

La titulación en la prensa gráfica

Autores:

Francisco Martínez

Lucas Miguel

Cristian Vázquez

Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Taller de Producción Gráfica I – 2004

El titular

En la prensa gráfica, una de las tareas más complicadas, y al mismo tiempo una de las fundamentales en el ejercicio de la comunicación, es la *titulación*. Los títulos y los elementos que los acompañan y complementan en la página de un diario son una de las puertas de acceso a la lectura de los productos editoriales, por la que se elige entrar a la noticia o seguir de largo, sin otorgar interés.

“Un buen titular debe expresar el contenido del texto a que corresponde y atraer la atención del lector hacia su tema informando sintéticamente sobre el material que encabeza, sin exagerar el énfasis con que la parte noticiosa está concebida”, enseña el *Manual de Estilo y Ética Periodística* del diario argentino *La Nación*¹. Esta definición puede servir como punto de partida.

Uno de los teóricos que más páginas dedicó a la titulación es el español Josep Lluís Gómez Mompert, quien señala que “el título presenta la noticia”², es como su portavoz. De aquí que deba ponerse suficiente esmero a la hora de titular, dado que aquél representa el acceso a la noticia. De cómo se invite al lector a acercarse a la noticia, de cuál sea esa solicitud, esa llamada al ‘cliente’ del periodista, se conseguirá o no que lo que en su origen fue escrito para leerse (para informar) alcance su objetivo”. Entonces, “los titulares forman el primer nivel informativo y de ellos depende, entre otros aspectos, que los lectores sigan o no leyendo tanto el periódico como las noticias”³.

Lorenzo Gomis, por su parte, advierte que “el titular es la substancia de la noticia. (...) Sólo cuando se tiene el titular se tiene la noticia. O, más exactamente, el titular es la noticia”⁴.

En esta línea, el *Libro de Estilo* del diario español *El País* establece que “los titulares constituyen el principal elemento de una información” y que “sirven para centrar la atención del lector e imponerle su contenido”⁵.

Una definición similar brinda Mar de Fontcuberta, quien afirma que “los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia” para despertar “el interés del público”⁶.

En este sentido, para Teódulo Domínguez, “desde la óptica del lector, el titulado es una vidriera de expresiones resumidas que preavisan sobre la existencia de una cuestión”⁷.

Hasta aquí podría concluirse que el titular, en tanto primer contacto que el lector tiene con la noticia, constituye una puerta relevante por donde se ingresa a la información. Pero para que esto ocurra, el título y los elementos que lo complementan deben captar antes la atención de ese lector, a través de la información clara y la provocación de curiosidad que invite a seguir leyendo.

Entre los objetivos y funciones de los titulares que mencionan los diferentes autores que tratan el tema de la titulación, se destacan los siguientes:

¹ *La Nación*, 1997, p. 25

² Cita de Gregorio, Domenico. *Metodología del periodismo*. Rialp, Madrid, 1966. p. 81.

³ Gómez Mompert, 1982, pp. 9-10.

⁴ Gomis, 1991, p. 31.

⁵ *El País*, 1982, p. 43.

⁶ Fontcuberta, 1993, p. 117.

⁷ Domínguez, 1990, p. 172.

- Anunciar y resumir la información que va en la noticia.
- Convencer de que lo que se cuenta es interesante.
- Evadirse de la propia información que resumen, cobrar vida propia, resultar inteligibles por sí mismos⁸.
- Despertar el interés del lector⁹.
- Expresar en contados vocablos la esencia de un contenido informativo. Ser fiel al espíritu de la nota.
- Facilitar al lector la búsqueda y encuentro de una cuestión que le interesa.
- Lograr que una noticia se lea y, si es posible, desde el principio hasta el final.
- Cumplir la meta estética de hacer una edición agradable, por la agilidad y fuerza de la gramática, por el ingenio de los tituleros¹⁰ o por el equilibrio entre la importancia de un suceso, la tipografía y los blancos¹¹.

Los elementos de titulación

Los autores de libros sobre cómo hacer periodismo, así como los manuales o libros de estilo de los diarios, clasifican de diferente forma a los elementos de titulación.

