *La Prensa* frente al conflicto representado? ¿Qué valores prioriza? ¿Cuáles deslegitima?

EL PRECIO DE CEDER**Proliferan nuevos cortes de ruta en la provincia**

Varios piquetes volvieron a cortar rutas en La Plata, Berisso, Quilmes, Florencio Varela y Lanús. Los nuevos piqueteros parecen estimulados por la fragilidad del Gobierno, que necesitó más de dos semanas para terminar cediendo a todos los requerimientos de los de La Matanza. Ante la proliferación de los cortes de ruta, habrá que imaginar alguna solución que contemple los intereses de todos. De lo contrario, pronto ya no se podrá circular por ruta alguna del país.

INFORMACIÓN PAGINA 6*Diario La Prensa.*

Selecci3n

Todos los d3as los diarios nos presentan sus ediciones con un importante c3mulo de noticias que constituyen su **temario**. Para hacerlo cuentan con una determinada cantidad de p3ginas, pero 3stas no est3n destinadas en toda su extensi3n a presentarnos noticias. El contenido de un medio est3 formado por dos grandes bloques: el **espacio redaccional**, donde se incluye todo tipo de mensajes informativos y el **espacio publicitario**, destinado a los anuncios.

El espacio publicitario es puesto a la venta y su contenido es definido por las empresas que lo compran. En cambio, el espacio redaccional depende exclusivamente de las decisiones que toma el diario o revista. 3C3mo se definen los contenidos del espacio redaccional? 3Qu3 decisiones se toman para completarlo?

A un diario de gran tama3o pueden llegar alrededor de mil acontecimientos con potencialidad de ser noticias, pero s3lo entre 150 y 200 constituyen el temario de una edici3n (L3pez, M., 1995). 3Por qu3 algunos acontecimientos son incluidos y otros excluidos? 3Cu3les son las decisiones, poderes e intereses que definen este enorme proceso de inclusiones y exclusiones? 3Por qu3 algunos pa3ses, personajes o acontecimientos tienen para los diarios m3s significatividad que otros?

Lo que leemos y vemos en diarios y revistas es el resultado de numerosos **actos de selecci3n**, muchos de ellos realizados de manera tan natural y espont3neas que, en muchos casos, hasta los individuos que toman parte de ellos no los perciben como tales. De por s3, hay cuestiones de espacio que determinan limitaciones e imposibilitan que "todos" los hechos que acontecen en la realidad puedan tener cabida en el espacio redaccional. Esto implica la naturaleza inevitablemente selectiva de los medios.

Pero pensar que la selecci3n est3 s3lo determinada por cuestiones espaciales es ver a los medios de manera "inocente". El tipo de informaci3n que incluye y excluye un medio define su **perfil**. Algunos centran su atenci3n en la informaci3n econ3mica, otros en la deportiva, muchos diarios presentan un temario "generalista", tratando de dar cobertura a las distintas secciones en las que hist3ricamente los medios han "parcelado" a la realidad. Los medios tambi3n construyen un "ideal" acerca de qui3nes constituyen sus lectores y sus lectoras, ideal que tambi3n opera en el momento de definir su temario y la forma en que la informaci3n es tratada. La selecci3n de los acontecimientos que realiza un medio es adem3s influenciada por el poder de distintos sectores de la sociedad interesados en que se conozcan determinados hechos que sirven a sus intereses. Las instituciones p3blicas y privadas, los sindicatos, las c3maras empresa-

riales cuentan con múltiples formas de transformar hechos que las involucran en material noticiable.

También hay que destacar que las noticias tienen valor de cambio en el mercado. Los medios ofrecen un tipo de mercancía distinta, quizás, de la que se puede conseguir en una tienda. Pero a través de las noticias, grandes y pequeñas empresas relacionadas con el “negocio” de informar a las sociedades ganan audiencias que son de interés en tanto público al cual ofrecerle publicidad. Una noticia de mayor “valor” en el mercado de la información es aquella que garantiza la obtención de mayores audiencias, *ratings*, tiradas, etc., lo que posibilita mayores ventas de espacios de publicidad.

Analizar en la escuela las formas en que los medios seleccionan, en tanto incluyen determinados acontecimientos y personajes y excluyen a otros, es de fundamental importancia. En el aula, es vital interrogar a los textos analizados sobre las razones por las cuales se ha seleccionado determinada situación, los motivos por los que se ha elegido tratarla de una manera y no de otra, y por los intereses que se favorecen al hacerlo de esa manera (Masteman, L., 1990). Este tipo de análisis rompe con la falsa pretensión de que algunos medios presentan los sucesos “tal y como ocurren exactamente”.

