



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

Leer periódicos en casa. Guía para las familias

Proyecto Mediascopio Prensa
La lectura de la prensa escrita en el aula



IFIE

Guías para familias, 1

educacion.gob.es

Proyecto Mediascopio Prensa

LEER PERIÓDICOS EN CASA guía para las familias



media
Scopio

LEER PERIÓDICOS EN CASA

guía para las familias

Publicaciones MEDIASCOPIO
Serie Guías para familias

© IFIE Mediascopio

COORDINACIÓN INSTITUCIONAL:
Elena González Briones

COORDINACIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO
Natalia Bernabeu Morón

GRUPO DE TRABAJO:
Olga González Hernández
Natalia Bernabeu Morón

Ilustraciones: Flor Goldstein
Fotografías: Andrés Gustavo Goldstein
Corrección: Natalia Bernabeu Morón y África Planet Contreras
Diseño: África Planet Contreras y Charo Villa
Maquetación: Charo Villa



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

Secretaría de Estado de Educación y Formación Profesional
Instituto de Formación del Profesorado, Investigación e Innovación Educativa (IFIE)

Edita:

© Secretaría General Técnica
Subdirección General de Documentación y Publicaciones

Catálogo de publicaciones del ME: educacion.gob.es
Catálogo de publicaciones oficiales: publicacionesoficiales.boe.es

Edición: 2011

NIPO:

e-book 820-11-241-2

papel 820-11-233-1

ISBN:

e-book 978-84369-5214-8

papel 978-84-369-5213-1

Depósito Legal: M-42.534-2011

Imprime: Imprenta Fareso

LEER PERIÓDICOS EN CASA. GUÍA PARA LAS FAMILIAS

ÍNDICE

Introducción-Presentación	11
PRIMERA PARTE: LA PRENSA EN FAMILIA	13
1. EL PERIÓDICO EN CASA: DIEZ RAZONES PARA LEER LA PRENSA EN FAMILIA.....	15
2. LA EDUCACIÓN ESTÁ CAMBIANDO	25
2.1. Las competencias básicas.....	26
2.2. Los medios de comunicación son importantes	28
2.3. Tú puedes participar más activamente en la educación de tus hijos e hijas.....	30
2.4. La prensa escrita puede ser tu aliada	30
3. LA IMPORTANCIA DE LA LECTURA DE LA PRENSA	31
3.1. Leer en la era de la imagen.	31
3.2. Los estudios internacionales sobre educación. El informe PISA..	32
3.3. Las habilidades comunicativas.	35
3.4. La importancia de la lectura	38
SEGUNDA PARTE: PON AL DÍA TUS CONOCIMIENTOS	43
4. EL PERIÓDICO Y SUS SECCIONES.....	45
4.1. El periódico.....	46
4.1.1. Qué es	46
4.1.2. Sus secciones	46
5. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN. Las agencias de noticias.....	47
6. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS	48
6.1. Los principales géneros verbales	49
6.1.1. Géneros informativos. La noticia	49
6.1.2. Los géneros de opinión. El editorial	50

6.1.3. Los géneros mixtos. La crónica	51
6.2. Los principales géneros visuales	51
6.2.1. Los elementos del código visual.....	51
6.2.2. La fotografía periodística. La foto-noticia	53
6.2.3. El humorismo gráfico	55
6.2.4. La infografía	56
7. LA PUBLICIDAD	57
7.1. Los estereotipos de la publicidad	58
8. LA LECTURA CRÍTICA DEL PERIÓDICO.....	60
9. LA PRENSA DIGITAL	67
TERCERA PARTE: APRENDER CON EL PERIÓDICO EN FAMILIA	69
10. TRABAJAR LAS COMPETENCIAS BÁSICAS EN CASA CON AYUDA DEL PERIÓDICO	71
10.1. El periódico en casa para los más pequeños..	71
10.2. El periódico en casa para los niños y las niñas que cursan educación Primaria.....	73
10.3. El periódico en casa para los adolescentes.....	76
11. PROPUESTAS DE ACTIVIDADES PARA HACER EN FAMILIA	81
11.1. Practicar con el periódico las habilidades lectoras.....	83
11.2. El periódico, fuente de información.....	84
11.3. Los acontecimientos deportivos, un buen pretexto para aprender en casa.....	85
11.4. Comentar los anuncios en casa. ¿Realidad o ficción?	88
11.5. Pienso luego existo.....	90
Bibliografía	95



INTRODUCCIÓN-PRESENTACIÓN

Las sociedades occidentales, y con ellas las familias, han venido sufriendo en las últimas décadas una transformación muy rápida como resultado del cambio producido por la incorporación de las tecnologías a todos los ámbitos de la vida personal y social.

La exposición a los diversos medios de comunicación, en especial la televisión e Internet, y el uso de teléfonos móviles y otros productos tecnológicos cada vez más sofisticados configuran la experiencia de los niños y las niñas en el seno de las familias y dan forma a su mundo personal y a un entorno vital que se ha ensanchado considerablemente pues, a través de estos medios, ya no solo interactúan en un entorno real cercano e inmediato, sino que lo hacen igualmente en un **entorno virtual** que abarca el mundo entero.

En la **sociedad del conocimiento**, los descubrimientos que se producen en todos los campos de la actividad humana crecen en progresión geométrica, lo que convierte el saber en algo en continua renovación, destacando así el valor decisivo que tiene el “aprendizaje a lo largo de la vida” en el cual los medios de comunicación y las tecnologías juegan un papel preponderante.

En lo sucesivo, lo importante no será ya el nivel de conocimientos que nuestros hijos e hijas posean en un momento dado, sino su capacidad para adaptarse a los cambios que su vida laboral y personal les depara.

Los niños y los jóvenes, nacidos en una época de convergencia de los tradicionales medios de comunicación de masas con los nuevos medios tecnológicos, han ido desarrollando una estructura mental diferente a la de sus mayores. Esto hace que asuman de forma poco crítica informaciones, conocimientos, valores, actitudes y modelos de vida, hábitos de consumo y normas de convivencia, y que hagan suyos, a veces de forma inadvertida, una visión del mundo y unos valores que chocan frontalmente con los de la propia familia o con los de la institución escolar.

La importancia creciente de los medios como forma de acceso al conocimiento y a la participación social, marca claramente una línea divisoria o “brecha digital” entre las

personas que pueden tener acceso a ellos y las que quedan excluidas de las posibilidades informativas, comunicativas y creativas que éstos promueven. Ante esta realidad, la Unión Europea y UNESCO han insistido recientemente en la necesidad de abordar la **alfabetización mediática** de los más jóvenes como una tarea cuya responsabilidad comparten la escuela, las familias y los propios medios de comunicación. La alfabetización mediática se refiere a todos los medios de comunicación, tanto los impresos –diarios y revistas– como los audiovisuales: televisión y cine, radio y grabaciones musicales; e Internet y otras nuevas tecnologías de la comunicación digital.

El Ministerio de Educación, consciente de la importancia de la alfabetización mediática para el desarrollo integral de los escolares, ha puesto en marcha desde hace unos años, a través del Instituto de Formación del Profesorado, Investigación e Innovación Educativa (IFIIIE), el Proyecto Mediascopio (www.educacion.es/mediascopio), dirigido a todos los miembros de la comunidad escolar: alumnado, profesorado y familias, con el fin de potenciar el uso educativo de los medios de información y comunicación.

Una de las iniciativas de este proyecto es la publicación de materiales: monografías, guías y talleres, etc. para orientar y facilitar el abordaje de este ámbito de conocimiento, tanto en la escuela como en el seno familiar.

Esta guía que presentamos, que forma parte de las **Publicaciones Mediascopio**, pretende sensibilizar a las familias sobre la importancia de la lectura de la prensa en el ámbito familiar como medio para que nuestros hijos e hijas desarrollen sus capacidades cognitivas, fortalezcan un espíritu crítico basado en la reflexión ética sobre la actualidad y accedan a la alfabetización mediática.

En la primera parte se reflexiona acerca de lo que la prensa y su lectura en familia pueden aportar a la educación de hijos e hijas. En la segunda se ofrece a los progenitores una serie de informaciones básicas acerca de los medios de comunicación impresos y en la tercera se sugieren actividades sencillas que los padres y las madres pueden hacer con los más jóvenes con el objetivo de compartir con la escuela la apasionante tarea educativa.

