

E. “LA PRENSA”

1 Introducción

Objetivo: Comprender la doble función de servicio y de mercancía que la información periodística posee.

Duración 1'40”

Según datos de la Unesco, existen en el mundo cerca de ocho mil periódicos de información general –con una aparición mínima de cuatro veces por semana– que tiran por encima de cuatrocientos millones de ejemplares, con una media de ciento treinta ejemplares por cada mil habitantes. La Unión Soviética es la zona geográfica de mayor densidad de periódicos por habitante (400 ejemplares/1000 habitantes) y Africa, la de menor índice (20 ej./1000 hab.). Por países, los índices muestran otras desigualdades. Suecia ha desplazado de ese lugar puntero a Gran Bretaña que, tras estar por encima de tal índice durante años, ha pasado a cotas menores y está a punto de ser alcanzada por Japón, que ha mostrado una progresión incesante en las últimas décadas.

España se sitúa en las proximidades del índice cien, umbral del abandono del subdesarrollo informativo. Nuestro país se encuentra por encima del puesto cincuenta. Es sabido que casi las tres cuartas partes de los españoles tienen en la televisión su única fuente informativa general y no frecuentan los medios impresos.

La difusión de los diferentes periódicos que hoy día se elaboran y se distribuyen en España es muy heterogénea. Se editan unos cien diarios de información general que imprimen cotidianamente cerca de tres millones de ejemplares. Tras la liquidación y subasta de las empresas estatales que componían la Prensa del Movimiento, la propiedad de los diarios está en manos privadas y los planteamientos empresariales responden, al menos en teoría, a las leyes del mercado de lectores.

Tampoco en la oferta de revistas se alcanzan grandes tiradas ni difusiones espectaculares. Son las revistas más baratas y más populistas las que editan mayores cantidades de ejemplares por número, sin llegar ninguna a rebasar el millón. También resulta curioso comprobar que son las revistas que se ocupan de la televisión y de su programación las que disfrutan de la acogida más amplia.

La difusión media del conjunto de los diarios españoles se establece aritméticamente en cuarenta mil ejemplares. Pero esta cifra no es elocuente por

sí misma, aunque nos sirve como referencia de los desequilibrios. Los diarios *El País*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El Mundo*, y *Diario 16* superan, en conjunto, el millón de ejemplares. Los diez periódicos de más tirada rebasan con creces la mitad de la difusión total. Son sesenta y uno los diarios que tiran menos de cincuenta mil ejemplares. Al comparar los datos de los últimos años, se comprueba que las diferencias se agrandan cada vez más. Los fuertes se fortalecen y los débiles apenas pueden mantenerse o lo hacen con subvenciones y apoyos de grupos de presión, a pesar de cosechar pérdidas económicas.

En este punto es necesario resaltar que buen número de las empresas periodísticas no son económicamente rentables. Únicamente algunos periódicos –integrados, además, en grupos multimedia, con conexiones e intereses en otros sectores de la industria de la comunicación– obtienen y reparten beneficios. Lo que resulta paradójico es que las subvenciones estatales a la Prensa, que sirven para hacer menos ruinosos algunos empeños informativos, favorecen más a los más fuertes y a los que más prosperan, puesto que se conceden proporcionalmente al número de ejemplares vendidos y al papel nacional gastado o se encaminan a financiar las renovaciones tecnológicas emprendidas por las empresas periodísticas. Los más de veinte mil millones distribuidos por este concepto a la Prensa en España a lo largo de la presente década, han podido favorecer la supervivencia del pluralismo informativo, pero están contribuyendo también a que se fortalezca la concentración del "cuarto poder" en pocas manos.

Si con el precio de venta al público, con las subvenciones y ayudas recibidas y con los ingresos derivados de la publicidad –sumas todas ellas dependientes del número de lectores– muchos periódicos no llegan a rentabilizarse, cabe preguntar el motivo o, mejor, el procedimiento de supervivencia por el cual continúan viendo la luz diariamente. Es lógico pensar que lo hagan por encontrarse vinculados a grupos cuyas posiciones ideológicas y políticas tienden a difundir y a favorecer.

