

IDEAS CLARAS

Los géneros periodísticos

- Los **textos periodísticos** son aquellos que se transmiten a través de los **medios de comunicación**, específicamente, la **prensa**.
- Se agrupan en **géneros informativos** (noticia, reportaje), **géneros de opinión** (artículo de opinión, columna, editorial, carta al director) y **géneros mixtos** (entrevista, crónica).

La crónica

- La **crónica** es un texto periodístico que combina el **relato de hechos de actualidad** con la **opinión y valoración** de quien los narra. Su finalidad es **crear opinión y entretener**.
- Trata sobre diferentes acontecimientos (**crónica deportiva, cultural, de guerra, de sociedad, de viajes...**).

La entrevista

- La **entrevista** es un **texto periodístico** en el que un **entrevistador** plantea **preguntas** a un **entrevistado** para conocer su vida, ideas y opiniones.
- Se estructura habitualmente en tres **partes**: **titular, presentación y diálogo**.

El reportaje

- El **reportaje** desarrolla un **tema de interés** (político, social, cultural...) **de forma extensa**. A diferencia de la noticia y la crónica, los hechos no tienen por qué ser de actualidad.
- Suele estructurarse en **titular, entrada, cuerpo y cierre**.

La publicidad

- El **texto publicitario** pretende **persuadir a un público amplio** para que adopte ciertos comportamientos o conductas.
- La **publicidad institucional** persigue concienciar sobre un problema social o educar en conductas y la **publicidad comercial** trata de atraer a compradores de un producto o servicio.

Características de los textos publicitarios

- Predominio de las **funciones apelativa y poética**.
- Uso de **tecnicismos y extranjerismos**.
- Inclusión de un **eslogan** (frase breve, concisa y fácil de recordar).
- Además de **imagen**, suele incluir un **logotipo**.

Características de la crónica

- **Estilo ameno** (incluye anécdotas, datos curiosos, descripciones...).
- **Vocabulario directo y claro, adjetivación rica y variada**, y empleo de **recursos literarios**.
- Uso de la **primera** (punto de vista del cronista) y la **segunda persona** (apelación al receptor).

Entrevista objetiva	Informa sobre un tema por medio de la opinión de un experto . Predominan los datos objetivos .
Entrevista perfil	Presenta al público el retrato de un personaje .

Reportaje informativo
Presenta el tema de manera objetiva . No incluye valoraciones personales .
Reportaje interpretativo
Combina información y opinión .

La prensa digital y las redes sociales

- La **prensa digital** se caracteriza por su **inmediatez, hipertextualidad** (las **etiquetas** remiten a otras noticias relacionadas), **interactividad** (el receptor puede actuar a través de **comentarios**) y su **carácter multimedia** (vídeos, audios, fotografías, dibujos, gráficos...).
- Muchos periodistas cuentan con sus propios **blogs**, donde publican y actualizan sus **post** o **entradas**.
- Las **redes sociales** permiten que los lectores generen, comenten y compartan la información, dando lugar al llamado **periodismo ciudadano**.

REPASA Y APLICA

- 1 Lee el texto «Amaral en Barcelona» y completa la información del recuadro inferior.

Amaral en Barcelona

Eran las 20:30 de la tarde y un tumulto rodeaba el Sant Jordi Club. Temperatura agradable, conversaciones y mucha expectación. En una hora, el dúo zaragozano Amaral saltaría al escenario para presentar su último trabajo, *Nocturnal*.

La noche iba cayendo en Barcelona y la luna apareció en el escenario un poco más tarde de la hora prevista. Y junto a ella se presentaron Eva, Juan y el resto de la banda. Y bajo el embrujo de la luna, el público estalló. [...] Después de una intro en que se palpaba la emoción y las ganas del público, Amaral empezó su repertorio con «Unas veces se gana y otras se pierde», uno de los temas de su último disco, donde el dúo se ha encaminado hacia un sonido más oscuro.

Ya solo con este inicio se mostró la energía abrumadora y contagiosa de Eva que se adueñó del escenario y del público a pasos agigantados y con la siguiente canción, «Revolución», se desató la pasión.

