

## Comparar medios

**Fernando Corbalán**

**P**OR QUÉ COMPRAMOS un periódico y no otro? ¿Cuál es la razón de que veamos más esta cadena de televisión que la otra? ¿Y por qué tenemos presintonizadas algunas emisoras de radio? Seguro que todos tenemos alguna respuesta a esas preguntas, aunque lo más fácil es que sean genéricas en la mayoría de los casos y en bastantes tengan que ver con alguna opción política. Pero puede ser que nuestros alumnos y alumnas tengan unas opciones «heredadas» de la familia (hasta que toman posesión del mando a distancia al menos) o no sean capaces de cuantificarlas de ninguna manera.

Tanto para unos como para otros, pero sobre todo en el caso de los más jóvenes, puede ser de interés tener modelos para comparar los medios, para así poder decir de forma cuantificada las razones de nuestros gustos. Y para poner de manifiesto que una de las tareas fundamentales de las matemáticas es proporcionar modelos para analizar la realidad (de los medios de comunicación en este caso). No vamos a dar un modelo cerrado de protocolo para comparar medios (lo que sería una plantilla del tipo de las que utilizan las empresas de encuestas), sino algunos aspectos relevantes (o al menos que se pueden tener en cuenta) para que cada uno, a partir de ese menú, y añadiendo otros ingredientes, si los echa en falta, pueda confeccionar su propio instrumento de análisis. Nos limitaremos a la prensa y la televisión.

### Periódicos

Vamos a ir citando una serie de apartados que se pueden considerar, haciendo además comentarios relativos a otras posibles utilidades pedagógicas de los mismos (marcadas con el símbolo  $\emptyset$ ).

- Tamaño del periódico. Primer aspecto que se percibe. En nuestro país tienden todos al tamaño tabloide, con desplazamientos hacia la media de los más alejados (como podrían ser *ABC* creciendo y el anterior formato de *Heraldo de Aragón* menguando). Pero, ¿también son así en otros países? Desde luego que no. Sería interesante una investigación al respecto, al menos en los países cercanos a nosotros, y que se puede realizar con más facilidad con el auxilio de Internet.

- ∅ También se puede tomar la superficie del periódico como unidad para medir superficies (resaltando con esa unidad inusual que medir es comparar). / Investigar a partir de sus dimensiones cómo tienen que ser las bobinas de papel a partir de las que se edita. / Ver si sólo se puede tirar el periódico de una forma o hay varias/...
- Tamaño relativo de titulares y texto. Constatar que algunos periódicos son «todo titulares» y otros sólo tienen «letra», y entre ambos hay todos los posicionamientos posibles. ¿Da lo mismo o hay preferencias?
  - ∅ Tratar de la importancia relativa de cada parte en una superficie.
- Fracciones periódicas (o porcentajes periódicos si se opta por el procedimiento habitual en los medios), que poco tienen que ver con el concepto ya acuñado por los egipcios, y que quieren indicar una forma de medir en los periódicos diferentes aspectos: páginas con publicidad, con fotos o gráficos, de servicios (cartelera, museos, actos...), etc., o cualquier aspecto que se considere interesante.
  - ∅ Se puede aprovechar para realizar las equivalencias entre fracciones y porcentajes, tan necesarias como poco interiorizadas (¡con tantos algoritmos como se llega a automatizar en la enseñanza!).
- Unas fracciones periódicas especialmente importantes son las que cuantifican cada una de las posibles secciones (política, internacional, cultura, economía, deportes...), que son un buen elemento para comparar la importancia relativa que se les da a cada tema.
  - ∅ Quizás este apartado permitiría distinguir entre los llamados periódicos «nacionales», «regionales» y «locales» (con terminología todavía sin adaptar al estado de las autonomías). Y tal vez se aprecie que en bastantes se cumple una especie de ley no escrita de las redacciones: los periodistas que «mandan» son los de deportes.
- Número de suplementos semanales. Cuyo aumento nos indica que los periódicos han cambiado su «papel» (han pasado de dar las noticias —que ahora proporcionan la radio o la televisión— a comentarlas), adecuándose a la cambiante realidad.
  - ∅ Eso nos debería hacer pensar en si los enseñantes también nos tomamos en serio el proceso de «reconversión», puesto que la mayoría de la información que tienen que procesar nuestros alumnos no se la proporcionamos en el sistema educativo.
- Cantidad y contenido de los suplementos en color. Que puede hacernos detectar un proceso de disputa del territorio a las revistas del corazón, verdadero fenómeno nacional (y hasta producto de exportación)

y que al no estar en los periódicos hacen que bordeemos la frontera del subdesarrollo en el consumo de periódicos (10 por cada 1000 habitantes según la UNESCO).