Se llega por ese camino a la cuestión de la independencia o la dependencia de las empresas periodísticas y de la influencia que sus conexiones, adscripciones o compromisos puedan ejercer sobre sus líneas informativas, sobre la objetividad en el reflejo de los acontecimientos y sobre los posicionamientos de las páginas editoriales y de opinión.

Si desea profundizar en la interconexiones entre la prensa y las familias ideológicas españolas, consulte el libro de Enrique Bustamante "Los amos de la información en España" (Ed. Akal).

Los recursos económicos con los que cuenta un órgano informativo, del sector que sea, influyen en su capacidad de ofrecer al público un información auténticamente propia en el mayor grado posible. La presencia de corresponsales en los lugares conflictivos o en los centros naturales en los que se registran acontecimientos de interés general, o la posibilidad de desplazar con rapidez enviados especiales a los lugares en los que ocurren novedades destacables, permitirán una menor dependencia externa. Siempre se debe contar, además, con el auxilio de los servicios ofrecidos por las agencias. Quienes no tengan recursos para poseer información propia de acontecimientos sucedidos en ámbitos lejanos, dependerán en mayor medida de estos "mayoristas de noticias". Por otra parte, intensificarán la proporción de información local y cercana que es más asequible. En muchos casos, esta información resulta más conflictiva o más sometida a intentos de presión.

Se hace preciso recordar, llegados al asunto del alcance territorial de las difusiones, que la mayoría de los periódicos tienen en España una difusión principalmente provincial. En los últimos años se ha incrementado también la presencia de periódicos no diarios de información municipal, local o regional.

2 Elaboración de los periódicos²

Objetivo: Describir el proceso de elaboración de los periódicos.

Duración 17'40" (1'40" – 18'44")

La elaboración de un periódico pasa por tres fases diferenciadas: la *entrada de noticias*, el *tratamiento* de las noticias en la redacción y la *composición e impresión*. A la ejecución de las mismas contribuye de forma eficaz la incorporación de las *nuevas tecnologías*.

3 Entrada de noticias

Objetivo: Analizar el proceso de entrada de noticias a los periódicos *Duración.* 5'24" (1'40" - 7'04")

²Este bloque no está indicado por ningún rótulo en el vídeo. Comienza en el 1'40" del programa, con las imágenes de la carrera de Said Aouita.

El proceso de elaboración de un periódico comienza con la entrada al mismo de su materia prima: *las noticias*. Los informadores pueden tomar datos en el lugar de los hechos o conseguirlos luego de forma indirecta. En ello influye primordialmente el que los acontecimientos sean previstos o imprevistos. En este último caso, lo más frecuente es que el informador elabore la noticia posteriormente, consultando diversas fuentes.

No siempre es posible enviar redactores al lugar donde se producen las noticias. Esta carencia se suple por parte de las instituciones que generan hechos noticiables con su suministro a través de gabinetes de prensa. Las grandes agencias tienen redactores en lugares estratégicos donde puede producirse la información. Estas agencias suministran información de todo tipo a sus clientes, sean o no medios informativos.

4 Periódicos

Objetivo: Comparar el diverso tratamiento que recibe la información que llega a los diferentes periódicos.

Duración: 5'46" (7'04" – 12 '50")

Desde el punto de vista de la evolución a la que es sometida la información bruta que llega a un periódico, hasta que ocupa su lugar oportuno en el ejemplar correspondiente, conviene recordar los siguientes aspectos fundamentales:

- El volumen de información que se recibe en una redacción supera ampliamente las posibilidades de publicación existentes en cada periódico, lo cual obliga a una imprescindible selección de informadores.
- La especialización de los profesionales y la orientación al lector son factores que aconsejan agrupar o *clasificar* la información en secciones, cuyos autores y cuyas páginas están respectivamente conjuntados.
- La publicidad se distribuye por casi todas las páginas de los periódicos y, normalmente, se le asigna su localización con anterioridad al asentamiento de las noticias en sus *lugares* definitivos.
- La distribución de las noticias por páginas, con la colocación dentro de ellas, la atribución de un número determinado de columnas y el acompañamiento de titulares e ilustraciones, suponen factores de *jerarquización* de la información, que conducen al lector e implican una valoración de los contenidos.