No existe un acuerdo en el orden de los nombres y conceptos. En muchos casos, un mismo concepto es llamado de diferentes formas, y a veces una misma palabra sirve para denominar elementos distintos. Puede decirse que el único elemento en el que existe un acuerdo entre su nombre y su función en común es el “título”.

Antes de ingresar en el análisis de cada uno, es importante señalar que se llama *titular* al conjunto de dos, tres o cuatro elementos que enuncian la noticia. A saber: cintillo, volanta, título y bajada.

Todo artículo tiene su titular. Según la importancia que tenga y el espacio que se le dedique contará con más o menos elementos, lo cual también dependerá del estilo de cada diario. En este sentido, es importante tener en cuenta la recomendación del *Libro de Estilo* de *El País* que indica que estos elementos “no pueden tener entre sí una relación sintáctica”, y que todos “deben redactarse de modo que puedan leerse por separado”¹².

2. El título

El título es el elemento principal del titular. Como se ha detallado más arriba, su función es, básicamente, doble: informar y atraer. Según el caso, primará una u otra función y esto depende, básicamente, del formato redaccional. No es lo mismo titular una crónica puramente informativa que una nota de opinión o “de color”.

⁸ Fontcuberta, 1993, p. 117.

⁹ *Ibidem*, p. 118

¹⁰ Titulero se llama al encargado de redactar los títulos en un diario.

¹¹ Domínguez, 1990, p. 172.

¹² *El País*, 1990, pp. 43-44.

Existen tres tipos básicos de clasificación de los títulos:

- *Títulos informativos*: Explican el sujeto de la acción, la acción misma y sus circunstancias. Tienen verbo en voz activa, muchas veces en presente aunque en el cuerpo del artículo se utilice el pasado, y no emiten opiniones ni juicios de valor.

Ej:

Amplían la indemnización para hijos de los desaparecidos

- *Títulos temáticos*: Son los que sólo enuncian el tema de la información, aunque permiten identificar la noticia. Son frecuentes en noticias de poco relieve o sin importancia; en los textos no informativos, como por ejemplo los editoriales; o en los recuadros, donde hay poco espacio para titular.

Ej:

[cintillo] **UNA TRAGEDIA**

[volanta] CUATRO MUERTOS Y 100 HERIDOS EN UN ESTADIO

[título] **Espanto en Siria**

- *Títulos expresivos*: No aportan información sobre algún hecho, sino que evocan algo que se presume conocido. Pueden ser expresiones populares, dichos o refranes, títulos de libros y películas, letras de canciones, o simplemente palabras sueltas decoradas con signos ortográficos. A veces contienen cierta dosis de ironía, como en el caso del diario Página/12. Son comunes también en suplementos de deportes o de espectáculos, y en las revistas en general.

Ej.:

[volanta] Casamientos de príncipes europeos con plebeyas

[título] **Se diluye la sangre azul de la realeza**

3. La volanta

La volanta es también conocida como “antetítulo” o “sobretítulo”, lo que denota un acuerdo en su ubicación dentro de la página: es el elemento que aparece, siempre, sobre el título.

Hay dos funciones principales que se le otorgan a la volanta: 1) ubicar geográfica y ambientalmente a la información o 2) agregar y complementar a la información que brinda el título.

Entre los que le otorgan la primera acepción está Gómez Mompert: este autor dice que la volanta sirve para indicar “de un modo general el asunto: suele situar geográfica o ambientalmente la noticia. A veces se usa como epígrafe temático o de una información que lleva ya varios días”¹³.

La segunda y más importante función otorgada a la volanta es la de agregar información, complementar al título. El *Manual de Estilo* del diario *Clarín* indica: “La volanta ubica y anticipa sobre lo que informa el título, es una definición *temática* y puede agregar información (...) Admite una continuidad de lectura con el título, pero ello no quiere decir que necesariamente deba tenerla”¹⁴.

Ej.:

[volanta] REFORMAS A LA LEY EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

[título] **Les quitan beneficios a los
condenados por violación**

4. La bajada

La bajada desarrolla y amplía la información del título. Este elemento presenta, de manera precisa y concisa, la información de la que se da cuenta en el texto de la noticia. No es un resumen ni una vaga enumeración de hechos.

A la bajada se la llama, también, “sumario”, “copete” y, con bastante frecuencia, “subtítulo”, por su ubicación en la página, usualmente debajo del título principal.