El espectáculo se alargó durante dos horas llenas de música, fuerza y mucha personalidad. Bravo.

www.todoindie.com, 13 de junio de 2016 (Adaptación)

Jane Goodall: «Son seis los chimpancés»

La primatóloga más famosa del mundo y seguramente la científica viva más popular se somete con paciencia a un apretado programa de entrevistas. Cuenta 81 años (nació en Londres en 1934), pero desde luego no los representa y demuestra su proverbial resistencia.

¿Qué ve en el fondo de los ojos de un chimpancé? Como si mirara en los de un ser muy cercano. Veo una personalidad, una mente. Me sumerjo en los ojos de alguien que tiene mucho que enseñarme.

¿Quiénes son? ¿Algo así como nuestros hermanos pequeños? Biológicamente están muy cercanos. ¡Tan cercanos! En su anatomía, en su sangre; sufren las mismas enfermedades, la polio, el sida, la hepatitis; su cerebro es muy parecido. Es solo una cuestión de grado lo que nos separa.

Jacinto ANTÓN

El País, 22 de junio de 2015 (Adaptación)

El texto «Amaral en Barcelona» es una crónica / reportaje porque combina el relato de hechos de actualidad (concierto de Amaral) con la opinión y valoración del emisor.

- 2 Subraya los pasajes en los que el emisor expresa su opinión y rodea los que cuentan anécdotas o curiosidades.

- 3 Lee la entrevista a Jane Goodall. ¿Es perfil u objetiva? Justifica tu respuesta.

Es objetiva, porque se centra en el tema, aunque incluye la presentación de la entrevistada.

- 4 Subraya en el texto el titular de la entrevista, rodea la presentación de la entrevistada y marca con una llave la parte del diálogo entre el periodista y Jane Goodall.

- 5 ¿Cuál es la finalidad del texto publicitario? ¿Se trata de publicidad comercial o institucional?

Su finalidad es persuadir al receptor de que lleve una vida saludable gracias a la alimentación y el deporte. Es, pues, un caso de publicidad institucional.

- 6 Subraya el eslogan de la campaña y rodea el logotipo que identifica al emisor.



PRACTICA Y APRENDE

- 7 Lee el siguiente texto e indica quién es el personaje entrevistado y el motivo de la entrevista.

El verdadero capitán Sully: «Solo hicimos nuestro trabajo»

Chesley Sullenberger inspira a Clint Eastwood para contar cómo logró aterrizar un avión en el río Hudson en la película *Sully*.

El 15 de enero de 2009, Chesley Sullenberger, conocido como capitán Sully, salvó 155 vidas. El piloto, con 30 años de experiencia, amerizó un Airbus 320 sobre las heladas aguas del río Hudson de Nueva York, una acción que los medios bautizaron como «el milagro del Hudson». Este viernes, su historia se estrena en la gran pantalla, dirigida por Clint Eastwood y protagonizada por Tom Hanks. «Jamás imaginé un equipo mejor para realizar esta película», confiesa el piloto. «Ha sido surrealista. Ver a un actor repetir algunas de las palabras exactas que le dije a mi mujer o a mi copiloto es como verme a mí mismo fuera de mi propio cuerpo», añade.

Su historia saltó a la prensa de inmediato. «La gente supo sobre el exitoso aterrizaje, pero no sobre las investigaciones, el estrés... y de esto trata la película». Y es que Sully y su copiloto Jeff Skiles estuvieron en el foco de una investigación durante año y medio: «Tuvimos que demostrar que habíamos hecho lo correcto [...]».

Mostraron una complicidad envidiable, pese a haberse conocido apenas tres días antes. [...] Ambos revivieron el aterrizaje una y otra vez. En su mente, en sueños, en diferentes conversaciones..., pero cuatro meses después escucharon por primera vez la grabación de la cabina. «Escuchar nuestras voces fue una experiencia muy emotiva. Escuchamos cómo vivimos esa crisis. Al final de la grabación nos mostramos orgullosos de lo que acababa de pasar», confiesa emocionado.

Necesitó tres meses en poder dormir una noche entera y siete para volver a pilotar un avión. [...] Mientras él intentaba recobrar la normalidad, muchos le tildaban de héroe, un sustantivo con el que no se sintió a gusto: «Quería aceptar la gratitud de la gente, pero no que asociaran esa palabra a mi persona. Solo éramos profesionales haciendo nuestro trabajo».