- La documentación sobre los antecedentes de las noticias y la opinión acerca de los hechos que los periódicos refieren, actúan como elementos de *orientación* del lector, ayudándole a elaborar su propia interpretación de los acontecimientos o, por el contrario, conduciéndole hacia una forma de verlos y de entenderlos.
- Los diferentes periódicos no coinciden, pues, en el número de secciones, ni en la especialización de éstas, ni en el espacio concedido a cada una de ellas, ni en la proporción opinión–información, ni en la naturaleza de los apoyos interpretativos.
- Merece especial atención la creciente inclusión de suplementos especializados en algunos diarios de información general. La edición de suplementos sirve para atraer a grupos de lectores y para revisar semanalmente, de manera global, aspectos importantes de la actualidad en materias de trascendencia alta dentro de la comunidad de referencia, pero de interés no homogéneo entre los diferentes sectores de la población.

Para completar este bloque, escuche en la audiocasete “*La Prensa*” la parte dedicada a la elaboración de un periódico, especialmente el fragmento en el que se reproduce la reunión de un consejo de redacción.

5 Composición e Impresión

Objetivo: Describir los sistemas de composición e impresión en la Prensa.

Duración: 3'54" (12'50" – 16'44")

En este bloque se repasan los métodos de composición e impresión de los periódicos, desde los más tradicionales a los más avanzados.- la linotipia, el huecograbado, la fotocomposición, el offset...

Sin duda alguna, el complemento ideal y realmente efectivo de esta parte del vídeo es la visita a un periódico. O, mejor, a dos periódicos: uno con tecnología más tradicional y otro con sistemas avanzados de composición, montaje de páginas, creación de planchas e impresión.

6 Renovación informática

Objetivo: Enumerar las aplicaciones de las nuevas tecnologías en las empresas periodísticas.

Duración: 2'00" (16'44" – 18'44")

El ordenador está convirtiéndose en una herramienta de primer orden en la elaboración de un periódico. Las agencias de información memorizan una información permanentemente actualizada, una información a la que se accede de forma inmediata. Las fotografías también pueden memorizarse y tratarse electrónicamente. Los redactores trabajan directamente con el teclado y la pantalla del ordenador y supervisan visualmente el aspecto que ofrecerá la información. Parte del trabajo tradicional de los confeccionadores queda así resuelto en las secciones.

7 Análisis de Prensa³

Objetivo: Desarrollar propuestas de análisis del tratamiento gráfico de la Prensa.

Duración: 5'00" (18'44" - 23'44")

8 Confección

Objetivo: Describir los criterios de confección de las páginas de un periódico.

Duración: 1'59" (18'44" – 20' 43")

Para embarcarse con un cierto rigor en el análisis de la Prensa hay que conocer previamente los recursos que se pueden desplegar en el tratamiento gráfico de una página. Los primeros periódicos que aparecieron en el mercado no establecían grandes distinciones en el tratamiento gráfico que daban a las diferentes noticias. Por eso, su lectura seguía casi forzosamente las pautas tipográficas. El desarrollo de la prensa sensacionalista a partir de los años veinte se basó, fundamentalmente, en despliegues de gruesos titulares y abundantes ilustraciones para atraer la atención sobre aspectos, normalmente ya en sí mismos llamativos, de la actualidad. Se pasó así de primeras páginas con muchas noticias igualadas a primeras páginas con pocas noticias sometidas a tratamiento jerarquizante. Hoy en día, la tendencia general de los periódicos más prestigiosos es presentar una primera página con cinco o seis noticias destacadas y un sumario de las restantes. En páginas interiores se ofrece un estilo similar para ordenar las informaciones más atendidas y las conceptuadas como noticias breves. Se dan casos excepcionales, sin embargo, como el de ABC, que presenta en primera página un tema único y destacado manteniendo con ello un estilo inconfundible.