- ∅ Un ejercicio interesante es comparar en ellos el porcentaje dedicado a publicidad en diferentes épocas del año (en Navidad parece que los artículos son la excusa para poder editar un folleto publicitario)./ También es posible comparar con las tiradas de los periódicos en otros países de nuestro entorno y ver el tipo de los de mayor tirada.

Además de todo lo anterior, por supuesto que se eligen periódicos por su adscripción ideológica (o política) y según se prefiere lo cercano o lo lejano, continuar con los periódicos de siempre (si no han desaparecido) o variar...

Y no hay que olvidar, sobre todo en clase de matemáticas, los periódicos deportivos, correlato «masculino» de la prensa del corazón y (casi) los únicos periódicos que alguna vez, tras un evento destacado, se ven por las clases. Porque además de ser de gran interés para el alumnado (también femenino cada vez más) son una fuente de interesantes matemáticas, sobre todo de estadística y gráficos, que aparecen con profusión en sus páginas.

## Televisión

La televisión es de todos los medios el de mayor interés para nuestros estudiantes; no sé si también para el profesorado. Aunque para «nosotros» (los profes) no suele ser el medio de estudio preferido, porque en la prensa nos sentimos más «superiores» (quizás porque su análisis es más parecido a la práctica escolar habitual).

Es un medio muy vivo y en permanente cambio y acomodación a las «necesidades» del consumidor (o creando nuevas para correr a llenarlas), de forma que en pocos años se ha pasado de una sola televisión a varias generalistas y después (por parabólica aislada o de plataformas o por cable) a una oferta tan desahogada de canales con un tema único («temáticos») que el problema es, por un lado, enterarse de la oferta y, por otro, tener tiempo para poder ver lo que interesa. Un asunto curioso es constatar que cuando sólo había una cadena nos quejábamos de su calidad..., y lo mismo sigue pasando ahora que hay muchas. Una muestra más de que la cantidad no es sinónimo de avance.

Si nos limitamos a las cadenas generalistas (intentar comparar las otras es un intento vano) se pueden utilizar unas fracciones del mismo tipo que en la prensa (aquí serían televisivas) aunque en este caso las secciones que habría que comparar serían diferentes (noticias, documentales, series de ficción, películas, deportes...), con una atención especial al tiempo dedicado a publicidad (y los subterfugios para encubrirla). Para calcularlas se pueden utilizar

las programaciones que aparecen en los periódicos (con lo que matamos dos medios de un tiro), pero hay una forma de hacer comparaciones inmediatas (algo que las nuevas generaciones aprecian tanto) y que nuestros alumnos y alumnas ya conocen de sobras: el «zapping».

Con su práctica sistemática se puede ver lo iguales que acaban siendo en una primera aproximación todas las cadenas (parece que todas se ponen de acuerdo en emitir anuncios a la misma hora) pero que quizás no lo son tanto si se profundiza más. Y para eso sirven los modelos, para poder aportar datos de las diferencias. Como estos temas cambian es cuestión de investigar los intereses de los alumnos y alumnas y diseñar los temas tratados y tipos de

programas que se pueden estudiar (concursos y tipos de los mismos; series para adolescentes o mayores; programas de música joven...).

### Final

Y para acabar, creo que es conveniente aprovechar cualquier aproximación a los medios para propiciar que nuestros estudiantes vean que las diferentes partes de las matemáticas (números de distinto tipo, funciones y gráficas, geometría, estadística...) tienen una presencia importante en ellos. Que constaten, en definitiva, que las matemáticas son importantes fuera del aula, en la vida.