Loena LÓPEZ
ABC, 6 de noviembre de 2016

El entrevistado es Chesley Sullenberger, el piloto que realizó un aterrizaje de emergencia en el río Hudson y salvó a 155 pasajeros. El motivo de la entrevista es que su aventura ha sido llevada recientemente al cine.

- 8 ¿Es una entrevista perfil u objetiva? Tacha lo que no proceda y razona tu respuesta.

El texto del diario ABC es una entrevista perfil / ~~objetiva~~ porque presenta el retrato del personaje.

- 9 Subraya las respuestas del entrevistado. ¿Se transcriben en estilo directo o indirecto?

Las respuestas del personaje aparecen en estilo directo, entrecomilladas.

- 10 Escribe la presentación de una entrevista perfil. Para ello, elige a un personaje al que admires y documéntate sobre su vida.

Entrevista a _____

RESPUESTA LIBRE.

11 Lee ahora este otro texto y responde las cuestiones que se plantean a continuación.

Yo comparto mi empleo y mi salario ← Titular

Entrada Repartir un puesto de responsabilidad entre dos trabajadores gana adeptos en Europa.

Cuerpo Caroline Pusey dirige un departamento del Ministerio de Defensa británico y empieza su semana laboral el lunes, como cualquier otro cargo, pero cuando llega el miércoles, Pusey cede el testigo a Heather McNaughton, la persona que dirigirá a sus 120 subordinados hasta el viernes. Desde hace cinco años, Pusey y McNaughton comparten su trabajo gracias a un modelo que permite ocupar puestos de responsabilidad. «Quiero avanzar en mi carrera profesional, pero también quiero dedicarle a mis hijos el tiempo que necesitan». [...] Las empresas que lo ofrecen son cada vez más conscientes de lo beneficioso que resulta. «Tienen dos cabezas pensando por el precio de una. Cuando hay problemas, somos dos perfiles distintos para solucionarlos», dice la directiva. Funcionan con una cuenta de correo conjunta, una sola mesa y un único número de teléfono. Mantienen un compromiso firme de respetar las decisiones de la otra y no enviar órdenes contradictorias a los subordinados.

Cierre Evidentemente, su salario se resiente de forma proporcional a las horas que dejan de trabajar, pero a Pusey le compensa, teniendo en cuenta lo que tendría que pagar a una persona que cuide de sus hijos, sumado al precio de dejar de verlos.

No existen datos oficiales que registren esta fórmula de trabajo. Sí hay estimaciones que indican que un 25% de las empresas europeas ofrecen puestos para compartir. El porcentaje varía según los países. En Reino Unido alcanza el 48%; en Alemania, el 15%; en Holanda y Bélgica, el 23%... España no figura en el estudio, para el que entrevistaron a 1200 empresas y que se publicó en diciembre de 2014.

El 63,2% de los empleados a tiempo parcial en España lo son porque no encuentran un trabajo a tiempo completo, según recoge Eurostat. El resto decide voluntariamente no trabajar toda la jornada porque tiene otras necesidades o deseos. Ellos, como sus colegas del norte de Europa, probablemente también aspiran a mantener su categoría profesional y a seguir haciendo lo que saben y para lo que sirven.

Ana CARBAJOSA
El País, 25 de octubre de 2016 (Adaptación)

- ¿Qué hecho ha dado lugar a este reportaje?

Una nueva modalidad laboral, en la que dos personas comparten empleo y salario.

- Completa la información del recuadro.

Este texto es un **reportaje** porque desarrolla de manera extensa un tema de interés. A diferencia de la noticia o la crónica, los hechos no tienen que ser de actualidad.

- ¿Se trata de un reportaje informativo o interpretativo? Justifica tu respuesta.

Es un reportaje informativo, ya que el tema se presenta de manera objetiva.

12 Completa las cartelas con la estructura del reportaje.

13 Subraya los testimonios personales y rodea los datos que amplían la información.

14 ¿Qué opinas del trabajo compartido? Argumenta brevemente tu respuesta.

RESPUESTA LIBRE.

PRACTICA Y APRENDE

15 Lee la entrada de este blog de viajes y resume brevemente su contenido.

Nosotros
Contacto
Guías de viaje
Consejos viajeros
Vídeos
Galería de imágenes
Recetas

Miércoles, 23 de marzo de 2016

SALIR DE TRABAJAR Y DARSE UN PASEO POR EL VALLE DE LA LUNA...