El *Manual de Clarín* dice que la bajada “desarrolla lo esencial de la información” y que “su función es sostener y alimentar el título; no se construye como una enumeración o un resumen de lo que se ofrece al lector. Contextualiza, ordena la información, la desagrega con datos puntuales”¹⁵.

Gómez Mompert, por su parte, manifiesta que este elemento “añade las particularidades más sobresalientes de lo que después se desarrollará en la noticia”¹⁶.

Martínez Valle coincide e indica que la bajada “aclara o complementa el título principal”¹⁷ y Ortiz señala que “ayuda a bajar del título a la información”¹⁸.

¹³ Gómez Mompert, 1982, p. 28.

¹⁴ *Clarín*, 1997, pp. 38-39.

¹⁵ *Ibidem*, p. 39.

¹⁶ Gómez Mompert, 1982, p. 28.

¹⁷ Martínez Valle, 1997, p. 122.

¹⁸ Ortiz, 1996, p. 146.

Ej.:

[volanta] MÉTODO DE UN CARDIÓLOGO QUE TRABAJÓ EN LA NASA

[título] **Un nuevo estudio para prevenir los infartos**

[bajada] Dicen que puede detectar la posibilidad de ataques cardíacos y cerebrales hasta con 6 años de anticipación. Lo hace analizando las arterias carótidas y datos genéticos.

5. El cintillo

El cintillo enuncia un tema que, por lo general, es desarrollado por el medio gráfico en más de una página e, incluso, a lo largo de varios días o meses. Este elemento, que apenas es una breve oración sin verbo, se ubica siempre por encima del resto de los elementos de titulación, en el margen superior de la página. Y se repite el mismo cintillo en todas las páginas en las que se desarrollan noticias relacionadas con el tema que enuncia.

En síntesis, su principal función tiene que ver con el diseño, dado que unifica un tema cuando su desarrollo exige más de una página o más de una edición para el tratamiento de la información

Un ejemplo de cintillo es el que empleó el diario Clarín durante los días posteriores al atentado del 11 de marzo de 2004 en estaciones de trenes de Madrid: “Terrorismo en España”. Con él unió las informaciones relacionadas al caso durante varias ediciones.

Ej.:

[cintillo] **TERRORISMO EN ESPAÑA**

[volanta] VOLUNTARIOS Y FORENSES RECIBEN A LOS FAMILIARES DE LOS MUERTOS

[título] **Pabellón 6, la morgue**

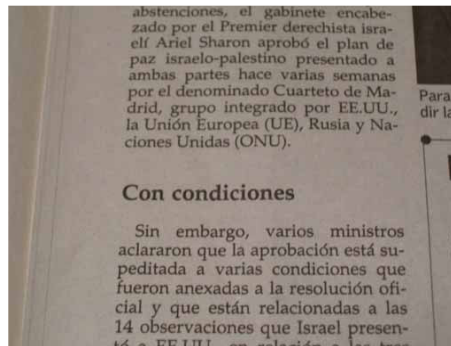
6. Otros elementos: subtítulo y destacado

El subtítulo es conocido también como “ladillo” o “intertítulo”. Según el *Libro de Estilo* de *El País* tiene dos funciones: “Encabezar una noticia complementaria dentro de un bloque informativo, con función de titular propiamente dicho” o “dividir una información extensa, con valor meramente de diseño”¹⁹.

¹⁹ *El País*, 1990, p. 48.

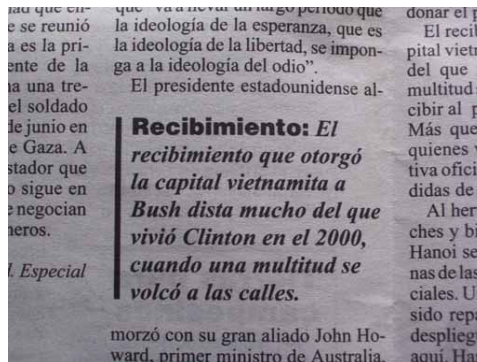
Esta última función es la más aceptada en la prensa argentina y es la que refiere a lo que se conoce propiamente como “subtítulo”. En palabras de Gómez Mompert, “sirve para aligerar la lectura y para atraer la atención de algún nuevo dato. Va entre los párrafos de la noticia, en un cuerpo mayor y/o distinto de letra que los de la información”²⁰.