La noticiabilidad

Hemos mencionado, al analizar la **selección en los medios**, algunos procesos que definen las inclusiones y exclusiones en la construcción de las noticias. Nos detendremos ahora en algunos criterios de selección que siguen los profesionales del periodismo, a través de los cuales miles de acontecimientos sociales son filtrados para convertirse en cientos de noticias. Los periodistas, en su trabajo cotidiano, transforman acontecimientos sociales en hechos con potencialidad de convertirse en noticias. Para ello siguen algunos **criterios de noticiabilidad** que definen las posibilidades para que un acontecimiento sea transformado en noticia o excluido del temario informativo de un medio.

Estos criterios dependen de la cultura y los valores de la sociedad en la que se encuentra el medio, su perfil, su agenda habitual, su política editorial y las formas en que trabajan los periodistas y los valores que comparten y sustentan su labor. Los criterios que hacen un hecho noticiable suelen ofrecer matices de una sociedad a otra e incluso, parcialmente, de un medio a otro.

Veamos algunos de los criterios de noticiabilidad más importantes (Martini, S., 2000, Tello, N., 1998):

- **Actualidad.** Un hecho que constituye una ruptura que marca diferencias con situaciones rutinarias tiene altas posibilidades de ser convertido en noticia. Un accidente, una medida de gobierno, el casamiento de una figura famosa, son hechos que se destacan en el acontecer cotidiano. Pero el descubrimiento de fósiles también es una noticia actual, no por los fósiles en sí, sino por el hecho actual de haberlos encontrado.
- **Originalidad e imprevisibilidad.** Ciertos hechos imprevisibles, como por ejemplo terremotos o crímenes sangrientos, tienen alta noticiabilidad por la curiosidad e inquietud que provocan. Un hecho original que rompe con las rutinas es más noticiable por la novedad que significa para el público. Los hechos imprevisibles constituyen la difusión de lo desconocido en los medios y producen una gran movilización en la sociedad.
- **Conflictividad.** Los sucesos que contengan conflictos siempre tienen interés periodístico. Conflictos como guerras, enfrentamientos políticos, peleas entre hinchadas de fútbol o entre vecinos en un barrio son de alta noticiabilidad.
- **La evolución futura de los acontecimientos.** Un acontecimiento que tenga resolución a futuro (como un juicio) u otros que permitan una cobertura por varias jornadas (como catástrofes, conflictos sociales agudos, corrupción, etc.) adquieren alta significatividad para las audiencias. Una noticia es más noticia si se puede seguir interesando al público con ella por largo tiempo.
- **El grado de importancia y la gravedad.** Entran en esta categoría aquellos acontecimientos con alta incidencia presente o futura sobre una sociedad. Son hechos que interesan por el alto grado de impacto sobre la nación y el interés nacional o local. En general, los acontecimientos nacionales tienen más posibilidad de convertirse en noticia que los internacionales y los locales son más relevantes que los nacionales.
- **La proximidad geográfica.** Cuanto más cerca del lector ocurre un hecho, más noticiable resulta. Un accidente ocurrido cerca de la zona de residencia de los lectores y las lectoras de un diario o revista resalta más lo siniestro que uno acontecido en una ciudad o país lejano.
- **La magnitud por la cantidad de personas implicadas.** Un accidente es más noticiable cuanto mayor sea el número de víctimas que produzca. Cuanto mayor sea el número de personas o ámbitos geográficos que involucre un hecho, más noticiable será considerado.

- **La jerarquía de las personas implicadas.** Un hecho en el que participan personajes conocidos siempre tiene mayor potencialidad para convertirse en noticia. La popularidad de un actor o actriz, un deportista o un político de gran exposición pública garantiza la repercusión de la noticia.
- **La inclusión de desplazamientos.** Las manifestaciones, migraciones o procesiones religiosas, hechos todos que implican el movimiento de grandes multitudes, siempre tienen alta potencialidad para ser convertidas en noticia. También los viajes de políticos o las giras de artistas son de una alta noticiabilidad. Su prolongación en el tiempo posibilita la instalación de series, son fácilmente abordables y forman parte de las rutinas informativas.

Un suceso puede incluir una o simultáneamente varias de estas características. Una educación en medios debe posibilitar la exploración en los procesos de selección que implica la construcción de una noticia. ¿Por qué un suceso es noticia y otros quedan fuera de todo tratamiento periodístico? Analizar junto con nuestros alumnos y nuestras alumnas los criterios de noticiabilidad que sustentan la transformación de un hecho en noticia es una herramienta poderosa para comprender los procesos de construcción de la información que consumimos.

ACTIVIDAD

Decidiendo lo que es noticia

Objetivo

Conocer las razones por las cuales los medios transforman en noticiables determinados acontecimientos sociales.

Consigna

Presentar a los alumnos una lista de sucesos como los que siguen:

1. María, mi vecina, cumplió 12 años.
2. Sofía Gala, la hija de la actriz Moria Casán, cumplió años.
3. En mi escuela realizaron el acto del Día del Maestro.
4. El Presidente de la República asistió a los festejos del Día del Maestro en la escuela X.
5. En el barrio Y atropellaron a una señora, que sufrió la fractura de una pierna.
6. Hubo un choque entre dos trenes con una gran cantidad de víctimas fatales.