PRIMERA PARTE: LA PRENSA EN FAMILIA





1. EL PERIÓDICO EN CASA: DIEZ RAZONES PARA LEER LA PRENSA EN FAMILIA

1. PARA COMENTAR EN FAMILIA LA REALIDAD DEL MUNDO

La lectura reposada del periódico será, probablemente, una de las aportaciones más valiosas que puedes proporcionar a tus hijos y a tus hijas, pues **con tus comentarios e interpretaciones dibujarás tu visión del mundo** y les ayudarás a encontrar un cierto orden en medio de la realidad siempre cambiante.



Dales ejemplo...

- Visita el quiosco con tus hijos e hijas y lleva el periódico a casa cuantos más días a la semana mejor.
- Que los más jóvenes de la familia te vean leerlo con interés. Mientras lees, puedes expresar en alto algún dato que llama tu atención o dar tu interpretación de las noticias más importantes.

2. PARA AMPLIAR LOS CONOCIMIENTOS DE TODA LA FAMILIA

En el periódico se reflejan los principales logros de la especie humana: los avances de la ciencia y la técnica, los descubrimientos de la medicina, los viajes espaciales, las creaciones artísticas, las tendencias musicales, etc.

La lectura en familia de los suplementos y cuadernillos especiales son un instrumento de primer orden para ampliar los conocimientos de toda la familia y para así ayudar mejor a vuestros hijos e hijas en sus tareas escolares.



Podemos leer juntos...

- Aprovecha el momento en que realizas alguna otra labor y pide a tus hijos que te lean el alto alguna información interesante. Procura que lean los textos vocalizando bien, despacio y sin detenerse, aunque haya alguna palabra que no entiendan.
- Si los niños o las niñas de la casa están todavía aprendiendo a leer, podéis descifrar juntos las letras de los grandes titulares o mirar las fotos apropiadas para su edad o comentar alguna imagen curiosa del periódico del día.

3. PARA DESPERTAR EN TUS HIJOS E HIJAS LA CURIOSIDAD Y EL DESEO DE ESTAR INFORMADOS

Disponer en casa del periódico, todos los días o unos cuantos días a la semana, generará probablemente en tus hijos e hijas **curiosidad e interés por la actualidad**. Aprenderán el valor que tiene la información actualizada y reconocerán las posibilidades que ofrece el periódico para acceder a ella.



Que la actualidad "ruede por la casa"...

- Intenta buscar algún rato para leer y comentar las noticias del día en familia. Haz que la lectura del periódico no sea una obligación, sino un rato divertido. Si consigues que la actualidad "empiece a rodar por la casa", ayudarás a tus hijos y a tus hijas a comprender lo que leen y a expresar sus propias opiniones y sentimientos.
- Escúchales atentamente cuando comenten la actualidad, y da valor a sus argumentos. No solo fomentarás así su autoestima, sino que los conocerás mucho mejor.

4. PARA DESARROLLAR SUS HÁBITOS LECTORES

Los chicos y las chicas que se aficianan a las revistas juveniles, a los suplementos infantiles y juveniles de los diarios, a los cómic y tebeos, etc. **se animarán más fácilmente a leer las páginas de muchos y buenos libros.** Los padres y las madres que leen habitualmente el periódico en familia están poniendo una piedra básica a favor de la construcción del edificio de la cultura.



Leer periódicos y revistas también es leer...

- Pregunta en el centro escolar qué revistas o periódicos juveniles son los más apropiados para tus hijos, según su edad, y procura llevarlos con asiduidad a casa.
- Selecciona algún texto periodístico que los pequeños de la casa puedan entender. Puedes empezar leyendo la sección de deportes, música o espectáculos para, poco a poco, ir comentando los hechos de actualidad.

5. PARA “JUGAR” CON DIVERSOS CÓDIGOS DE COMUNICACIÓN

No es nada desdeñable que utilicemos los periódicos como un banco de juegos en el que “leer” e interpretar desde el humor los más variados códigos: fotos sorprendentes, noticias con algún elemento absurdo, titulares divertidos, viñetas humorísticas... El juego de palabras, el punto de vista original y la mirada creativa sobre la realidad nos ayudarán a desdramatizar los posibles conflictos que surjan en el seno familiar. Así, nuestros hijos e hijas aprenderán el verdadero valor de cada cosa.



Podemos divertirnos juntos un rato...

-Juntos también podéis recortar la foto de la jornada e inventar una historia sobre lo que allí sucede. De un día para otro la historia puede enriquecerse con nuevas fotografías y nuevos argumentos. ¡Puede ser una historia interminable!

6. PARA CULTIVAR SU SENSIBILIDAD

Las hambrunas, las guerras, las epidemias...

El cultivo de la sensibilidad pasa también por la lectura de noticias relacionadas con **aque-
llos temas que más nos conmueven**; por la discusión de aquellas realidades que nos gustaría
cambiar; por la toma de postura ante esas injusticias que cada día se reflejan en los medios
escritos.



Hay noticias que nos "tocan"
el corazón...

- Presta atención a las emociones que determinados textos o imágenes del periódico suscitan. Ayuda a tus hijos e hijas a reconocer esas emociones y comentadlas juntos.
- Completa la información que tienen sobre los acontecimientos del día haciendo que reconozcan el origen de los hechos, los conflictos que generan, y el mejor modo de resolverlos. Ayúdales también a interpretar las imágenes del diario.

7. PARA PLANIFICAR EN COMÚN ALGUNOS RATOS DE OCIO

A la vista de algunas informaciones, **el periódico** puede ser el detonante para planificar alguno de los ratos del ocio familiar: cada día la prensa da cuenta de los estrenos teatrales o cinematográficos, de las exposiciones, de los conciertos, y de todo tipo de actos culturales. Consultar juntos estas informaciones **puede darnos buenas ideas para pasar un buen rato**.

Aprovechemos el tiempo con los pasatiempos...

-Acostúmbrales a que busquen datos puntuales en el diario y aprovecha los suplementos infantiles y juveniles así como las páginas de pasatiempos. Sopas de letras, crucigramas y sudokus son buenos pretextos para desarrollar en familia las competencias lingüística y matemática.



8. PARA HACERLES PENSAR

Toda lectura es un acto de pensamiento; un estímulo para la inteligencia y las emociones. La lectura de la prensa debe hacerse sabiendo también quién está detrás de cada periódico y reconociendo, por tanto, las posibles orientaciones ideológicas de algunas noticias. **Tú puedes ayudar a tus hijos y a tus hijas a acercarse a la prensa con criterio:** de esta forma harás de este medio de comunicación un elemento formador de primer orden.



Leer, oír, ver, sentir, entender...

-Relaciona las noticias del periódico con las que ofrecen la radio y la televisión. Cuando en el telediario den una noticia importante, enséñales a acudir al periódico para entenderla mejor. Estarás formando su espíritu crítico.

9. PARA SACARLE PARTIDO A INTERNET

Si disponemos de conexión a Internet, podemos dedicar un rato cada día a mirar las ediciones digitales de uno o dos diarios y comentar algunas de las noticias que en ellos se reflejan. [Las ediciones digitales completan y renuevan la información continuamente](#). Además, tu familia podrá consultar no solo todos los periódicos de tu país sino también los del mundo entero.

¡Hay tanto por conocer...!

-Anímalos a que usen los periódicos digitales para elaborar sus trabajos escolares: se interesarán más y tendrán una información más actualizada.



10. PARA AYUDARLES A DEFINIR SUS PROPIOS VALORES

El periódico puede fomentar el debate de ideas en casa. En esos ratos en que está la familia reunida, la lectura silenciosa que el adulto hace del periódico, puede interrumpirse para comentar en voz alta una noticia, para interpretar un dato, para criticar una determinada situación, para aportar una opinión, etc.; **de esta forma se van descubriendo diferentes puntos de vista y se identifican los propios.**



24

Ayúdales a entender su lugar en el mundo...

- Procura que, en la medida de lo posible, tus hijos e hijas relacionen las informaciones del periódico con la vida cotidiana de la familia. De esa forma les ayudarás a entender la complejidad del mundo que les rodea.
- Y si, a pesar de todo, algún día no encuentras el rato apropiado para compartir la actualidad, no te preocupes y vuelve a intentarlo al día siguiente.