Ej.:



Por otra parte, el destacado es, principalmente, un elemento de diseño que sirve para resaltar frases textuales o conceptos generales de una noticia. Se ubica, siempre, en medio de la masa gris de texto de la noticia, con un tamaño mayor de tipografía. Y, en este sentido, persigue dos objetivos: 1) “Romper” con esa masa gris que conforman las letras del texto noticioso para contribuir con un diseño de página armonioso y agradable; y 2) Incluir aspectos de la noticia no desarrollados en el resto de los elementos de titulación y, de esta manera, atraer la atención del lector.

Ej.:



Pautas y recomendaciones para redactar titulares

En este trabajo se agrupan, en dos apartados, pautas y recomendaciones brindadas por diferentes autores para construir titulares. Se eligió para estos casos a aquellos autores que brinden reglas claras y que no se contradigan entre sí.

Primero, se expondrán las que tengan que ver con lo redaccional, fundamentalmente en términos *periodísticos* y, en segundo lugar, los consejos desde el punto de vista *gramatical*. Aunque casi siempre estos dos sentidos vienen juntos y en la práctica es

²⁰ Gómez Mompert, 1982, p. 29.

imposible deslindarlos, se elige esta diferenciación según su carácter dominante, para una mejor aprehensión.

1. Pautas “periodísticas”

a) Propuestas de Gómez Mompart²¹ :

- Todo debe titularse: “La noticia, cualquiera sea su clase, en cuanto es noticia tiene posibilidad de título periodístico” (cita a Manuel Vigil Vázquez).
- Evitar los oficialismos y el lenguaje burocrático. Ej: “Comunicado de... o “La causa 13/82...”
- No jugar a las adivinanzas con el lector.
- Emplear palabras concretas aunque se trate de un artículo abstracto.
- Tratándose del título principal, la regla universal es dar la máxima información con las mínimas palabras, a riesgo de ser telegráfico (lo que no implica caer en el “código tarzaniano”, ver más adelante).

b) Propuestas de Teódulo Domínguez²²:

- No redactar el título sin haber leído el texto hasta el final.
- El título ha de ser coherente con el copete (bajada) y el texto. Un “habría” en el título con un “habrá” en el cuerpo de la nota nunca se llevan bien. No decir en el título algo que no existe en el texto.
- Trate de hallar el “espíritu del *factum*”, aquello que justifica el título, lo relevante.
- Dentro de cada estilo, piense en el lector. El título debe ser comprendido de inmediato.
- Escriba títulos con vida propia. Huya de los rótulos, membretes y carátulas. Use un verbo, el más ajustado y representativo del contenido de la nota.
- No trate de decidirlo todo en el título. Sólo lo específico, o la síntesis de lo específico cuando son varios temas.
- Evitar títulos pretendidamente imparciales como “Acerca de un hecho en el río Mendoza”.
- La idea de un título debe ser lo suficientemente clara como para que el lector no tenga que rebobinar y leer de nuevo: “Buscan intensamente a 4 detenidos”. ¿Cómo es eso de buscar “detenidos”? “Un tiroteo con dos muertos”; “Una muerte dudosa” (la muerte no es dudosa, está certificada por un forense; las causas de esa muerte pueden ser dudosas).

²¹ Gómez Mompart, 1982, pp. 118-19

²² Domínguez, 1990, pp. 179-80

c) Normas del *Libro de Estilo* de *El País*²³. En este caso, aparecen como normas concretas que no pueden ser violadas, pues rigen el propio estilo de este medio y determinan su personalidad periodística.

- Se prohíbe terminantemente el uso de expresiones como “podría”, “no se descarta”, “al parecer”, “es posible” y otras similares.
- El título debe tener un contenido claro y cierto, que transmita credibilidad.
- Salvo casos muy excepcionales, no debe hacerse mención al carácter exclusivo de la información.

