

**CENTRO DE EDUCACIÓN ABIERTA
BACHILLERATO
MATERIA: TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN II
Mtra. Georgina Rebollo Bermúdez**

**SESIÓN 12 – SITUACIÓN COMUNICATIVA DE LOS TEXTOS
PERIODÍSTICOS.**

1. OBJETIVO

Analizar las formas de los textos periodísticos y los medios de comunicación, en cuanto a la prensa escrita para concluir personalmente en la función y la forma, y la manera de informarse. Para tener un panorama más amplio de cómo es manejada la información en los medios.

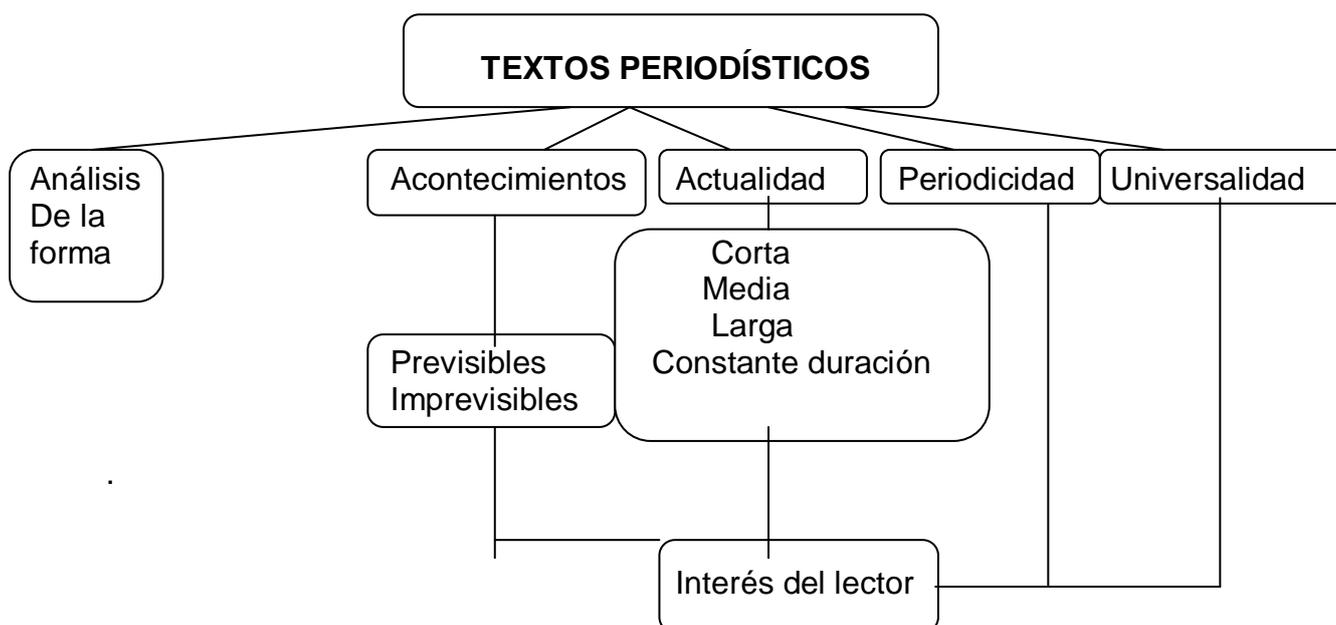
2. INTRODUCCIÓN

En esta sesión se verá por qué las cosas que ocurren se cuentan de una forma en unos periódicos y de otra forma en otros, cómo detectar la estructura, los géneros, objetivos y la repercusión de los periódicos en función de la calidad y de la cantidad de sus contenidos.

Los diferentes análisis formales y de contenidos se desarrollan a partir del acontecimiento: el espacio que va a ocupar, su actualidad, la periodicidad del acontecimiento y de la publicación, la universalidad o relación del lector para con ese hecho.

Además, hay que tener en cuenta las normas que rigen la actividad del periodista en la aplicación de sus conocimientos, es decir, a la hora de elaborar las noticias mediante un lenguaje periodístico adecuado.

3. MAPA CONCEPTUAL



4. DESARROLLO

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

1.- Leer el tema de la sesión 12.

2.- Ver el video: Textos periodísticos

<http://www.youtube.com/watch?v=v022nwhwsfY>

Análisis entre la prensa tradicional y la prensa digital

<http://www.youtube.com/watch?v=HI35f1RTKJ8>

3.- Identificar diferentes periódicos con el grupo editorial al que pertenecen.

