

## Presentación del Periodo

Durante este segundo trimestre, exploraremos el mundo de los textos informativos, enfocándonos específicamente en la noticia y el afiche expositivo. Nuestro objetivo es comprender cómo transmitimos la información de manera clara y objetiva, analizando la relación entre el contenido escrito, las imágenes y el contexto en el que nos comunicamos.

### Logros

- Comprendemos el propósito y la estructura de diversos textos informativos (noticias y afiches).
- Producimos textos informativos coherentes utilizando vocabulario técnico y herramientas gramaticales adecuadas.
- Desarrollamos una postura crítica y responsable frente a la información que consumimos en nuestro entorno.

### Indicadores de Logro

- Identificamos las ideas principales y la estructura técnica en noticias y afiches.
- Redactamos noticias sobre eventos escolares o comunitarios respetando su formato característico.
- Diseñamos afiches expositivos que integran de forma efectiva texto e imagen.
- Aplicamos correctamente conectores lógicos y signos de puntuación en nuestras producciones escritas.
- Manifestamos una actitud crítica y respetuosa al analizar y discutir contenidos mediáticos.

## LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS: ENTRE LA INFORMACIÓN Y LA MANIPULACIÓN

Tradicionalmente, existen tres poderes sociales que controlan la manera en que vivimos y actuamos: el ejecutivo, el legislativo y el judicial; sin embargo, al periodismo lo llaman "el cuarto poder", porque históricamente ha sido utilizado para controlar la opinión pública. Dependiendo de lo que se informa u oculta, y de la manera en que se exponen los hechos, las personas tienden a formar un criterio respecto a lo que ocurre en sus vidas.

Este proceso suele reflejarse en los diferentes tipos de textos periodísticos, entre los que sobresale la noticia. Esta se define como un escrito actual —es decir, que trata sobre hechos recientes— y breve, en el que no hay opinión del redactor y donde los acontecimientos siempre deben estar confirmados para garantizar su veracidad. En este formato surgen las preguntas que se responderán siempre en cualquier pieza periodística: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué. Una noticia siempre lleva título, suele incluir un subtítulo y estar acompañada de una imagen.

**Ejercicio en clase:** Escribe tu propia noticia de acuerdo con lo visto en el aula.

## LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS: NUEVAS FORMAS DE HACER NOTICIA

Si bien la noticia es el género periodístico por excelencia, no es suficiente por sí sola para tratar algunas temáticas de interés para la sociedad. Por ejemplo, cuando un asunto es muy complejo, una noticia resulta muy corta para abordarlo debidamente; o si lo que queremos es conocer el punto de vista de un experto, un formato de preguntas y respuestas es más deseable que la enumeración de hechos. Debido a esto, se crearon otros modelos complementarios que se dividen en informativos y de opinión.

### Géneros informativos

Son aquellos escritos en los que no es visible la postura del autor, aunque, como lo hemos visto en clase, sí pueden existir elementos de manipulación hacia el lector.

- **Noticia:** Texto corto, actual y veraz.
- **Entrevista:** Formato en el que hay un intercambio de preguntas y respuestas entre el periodista y un especialista en alguna materia o una figura pública.
- **Reportaje:** Trabajo de mediana extensión (una página de revista, aproximadamente) en el que se profundiza en una noticia importante.

### Géneros de opinión

- **Artículo de opinión:** Es un texto de mediana extensión en el que el autor hace un análisis de un hecho noticioso. Usualmente, está influenciado por la línea política y económica del medio de comunicación al que pertenece.
- **Columna:** Al igual que el artículo, es un escrito mediano. Su rasgo principal es que siempre está a cargo del mismo redactor, quien suele ser experto en un tema particular (como automovilismo, política o economía). El columnista presenta sus publicaciones de manera periódica, ya sea semanal, mensual o incluso diariamente.
- **Crítica:** Texto corto que se emplea para evaluar la calidad de un producto cultural, como una novela, una película o una obra de teatro.
- **Editorial:** Es un texto de mediana extensión, donde el editor (responsable directo de un periódico o revista) responde las cartas de los lectores y analiza temas de particular importancia en la actualidad.
- **La crónica:** Por último, tenemos la crónica, un formato que se encuentra en un punto medio entre el género de opinión y el informativo. Se trata del escrito más extenso del periodismo, en el que uno o más reporteros analizan un hecho tan importante que sus consecuencias trascienden en el tiempo.

En Colombia tenemos ejemplos notables acerca de acontecimientos trascendentales, como la tragedia de Armero, el narcotráfico de los años 80 y 90, y la toma del Palacio de Justicia. La crónica profundiza en los datos encontrados a lo largo del tiempo sobre este tipo de sucesos, e incluye entrevistas, imágenes y recursos similares. A diferencia de los demás géneros, aquí el periodista utiliza un estilo más cercano al literario.