2. LA EDUCACIÓN ESTÁ CAMBIANDO

Recientemente, una nueva ley de educación, la [LOE¹](#), ha introducido un nuevo concepto del cual habrás oído hablar en las reuniones del centro escolar de tus hijos: las [competencias básicas](#).

El concepto de competencia es complejo. Tus hijos e hijas han de demostrar que poniendo en juego sus conocimientos, sus habilidades, su mundo emocional, su sistema de valores y otros recursos personales [saben hacer](#) una tarea determinada en un [contexto real](#) y son capaces de [aplicar en otros contextos y situaciones](#) todo lo que van aprendiendo a lo largo de ese proceso.

Este enfoque de la educación por competencias no se ha inventado en España sino que forma parte de los [compromisos](#) que han adquirido todos los países [de la Unión Europea de aquí al año 2020](#) con el fin de adaptar la educación a las necesidades de la sociedad de la información y hacer de la economía europea una de las más competitivas del mundo.



Fig. 1: Chicos y chicas de un Instituto de Educación Secundaria trabajando en clase.

1. Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE)

2.1. Las competencias básicas

Basándose en este [marco de referencia europeo](#), en los decretos de enseñanzas mínimas que desarrollan la ley de educación se han definido las siguientes [competencias básicas](#):

■ LA COMPETENCIA EN COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA

Tus hijos serán competentes si saben utilizar el lenguaje para comunicarse oralmente y por escrito, para comprender la realidad, para construir su conocimiento y para regular sus propias conductas y emociones.

En relación a la competencia lingüística adquieren una especial relevancia las habilidades lectoras pues en la medida en que tus hijos e hijas aprendan a leer comprensivamente, ya desde los primeros años de su escolarización, obtendrán un mejor rendimiento escolar, no solo en la asignatura de Lengua, sino también en todas las demás².

■ LA COMPETENCIA MATEMÁTICA

Los chicos y las chicas, gracias a esta competencia, tendrán la habilidad de utilizar los números y sus operaciones básicas, los símbolos y las formas de expresión y podrán razonar matemáticamente para producir e interpretar informaciones, conocer más sobre los aspectos cuantitativos y espaciales de la realidad y resolver problemas relacionados con la vida diaria y con el mundo laboral.

QUEREMOS QUE NUESTROS HIJOS E HIJAS SEAN PERSONAS...



Fig. 2: Cualidades creativas para el siglo XXI

- Que confíen en sí mismas
- Que toleren la ambigüedad
- Que sienten curiosidad e interés por lo que les rodea
- Inteligentes, sensibles e intuitivas
- Con sentido del humor

2. El Proyecto Atlántida es un colectivo de profesionales de diferentes sectores educativos unidos para desarrollar experiencias de innovación en el currículum y en la organización de los centros docentes. Este Proyecto lleva trabajando varios años en la educación por competencias básicas, y señala la importancia de adquirir las competencias lingüísticas para el éxito en el aprendizaje de otras áreas (matemáticas, ciencias naturales, sociales, conocimiento del medio, lenguas extranjeras, etc.) así como en el rendimiento académico en general.

■ LA COMPETENCIA EN EL CONOCIMIENTO Y LA INTERACCIÓN CON EL MUNDO FÍSICO

Si tus hijos y tus hijas adquieren esta competencia podrán interactuar con el mundo, tanto en sus aspectos naturales como en los generados por la acción humana y podrán comprender las cosas que suceden, siendo capaces de predecir sus consecuencias. Además, no les costará identificar qué pueden hacer para mejorar las condiciones de vida de la sociedad en la que viven.

■ LA COMPETENCIA EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y COMPETENCIA DIGITAL

Gracias a esta competencia los jóvenes desarrollarán su habilidad para buscar, obtener, procesar y comunicar la información; serán capaces también de asimilar personalmente esta información transformándola así en conocimiento. Igualmente utilizarán de forma ágil y sin dificultad las diferentes tecnologías de la información y la comunicación.

■ LA COMPETENCIA SOCIAL Y CIUDADANA

Será importante que los más jóvenes de la casa aprendan a comportarse de manera que podamos convivir en una sociedad cada vez más plural; que comprendan la realidad social del mundo en que habitan y que participen plenamente en la vida cívica. Serán capaces de hacer todo esto si desarrollan esta competencia.

QUEREMOS QUE NUESTROS HIJOS E HIJAS SEAN PERSONAS...



Fig. 3: Cualidades creativas para el siglo XXI (cont.)

- Que acepten asumir riesgos
- Que se hagan preguntas y busquen las respuestas
- Que actúen con criterio propio
- Que se comprometan con la sociedad en la que viven
- Que produzcan ideas nuevas y las lleven a la práctica
- Que sueñen y deseen mejorar el mundo

■ LA COMPETENCIA CULTURAL Y ARTÍSTICA

No importa que tus hijos e hijas no sean artistas en el sentido estricto del término, pero gracias a esta competencia podrán valorar y comprender las diferentes manifesta-

ciones artísticas de su entorno, apreciarlas como parte del patrimonio cultural y utilizarlas como fuente de enriquecimiento personal.

■ LA COMPETENCIA PARA APRENDER A APRENDER

Si en su etapa escolar los chicos y las chicas desarrollan adecuadamente esta competencia, podrán seguir aprendiendo autónomamente a lo largo de toda su vida. En el colegio y el instituto se iniciarán en el aprendizaje para, posteriormente, ser capaces de continuar aprendiendo por ellos mismos. Esto les ayudará a desenvolverse bien ante las incertidumbres que les plantea la vida: podrán buscar respuestas y aceptar diversas soluciones ante un mismo problema.

■ LA COMPETENCIA EN AUTONOMÍA E INICIATIVA PERSONAL

Desarrollando esta competencia tus hijos serán capaces de transformar sus ideas en actos: así, podrán optar con criterio propio y llevar adelante las iniciativas necesarias para desarrollar la opción elegida, haciéndose también responsable de ella, tanto en el ámbito personal como en el social y el laboral.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre las competencias básicas

En estas direcciones de Internet encontrarás una explicación más extensa sobre las competencias básicas que deben adquirir tus hijos e hijas:

www.lascompetenciasbasicas.wordpress.com/

www.competenciasbasicas.net/

www.competenciasbasicas.webnode.es/

www.consumer.es/web/es/educacion/escolar/2008/03/19/175574.php

2.2. Los medios de comunicación son importantes

Desde principios del siglo XX, los medios de comunicación clásicos –la prensa y la radio, el cine y la televisión– experimentaron un gran desarrollo dando lugar a la llamada “sociedad de masas” pues estos medios permitían llevar la información de forma simultánea a un amplio número de personas.

Hacia 1970 comenzó una nueva fase en la que las llamadas entonces “nuevas tecnologías” se desarrollaron de forma espectacular transformando las relaciones laborales, la economía, la vida cultural, la institución escolar y la propia vida personal de la ciudadanía. Se abría

paso así la llamada **sociedad de la información**, en la que el consumo de tecnología ha ido en constante crecimiento hasta el momento actual en el que las pantallas se han convertido en soportes fundamentales de información y comunicación.

La Unión Europea y la UNESCO, ya desde ese momento, comenzaron a llamar la atención sobre la necesidad de introducir en la escuela los medios de información y comunicación con la finalidad de que los escolares aprendieran a acercarse ellos con sentido crítico y a utilizarlos con creatividad.

Con este objetivo, la UE ha recomendado recientemente alfabetizar al alumnado en medios de comunicación. La **educación mediática** se constituye así en un área de conocimiento imprescindible en la **Sociedad de la Información** que promueve la lectura y recepción crítica

de los mensajes de todos y cada uno de los medios de información y comunicación: prensa escrita; cine, radio, televisión; Internet, video- juegos, etc.



Fig. 4: El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado la educación.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre la educación mediática

En estas direcciones de Internet encontrarás una explicación más extensa sobre este tema:

www.educacion.es/mediascopio/index.do

www.aula.elmundo.es/

www.estudiantes.elpais.es/

www.periodicodelestudiante.net/proyecto.asp

www.prensaescuela.es/

www.revistaintercole.com.ar/

2.3. Tú puedes participar más activamente en la educación de tus hijos e hijas

La familia ha sido y es la primera instancia educadora para la infancia y la juventud. Son los padres y las madres los que transmiten a su descendencia los valores y la visión del mundo en la que creen.