³Esta parte no aparece así titulada en el video. Comienza directamente en el 18'44" del programa con el bloque secundario "confección".

Los recursos gráficos con los que se subraya la importancia concedida por los transmisores de la información a una noticia son los siguientes:

- *Ancho de página*: Se trata del espacio relativo que se concede a cada información. Es, utilizando el lenguaje periodístico, el número de columnas que se otorgan.
- *Titulación*: Al titular se juega con la extensión del propio título y con el cuerpo o tamaño de las letras. Estos factores determinan el volumen de la "mancha" del título y en consecuencia, su fuerza atractiva visual. El título puede venir reforzado por la presencia de un antetítulo en cuerpo menor.
- *Entradilla*: Es un texto generalmente corto que sintetiza e introduce el grueso de la información. Viene compuesto a una anchura superior a la columna y, por lo general, con letra negrita, de manera que su presencia hace aumentar el peso visual de la noticia o noticias a las que precede.
- *Ilustración*: El dibujo y la fotografía han sido durante largo tiempo los dos elementos de realce de una información por imágenes. El desarrollo de la fotomecánica y del offset ha permitido que puedan reproducirse gráficamente documentos e incluso objetos, y que resulte más asequible y rápida la utilización de las imágenes dibujadas o captadas fotográficamente. La fuerza de la ilustración hace que, en muchas ocasiones, el lector entable a través de ella su primer contacto con una página, lo que la convierte en muy destacado elemento de jerarquización informativa.
- *Elementos de parcelación*: Los bloques de información quedan más limitados con el uso de líneas de separación verticales –corondeles– u horizontales –filetes, de grosor variable para graduar la división–, recuadros, tramas de grises o de color para fondos, textos en negativo o calados sobre ilustraciones. Además de su función delimitadora –inexcusable en algunos casos para eliminar confusiones de asociación por contigüidad–, estos recursos desempeñan a menudo el cometido de resaltar unas noticias sobre otras.

9 Lectura de imagen en la prensa⁴

Objetivo: Analizar la objetividad o parcialidad del periodismo ilustrado.

Duración: 3'01" (20'43" – 23'44")

El análisis pleno de los periódicos exige, naturalmente, consideración de la palabra y de la imagen. La valoración y enjuiciamiento de la palabra escrita han recibido y siguen recibiendo atención mayoritaria y generalizada a través de los comentarios de textos. De ahí que en este vídeo se dedique especial atención a la parcela icónica.

La configuración gráfica de las páginas de un periódico marca y dirige el modo de relación que los lectores establecen con él. En ese sentido, existe una imagen global en cada una de las páginas y una macroimagen compuesta por el conjunto de todas ellas, para cada diario o para cada revista. El habitual y estricto concepto de imagen, corresponde a fotografías, dibujos o gráficos, debe ser, enmarcado en esta concepción más general.

El cúmulo de informaciones que se decide incluir en un periódico se estructura y ordena con criterios de clasificación y de jerarquización. Estos criterios contribuyen a que la visión de la realidad transmitida venga parcializada e interpretada perceptualmente.

En una lectura del periódico que siga pautas de carácter tipográfico, se comenzará atendiendo a la información que ocupe el ángulo superior izquierdo de la página. Se continúa hacia la derecha. Se pasa luego al escalón o escalones sucesivamente más bajos. Se finaliza en el ángulo inferior derecho.

Según tal criterio, en exceso simple y rígido, las informaciones presentadas como más importantes y destacadas en cada página serían las que ocupasen los primeros lugares de este esperado orden de lectura. Las menos valoradas serían las que ocupasen los últimos de tales lugares.