2. Pautas “gramaticales”

En el ámbito de las pautas gramaticales, hay mucha divergencia de opiniones, y la contrastación empírica derriba muchas de ellas.

a) Propuestas de Gómez Mompart²⁴:

- En lo posible, los títulos serán oraciones simples (sujeto – verbo – predicado), aunque ordenadas con la mayor fuerza posible y prescindiendo de alguno de los elementos cuando su comprensión esté garantizada.
- El título principal no debe contener más de diez palabras²⁵.
- Conviene no partir palabras de una línea a otra²⁶.
- Rehusar las abreviaciones.
- Desechar las interrogaciones.

b) Mar de Foncuberta agrega algunas recomendaciones en el mismo tono²⁷:

- No utilizar palabras ambiguas.
- No deben situarse en distintas líneas una preposición y su objeto, ni un artículo y su adjetivo. También lo dice Martínez Valle: que ninguna línea termine en preposición o artículo.

c) Teódulo Domínguez propone²⁸:

- Recorra a términos claros y comprensibles para la mayoría de los lectores.
- Pueden usarse simples signos gramaticales u onomatopéyicos: “¿...?”; “Brrrrr”, “Craaaaash!”.

²³ *El País*, 1990, p. 45

²⁴ Gómez Mompart, 1982, pp. 118-19.

²⁵ Esta recomendación, un tanto excesiva, está sujeta al estilo del diario y al espacio que se le dedique al titular.

²⁶ Se trata, más que nada, de una norma de diseño que, prácticamente, se cumple en la mayoría de los diarios y revistas.

²⁷ Fontcuberta, 1993, p. 128

²⁸ Domínguez, 1990, p. 178-80

- Cuidar el uso de sinónimos; no existe igualdad perfecta entre ellos.
- En el uso de artículos, no se debe abarcar la totalidad si no es así en el hecho: “Los obreros de una empresa hablarán con el canciller” está mal si sólo van a hablar dos obreros.
- Evitar el “código tarzaniano”: “Ladrones banco Pompeya pronto detenidos pueden”; “Erupción volcán no afecta poblaciones”; “Prohiben escritor entrar gobierno de San Salvador”. Martínez Valle también habla de “no omitir artículos ni preposiciones”.

d) Por su parte, el *Libro de Estilo de El País* establece²⁹:

- Se prefiere la afirmación a la negación; normalmente es noticia lo que ocurre, no lo que no ocurre. El *Manual de Estilo de La Nación* menciona esta preferencia, y Gómez Mompert señala que no conviene empezar con una negación.

3. Uso de verbos, siglas y números

- Todos los autores coinciden en que el título preferentemente debe tener un verbo, “explícito o implícito”, estima Mar de Foncuberta, pues “es un factor clave y le otorga exactitud y garra a su contenido”³⁰.
- También coinciden en que debe estar conjugado en presente: “La tendencia creciente a titular en tiempo presente representa una conciencia más clara de que la noticia tiene por objeto resumir el presente social, ofrecer al ciudadano la presencia resumida de la realidad social que le envuelve”³¹. Gómez Mompert sostiene que “pese a que la noticia vaya en pasado”, es recomendable utilizar “pocos pretéritos”, y es “mucho mejor el presente histórico”.
- Para el caso de los adverbios, Gómez Mompert propone no usarlos: “Eliminar, en lo posible, los adverbios de tiempo (ayer, hoy, etc.). En caso de usarlos, colocarlos junto al verbo tal y como corresponde, a excepción de aquella noticia cuyo titular pretenda dar un gran relieve al momento”³².
- Para las *siglas* hay coincidencia en que sólo hay que usarlas cuando son muy conocidas, como CGT, AFA, ONU³³, etc. Teódulo Domínguez aclara que igualmente no debe abusarse de ellas³⁴.
- Para el caso de los *números*, Gómez Mompert dice que “conviene no empezar con cifras en guarismos”, que “es preferible con letras” salvo que el tamaño lo impida³⁵; el *Libro de Estilo de El País*, en tanto, establece que “se

²⁹ *El País*, 1990, pp. 44-45

³⁰ Fontcuberta, 1993, p. 128

³¹ Gomis, 1991, pp. 27-34

³² Gómez Mompert, 1982, pp. 121-22

³³ CGT: Confederación General del Trabajo, AFA: Asociación del Fútbol Argentino, ONU: Organización de las Naciones Unidas.