7. Se celebran convenios para la unificación europea.
 8. Etcétera.
- ◆ Dividir a los alumnos en grupos que representarán a un diario escolar, uno barrial, otro de gran circulación y a un noticiero de TV.
 - ◆ Clasificar a los sucesos presentados como de ninguna o poca importancia, importantes o muy importantes, para incluir en los temarios de los medios a su cargo.

Puesta en común y preguntas claves

- ◆ Comparar las clasificaciones realizadas por los distintos medios.
- ◆ ¿Cuáles fueron los criterios utilizados?
- ◆ ¿Qué otros criterios utilizarán los medios para transformar hechos sociales en noticias?

Jerarquización

¿Por qué una noticia es ubicada en tapa y otras sólo merecen un recuadro pequeño en una de las últimas páginas de un diario? ¿Por qué algunas noticias son acompañadas por fotos y otras no? ¿Cuáles son los criterios que inciden para que una nota sea recuadrada? ¿Qué decisiones determinan el tamaño de la letra de un titular?

Los medios toman decisiones para ordenar, priorizar, destacar algunas noticias y relativizar otras; esto se denomina **jerarquización**. Jerarquizar implica que algunas informaciones son más elaboradas que otras, algunas son destacadas con titular y foto en primera plana mientras que otras sólo merecen un breve espacio en un margen o se destinan a las últimas páginas. Un título destacado, una foto o una nota recuadrada nos llaman la atención como lectores, van atrapando nuestra atención en determinadas noticias y a la vez guían nuestra lectura. El diario, a su vez, nos muestra cómo ha valorado las distintas noticias que ofrece en una página.

Una noticia puede ser jerarquizada según el espacio que ocupe en la página. Hay estudios que comprueban las formas en que se desplaza la mirada al leer las páginas de un diario. Se destaca una noticia ubicada en las páginas impares y en la parte superior. Este tipo de ubicación también jerarquiza una publicidad; los precios del espacio publicitario dependen del tamaño y el lugar de la página en que sea ubicado.

Como lectores y lectoras tenemos cierta autonomía para establecer las formas en que leemos un diario. Podemos comenzar leyéndolo por los chistes, por la sección espectáculos o desde la primera plana ingresar siguiendo el orden estricto de la numeración de las páginas. A pesar de esta autonomía, los medios gráficos nos ofrecen recorridos posibles de lecturas a partir de las formas en que **ordenan y clasifican** su temario. La realidad es clasificada y ordenada según secciones, en general fijas. No todos los diarios ofrecen el mismo tipo de ordenamiento en secciones, ya que éstas dependen de cómo el diario clasifica la realidad, la agenda de problemas que prioriza y los contratos de lectura que establece con sus lectores y lectoras.

Algunos diarios clasifican las noticias según los lugares donde han ocurrido los acontecimientos (noticias locales, nacionales e internacionales). Otros las agrupan según temáticas comunes (policiales, gremiales, información sobre la sociedad). Otras secciones pueden ofrecerse para cubrir intereses sectoriales (economía, educación, informática), utilizando lenguajes y jergas especializadas que satisfacen las preferencias de lectores y lectoras con intereses específicos en esos campos.

ACTIVIDAD

¿Dónde y cómo se ubican las noticias?

Objetivo

Conocer algunas estrategias de jerarquización que utilizan los diarios y revistas.

Consigna

Comparar una noticia en varios diarios del mismo día, fijándose la página en la que fue ubicada, el espacio destinado, si tuvo lugar en la tapa, si fue acompañada por fotos, qué tipo de titular tiene, si hay volanta y copete, si está recuadrada, la sección donde se encuentra, etcétera.

Puesta en común y preguntas claves

- ◆ ¿Qué diferencia hay entre los distintos diarios?
- ◆ ¿Qué importancia le asignó uno y otro diario? ¿Cómo nos damos cuenta?
- ◆ ¿Qué recursos tienen los diarios y revistas para dar mayor o menor importancia a una noticia?

Tratamiento

Imaginemos el momento en que la redacción de un periódico ha decidido convertir en noticia un hecho social. ¿Cómo lo hace llegar a los lectores? Para llevar adelante esta tarea, en el diario comienzan a realizarse ciertas preguntas que, en general, son más implícitas que explícitas, pues están incorporadas a prácticas y tradiciones profesionales. ¿Cómo se ofrece ese acontecimiento para ser leído por la audiencia? ¿Qué tipo de lenguaje merece? ¿Noticia tradicional o crónica? ¿Se incluye una entrevista a algún protagonista? ¿Hay fotos para acompañarla? ¿Vale la pena incluirlas? ¿Qué tipo de diseño gráfico enmarca la información? Este tipo de preguntas y las decisiones que generan son fundamentales en tanto contribuyen en la construcción de la noticia que ofrecen los medios gráficos a sus lectores y lectoras.