Tradicionalmente, la familia ha participado en la instrucción de sus hijos: son los padres y las madres quienes les ayudan a estudiar, les explican lo que no entienden, les orientan para que realicen bien las tareas escolares, colaboran con el centro educativo cuando es necesario, etc.

En este momento, la actual Ley Orgánica de Educación (LOE), reconociendo este papel de la familia, hace todavía más hincapié en el **principio del esfuerzo compartido** en el sentido de que la responsabilidad del éxito escolar del alumnado no solo recae sobre cada individuo, sobre las familias, el profesorado, los centros docentes, etc., sino sobre toda la sociedad en su conjunto.

2.4. La prensa escrita puede ser tu aliada

Puede parecer un cierto anacronismo defender las ventajas que tiene la lectura de la prensa escrita en familia en la era de las comunicaciones por Internet, sin embargo, conviene insistir en el valor de este medio, aparentemente humilde. Existen varias razones para ello:

1. En primer lugar, **las informaciones periodísticas tienen una mayor permanencia** que la de otros medios como la radio o la televisión, por lo que se pueden leer en casa, tranquilamente, y se pueden comentar con un mayor detenimiento.
2. En segundo lugar, **la lectura del periódico permite hacer descubrimientos personales** pues con su ayuda tus hijos y tus hijas podrán adquirir de forma autónoma nuevos conocimientos, guiados por sus propios intereses e inquietudes.
3. En tercer lugar, este aprendizaje autónomo que permite el descubrimiento personal **aumentará la motivación de los chicos y las chicas por el estudio** y hará que desarrollen una mayor confianza en sus propias capacidades.
4. En cuarto lugar, **la prensa escrita permite poner en práctica estrategias de lectura comprensiva y crítica** en relación con la realidad. Esto ayudará a los más jóvenes de la casa a desarrollar aquellas habilidades que les permitirán actuar críticamente en relación a otros medios de comunicación y a otras fuentes de información.

5. En quinto lugar, la reflexión en familia acerca de las distintas versiones que los diarios dan de un mismo hecho permitirá a todos reconocer los diferentes puntos de vista; y provocará la necesidad de hacerse preguntas... permitiendo así que unos y otros **ejerciten las habilidades propias de las mentes creativas**: la capacidad de pensar, de imaginar y de soñar con independencia de juicio.



Fig. 5: Consultar juntos el diario ayudará a tus hijos e hijas a adquirir nuevos conocimientos y a desarrollar distintas capacidades.

3. LA IMPORTANCIA DE LA LECTURA DE LA PRENSA

3.1. Leer en la era de la imagen

¿Es importante la lectura en la era de las pantallas? ¡Sí! Y más que nunca. Pero hoy en día el concepto de lectura se ha ampliado considerablemente. **Leer ya no es solo descifrar el texto**: es preciso comprender, interpretar, valorar, analizar críticamente el contenido de lo que se lee.

Los más jóvenes necesitarán descubrir lo nuevo por ellos mismos, a partir del flujo continuo y cada vez más inabarcable de la información disponible, la cual les llega en los más diversos formatos y soportes y a través de los más variados códigos de comunicación.

Entre tanta y tan variada información tendrán que resolver ambigüedades y elegir la interpretación del texto que les parezca más oportuna. No solo habrán de descubrir el significado

literal, sino que, deberán cuestionarse lo que leen, realizar deducciones y descubrir mensajes implícitos hasta atribuir al texto un sentido pleno.



Fig. 6: Los medios de comunicación impresos y digitales han contribuido a modificar el concepto actual de lectura que se ha ampliado considerablemente.

3.2. Los estudios internacionales sobre educación. El informe PISA

En los últimos años se han realizado en España diversos estudios internacionales para evaluar la situación de la educación en relación a la de los otros países europeos.

Si bien la situación educativa española se encuentra, en general, cercana a la fijada por la Unión Europea como objetivo para el 2010, existe, sin embargo, en algunos casos una distancia que puede verse incrementada en las próximas décadas.

Una de estas evaluaciones es PIRLS³ que mide específicamente la comprensión lectora, y sus pruebas se aplican a los estudiantes que están acabando el cuarto curso de Educación Primaria (9-10 años).

Otro de estos estudios internacionales es PISA⁴ cuyas siglas significan **Programa para la Evaluación Internacional de los Alumnos**. Se trata de un estudio comparativo del rendimiento

3. PIRLS es el Estudio Internacional de Progreso en Comprensión Lectora, de la Asociación Internacional para la Evaluación del Rendimiento Educativo (IEA). PIRLS 2006 proporciona datos comparativos a escala internacional sobre la competencia lectora de los alumnos y alumnas del cuarto curso de Educación Primaria. La prueba PIRLS se aplica de manera regular cada cinco años desde el año 2001.

4. El total de países participantes en PISA fue de 32 en 2000, 41 en 2003, 57 en 2006 y 65 en 2009; de ellos, los 33 países miembros de la OCDE más 32 países asociados.

educativo del alumnado de 15 años, a partir de la evaluación de tres competencias básicas: la competencia lectora, la competencia matemática y la competencia científica. Se realiza cada tres años. La primera convocatoria tuvo lugar en el año 2000. En ella, la principal área evaluada fue la *lectura*. En 2003, las *matemáticas* y en 2006, las *ciencias*.

PISA analiza no solo el rendimiento del alumnado sino también otros factores que pueden relacionarse con él como **el entorno familiar, social y escolar** (por ejemplo, la organización de los centros, el país de procedencia de las familias y la cualificación profesional de los padres, las horas dedicadas a cada área...) así como otras **circunstancias específicas del alumnado** (por ejemplo, género e historia escolar, auto-confianza, estrategias de aprendizaje, interés por el estudio...).

La última edición de PISA es del año 2009 y se centra principalmente en la evaluación de la **competencia lectora**, valorando el rendimiento lector del alumnado según diferentes factores. Entre estos factores, figuran las actitudes que los chicos y las chicas adoptan ante la lectura y las estrategias que emplean en su aprendizaje.

Sobre la motivación por la lectura, se han recogido datos relativos a cinco áreas:

- leer por placer,
- tiempo dedicado a la lectura por placer,
- variedad de materiales leídos por placer,
- actividades de lectura digital,
- deberes de lectura y lectura en clase.

Una primera certeza que ofrece PISA desde 2000 es que la mejora del rendimiento lector del alumnado tiene un impacto indiscutible en su vida futura, tanto en sus oportunidades académicas como en las laborales. Una segunda conclusión asocia el rendimiento del alumnado con factores tales como el nivel de interés por la lectura, su tiempo libre dedicado a ella y la variedad de recursos y materiales que lee.

Los resultados nos muestran que tanto la motivación hacia la lectura como el empleo de determinadas estrategias de aprendizaje que el alumnado dice practicar, están estrechamente relacionados con el rendimiento, especialmente hacia el final de la educación obligatoria.

En todos los países, los alumnos y alumnas que disfrutaban más con la lectura tienen un rendimiento significativamente más alto que aquellos que dijeron que no les gustaba leer. En España, el 60% del alumnado dice encontrar la lectura como una actividad placentera.

Otro factor que se asocia de forma importante con el rendimiento es el tiempo que los jóvenes dedican a la lectura. Los mejores lectores tienden a leer más tiempo porque están más motivados y esto, a su vez, hace que mejoren su léxico y su comprensión.

Por otra parte, los resultados de PISA muestran que es importante la variedad de materiales que se lean. Normalmente, si el lector se acostumbra a leer diferentes tipos de materiales, conseguirá un mejor nivel de rendimiento.

En 2009 se ha incluido en PISA una nueva modalidad de Lectura de *Textos Electrónicos*⁵. Esta opción trata de evaluar la comprensión lectora del alumnado en el cada vez más común formato digital. El estudio permitirá comparar y ofrecer información sobre la comprensión lectora del formato tradicional de papel y el formato electrónico. Los jóvenes que practican una gran variedad de actividades de lectura digital obtienen en general un rendimiento más elevado que los que apenas se dedican a estas actividades.