Sin embargo, en una concepción gestáltica de la descodificación -más cercana al modo general de funcionamiento de nuestra exploración visual-, el mensaje se percibe por sucesivas indagaciones de centros de interés que atraen al receptor. Se sigue un itinerario que puede estar guiado por líneas de fuerza en la composición de la propuesta icónica. El resultado es una creciente integración, no lineal, de los datos. Desde este planteamiento, la noticia más importante de una página será aquella que mayor atractivo visual posea, la

⁴El comienzo de este bloque no está señalado en el vídeo con título alguno. Su inicio se sitúa en el 20'43" del programa con las siguientes palabras del locutor: "El análisis básico de un periódico debe plantear la separación entre los hechos y las opiniones".

que antes capte la atención y el interés del lector en virtud de los recursos gráficos desplegados, recursos descritos en el bloque anterior.

Una vez detectados los centros de interés, se debe discriminar en cada información el acontecimiento del comentario. Por *acontecimiento* se entiende el conjunto de datos y hechos objetivos que están presentes en la información. Se denomina comentario a los datos que valoran o interpretan los hechos en cuestión. Ambos elementos pueden constituirse en prioritarios, ya sea en la imagen o en el texto. Cuando se analiza una imagen en Prensa, hay que tener presente si está allí cumpliendo la función de reflejar un acontecimiento o la función de incorporar un comentario a otro acontecimiento diferente al que dio lugar a esa imagen. Cuando la imagen está complementada por un texto, se comprobará si ese texto relata aspectos del mismo acontecimiento que ella refiere o si su presencia viene a matizar -e, incluso a sesgar- su sentido con frases que suponen un comentario parcial al testimonio visual.

Además de estas interrelaciones entre texto e imágenes con función informativa o valorativa, se pueden hallar casos en los que la disposición física de los textos y de las imágenes supone en sí misma un comentario o una adjetivación adicional. Así ocurre con el enfrentamiento de informaciones, dentro de la página o en dos páginas, que persigue establecer entre ellas evidentes, pero no confesadas, relaciones dialécticas.

Tanto en el caso de que la imagen utilizada en una información esté extraída del acontecimiento del que se informa, como en el caso de que no lo esté, tal imagen se habrá elaborado a partir de una realidad respecto a la cual se dice que es reflejo o testimonio. En ese proceso de plasmación o de creación intervienen factores técnicos y humanos concretos que influyen, por caminos específicos en el significado y sentido de la representación. No conviene que se pase por alto la presencia de tales factores, puesto que constituyen elementos de formación de "*comentario*", en la aceptación que se le viene dando aquí.

Para ampliar estos contenidos, consulte los apartados "*Funciones del texto*" (cap. 11) y "*La lectura de la imagen en prensa*" (cap. 13) del libro "*La Imagen*".

10 La Prensa en la escuela

Objetivo: Conocer una experiencia de prensa escolar.

Duración: 3'46" (23'44" – 27'37")

En relación con este bloque testimonial sobre el trabajo de los alumnos y profesores de un colegio madrileño, es imprescindible destacar tres cuestiones fundamentales que afectan a factores prácticos en el uso de los periódicos como medios de información, de relación cultural plena con el entorno y de comunicación activa y no solamente receptiva.

En un enlace con la introducción del vídeo, hay que recordar que la prensa se especializa en función de las necesidades y de los gustos de los receptores, en cuanto que son clientes a los que precisa vender una determinada mercancía. Sin embargo, existen determinados sectores que no son atendidos en sus deseos informativos por la gran o la pequeña prensa al uso. De tales grupos nacen, con frecuencia, iniciativas informativas marginales y minoritarias. El valor de estas iniciativas está en que no imitan las corrientes establecidas por la prensa comercial. Son publicaciones que buscan el servicio a un público y la expresión de opiniones que no tienen demasiada acogida en los foros normalizados. La existencia de experiencias de prensa escolar será mucho más rica si se enfoca bajo esta perspectiva que si se plantea como un ejercicio de imitación a la prensa "adulta". Un periódico escolar debe dar testimonio de la información que interesa en la comunidad en la que surge y en su entorno directo e indirecto.