ETIQUETAS

ÁFRICA
 ARGENTINA
 ASIA BALI BOLIVIA
 CAMBOYA
 CHILE
 COUCHSURFING
 DATOS PRÁCTICOS
 ECUADOR
 FIJI FRANCIA
 INDONESIA JAPÓN
 NAMIBIA NEPAL
 NUEVA ZELANDA
 OCEANÍA PERÚ
 SALUD Y VACUNAS
 SINGAPUR
 SPAIN
 SUDAMÉRICA
 TAILANDIA
 URUGUAY
 VIETNAM
 VUELTA AL MUNDO

Tener la oportunidad de vivir en Namibia es un regalo. El otro día, por ejemplo, nos fuimos de paseo por la Luna, a disfrutar de la calma y las vistas. Tenemos cerquita de casa un valle esculpido por el río Swakop, repleto de colinas erosionadas y, al parecer, también de las temidas serpientes de arena, aunque no vimos ni una. Te paras allí, de pie, con cara de tonto y una sensación de soledad que roza lo mágico. No se oye nada más que los bailes del viento y tus pisadas en la arena, y de pronto te sientes como un astronauta: flotando. Siempre me ha fascinado la hermosura de los paisajes muertos. Serenos, profundos, siempre transmitiendo paz a quien los contempla. Observando el paisaje, llegué a la conclusión de que la muerte no siempre es tan fea como se pinta. Debemos exterminar ese miedo hacia lo desconocido, lo oscuro, el *the end*. Seguro que, venga lo que venga después, no es más que un valle lunar, erosionado por los recuerdos y miles de anécdotas de una vida pasada...

¡FISGA, COTILLEA Y SÍGUENOS!





COMENTARIOS 208

canelaycanelon.blogspot.com (Adaptación)

El autor del post describe un paisaje de Namibia, el país donde vive.

16 Localiza en el texto los siguientes elementos característicos de las publicaciones en redes sociales.


Interactividad → *Comentarios, enlaces a otras redes sociales, se puede compartir, etc.*

Hipertextualidad → *Etiquetas de otros países.*

Carácter multimedia → *Vídeo del paisaje descrito en el post.*

17 ¿Qué redes sociales utilizas habitualmente? ¿Con qué finalidad?

RESPUESTA LIBRE. [Entre las finalidades más habituales, pueden citarse compartir información e imágenes, seguir algún personaje, publicar contenidos propios...]

18  Visiona el anuncio en *Aprueba tus exámenes Digital* y realiza las actividades de expresión oral. Después, observa la imagen y contesta estas cuestiones sobre el lenguaje publicitario.



www.youtube.com/watch?v=Yi9Pbax_jMY. «Acabar con el bullying comienza en ti» es una iniciativa de la Fundación ANAR y la Fundación Mutua Madrileña.

- Rodea el eslogan de la campaña publicitaria.
- ¿Qué función del lenguaje y qué registro (formal o coloquial) predominan en el texto?

En el texto predominan la función apelativa y el registro coloquial.

- Localiza en el anuncio un extranjerismo. ¿A qué expresión en castellano equivale?

El extranjerismo es *bullying*, que se puede traducir por «acoso escolar».

- ¿Qué recursos tipográficos observas en la imagen? ¿Con qué objetivo se emplean?

Las letras en gran tamaño y en blanco sobre la imagen de unos adolescentes acosadores dirigen la atención del receptor, dotando de mayor relevancia el mensaje de la campaña publicitaria.

19 ¿Consideras adecuada la imagen elegida? Justifica tu respuesta.

RESPUESTA LIBRE. [La elección es acertada, pues la imagen de los adolescentes animalizados complementa al texto, impactando y llamando la atención del receptor.]

20 El anuncio ¿es comercial o institucional? Justifica tu respuesta.

Es institucional, ya que su objetivo es concienciar sobre la necesidad de actuar contra el acoso escolar.