En PISA 2009 además, se analizan las estrategias que usa el alumnado en su aprendizaje y las que ponen en marcha al trabajar con textos escritos como 'comprender y recordar', 'resumir', estrategias lectoras de memorización, de control y de elaboración. En todos los países, cuanto más consciente es el alumnado de la importancia de desarrollar estrategias adecuadas, mejores son los resultados en lectura.

PISA valora, como hemos nombrado anteriormente, la relación entre los resultados obtenidos y el nivel socioeconómico y cultural de las familias de los estudiantes. Como se ha ido demostrando, el aprendizaje de las competencias básicas por el alumnado está relacionado también con el estatus social, económico y cultural de las familias. Por ejemplo, una variable valorada que influye en la puntuación media obtenida en comprensión lectora ha sido el número de libros que los jóvenes tienen a mano en casa. Cuanto mayor es el número de libros que el alumnado tiene en casa, más alta es la puntuación media.

En comprensión lectora, España obtiene una puntuación media mayor que en la edición anterior, en el año 2006, situándose en el mismo nivel de rendimiento que el promedio de los países OCDE. España, en los niveles más bajos de rendimiento, obtiene cifras similares a

5. En la modalidad de evaluación de Lectura Digital (ERA (*Electronic Reading Assessment*)) han participado únicamente 19 países de los 65 OCDE, entre ellos España. Los resultados serán publicados en junio de 2011.

los promedios OCDE, sin embargo, en los niveles de rendimiento más elevados, nuestro país se encuentra por debajo de la media.

El sistema educativo español, por tanto, tiene un comportamiento similar al promedio OCDE cuando se analizan resultados del alumnado y de los centros con niveles de rendimiento medios y bajos y las diferencias, aunque moderadas, se producen en los rendimientos de alumnos y centros que presentan mejores resultados.

Estos resultados no arrojan, pues, una imagen todo lo positiva que sería deseable y aconsejan aunar esfuerzos educativos y sociales por la lectura y la mejora de la comprensión lectora y del rendimiento de todo el alumnado español.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre los estudios de evaluación

En estas direcciones de Internet encontrarás una explicación más extensa sobre este tema:

www.educacion.es/horizontales/prensa/notas/2010/12/informe-pisa.html

www.institutodeevaluacion.educacion.es/ievaluacion/publicaciones/estudios-ie.html

www.oecd.org/document/51/0,334,en_32252351_32235731_39732595_1_1_1_1,00.html

www.elpais.com/articulo/educacion/era/digital/llega/Informe/Pisa/elpepusocedu/20090209elpepedu_1/Tes

www.elpais.com/articulo/sociedad/Espana/recupera/PISA/bajon/2006/sigue/puntos/media/OCDE/elpepusoc/20101207elpepusoc_2/Tes

cib.blogcindario.com/2006/10/00007-que-es-el-informe-pisa.html

3.3. Las habilidades comunicativas

Las diferentes instituciones europeas han reflexionado en los últimos años acerca de la enseñanza-aprendizaje de las lenguas con el fin de establecer unos criterios comunes para todos los países de la Comunidad Europea⁶. Se han identificado tres categorías de habilidades comunicativas: aquellas que nos permiten **producir la comunicación**, las que nos permiten **recibirla** y las que nos permiten **interactuar** con otros:

6. Según el Marco Común Europeo de Referencia de las Lenguas (MER). El MER forma parte de la política lingüística del Consejo de Europa que pretende unificar criterios para la enseñanza – aprendizaje de lenguas dentro del contexto europeo.



Figura 7: Habilidades de la competencia comunicativa, según Europa.

Como ya se ha mencionado en el apartado 2.1. de esta guía, la competencia lingüística consiste en utilizar el lenguaje para:

- 1) Comunicarse oralmente y por escrito
- 2) Comprender la realidad
- 3) Construir el conocimiento
- 4) Regular las propias conductas y emociones

El desarrollo y el dominio de estas capacidades serán progresivos según la edad y el nivel escolar.

¿Qué significa que tus hijos e hijas tengan habilidades *para comunicarse de forma oral y escrita*?

- Que hablen, que conversen y que dialoguen.
- Que sepan escuchar.
- Que sepan expresar y entender pensamientos, emociones, y opiniones.
- Que lean y escriban de acuerdo a su edad.
- Que utilicen diferentes códigos para comunicarse (verbal, gestual...).

¿Qué significa que tengan habilidades para **comprender y dar sentido a la realidad que les rodea?**

- Que puedan adaptar su forma de comunicarse según con quien hablen y según el lugar en el que estén.
- Que sepan buscar, manejar y comunicar información.
- Que conozcan las reglas de la lengua.
- Que se interesen por otras culturas e idiomas.
- Que produzcan ideas, hagan preguntas...

¿Qué significa que puedan **construir el conocimiento?**

- Que comprendan los textos que leen.
- Que sean coherentes con lo que dicen y con lo que hacen.
- Que ordenen y expresen los propios argumentos de forma adecuada y convincente.
- Que sepan interactuar con el medio en diferentes situaciones.
- Que manejen diferentes fuentes de información.

¿Qué significa que desarrollen habilidades para **organizar su propio pensamiento, sus emociones y su conducta?**

- Que sean capaces de tomar decisiones.
- Que sepan convivir con los otros.
- Que disfruten escuchando, leyendo o expresándose.
- Que superen los estereotipos y rechacen las expresiones sexistas.
- Que desarrollen un juicio crítico y ético.
- Que interactúen con los demás adecuadamente.
- Que sean capaces de realizar críticas con espíritu constructivo.
- Que usen la comunicación para resolver los conflictos.
- Que tengan en cuenta las opiniones distintas a las suyas.

3.4. La importancia de la lectura

La lectura se describe actualmente como un proceso mental mucho más complejo que el de simplemente descifrar un texto. El acto lector es, ante todo, una actividad creadora a través de la cual nuestros hijos e hijas desarrollan todas sus facultades mentales. Cuando leen asumen ante el texto un papel activo que implica reconocer las palabras, pero también entender, interpretar y analizar críticamente su significado.

Los chicos y las chicas son más competentes en lectura en la medida en que pueden leer cada vez con más precisión y rapidez un texto, pueden comprenderlo e interactuar con él. Los jóvenes lectores descifran los signos, resuelven las ambigüedades y eligen entre las diversas interpretaciones del texto. No solo descubren el significado literal, sino que, al mismo tiempo, se cuestionan lo que leen, hacen sus deducciones y pueden atribuir al texto un sentido pleno que relacionarán con su propia experiencia vital.

Al comentar en familia la información del periódico, nuestros hijos e hijas aprende a responsabilizarse de sus opiniones y a juzgar la realidad desde su propia libertad de expresión.

Así pues, la lectura del periódico es fundamental para desarrollar en los jóvenes los hábitos lectores y el pensamiento crítico, así como la educación en valores éticos. Si tus hijos e hijas se habitúan a leer el periódico en familia, podrán descubrir por sí mismos las informaciones y los temas que más les interesen, lo que les motivará a continuar buscando otras informaciones por su cuenta. Este interés mejorará sus hábitos de estudio y su gusto por la lectura.



Fig. 8: Página de *El periódico* del día 19 de junio de 2009. Los textos periodísticos se prestan a la reflexión ética acerca de los temas de actualidad.

¿Qué habilidades concretas puedes ejercitar en ellos con ayuda del periódico?

- Recordar y reconocer palabras, informaciones, datos...
- Interpretar lo que leen en las noticias, los editoriales, los reportajes, las imágenes...

- Valorar el sentido de los textos, es decir, lo que realmente quieren decir, y sacar conclusiones personales.
- Organizar las diversas informaciones y valoraciones del texto haciéndolas suyas y recreándolas de forma personal.