Aquí cabe la siguiente pregunta: ¿cómo es el lector de un diario? Como lectores de la prensa gráfica -como lectores de cualquier tipo de textos-, **no somos pasivos** ni simplemente nos dedicamos a decodificar los signos verbales e icónicos que la página de un diario nos ofrece. Al leer un diario o una revista recuperamos constantemente saberes que hemos incorporado a través de nuestra historia como lectores, formulamos hipótesis acerca de lo que vamos a leer con sólo mirar el titular de una nota o su fotografía, jerarquizamos las noticias que nos ofrece una página según nuestros intereses y procesamos la información a medida que leemos. Somos lectores en una determinada época histórica, pertenecemos a cierta clase social, tenemos ciertos hábitos que constituyen nuestras prácticas lectoras. No es lo mismo leer un diario en una cómoda oficina que en un tren suburbano repleto de pasajeros.

Pero ser activos no implica ser críticos. Un lector crítico es aquel que interroga los textos periodísticos y cuenta con herramientas para comprender las formas en que se construye una noticia. Hemos visto los procesos de selección y jerarquización que juegan en la elaboración de la información que nos brindan los medios escritos. Nos detendremos ahora en las formas en que nos es presentada la información, tanto en lo que respecta al **uso del lenguaje** como en algunos **aspectos estéticos**.

El uso del lenguaje en la construcción de la noticia

Afirmamos que la noticia no es un espejo de la realidad sino que la representa. Los mismos procesos que implican la labor periodística así lo determinan. La lengua, herramienta fundamental del periodismo, implica construcción aun cuando en la noticia se usen determinados estilos supuestamente objetivos y neutros. El lenguaje no es una transparencia a través de la cual accedemos a lo real, no es un reflejo fiel de las cosas que nombra, sino

una herramienta a trav3s de la cual se construyen versiones del mundo (Arnoux, E., Di Stefano, M. y Pereira, M., 2001).

El uso del lenguaje debe brindar pistas a un lector cr3tico acerca de c3mo el peri3dico que lee "observa el mundo" y la versi3n que brinda de 3l. No es lo mismo un titular que exprese: "Las medidas econ3micas favorecen a los trabajadores" que otro que diga: "¿Las medidas econ3micas favorecen a los trabajadores?" Una misma oraci3n en forma afirmativa o en forma interrogativa no tiene el mismo significado. Los medios que las ofrecen nos muestran distintas visiones sobre las medidas econ3micas a trav3s de las m3ltiples posibilidades de uso que brinda el lenguaje.

Veamos otro ejemplo. El uso de simples adjetivos puede decirnos mucho como lectores de las posiciones que toman los medios frente a la realidad. Un medio puede adjetivar a un ministro como "laborioso" y otro como "inefable". Dos adjetivos que califican de maneras muy distintas a un sujeto. Un lector cr3tico de diarios debe poseer herramientas para dar cuenta de los distintos usos que se les puede dar al lenguaje y las diversas representaciones de la realidad que esto implica.

PARA REFLEXIONAR Lenguaje y opini3n

ESTRATEGIAS PARA EXPLORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACI3N



A los 62 a3os, Betty Lou Beets era madre, abuela y hasta bisabuela. Ten3a el pelo blanco, ojos azules que frecuentemente se llenaba de l3grimas. Ayer, 15 a3os despu3s de haber sido condenada a muerte por el asesinato de su 3ltimo marido, una inyecci3n de un compuesto de tres potentes qu3micos paraliz3 su coraz3n para siempre. As3 se convirti3 en la segunda mujer ejecutada en el estado de Texas en los 3ltimos dos a3os.

Beets no quiso su 3ltima cena, un rito que cumplen casi todos los que van a morir en la infame prisi3n de Huntsville. Poco antes de la ejecuci3n, la mujer fue trasladada a una peque3a celda a pocos metros de la camilla donde le inyectar3an la p3cima letal. Luego, atada al camastro, mediante unas cintas de cuero, pronunci3 sus palabras de adi3s. La vieron morir varios testigos.

Proyecto En la escuela - Ediciones Novedades Educativas

Veamos parte de una nota del diario *Clarín* sobre la pena de muerte.

- ◆ ¿Cómo aparece la condenada en el titular? ¿Cómo se caracteriza a la actitud gubernamental?
- ◆ ¿Cómo se habla de Betty Lou Beets? ¿Cómo se la describe?
- ◆ ¿Qué adjetivos son utilizados?
- ◆ ¿Qué posición asume la periodista frente a la pena de muerte? ¿Cómo nos damos cuenta?

Géneros

La prensa escrita tiene variados estilos para presentar las noticias. Según el tipo de acontecimiento, las fuentes disponibles, las posibilidades de cobertura con que se cuenta, la importancia que se le atribuya en la redacción, etc., se puede ofrecer al público una noticia tradicional, un reportaje, una entrevista o convocar a especialistas para que opinen al respecto. Estas distintas formas de presentar información se denominan **géneros periodísticos**. Los géneros están enmarcados por tradiciones históricas y convenciones profesionales que influyen con reglas (por cierto flexibles) los modos en que se plantean los comienzos, desarrollos y cierres de las notas, las formas lingüísticas que pueden ser utilizadas, las formas de incluir las palabras de las personas consultadas, entre otras convenciones.