La prensa escolar, realizada por alumnos y profesores, no debe eliminar la atención a la lectura y al análisis de la prensa de difusión mayoritaria y normalizada. Al mismo tiempo, tampoco cabe aceptar un hipotético desprecio hacia la prensa específicamente infantil y juvenil o a la prensa denominada didáctica. En todo caso, cabe pensar en una conjunción de instrumentos que nos hagan comprender mejor el fenómeno global de la comunicación informativa impresa. Hay que partir siempre de la base de la prensa ordinaria y mayoritaria, cuya existencia e influencia es un error orillar.

La posible experiencia escolar de creación de un periódico puede ser la culminación de un proceso de trabajo en torno a la prensa ordinaria y a su conocimiento, y no parece adecuado que sustituya a ese proceso. El programa Prensa-Escuela favorece la llegada de la prensa a las aulas y facilita información periódica sobre métodos, dinámicas y experiencias diversas de trabajo en este terreno.

Para completar este bloque escuche íntegra la audiocasete "La Prensa", especialmente las experiencias relatadas por alumnos y profesores.

11 Epílogo

Objetivo: Reconocer la función de la Prensa como testimonio de la época y fuente documental.

Duración: 45" (27'30" – 28'15")

Los periódicos recogen cotidianamente los múltiples hechos e interpretaciones de nuestra historia. Las hemerotecas los conservan y los mantienen a disposición del público. La Prensa es una valiosa fuente de documentación. Es la memoria viva del hombre contemporáneo.

Por último, recogemos en esta guía las palabras de Joseph Pulitzer que aparecen al final del programa:

"Lo que un buen periódico necesita en sus noticias y en su página editorial es concisión, humor, poder descriptivo, sátira, originalidad y buen estilo literario condensación inteligente y precisión, precisión, precisión".

Actividades

1. Usted está familiarizado con un entorno informativo impreso. Pero puede estarlo hasta tal punto que no sea plenamente consciente de la diversidad de posibilidades que rechaza. Observe con detenimiento en un quiosco la gran variedad de publicaciones existentes y fíjese en el tipo de público que compra cada publicación.
2. Si es usted educador, solicite a sus alumnos que lleven al aula los periódicos y revistas atrasados que encuentren en sus casas. Con todo el material reunido, evalúe el abanico de opciones y compárelo con el general. Invite a sus alumnos a que reflexionen sobre la relación existente entre la información impresa que llega a sus hogares, la que reciben sus compañeros y la que existe en el mercado.
3. Identifique las fuentes de la información que aparecen en distintos periódicos: firmas de corresponsales propios, reseñas de agencias, artículos de opinión, participación de los lectores...

4. Procure visitar la redacción y los talleres de un periódico. Interésese por la organización del trabajo y por las operaciones y labores que se suceden en el proceso de elaboración de una edición. Indague cuáles han sido los últimos avances técnicos que ha incorporado la empresa, y cuáles son las mejoras técnicas y organizativas que espera llevar adelante en un futuro cercano.
5. Consiga varios periódicos del mismo día y de diferentes procedencias y ámbitos de distribución –nacionales, regionales, locales, de otros países–. Compare las secciones de cada uno de ellos, las similitudes y las diferencias en la ordenación de contenidos, las proporciones entre información, opinión y publicidad. Analice cuáles son las noticias más destacadas por cada diario, así como las coincidencias y divergencias en la importancia atribuida a los mismos hechos.
6. Identifique en uno o más diarios los recursos gráficos que se utilizan para parcelar y jerarquizar la información: antitítulos, títulos, entradillas, recuadros, tramos, corondeles, filetes, recuadros, calados, ilustraciones de todo tipo... Evalúe si la técnica de armado es funcional y favorecedora de la claridad informativa o espectacular y efectista.
7. Acuda a una hemeroteca y solicite ejemplares de periódico de diferentes años. Observe cómo ha evolucionado la presentación de las noticias desde el punto de vista formal.
8. A partir de los periódicos utilizados para la actividad en el punto cinco, observe el uso que los distintos diarios efectúan de los recursos gráficos. Compruebe que los despliegues tipográficos y la abundancia de ilustración coinciden con tendencias populistas y sensacionalistas en el tratamiento de los contenidos y en la elección de las informaciones, por lo general, así como que, también en general, los diarios más sobrios mantienen un tono más alto en la selección y enfoque de la información.
9. En las relaciones entre texto escrito e ilustración, trate de identificar ejemplos en los que se produzcan los cuatro modos de emparejamiento entre acontecimiento y comentario: acontecimiento en imagen y acontecimiento en texto (AI + AT), acontecimiento en imagen y comentario de texto (AI + CT), comentario en imagen y acontecimiento en texto (CI + AT) y comentario en imagen y comentario en texto (CI + CT). Compruebe que existen combinaciones con proporciones variables de representación de los acontecimientos y presentación de comentarios,