TEXTOS PERIODÍSTICOS

ANÁLISIS DE LA FORMA

Es posible que se hayan planteado alguna vez por qué las cosas que ocurren nos las cuentan unos periódicos o medios de comunicación de una forma, y otros periódicos o medios de comunicación de otra casi totalmente diferente. Unos traen más fotografías, otros utilizan unos cuerpos de letra más grandes para los titulares.

Un investigador francés llamado Jacques Kayser se debió hacer, también, algunas de estas preguntas, y desarrolló un método para poder analizar la prensa escrita. Mediante diferentes técnicas de investigación, Kayser ha aportado ciertas respuestas, sobre todo en lo referente a la presentación de los mensajes, razón por la que su obra ha sido promocionada por la UNESCO.

La técnica de Kayser para el análisis de la forma de los mensajes está basada en un principio que permite revelar qué es lo que un periódico o medio de comunicación quiere, o ha querido, comunicar a sus lectores, televidentes o radioescuchas, bien mediante sus informaciones, bien a través de los artículos. El método de Kayser permite estudiar la importancia que un mensaje ha merecido para un periódico concreto en un día determinado. Y para ello establece una valoración sobre la presentación, la ubicación, la forma de titular y la confección o compaginación. Para entender la forma de presentación de los mensajes en la prensa escrita hay que tener en cuenta.

1. La **personalidad** del medio periodístico, es decir, a quién pertenece, su identidad jurídica, económica, política, etc.
2. Cómo está **estructurado** el periódico. Qué porcentaje de página se ofrece a los textos, qué espacios concede a los mensajes publicitarios, cuántas ilustraciones aparecen, cómo están confeccionados los titulares, cuántas columnas se utilizan para la inserción de los contenidos, etc.

La distribución de las categorías se puede realizar conforme a diversos criterios, entre los que predomina la clasificación en función de:

- **Los géneros:** Pueden ser informativos, de opinión o interpretativos.
- **El origen de los textos:** En un periódico puedes encontrar textos históricos, literarios, artísticos, etc., y textos puramente periodísticos.
- **El ámbito geográfico:** local, comarcal, provincial, regional, autonómico, nacional, europeo, internacional, etc.
- **Su objetivo:** Cultural, económico, político, informativo, mixto, etc.
- **Los contenidos:** un periódico puede contemplar diferentes apartados o secciones como: nacional, opinión, internacional, sucesos, cultural, educación, deportes, radio y televisión, sociedad, política, etc.

LOS ACONTECIMIENTOS

Según la sociedad a la que pertenezcas, la forma de conocer un acontecimiento y de entenderlo será diferente, pues cada sociedad cuenta con medios muy diferentes, con tecnologías más o menos avanzadas, y utiliza análisis diferentes para la aplicación de esos acontecimientos. Así pues, no será lo mismo un acontecimiento para ti, que vives en España, que para un joven que vive en Sudáfrica.

Un **acontecimiento** se define como todo lo que sucede en un espacio y tiempo concreto y se caracteriza como accidental, singular y difícil de prever. Y para que un suceso o hecho se convierta en acontecimiento dependemos de las normas que rigen nuestra sociedad, desde las socio-culturales, económicas o políticas, a las informativas.

Existen dos grandes tipos de acontecimientos:

1. Los **previsibles**, como por ejemplo cuándo y dónde se va a celebrar un partido de fútbol y los equipos que van a jugarlo.
2. Los **imprevisibles**, los más temidos, como sucede con los atentados terroristas o los desastres naturales.

Los medios de comunicación son los encargados de comunicar el hecho acontecido a la sociedad. Cuando esto se produce, y la prensa, la televisión o la radio crean el acontecimiento periodístico, o mensaje, para difundirlo y cumplir con el papel que les corresponde, ese suceso o hecho previsto o imprevisto se convierte en noticia.

Y como todo en la vida, de entre los muchos sucesos que ocurren, unos interesan más que otros, y se clasifican de la siguiente manera:

- Los que afectan directamente a la vida de las personas, a la vida cotidiana. Por ejemplo, el tiempo que va a hacer mañana o el fin de semana.
- Los que afectan desde el plano emocional o ideológico, pero no inciden en la vida cotidiana del individuo. Por ejemplo, un accidente de autobús con muchos muertos ocurrido en una provincia cercana, o el triunfo del partido político en unas elecciones.
- Aquéllos que no nos afectan por ocurrir en otro tiempo y/o en otro lugar. Por ejemplo, un terremoto en la India.
- Los que nos provocan indiferencia. Por ejemplo, el cambio de presidente en Sudán o la subida del pan en un país lejano.