Como lectores aprendemos sobre los géneros periodísticos a medida que nos enfrentamos con ellos (como con casi todos los géneros), en nuestras lecturas de diarios. Pero la formación de un lector crítico requiere de una reflexión y de un aprendizaje guiado para comprender las formas que adopta el lenguaje periodístico en cada uno de los géneros existentes (Arnoux, E., Di Stefano, M. y Pereira, M., 2001).

Si bien los géneros periodísticos se han transformado a lo largo de la historia y los límites entre ellos son a veces difusos, presentaremos algunos que consideramos claves para ser abordados en el aula. Serán divididos, según las clasificaciones clásicas, entre **géneros informativos** y de **opinión** (Tello, N., 1998).

Géneros informativos

• La nota

La nota (conocida también como noticia) es el género básico y de mayor tradición entre los existentes en el periodismo. Algunas de las convenciones

y normas más tradicionales de este género señalan que una buena nota periodística debe responder al recurso de las **6 W** (o cinco, según otros autores) y a la estructura de **pirámide invertida**.

¿Qué son las **6 W**? Ésta es una norma básica que se ha impuesto a partir del periodismo norteamericano y establece que una nota periodística para ser completa debe responder a seis preguntas que incluyen la letra w en idioma inglés (Fontcuberta, M., 199, Tello, N., 1998):

- **¿Qué pasó? (what)**. Implica la descripción de los acontecimientos, las acciones e ideas de las que va a informar la noticia.
- **¿Quiénes están involucrados? (who)**. Una buena nota debe presentar a los protagonistas y todos los personajes implicados en el acontecimiento del que se da cuenta.
- **¿Cuándo pasó? (when)**. La nota debe ubicar al hecho en un tiempo concreto.
- **¿Dónde pasó? (where)**. Delimita el espacio de los hechos.
- **¿Por qué pasó? (why)**. Las razones y causas del acontecimiento.
- **¿Cómo pasó? (how)**. Describe las circunstancias y las modalidades que han revestido los hechos.

Para ciertos autores es fundamental que una nota dé cuenta del *qué*, *quiénes*, *cómo*, *cuándo* y *dónde*, excluyendo el *por qué*, pues afirman que dar respuesta a este interrogante implica conjeturas y subjetividades de quien firma la nota.

La **pirámide invertida** es otra convención que regula el género nota. Según esta convención, una nota tiene que estar estructurada con la forma de una pirámide invertida, de tal manera que en los primeros párrafos se debe incluir lo más importante del hecho que se describe para luego ir incluyendo información de menor jerarquía. Es decir, que una noticia bien construida debe, según esta regla, contestar todas o la mayor parte de la 6 W en el primer párrafo.

A este primer párrafo que incluye el núcleo de la información se lo denomina **lid** y en algunos diarios se lo destaca en negrita. A este lid lo sigue el núcleo informativo, donde se va desagregando la nota hacia elementos noticiosos de menor jerarquía, hechos secundarios o contextuales. Las funciones del lid son dos: explicar la esencia del acontecimiento y captar la atención del lector. En los actuales contextos de lectura del diario, es fundamental capturar la atención del "lector apurado" que, en muchos casos, sólo lee esta parte de las notas.

• **El reportaje**

La palabra **reportaje** trae algunas confusiones en las tradiciones periodísticas argentinas, pues se considera a este término como sinónimo de **entrevista**. El diccionario expresa que reportaje es *“una información periodística hecha por un reportero que ha sido testigo de los hechos que relata”*. Si bien la tradición periodística en lo que respecta al género reportaje se aleja también de esta definición, en casi todos los países de habla hispana significa reporte o relato de hechos.

En los reportajes se cubren sucesos que pueden no ser de actualidad, pero a los que se desarrolla con mayor profundidad que en las notas. De esta manera, el periodista que realiza un reportaje puede investigar en las causas de un acontecimiento, recabar opiniones varias, acumular distinto tipo de información al respecto y prever algunas de sus consecuencias. Es el género típico para describir con profundidad lugares, costumbres sociales o problemas de gran impacto en los lectores y las lectoras. Por ejemplo, un diario puede cubrir con un reportaje los problemas de tránsito de una ciudad incluyendo datos de las principales calles afectadas, la opinión de vecinos, taxistas, policías, funcionarios y especialistas en la materia, fotos de algunos baches importantes y recuadros con datos de importancia o alguna anécdota.

El reportaje es un género más libre que las notas y en el que, en general, no se respetan las convenciones que establecen las 6 W ni la pirámide invertida. No depende -como una noticia- de sucesos de estricta realidad, sino que se amplía, se comenta y enriquece la información que tienen los lectores sobre determinado hecho. Obviamente, a veces es preciso dar pistas al lector sobre los hechos que en el reportaje se están contando.