³⁴ Domínguez, 1990, p. 180

³⁵ Gómez Mompert, 1982, p. 122

puede empezar con números”, sin aclarar si en cifras o en letras³⁶. Mompert aclara que “las cifras por lo general se redondean”³⁷.

- En cuanto a los *signos de puntuación*, lo que casi no se pone en discusión es que el título debe ser una sola oración. En cuanto a las comas, Domínguez señala que “el exceso de comas, dos puntos, punto y coma interrumpe en demasía la libertad de la lectura”³⁸, y el *Libro de Estilo* de *El País* marca la pauta de que “el mejor titular es el que no necesita signos de puntuación como la coma y el punto y coma”³⁹.
- Por último, deben evitarse las *repeticiones* de palabras o siglas en el mismo titular, en lo cual existe coincidencia general, y de ser posible también en la misma página, acotan Gómez Mompert y el *Libro de Estilo* de *El País*. Este último es más puntilloso aún: tampoco debe repetirse la misma raíz de palabras distintas⁴⁰.

El lector de diarios y el lector de titulares

No hay manera de entrar a la noticia que no sea a través de los titulares. Un buen titular llama la atención del lector e invita a leer. Así lo entienden quienes escriben, editan y venden los diarios. Así es desde siempre y cuesta imaginar otra forma de presentar la noticia.

En la década y media que va desde fines de los ochenta hasta nuestros días, se abrió para los lectores una multiplicidad de “puertas de acceso” para el abordaje de la información publicada en los diarios. En ello tuvo mucho que ver la incorporación de nuevos elementos de titulación, que avanzaron sobre la superficie redaccional de los artículos.

Estos elementos trascienden la función de “anzuelo” o “gancho” de lectores para convertirse en una síntesis acabada de la información. Es decir, no sólo se trata de atraer a la lectura del artículo, sino de saciar en pocas palabras la necesidad de informarse de un público que cada vez dedica menos tiempo a leer los diarios.

Por ello es importante que los titulares brinden una síntesis de la noticia.

Naturalmente, esto no significa que los diarios estén dirigidos sólo a un consumidor exclusivo de titulares. Mucha gente aún sostiene el placer de disfrutar de la lectura de los artículos desde la primera letra hasta el punto final.

Pero sí es claro que los titulares deben garantizar la satisfacción de quien no tiene tiempo para leer todos los artículos del diario, que selecciona los textos que abordará y que, no obstante, necesita estar informado sobre el contexto, tener una visión general de la información de la que el medio da cuenta.⁴¹

³⁶ *El País*, 1990, p. 46

³⁷ Gómez Mompert, 1982, p. 122

³⁸ Domínguez, 1990, p. 180

³⁹ *El País*, 1990, p. 46

⁴⁰ *El País*, 1990, p. 46-47

⁴¹ Para un análisis con mucha mayor profundidad acerca de la titulación en los principales diarios argentinos, puede consultarse la tesis de grado de Francisco Martínez, Lucas Miguel y Cristian Vazquez: *Titular: informar y atraer. Estrategias de titulación y procesos de cambio (1990-2001). Los casos de Clarín, La Nación y Página/12*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2002.

Bibliografía consultada

- CLARÍN. *Manual de estilo*. Editorial Aguilar, Buenos Aires, 1997.
- DOMÍNGUEZ, Teóduo. *Pragmática periodística*. Editorial Nieves, La Plata, 1990.
- EL PAÍS. *Libro de Estilo*. Ediciones El País, Madrid, 1990.
- FONTCUBERTA, Mar de. *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Editorial Paidós, Madrid, 1993.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. *Los titulares en prensa*. Editorial Mitre, Barcelona, 1982.
- GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1991.
- LA NACIÓN. *Manual de Estilo y Ética periodística*. Editorial Espasa, Buenos Aires, 1997.
- MARTÍNEZ VALLE, Mabel. *Medios gráficos y técnicas periodísticas*. Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1997.
- ORTIZ, Adriana. “La titulación”. En AA.VV. *El periodismo gráfico*. Op Oloop, Buenos Aires, 1996.
- MARTÍNEZ FRANCISCO; MIGUEL, Lucas y VAZQUEZ, Cristian. *Titular: informar y atraer. Estrategias de titulación y procesos de cambio (1990-2001). Los casos de Clarín, La Nación y Página/12*. Tesis de grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 2002.