En los últimos años, los avances tecnológicos son muy notables y los medios de comunicación se encuentran en una carrera en la que se han marcado unos objetivos, entre los que destaca buscar una mayor implicación con el lector (en nuestro caso, el de media-prensa), mediante la actualidad, el conocimiento, la periodicidad y el entorno, para que el interés del lector aporte una mayor capacidad de respuesta y fidelidad.

LA ACTUALIDAD

En más de una ocasión habrás oído que una noticia se fundamenta en la actualidad: la inmediatez de la noticia. Por lo tanto, el tiempo es una de las claves para distinguir una noticia de otros acontecimientos. En el mundo del periodismo, la actividad del periodista es reconocida cuando sabe seleccionar y

difundir los "hechos de actualidad" lo antes posible. Pero te preguntará: ¿cuándo una información es noticia?. Pues:

- Cuando es reciente porque ha ocurrido hace muy poco o porque, habiendo ocurrido hace mucho, se acaba de descubrir. El segundo: si encuentras los restos de un antepasado de hace miles de años en una cueva, se convertirá en noticia por haberlo descubierto ahora (y tú también claro).
- Cuando se difunde o se da a conocer lo antes posible.
- Cuando circula, es decir que alcanza a un número amplio de personas y, además, es comentada y provoca repercusiones (éxito total).

Se puede denominar "actualidad periodística" a ciertos hechos que se producen de forma reciente o inmediata y que se difunden a través de los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, etc. Y estos medios nos cuentan aquello que ocurre en nuestra sociedad, en nuestra ciudad, en nuestro pueblo, en nuestro país, etc. Nos informan.

Existen varios tipos de actualidad: corta, media, larga y de constante duración. Hay noticias, como por ejemplo un accidente aéreo, que tienen una duración de dos o tres días. Otros acontecimientos periodísticos tienen una mayor duración, como la información de una olimpiada que, aunque suele ocupar dos semanas, según las expectativas y consecuencias permiten estar hablando de ellas durante meses. Y hay otros hechos de larga duración, como la aprobación de un tratado internacional que puede prolongarse incluso años.

LA PERIODICIDAD

La periodicidad condiciona a la actualidad, pues tiene como objeto poder seguir el variable ritmo de la vida. La prensa ofrece a los lectores los acontecimientos periodísticos que les interesan en intervalos fijos de tiempo. La *periodicidad* es la base sobre la que se apoya el periodismo, no sólo por la propia actividad periodística basada en la actualidad, sino que además dio nombre desde sus orígenes a las publicaciones que se editaban con una frecuencia determinada (diaria, semanal, quincenal, mensual, etc.): el periódico.

La periodicidad tiene una enorme importancia en la actividad periodística. Por un lado, determina el ritmo de trabajo de los diferentes periódicos, según sean diarios, semanales, mensuales, etc. Por ejemplo, la redacción de una revista mensual no tiene por qué reunirse todos los días para elaborar los contenidos como ocurre en un periódico diario.

LA UNIVERSALIDAD

Una vez que has visto qué es la periodicidad y cómo afecta a la creación de los contenidos periodísticos, es conveniente conocer qué es lo que la prensa escrita nos ofrece de forma periódica con la más -al menos se intenta- rabiosa actualidad.

En primer lugar, cuando lees un periódico, la noticia que más te interesa es la que se ha producido cerca de ti y que te ayuda a participar en el día a día junto con tus amigos, compañeros y familiares. El hecho puede haber ocurrido en tu entorno geográfico (en el instituto, en tu barrio o en tu ciudad), o puede corresponderse con situaciones emocionales, laborales, ideológicas, etc. que te resultan familiares. Cuando un periódico respeta este principio, cumple con el principio de universalidad.

Se entiende por universalidad la relación del lector con la realidad de su sociedad, del interés que muestra por su mundo, y que descubre día a día gracias a los contenidos que publica un periódico. De esta manera, cuando un diario (local, autonómico, nacional, etc.) contempla la universalidad, va a ayudar a ese lector a adquirir conocimientos que le identifican con el grupo al que pertenece. No obstante, existen centros de interés común que nos afectan a todos en la misma medida. Estos puntos de contacto son los que marcan la línea de continuidad de los medios, y en la prensa escrita sirven para crear la parte sustancial de los contenidos.