La crónica y el reportaje tienen en común que ambos relatan acontecimientos, pero la crónica se vincula más con la actualidad en sentido estricto, mientras que, como ya afirmamos, el reportaje puede dedicarse a profundizar sobre hechos no tan inmediatos.

• *La crónica*

El término crónica está fuertemente asociado con la palabra cronología. Durante el siglo XIX, el periodismo pretendía la búsqueda de la más “pura objetividad” en la descripción de un suceso. Para cumplir este cometido de “reflejar la realidad”, los hechos debían ser relatados en la secuencia cronológica en que habían acontecido

La crónica informativa relata sucesos respetando su orden temporal, tratando de dar cuenta acerca de la atmósfera y los pormenores que rodearon el acontecer del hecho. En ciertas crónicas se prioriza el brindar información mientras que, en otras, el periodista puede estar interesado en que su opinión, valoración o su particular visión del hecho quede bien explicitada.

Las notas centran su atención en el **qué**, mientras la crónica responde fundamentalmente al **cómo**. Por ejemplo, una nota sobre la entrega de premios en el mundo del espectáculo reflejaría quiénes fueron los ganadores, el rubro en que ganaron, el lugar donde se realizó el evento, las entidades organizadoras. La misma entrega de premios puede ser representada a través de una crónica, poniendo el acento en el ingreso de los nominados, sus ropas, la comida que fue servida, las reacciones de los ganadores y de los perdedores o en evaluar el trabajo de los conductores.

Las crónicas están presentes en casi todas las secciones de los diarios. Hay crónicas policiales, políticas, deportivas y en ellas la descripción de los hechos y la opinión se mezclan con el objetivo de relatar un suceso. En general, nuestros alumnos son lectores de crónicas deportivas. Una pregunta clave para analizar este género sería: ¿puede la crónica de un partido de fútbol reflejarlo tal cual fue? La crónica deportiva, con sus formas que respetan el orden en que se desarrolló un suceso, produce un efecto de alta objetividad, ocultando la figura del periodista que la redactó (más allá de que aparezcan su foto y su nombre). Un desafío de la educación en medios es brindar herramientas para develar las convenciones y los recursos con que cuentan los periodistas para provocar estos efectos.

Objetivo

Reflexionar sobre las decisiones que toman los periodistas y las normas y convenciones que regulan la elaboración de una crónica.

Consigna

Elaborar una breve crónica a partir de un fragmento de un partido de fútbol.

Comentarios

Previamente se pueden analizar diversas crónicas deportivas, estudiando sus regularidades, estilos y formas narrativas, etcétera. Igualmente, los chicos del tercer ciclo ya han incorporado algunos de sus reglas.

Tareas, puesta en común y preguntas clave

- ◆ Sesionado de un breve fragmento de un partido de fútbol.
- ◆ Tomar nota de lo que consideraron los principales momentos y hechos del fragmento visto.
- ◆ Se puede complejizar dando límites espaciales para su redacción (cantidad de renglones o caracteres en procesador de textos). También se pueden asignar a los alumnos y alumnas distintos tamaños en la elaboración, para luego reflexionar sobre las selecciones que tuvieron que realizar.
- ◆ Comparar las producciones. ¿Qué hechos fueron incluidos? ¿Cuáles fueron omitidos?
- ◆ ¿Cómo y por qué decidieron las inclusiones y las exclusiones?
- ◆ ¿Cómo estructuraron el relato? (conexiones entre párrafos, ordenamiento de los hechos, etc.)? ¿Cómo adjetivaron las distintas jugadas?
- ◆ ¿En qué tipo de lector pensaron?

Géneros de opinión

En los géneros de opinión son centrales el análisis, la reflexión y la crítica sobre hechos sociales o estéticos (espectáculos o expresiones artísticas). Los diarios suelen buscar la opinión de expertos en las temáticas que abordan, pues aportan "otras miradas" al tratamiento de un tema, mientras que, también, le brindan prestigio al medio.

• **Editorial**

A través de este género, los diarios y revistas fijan su opinión sobre determinados temas que afectan a la sociedad o generan fuertes polémicas. Leyes que generan debates, obras públicas que faltan o se demora su conclusión, inseguridad y violencia, drogadicción, proyectos educativos, pueden ser algunos de los temas sobre los que un medio puede dar a conocer su opinión a través de una nota editorial.

Esta voz oficial de los medios ocupa siempre el mismo espacio, su formato es rígido y es presentada sin firma alguna o como carta del editor. En primer término se hace una breve presentación del tema para luego desarrollar la opinión. En general, son reflexiones activas que a la vez que critican proponen soluciones o alternativas al tema en cuestión.

• **La columna de opinión**

La columna de opinión es un género a través del cual los medios dan a conocer la opinión de sus periodistas especializados o de invitados acerca de determinadas temáticas. Pueden ser columnas fijas u ocasionales y siempre van firmadas (algunos diarios las acompañan con fotos del autor).