21 Lee el nombre de la campaña publicitaria en el pie de foto e indica qué recurso expresivo se emplea.

Antítesis: *Acabar con el bullying comienza en ti.*

22 Analiza los recursos empleados en los siguientes eslóganes.

- La COPE a tope.* (Cadena COPE) → Rima, juego de palabras
- El placer de conducir. El placer de viajar.* (BMW) → Anáfora
- Loewe desata emociones.* (Loewe) → Personificación
- Albal te ayuda.* (Albal) → Personificación
- Elige tus palabras, elige tu momento, elige Motorola.* (Motorola) → Anáfora y paralelismo
- Red Bull te da alas.* (Red Bull) → Metáfora.
- ¿Cueces o enriqueces?* (Avecrem) → Interrogación retórica
- Yo con el jamón, no me la juego.* (Navidul) → Aliteración

Ayuda de estudio

La publicidad se sirve de **recursos expresivos** como los siguientes:

- **Rima:** *Cuando haces pop ya no hay stop.* (Pringles)
- **Anáfora:** *Qué bien, qué bien, hoy comemos con Isabel.* (Isabel)
- **Paralelismo:** *Nuevos pensamientos. Nuevas posibilidades.* (Hyundai)
- **Juego de palabras:** *El juego de los típicos tópicos.* (Génesis)
- **Metáfora:** *La chispa de la vida.* (Coca-Cola)
- **Personificación:** *Actimel ayuda a tus defensas.* (Actimel)
- **Interrogación retórica:** *¿Dónde vas a estar mejor que en casa?* (La Casa)

Shakira: «Estoy viviendo»

Shakira voló de Miami a Buenos Aires el lunes primero de febrero, perseguida por un periodista que quería hacerle por teléfono una sola pregunta para un programa de radio. Por motivos diversos, no pudo alcanzarla en los 27 días siguientes. Lo único que le quedó al periodista fue el argumento y el título del reportaje: «¿Qué está haciendo Shakira cuando nadie la encuentra?». Shakira, muerta de risa, lo explica agenda en mano: «Estoy viviendo».



vestida. Una hora y media después la despertaron para una serie de entrevistas por radio que ya tenía comprometidas.

Hubo épocas en que concedió hasta 40 entrevistas diarias sin repetirse.

Tiene ideas propias sobre el arte, la vida terrenal y la eterna, la existencia de Dios, el amor o la muerte. Sin embargo, sus entrevistadores y publicistas ocasionales se han empeñado tanto en que las explique, que la han vuelto experta en respuestas

fugitivas, más útiles para escamotear que para revelar.

Ha tenido que cantar agotada por las fiebres, ha perdido el conocimiento por cansancio, pero nunca ha sufrido la mínima alteración de la voz. «La peor frustración de un cantante es haber escogido la carrera de hacer música y no hacer más música todos los días por estar haciendo entrevistas».

Gabriel GARCÍA MÁRQUEZ
Cambio, junio de 1999 (Adaptación)

Había llegado a Buenos Aires en la tarde del primero de febrero, y trabajó el martes hasta pasada la medianoche, sin tiempo para celebrar aquel día su cumpleaños. Al día siguiente, 9 de febrero, concedió once entrevistas de media hora cada una para radio, televisión y prensa. Esa noche alcanzó su último avión para Miami, donde ensayó cuatro días para compromisos en España y París. Volvió a su casa con las primeras luces, se tomó un café con un pan y se acostó a dormir

- 1 Escucha este texto de García Márquez en Aprueba tus exámenes DIGITAL y realiza las actividades de comprensión oral. A continuación, léelo e indica qué suceso motiva su escritura.

La visita de la cantante colombiana Shakira a Buenos Aires, capital argentina.

- 2 ¿Crees que el autor incluye sus propias opiniones y valoraciones? Si es así, rodéalas en el texto.

- 3 ¿Qué tipo de texto periodístico es? ¿Por qué?

Es una crónica, pues combina el relato de hechos actuales con la opinión y valoración del autor.

- 4 Establece la estructura del texto.

Titular	Shakira: «Estoy viviendo»	
Entrada	Desde Shakira	hasta viviendo
Cuerpo	Desde Había	hasta revelar
Cierre	Desde Ha tenido	hasta entrevistas

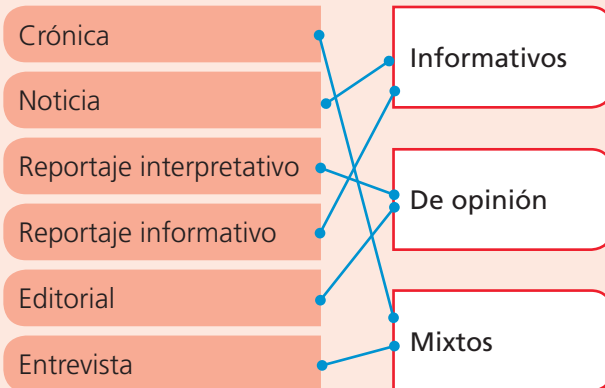
- 5 Subraya las palabras de la protagonista e indica si se introducen en estilo directo o indirecto.