<p>1. Recordar y reconocer</p>	<p>Retener palabras clave o fundamentales.</p> <p>Recordar datos para responder a preguntas.</p> <p>Recordar detalles concretos.</p> <p>Localizar, identificar y comprender la información.</p> <p>Recordar las informaciones más relevantes.</p>
<p>2. Interpretar</p>	<p>Entender lo que dice el título.</p> <p>Determinar quién es el emisor de la información, a quién va destinada y cuál es su finalidad.</p> <p>Asociar ideas con cada uno de los párrafos de un texto.</p> <p>Formarse una opinión personal a partir del texto.</p> <p>Captar el sentido profundo de un párrafo.</p> <p>Establecer una jerarquía de ideas, es decir, poder distinguir las que son más importantes de las que tienen un valor secundario.</p> <p>Reconocer las ideas implícitas, o sea, aquellas que aunque no se mencionan expresamente, se pueden deducir del contenido del texto.</p> <p>Poder predecir lo que sucederá como resultado de la información del texto.</p> <p>Sacar conclusiones personales de la lectura.</p> <p>Comparar y contrastar informaciones diversas de diferentes textos.</p> <p>Realizar inferencias, es decir, poder aplicar la información obtenida a contextos diferentes a los que se refiere el texto.</p>
<p>3. Valorar</p>	<p>Captar el sentido de lo leído.</p> <p>Considerar críticamente el contenido.</p> <p>Tomar una posición personal respecto a la realidad presentada en el texto.</p> <p>Diferenciar lo verdadero de lo falso.</p> <p>Distinguir lo real de lo imaginario.</p> <p>Separar y clasificar ideas y hechos.</p> <p>Relacionar diferentes textos o partes de textos entre sí.</p>

Generalizar y matizar la información de un texto.
Relacionar el contenido de los textos con la propia vida personal.

4. Organizar

Elegir un título para cada párrafo.
Establecer consecuencias.
Analizar la coherencia del texto.
Evaluar las características lingüísticas del texto.
Descubrir e identificar matices.
Saber aplicar correctamente las instrucciones de un texto.
Hacer esquemas y mapas conceptuales.
Completar estructuras dadas.
Resumir el contenido de diversos textos.

Fig. 9: Habilidades lectoras para la era digital. Fuente: Víctor Moreno⁷

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre la lectura

En estas direcciones de Internet encontrarás nuevas ideas para fomentar en tus hijos y tus hijas el hábito lector:

www.leer.es/

www.rif.org/kids/leer/es/leerhome.htm

www.lastresmellizas.com/

www.encuentos.com/

www.revistaintercole.com.ar/

www.clubkirico.com/

www.rayuela.org/index.php?id=1

www.storyplace.org/

www.elhuevodechocolate.com/

www.ite.educacion.es/w3/eos/MaterialesEducativos/mem2009/pequetic/index.html

www.isftic.mepsyd.es/w3/eos/MaterialesEducativos/mem2007/lectoescritura_adaptada/lea/menuppal.html

7. Víctor Moreno: *Lectura de prensa y desarrollo de la competencia lectora*. Ministerio de Educación. Secretaría General de Educación y Formación Profesional. 2009. Págs 34-35.

www.ite.educacion.es/w3/eos/MaterialesEducativos/mem2007/cueva_tragapalabras/

fenix.isftic.mepsyd.es/recursos/index.html

www.ite.educacion.es/w3/recursos2/cuentos/index.htm

recursostic.educacion.es/primaria/enpocaspalabras/web/

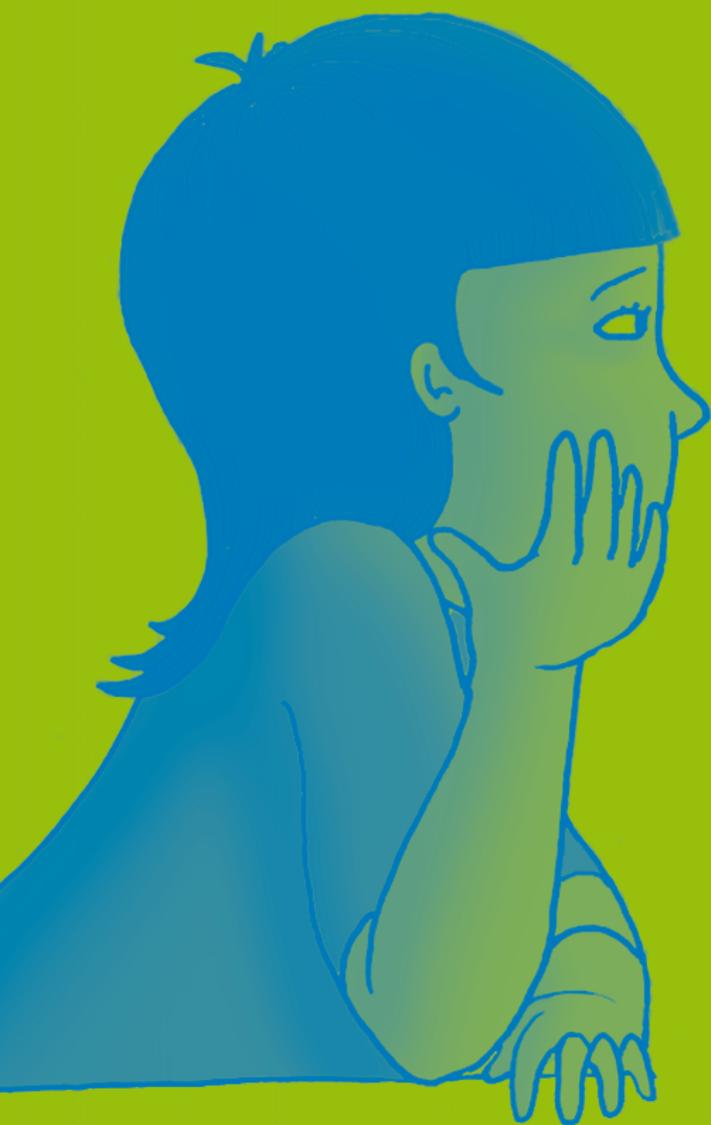
www.ite.educacion.es/w3/eos/MaterialesEducativos/mem2008/escrilandia/programa/index.html

www.ite.educacion.es/w3/eos/MaterialesEducativos/mem2004/en_un_lugar_de_la_red/index.html

www.ite.educacion.es/w3/recursos2/narrativa/index.htm

SEGUNDA PARTE: PON AL DÍA TUS CONOCIMIENTOS





1900

Friedrich

un día como hoy de...

... para reducir el paro". "El fin es conseguir la mejora del marco económico europeo, del trabajo y de los servicios sociales".

CCOO acusa al Gobierno de «criminalizar» a los parados

Los sindicatos dicen que se «criminaliza» la búsqueda de empleo laboral

Por *Ignacio Toxo*

Madrid, 12 de octubre de 2011

BEATRIZ GARCÍA SERRANO / EFE

CCOO, Ignacio Toxo, fue más allá de declaraciones a la prensa y declaró que el Gobierno "se está criminalizando a los parados". Toxo dijo que los desempleados "no pueden encontrar empleo" y que el Gobierno "está mandando a los parados a la cárcel". El líder de CCOO opinó que el Gobierno "está mandando a los parados a la cárcel" y que "los parados están siendo criminalizados".

... debe ser duradero...
... con un número suficiente de...
... la publicación de Plutarco Palacios, lleva así, durante...
... desde hace más de un decenio...
... en un momento de...
... de peso, los medios se olvidaron...
... también. Solo tenemos que...
... desde entonces para dejar de ver esta dura realidad...
... Desde este lado del mundo, desde nuestra...
... también comenzar a prestar atención a...
... condiciones, a apreciar lo que...
... día de la quera con tanta ligereza y...
... dad siempre con nosotros.



4. EL PERIÓDICO Y SUS SECCIONES

Las personas adultas tenemos ya una larga experiencia como receptores y consumidores de medios de comunicación como la prensa, la radio, la televisión, etc. Por tanto, aunque nuestros hijos sepan mucho más que nosotros de Internet, aún tenemos realmente muchas cosas que enseñarles en este campo.

Pero antes habremos de caer en la cuenta de algunos aspectos fundamentales en relación a los medios en general y la prensa escrita en particular.

¿HAS CAÍDO EN LA CUENTA...

- ... de la cantidad de medios de comunicación que existen a tu alrededor?
- ... de que las empresas de comunicación tienen una doble finalidad, económica (ganar dinero) e ideológica (transmitir unas ideas y unos valores)?
- ... de la importancia que la publicidad tiene para los medios, como fuente de financiación y de los recursos que ésta pone en juego para “atrapar” al receptor?
- ... de las distintas fuentes de información a las que acuden los medios?
- ... de los diferentes códigos de comunicación que interactúan en los medios: prensa, televisión, Internet...?
- ... de que en el diario aparecen muchos tipos de textos, según su género periodístico?
- ... de la importancia que tienen las imágenes que aparecen en el diario?