El lenguaje que se utiliza en este género es predominantemente **argumentativo** y tiende a la explicación o apoyo de determinadas ideas. En la columna de opinión se toma posición y se busca persuadir a los lectores y a las lectoras, característica que les permite visualizar con mayor claridad la subjetividad y la ideología del autor del texto.

PARA REFLEXIONAR

La nota de opinión



INFORMACION publicada por este diario dio cuenta de que existe un tren especial para llevar a cirujas y la basura por ellos reunida hasta José León Suárez, servicio dispuesto ante la queja de los usuarios normales de la línea, quienes hasta hace pocos meses debían compartir el trayecto con ese pasaje de aspecto y condición tan poco agradable.

Proyecto En la escuela - Ediciones Novedades Educativas

ESTRATEGIAS PARA EXPLORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION

- ◆ ¿C3mo se dividen los pasajeros del tren seg3n esta nota de opini3n?
- ◆ ¿C3mo son caracterizados unos y otros?
- ◆ ¿Qui3nes se convierten en nosotros y qui3nes en ellos? ¿Qu3 distancia hay entre ambos grupos?
- ◆ ¿Qu3 estereotipos se refuerzan?

• *La cr3tica*

La cr3tica m3s com3n presente en los medios gr3ficos es la de espect3culos. La realizan periodistas con un alto conocimiento de distintas expresiones art3sticas (m3sica, cine, danza, televisi3n). Se presenta como un an3lisis o cr3tica valorativa de la oferta art3stica, a la que pueden acceder los lectores de un medio; el objetivo es brindarles una gu3a acerca de su calidad. Sus aspectos valorativos se ven reflejados en la inclusi3n de distintas formas de notas evaluativas expresadas en escalas num3ricas o con distintos iconos (la cantidad de estrellas o clarines es el valor que le atribuye el cr3tico a un espect3culo).

Suelen usar los lenguajes y las jergas que circulan en los ambientes donde se analizan estas expresiones est3ticas (universidades de cine, escuelas de arte). Esto brinda al lector la idea de que el cr3tico es un sujeto con saberes espec3ficos, por lo que tiene autoridad para realizar el tipo de valoraciones que lleva a cabo. Es el lector, a trav3s de los contratos de lectura que establece con el diario, quien les da credibilidad a este tipo de textos.

Otro g3nero: la entrevista

El di3logo entre un periodista y su entrevistado es una **entrevista**, pero la forma en que esa conversaci3n se reproduce en el diario o revista puede dar lugar a una noticia, una cr3nica, una columna, etc3tera. Con esto, distinguimos el g3nero entrevista del hecho period3stico que implica entrevistar a alguien.

A trav3s del g3nero entrevista se reproduce la conversaci3n que periodista y entrevistado han mantenido. La entrevista puede informarnos, a la vez que hacernos conocer la opini3n del entrevistado, por lo que es dif3cil encuadrarla dentro de los g3neros de opini3n o los informativos. Y si bien las entrevistas incluyen opini3n, esto no es suficiente para determinar su inclusi3n en los g3neros de opini3n.

Un diario prioriza las entrevistas cuando los personajes que involucran son de inter3s p3blico o cuando buscan informar, aclarar, ampliar o representar un acontecimiento a trav3s de la palabra de alg3n sujeto. Los m3ri-

tos o fama de una persona (científico, político, artista, deportista) pueden ser buenos motivos para incluir su voz entre los contenidos de un diario. También se suele recurrir a este género cuando una persona resulta protagonista, voluntaria o casual, de un hecho de trascendencia como un accidente, hecho heroico o conmoción pública.

Se suele creer que las transcripciones de las entrevistas son textuales. Más allá de que el periodista grabe la entrevista que realiza, su tarea es determinante al plasmar la forma en que los lectores conocerán la voz del entrevistado. El periodista puede omitir largas opiniones que no agregan información a la pregunta que ha realizado, puede reorganizar el orden de las preguntas sin respetar la secuencia en que fueron hechas, agregar datos que contextualicen ciertas respuestas, corregir malas construcciones idiomáticas, etcétera.

Estética

Abrimos la página de un diario y damos una rápida ojeada a los titulares y copetes, observamos las fotos y leemos sus epígrafes, y decidimos abandonar esa página, pues consideramos que los textos no son de nuestro interés. En otra página vemos un titular y nos sumergimos con avidez en la lectura de los textos que desarrollan el tema presentado por el titular leído.

Como lectores tenemos amplia libertad para realizar su lectura, pero los sujetos que los elaboran nos tienden una gran cantidad de “trampas” para atraparnos en ciertos puntos. En la actualidad, gracias a los enormes avances tecnológicos y el gran desarrollo de un campo profesional como es el diseño gráfico, en la elaboración de los medios escritos se presta gran atención a todos los elementos que rodean a los textos periodísticos.