En estilo directo, entrecorridas.

- 6 Completa la información del recuadro.

Una entrevista perfil presenta al público el retrato de un personaje . Una entrevista objetiva informa sobre un tema por medio de la opinión de un experto.

- 7 Relaciona los tipos de textos periodísticos con el género que corresponde en cada caso.



- 8 ¿Cuál es el principal objetivo de la publicidad?

Informar	<input type="checkbox"/>	Persuadir	<input checked="" type="checkbox"/>
Entretener	<input type="checkbox"/>	Conmover	<input type="checkbox"/>

1 ¿De qué tema trata este post?

El post recomienda la lectura del libro *A juego lento*.

2 Explica el significado de estas expresiones y reconoce en ellas recursos estilísticos.

a. Tener ojos de poeta es ver cosas que nadie ve.


La poesía trasciende los sentidos.

b. El pájaro de la poesía anda siempre trinando.

La poesía se identifica (metáfora) con un pájaro, que siempre canta.

c. Cocinar los versos más sabrosos.

La arte de la poesía se identifica metafóricamente con la cocina.

3  Investiga en Internet. ¿Qué es un poema nonsense?

Literalmente, «poema sin sentido». Texto jocoso que persigue generar juegos de palabras que resultan extraños, humorísticos y absurdos.

4 Elabora un poema con la técnica de las preguntas.

- ¿Quién es? RESPUESTA LIBRE.
- ¿Dónde vive? _____
- ¿Cómo es? _____
- ¿Qué hace? _____

RESPUESTA LIBRE.

BIBLIOABRAZO [INICIO](#) [BLOG](#) [WEB](#) [AUTORA](#) [RSS](#)

22 OCT A juego lento. Taller de poesía

Mar Benegas es poeta y por eso cuenta las cosas de manera muy especial, tan bonito lo hace que te llega al corazón y te hace sentir un no sé qué. Por ejemplo cuando dice: «Tener ojos de poeta es ver cosas que nadie ve», o cuando explica que la metáfora «es la luciérnaga que se enciende mágicamente en la noche», o cuando nos cuenta que «el pájaro de la poesía anda siempre trinando».

Nos encanta su libro, con el que descubrir muchos secretos de la **poesía** y cocinar los versos más sabrosos. Un cuaderno lleno de oportunidades para lo poético, impregnado del espíritu juguetón, tierno, reivindicativo, surrealista y bello que tiene **Mar Benegas**.

Hay muchos **poemas para leer**. Poemas de amor, poemas protesta, poemas *nonsense*, y algunos poemas con guiños de humor que también apuntan a las piruetas de las palabras. [...] Y muchos **poemas que inventar** con técnicas más o menos sencillas, que dependerán mucho de tu almacén de palabras, tu oído y tu mirada de poeta, como la técnica de las preguntas. Aquí tienes un ejemplo muy claro:

Responde a las siguientes preguntas:

¿Quién es? *La Luna*

¿Dónde vive? *En el cielo*

¿Cómo es? *Blanca, blanca*

¿Qué hace o qué le sucede?

Enciende la luz de la noche.

Y quitando las preguntas, lo que queda es el poema:


La luna

en el cielo

blanca, blanca

enciende la luz de la noche.

Tu voto:

 125  1

COMENTARIOS

130

[biblioabrazo.wordpress.com](#) (Adaptación)

5 Diseña el cartel de una campaña publicitaria para difundir la lectura de poesía entre los jóvenes.

- ¿Qué recurso o recursos estilísticos has empleado en el eslogan?

RESPUESTA LIBRE.

- ¿Qué función del lenguaje predomina?

RESPUESTA LIBRE. [Lo más probable es que predomine la función apelativa.]

- ¿Tu cartel se asimila a la publicidad comercial o institucional?

A la publicidad institucional, por su objetivo.