Cuando se tiene en cuenta la universalidad, en lugar de incluir absolutamente todo lo que acontece, se produce un proceso de selección: de entre todos los hechos, algunos son más interesantes y se deben contar. Esto provoca la homogeneidad que resulta de una voluntad política, económica y cultural concreta, y que puedes descubrir si te compras cuatro diarios, por ejemplo los nacionales (Reforma, El Universal, El Heraldo de México, El Sol de México, Milenio). En las portadas podrás observar que aparecen casi las mismas noticias y que se refieren a acontecimientos de interés general, aunque se presenten con grandes diferencias, desde los titulares a la redacción de los textos.

EL INTERÉS DEL LECTOR

Para que una persona se convierta en compradora / lectora de un periódico, se han de dar tres circunstancias:

1. Que le resulte interesante lo que sucede en un lugar concreto
2. Que desee conocer lo que acontece respecto a ciertas personas, o grupos sociales, etc. (por ejemplo, un cantante, un líder político o una ONG o un equipo de baloncesto)
3. Que tenga interés por temas muy específicos (lectores de revistas sobre motociclismo o sobre turismo rural).

Normalmente, el interés del lector por una noticia se basa en que el hecho posea, en mayor o menor proporción: actualidad, universalidad, prominencia (destacar a un personaje ilustre), curiosidad, suspense, emoción, conflicto (necesario para que exista la noticia) y consecuencias (se convierten también en noticia).

En los últimos tiempos los medios de comunicación tienen en cuenta que el interés de los lectores se inclina por: Contenidos deportivos, sobre todo el fútbol. Y contenidos de sociedad, lo que se conoce como "prensa rosa" o "del corazón".

El **lenguaje periodístico**, al contrario que la literatura, es un lenguaje mixto que incorpora comunicación verbal y comunicación visual. El periodista puede ofrecer el texto informativo apoyado con recursos tipográficos, fotográficos e infográficos (dibujos, diagramas, esquemas, planos de localización, etc.), lo que confiere a éste una mayor complejidad en la compaginación o maquetación de los contenidos. Todos los componentes tienen un significado que se debe desentrañar contemplándolos como un todo.



Uno que conserva un estilo
Cuidadoso más cercano al literario.

Otro más novedoso que se aparta de la
Norma lingüística y que impacta al lector.

5.- RESUMEN

La técnica de Kayser para el análisis de la forma de los mensajes está basada en un principio que permite revelar qué es lo que un periódico o medio de comunicación quiere, o ha querido, comunicar a sus lectores, televidentes o radioescuchas, bien mediante sus informaciones, bien a través de los artículos. El acontecimiento se define como todo lo que sucede en un espacio y tiempo concreto y se caracteriza como accidental, singular y difícil de prever. Y para que un suceso o hecho se convierta en acontecimiento dependemos de las normas que rigen nuestra sociedad, desde las socio-culturales, económicas o políticas, a las informativas.

La información regularmente debe ser actual, veraz y objetiva. La periodicidad condiciona a la actualidad, pues tiene como objeto poder seguir el variable ritmo de la vida.

Se entiende por universalidad la relación del lector con la realidad de su sociedad, del interés que muestra por su mundo, y que descubre día a día gracias a los contenidos que publica un periódico.

6.- BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- CURSO DE REDACCIÓN PARA ESCRITORES Y PERIODISTAS, Beatriz Escalante, Edit Porrúa, 6ta edición 2002
- Fidel Chávez Pérez, Edit. Pearson, México, 2003.
- MANUAL DE PERIODISMO, Vicente Leñero y Carlos Marín, Grijalbo, 1995.
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque5/index.html>

INTERNET

- <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque5/index.html>
- Textos periodísticos
- <http://www.youtube.com/watch?v=v022nwhwsfY>

7. PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

- Describe la técnica de Kayser para el análisis de la forma de los mensajes, en relación con el periodismo.
- Define acontecimiento
- Define actualidad
- ¿Qué debe tener la información para ser considerada noticia?
- Menciona los tipos de actualidad y explícalos.
- Define periodicidad
- Define universalidad
- ¿Cómo se da el interés del lector?
- ¿Cuál es la diferencia entre literatura y periodismo?