La extensión de los títulos, la clase de letra, los espacios en blanco, el empleo de fotografías, ilustraciones o infografías, la cantidad de columnas que ocupa un texto, las portadas o el uso de recuadros son algunos de los elementos que no se dejan al azar en la presentación de la información. A todos estos elementos que se encuentran en los márgenes del texto principal se los conoce como **paratexto**.

El paratexto es el umbral de los textos, el primer contacto que tenemos con ellos. Constituyen un instructivo, una guía de lectura que nos permite anticipar, en cierta medida, el carácter de la información y la modalidad que asumirán los textos informativos centrales (Alvarado, M., 1994).

Los elementos paratextuales no sólo brindan un aspecto visual estéticamente agradable, sino que facilitan la lectura de las noticias y las valoran. No es lo mismo una noticia recuadrada que una que no lo está, no tiene la misma jerarquía una noticia con foto que una que no la tiene. Las formas en las que un medio nos presenta la información refleja el valor que otorga a las distintas noticias y sus lectores interpretan al medio en función de las reglas que él les enseña.

Una educación en medios debe de formar lectores críticos hábiles en la comprensión de los elementos paratextuales de los medios gráficos. La interpretación y la asignación de sentidos a cada elemento que compone la página de un diario brinda mejores condiciones para comprender las relaciones entre los textos periodísticos y los contextos históricos y sociales en los que fueron producidos y permite al lector mayores posibilidades para convertirse en lector crítico de las lecturas que aborda (Arnoux, E., Di Stefano, M. y Pereira, M., 2001).

ACTIVIDAD El paratexto

Objetivo

Comprender las formas con las que el paratexto nos brinda "guías" para la lectura de las notas de los diarios.

Consigna

Redactar una nota a partir de los siguientes elementos.

PRINCIPIO DE INCENDIO EN UN VAGON, A LA ALTURA DE CABALLITO

Susto para pasajeros de un tren



HERIDOS. Algunos pasajeros saltaron del tren: uno se lesionó un tobillo.

Tareas, puesta en com3n y preguntas claves

- ◆ Comparar las distintas producciones realizadas.
- ◆ ¿Qu3 elementos de los aportados priorizaron para escribir sus notas? ¿Cu3-les les brindaron m3s pistas? ¿Por qu3?
- ◆ ¿Qu3 nos llama la atenci3n de una nota para decidirnos a leerla?
- ◆ ¿Qu3 nos lleva a decidir la no lectura de una noticia? ¿A partir de qu3 elementos tomamos esa decisi3n?

ACTIVIDAD ¿Espejos de la realidad?**Objetivo**

Comparar notas period3sticas que representan el mismo hecho en distintos diarios.

Consigna

Comparar las dos notas siguiendo los siguientes puntos.



ACCIDENTE EN LA AUTOPISTA 25 DE MAYO

Tres vehículos -dos autos y una camioneta- chocaron ayer en la Autopista 25 de Mayo. Fue después del mediodía. Cuatro personas quedaron heridas, entre ellas el joven que está junto al auto.

Diario Clarín.

Choques en la autopista

Tres vehículos chocaron ayer en la Autopista (AU) 25 de Mayo, a la altura de la avenida Jujuy, en el barrio de San Cristóbal, y una mujer quedó atrapada en uno de los autos. Luego de una ardua tarea de rescate, la mujer logró salir del vehículo. El accidente ocurrió en la mano que va hacia el centro cuando un Escort recibió el impacto de Peugeot 405, que a su vez colisionó con un camión.

Diario Página 12.

<ul style="list-style-type: none"> • SELECCIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué elementos, personajes y acciones incluyen las notas? • ¿Qué diferencias hay entre ambas? • ¿Por qué si representan el mismo hecho existen diferencias?
<ul style="list-style-type: none"> • JERARQUIZACIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué página se encuentran las notas? ¿En qué espacio de la página? • ¿Qué tipo de letras usan para los titulares? • ¿Están recuadradas las notas? ¿Tienen alguna otra forma de destacarse? • ¿Incluyen fotos? • ¿Qué importancia les asignó cada uno de los diarios según los elementos trabajados en este punto?
<ul style="list-style-type: none"> • TRATAMIENTO 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de adjetivos y tiempos verbales utilizan? ¿Qué efectos producen en los lectores y las lectoras? • ¿Dan cuenta de las 6 W? ¿Cuáles no son respondidas? ¿Por qué? ¿Hay lid? ¿qué tipo de información incluye? ¿Cómo organiza el periodista la presentación de la información (preguntas pensadas para el género noticia)? • ¿Presenta el periodista su opinión personal acerca del hecho representado? • ¿Qué elementos paratextuales se pueden destacar en ambas notas (recuadros, fotos, tamaño de los titulares, clases de letra, etc.)? • ¿Qué diferencias hay en el tratamiento de una y otra nota? • ¿Qué idea del hecho se lleva el lector de cada diario?