4.1. El periódico

4.1.1. Qué es

El periódico es una publicación de periodicidad variable que difunde los acontecimientos recientes entre el mayor número de personas posibles. Sus principales objetivos son informar, opinar y entretener.

Detrás de un periódico está siempre la empresa periodística, que se estructura en diversos departamentos: dirección, redacción, administración, etc. Según su periodicidad hablamos de prensa diaria y no diaria; según su contenido, distinguimos periódicos generales informativos, sensacionalistas, especializados, etc.

Todo periódico se estructura en secciones o apartados en los que ordena y distribuye la información. Una de las secciones más importantes es **la portada o primera página**, que ofrece una síntesis del contenido del periódico. En ella se inserta la cabecera, formada por el nombre de la publicación y los datos de registro, tales como la fecha, el número de ejemplar, el precio y el año de publicación.

Con el fin de ofrecer información actualizada a sus lectores, los periódicos cuentan con distintas fuentes de información, tanto propias como externas. Entre las propias se encuentran los redactores, corresponsales y enviados especiales que trabajan para el medio; entre las externas, que son muy variadas, destacan las **agencias de noticias**.

4.1.2. Sus secciones

Un diario contiene, por término medio, unas 120 informaciones entre noticias, crónicas, reportajes, etc. Si no existieran unos criterios para ordenar toda esta información, su lectura sería algo caótico. Igualmente, resultaría imposible confeccionarlo. Por ello, los contenidos del periódico aparecen ordenados en secciones, que vienen a ser el equivalente de los diferentes capítulos de un libro. El nombre de cada sección aparece en la parte superior de las páginas que la integran.

Cada periódico establece y ordena sus secciones según criterios propios; algunos diarios utilizan un **criterio territorial** así que ordenan sus contenidos según el ámbito geográfico al que se refieren las noticias: *internacional, nacional, autonómico, provincial, local...*, otro prefieren el **criterio temático** y ordenan los contenidos en función de su asunto: *laboral, económico, cultural, deportivo...*

Las **secciones fundamentales** son la columna vertebral del periódico y suelen estar presentes en todos los diarios. Son: la primera página o portada y la última página o *contraportada*,

internacional, nacional, regional-autonómico, provincial, local, deportes, economía-bolsa, laboral-trabajo, opinión, etc.



Fig. 9: La portada del periódico



Fig. 10: La contraportada del periódico

5. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN. Las agencias de noticias

Todos los diarios utilizan muchas y variadas fuentes de información. Estas pueden ser propias o externas.

Las **fuentes propias** las conforman todas aquellas personas y medios de que dispone un periódico para conseguir información. Las más comunes son: el redactor, el corresponsal, el enviado especial, el fotógrafo y el archivo documental del medio.

Las **fuentes de información externas** son aquellas personas o instituciones que están interesadas en proporcionar información al periódico: ruedas de prensa, gabinetes de prensa, portavoces de las instituciones, partidos políticos, sindicatos, ONG y, sobre todo, las agencias de noticias.

Las agencias de noticias

Las agencias de noticias son empresas que obtienen la mayor cantidad de informaciones posible para venderla después a los diferentes medios de comunicación.

Las agencias envían la información a los medios abonados, por lo que sus comunicados son neutros, sin comentarios ni valoraciones de ningún tipo; se trata de una información que se limita a la exposición de los hechos.

Para conseguir abundante información actualizada, estas agencias cuentan con una red de corresponsales en todo el país o en todo el mundo, según sean nacionales o internacionales.

Cuando ocurre un hecho de importancia, el corresponsal que cubre la información de cualquier parte del mundo transmite la información a la central, que, a su vez, después de valorarla, y contrastarla, la envía a los abonados.

Sin embargo, resulta significativa la manera en que las agencias eligen los sucesos que consideran de actualidad, por lo que hay zonas del mundo que intencionadamente quedan en lo que se ha denominado “sombra informativa”.

De este modo, la mayor parte de las noticias que ofrecen las agencias se refieren al llamado “primer mundo”, mientras que hay continentes o regiones geográficas que casi nunca aparecen en los diarios (África, zonas del sureste asiático, etc.)

Es frecuente el caso de determinadas áreas geográficas que, tras haber copado la atención informativa durante un breve periodo de tiempo a causa, por ejemplo, de una catástrofe, pasen enseguida a desaparecer de los diarios y a quedar de nuevo en “sombra informativa”.

6. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

En la prensa escrita se distinguen los géneros periodísticos verbales de los visuales. Los géneros verbales son aquellos en los que se utiliza como soporte de la información el texto, es decir, la palabra. En la prensa escrita existen tres grandes tipos de géneros periodísticos verbales: el informativo, el interpretativo y el de opinión.

Por el contrario, en los géneros periodísticos visuales es la imagen la parte básica del texto, y la que aporta dinamismo a la información transmitiendo emociones generalmente más intensas. A veces las imágenes se ayudan de un breve texto a pie de foto o algún otro comentario verbal. Los géneros visuales del periodismo son: la fotografía informativa, el reportaje fotográfico, el fotomontaje, los subgéneros del humorismo gráfico (viñeta, tira y chiste gráfico) y la infografía.



Fig. 11. Noticia de la sección de cultura del diario *La Vanguardia* del día 16 de abril de 2009.



Fig. 12. Página de *El País* del 15 de febrero de 2010 en la que se ilustra la noticia con una infografía descriptiva.

6.1. Los principales géneros verbales

6.1.1. Los géneros informativos. La noticia

Los géneros informativos del periodismo son los que cuentan los sucesos de actualidad con un lenguaje objetivo, claro y directo, pues el redactor se sitúa fuera del texto, por lo que no opina sobre lo que ha ocurrido. En principio, su intención es meramente comunicativa, aunque no siempre se cumple este objetivo, ya que todos podemos observar cómo una misma información aparece dada de manera distinta en diferentes periódicos, según su orientación ideológica.

Los principales géneros informativos son: **la noticia**, **el reportaje** y **la entrevista**.

La noticia narra de forma clara y objetiva un hecho de actualidad con un estilo, escueto, imparcial y sobrio. En la primera parte de la noticia o *entradilla* se aportan los datos fundamentales del hecho. Seguidamente, en el texto o *cuerpo* de la noticia se amplían y desarrollan

los principales datos ofrecidos en la entradilla. Generalmente, las noticias suelen responder a las preguntas: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué? Los detalles más importantes del hecho se ofrecen en la *entradilla* y el *cuerpo*, mientras que los datos secundarios se relegan a los últimos párrafos.

6.1.2. Los géneros de opinión. El editorial

La finalidad de los géneros de opinión es expresar el punto de vista de quien escribe, interpretar y comentar los sucesos de la realidad, evaluar las circunstancias en los que estos se han producido y opinar sobre los motivos y las consecuencias que estos sucesos tienen.



Fig. 13: Página de la sección de opinión del periódico *El Mundo* del día 8 de septiembre de 2010.

Habitualmente, los géneros de opinión aparecen en la sección de opinión de cada periódico (editoriales, artículos, columnas...) aunque también pueden aparecer breves comentarios y valoraciones en las páginas de las otras secciones, generalmente acompañando a una noticia importante. En este caso, el comentario valorativo se recuadra y se resalta con una tipografía diferente para que los lectores no confundan la información sobre los hechos de las opiniones que el medio expresa acerca de ellos.

Los géneros periodísticos valorativos tienen una gran importancia porque crean opinión entre el público lector; están representados por el editorial, el artículo, el comentario o columna, la crítica y las cartas al director.

El editorial es un texto periodístico que, con un lenguaje claro y preciso, expresa, según la línea ideológica del medio, una determinada opinión acerca de algún hecho o noticia de interés general (asuntos políticos, económicos, culturales,

etc.). No va firmado porque lo redacta un equipo de editorialistas cercano a la dirección del medio. Como texto argumentativo que es, suele comenzar aclarando los hechos o asuntos que se van a comentar para, seguidamente, aportar distintos argumentos a favor o en contra de ellos. Por último, finaliza con una conclusión en la que se defiende la opinión que el medio impreso quiere difundir.