tanto en la imagen como en la palabra escrita. Localice una información verboicónica en la que las cuatro funciones aludidas estén presentes y aproxímesese a una evaluación del porcentaje de influencia de cada función en el total de la información contemplada.

10. Compare los textos que en diferentes periódicos acompañan a una misma fotografía procedente de una agencia externa a esos periódicos. ¿Existe matización de la información visual? ¿Se incorporan valoraciones u opiniones?
11. Compare las ilustraciones que diferentes periódicos han utilizado para adjuntar a un mismo texto escrito o a textos similares que reflejen un acontecimiento de importancia informativa notable. ¿Se producen valoraciones por la vía gráfica? ¿Cuáles?
12. Juegue a ilustrar informaciones aparecidas en periódicos con imágenes diferentes a las que acompañan a los textos y compruebe el efecto que causan en usted y en compañeros a los que se las muestre.
13. Varíe los titulares de una noticia ilustrada o los pies que acompañan a la ilustración. Compruebe los efectos.
14. Deje que el azar sea el que oriente esas actividades en lugar de tomar usted la iniciativa inventiva. Recorte diversos titulares e imágenes y busque un procedimiento para que se emparejen aleatoriamente. Compruebe los efectos. ¿Está seguro de que no ha surgido ninguna idea para un buen relato a partir de alguno de los emparejamientos?
15. Interésese por conocer los tipos de prensa minoritaria, marginal, experimental o especializada que existen en su entorno diario. Compare su estilo gráfico con el de la prensa diaria normal. Indague sobre su financiación y sobre sus objetivos.
16. Si es educador, estudie las posibilidades de implantación o de afianzamiento del programa "Prensa-Escuela" en su centro. ¿En qué áreas se trabaja o se podría trabajar con la prensa? ¿Conocen sus alumnos los aspectos relativos que se tratan en el vídeo y por los que usted se está interesando? ¿Han visitado un periódico o lo podrían visitar? ¿Utilizan la prensa como centro de interés para profundizar en el conocimiento de las materias de los programas desde un punto de vista funcional y práctico? ¿Y cómo documentación?

17. Si no es educador o no está vinculado a un centro de enseñanza, tome contacto con profesores que analicen la prensa en las aulas y la empleen como auxiliar didáctico o como generadora de núcleos de interés. Intercambie impresiones con ellos acerca del desarrollo de la experiencia de cada cual en este terreno.
18. Después de haber leído normalmente un diario cualquiera, trate de evaluar cuáles son las proporciones existentes entre el espacio que dedica a información, el que dedica a publicidad y el que dedica a entrenamiento—crucigramas, tiras humorísticas, etc.—. Verifique después si acertó o no y cuáles fueron las desviaciones. Haga el mismo ejercicio con un suplemento dominical o con una revista de información general.
19. Después de haber leído un diario cualquiera, trate de recordar ilustraciones incluidas en él. Compruebe qué porcentaje suponen las que ha recordado respecto al total de las existencias en el ejemplar. Pregúntese por qué habrá recordado unas y otras no. ¿Simple cuestión de intereses o influencia de factores expresivos como los tratados en el vídeo "La Imagen" ?