# EL AFICHE: UNA FORMA COMPLEJA Y ARTÍSTICA DE EXPRESAR EL LENGUAJE HUMANO

Vivimos en un mundo en el que las imágenes están constantemente presentes; donde los afiches aún ocupan un importante lugar en los escenarios urbanos. Por esto, es fundamental que aprendamos a aprovechar este tipo de formatos para expresar nuestros intereses, o incluso para construir propaganda que sirva como impulsora de proyectos económicos y pequeñas empresas.

Pero ¿qué es exactamente un afiche o póster? Se trata de un texto principalmente gráfico que transita entre lo artístico y lo informativo, en el cual la propuesta visual nos transmite un mensaje acerca de un producto, evento o persona en particular. Cuando hablamos de su naturaleza gráfica, nos referimos a que el 90% o más de la composición está conformado por ilustraciones, o por una sola gran imagen que ocupa casi todo el espacio. En este sentido, es conveniente hablar acerca del espacio negativo.

## El espacio negativo

Este se define como la parte de la obra que no está ocupada por ningún objeto o persona. Podemos identificarlo como el fondo en la mayoría de los casos y nos sirve para adoptar múltiples estrategias comunicativas. Por ejemplo, permite crear una ilusión óptica o resignificar al sujeto a partir del lugar que ocupa en relación con dicho entorno vacío. Además, estas zonas sirven para dar un descanso visual y dirigen la mirada del observador. Por último, es allí donde vamos a ubicar el título y el eslogan.

## El título y el eslogan: Los elementos verbales del afiche

Afortunadamente, en el afiche son pocos los componentes lingüísticos que debemos construir; pero, por esta misma razón, es vital que resulten contundentes, es decir, que impacten al público.

**El título:** Es un texto muy corto que contiene el tema central que se está abordando. Puede ser algo tan simple como un nombre o tan complejo como una metáfora. En todos los casos, tendrá el tamaño de fuente más grande de la composición. Algunos ejemplos son: Rocky (como la película), Aguas oscuras (metáfora de una situación dramática en el cine de horror japonés) o La canción de hielo y fuego (el nombre de una saga de novelas de fantasía medieval).

**El eslogan:** Es un poco más complejo. Se trata de una frase corta que nos invita a reflexionar sobre un tema en particular. En un afiche exitoso, suele ocurrir que este elemento adopte un tono épico, poético o profundo. A continuación, encontrarás algunos ejemplos de estos tonos:

**Épico:** Sin temor a la derrota, sin remordimiento alguno.

**Poético:** Delirante, como la última estrella en el cielo de noviembre.

**Profundo:** ¿Qué miras? ¿Mi rostro o una de mis máscaras?

Tanto el eslogan como el título de un afiche pueden emplear metáforas para expresar significados complejos. Sin embargo, este aspecto suele ser más trascendental en el diseño de la imagen.

## La metáfora visual: Formas de lo abstracto

En el lenguaje podemos expresar una idea de maneras diferentes, lo cual también es posible utilizando recursos visuales. A continuación, verás algunas formas de expresarte denominadas metáforas visuales:

**Reemplazar un objeto por otro:** En vez de una nariz, puedes poner una zanahoria; o en vez de una mano, colocar un arma de fuego.

**Moldear un objeto:** Consiste en modificar la silueta de un elemento para que parezca otro. Por ejemplo, un cabello con la forma de una clave de sol o un pocillo de café dispuesto como si fuera un ojo humano.

**Hacer un collage:** Puedes crear la figura de una imagen utilizando elementos diferentes. Por ejemplo, unas alas hechas con animales exóticos.

**Jugar con la sombra:** Esta es una estrategia muy sencilla. Cambias la sombra de un objeto para que este se relacione con otra idea complementaria, como un gatito proyectando la sombra de un león.

**Mezclar dos elementos distintos:** Así de fácil. Se trata de unir dos cosas totalmente diferentes, como un perro con un color, o una bolsa con un tigre.

Crear una metáfora visual potente ayuda a que el público se quede un poco más atento a tu afiche, haciéndolo más convincente. Este ejercicio se termina de estructurar acompañando la imagen con los tonos adecuados, para lo cual se hace uso de la teoría y la psicología del color.

## Teoría y psicología del color

Dentro del concepto de teoría del color se recoge la manera en que relacionamos unas tonalidades con otras, representándolas en el círculo cromático. En este sentido, es importante reconocer los conceptos de temperatura, colores adyacentes y colores complementarios. Con respecto a la psicología del color, es fundamental elegir la paleta cromática de la imagen de acuerdo con los significados emocionales y culturales que le atribuimos a cada uno de ellos.

**Tarea: Crea un afiche donde expreses un aspecto de tu personalidad o la manera en que te gustaría en que otras personas te percibieran, teniendo en cuenta las siguientes normas:**

- **Tamaño:** Un cuarto de pliego
- **Paleta de 5 colores**, basada en psicología y teoría del color.
- Uso de al menos una **metáfora visual**.
- **Uso de cualquiera de las estéticas vistas en clase:** Realista, hiperrealista, cinematográfica, manga, comic europeo o americano, psicodélica o fashion.
- **Título y slogan.**