6.1.3. Los géneros mixtos. La crónica

Los géneros mixtos del periodismo también se llaman géneros interpretativos. En ellos, además de informar de un suceso ocurrido, el periodista expresa su opinión sobre él. De este modo, se pretende relacionar el acontecimiento con el tiempo y el lugar en que se ha producido. En realidad, el periodista aparece así como un testigo especializado de lo que cuenta. Los géneros mixtos son: el reportaje interpretativo, la entrevista y la crónica.

La **crónica** se caracteriza por unir información y opinión sobre un asunto determinado, con un estilo sencillo y claro en el que destaca la personalidad del periodista, que firma su texto y suele ser alguien entendido en la materia. Por tanto, la crónica mezcla lo subjetivo y lo objetivo. Hay muchos tipos de crónicas: deportivas, políticas, culturales, taurinas, de viajes, de sociedad, etc.

6.2. Los principales géneros visuales

6.2.1. Los elementos del código visual

Cuando observamos una imagen, es preciso tener en cuenta algunos elementos del código visual que provocan en el receptor diferentes impresiones y que son importantes a la hora de interpretar correctamente la información que las imágenes transmiten; estos elementos son, entre otros, el encuadre, el plano, el ángulo y el tamaño.



Fig. 14: Distintos tipos de encuadre para una misma imagen.



El **encuadre**: es el espacio de la realidad que capta el objetivo de la cámara y que aclara el grado de importancia del asunto fotografiado y su relación con el fondo de la imagen. Cuanto mayor espacio ocupe el objeto o asunto en la fotografía y más reducido sea el fondo, más destacará y más atención le prestaremos.

El **plano**: es el espacio abarcado por el encuadre. Resalta una visión de la realidad dependiendo del lugar y el ángulo en el que se coloque la cámara y determina la perspectiva, los objetos que aparecen en la imagen, etc. En el siguiente cuadro se pueden ver los distintos planos:

Plano general	Cubre prácticamente toda la escena. Describe sobre todo paisajes y espacios, a veces de forma panorámica.
Plano entero o plano figura	Encuadra la figura completa del personaje, que suele estar de pie y destaca sobre el ambiente. Es el plano más utilizado.
Plano americano, tres cuartos o plano medio largo	Recorta la figura del personaje a la altura de los muslos o las rodillas. Se le llama plano americano porque se utilizaba mucho en las películas americanas del Oeste. No es habitual.
Plano medio	Enmarca al personaje de la cintura a la cabeza. Suele usarse para ilustrar entrevistas y reportajes de moda.
Plano medio-corto	Encuadra al personaje de la mitad del cuerpo a la cabeza, lo destaca sobre el fondo y no lo relaciona con el contexto.
Primer plano o primer plano mayor	Solo aparecen los hombros y la cara del personaje. Este plano indica cierta confianza y transmite más emociones. También acerca los objetos al observador.
Primerísimo primer plano	Enmarca el rostro del personaje desde el mentón a la parte superior de la cabeza. Denota emotividad.
Plano detalle	Es un plano muy cerrado y que solo se utiliza para destacar detalles concretos.

Fig. 15: Los distintos tipos de plano.

El **ángulo o punto de vista**: es la posición que adopta el fotógrafo para tomar la imagen en relación al sujeto o al objeto que está retratando. Los diferentes ángulos provocan en el receptor distintas emociones o actitudes: así, por ejemplo, en el **ángulo normal o frontal** el fotógrafo se sitúa en paralelo y a la misma altura del sujeto, con lo que se consigue una sensación de realismo; mientras que en el **ángulo picado** el fotógrafo está más alto que el objeto y lo

fotografía desde arriba, de forma que se distorsiona la imagen y se añade a lo fotografiado una connotación de debilidad. El **ángulo contrapicado** se consigue poniendo la cámara más baja que el objeto y resulta muy útil para fotografiar edificios y monumentos. Es lo opuesto al **ángulo cenital** o “**vista de pájaro**” en el que la cámara se sitúa justo encima del objeto, mirando hacia abajo.



Fig. 16: Una misma realidad mostrada desde diferentes puntos de vista.

El **tamaño**: condiciona mucho la importancia de la imagen y el formato de la fotografía.

6.2.2. La fotografía periodística. La foto-noticia

La **fotografía** es un recurso informativo muy importante para el periódico porque capta inmediatamente la atención del lector; es capaz de comunicar de forma rápida la información fundamental y de impresionar a los lectores a través de las emociones que provoca. También aporta viveza a la página en la que está. La fotografía informativa ha de mostrar hechos o

situaciones de interés inmediato y que tengan relación con el texto periodístico al que acompañan. Generalmente, incluye en su parte inferior un texto muy breve que se denomina “**pie de foto**”. Este aclara y concreta el significado de la imagen a la vez que identifica a las personas protagonistas del acontecimiento y el lugar en el que el hecho se ha producido.



Fig. 17: La fotografía periodística y su pie de foto. En esta página de la Sección de Internacional del periódico *El País*, del 9 marzo de 2010, aparece una foto con un pie de foto cuya función es identificar a las personas que bajan del avión y el lugar en el que están. En este caso, el pie de foto aclara y comenta el significado de la imagen.



Fig. 18: La foto-noticia es una imagen tan impactante que por sí misma aporta toda la información necesaria y no precisa, por tanto, del apoyo de texto alguno. El pie de foto de esta fotonoticia, aparecida en el periódico *El País*, el 8 de septiembre de 2010, lleva un título llamativo y un buen texto explicativo.

La fotografía de prensa por excelencia es la **fotonoticia**. Se trata de una imagen tan impactante que por sí misma es noticia. Capta siempre el momento esencial y de máxima tensión de un acontecimiento muy importante o una gran novedad informativa y suele provocar en el receptor una emoción intensa que le lleva a comprender de inmediato el significado del hecho y, en muchos casos, a identificarse de forma irracional con él.

La fotonoticia suele acompañarse de un pie de foto con título y un texto que no excede habitualmente de unas quince líneas.

6.2.3. El humorismo gráfico

En el periódico, el humorismo gráfico está representado fundamentalmente por **la viñeta, la tira y el chiste gráfico**. Estos tres géneros mezclan generalmente texto (código verbal) y dibujo (código icónico).

La viñeta y el chiste gráfico son dibujos que pueden llevar incorporado un texto breve y que van recuadrados por líneas negras. Si se unen dos o tres viñetas formando una breve historieta, tenemos entonces una "tira".



Fig. 19: Ejemplo de tira.

La viñeta aborda desde el humor los asuntos más importantes de la actualidad social y política, pues el dibujante suele dar su visión crítica de la realidad. Es por esta razón por lo que la viñeta se suele considerar un género de opinión.

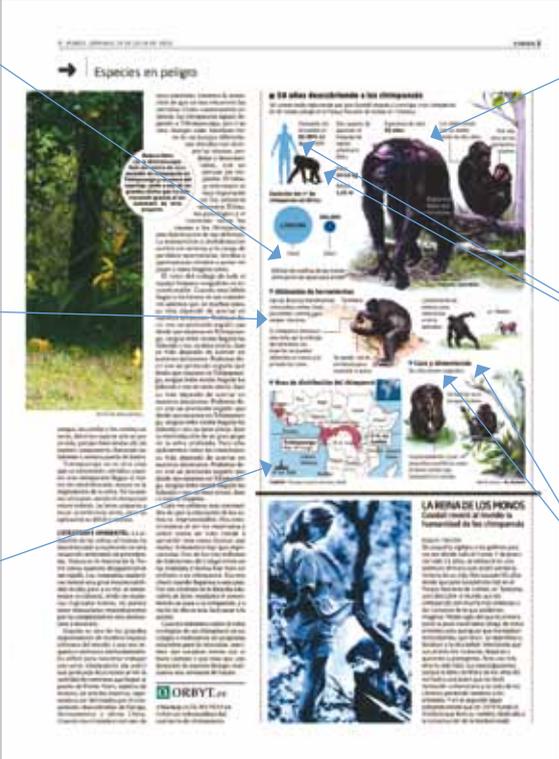
La viñeta cuenta una pequeña historia, es decir, representa de forma pictórica un momento y un espacio muy pequeños, pero con un significado profundo que el lector tiene que desentrañar. Cuanto mayor es el tamaño de la viñeta y más numerosos los detalles aparecen en ella, más interés despierta en los lectores.

En los periódicos, suelen tener bastante éxito aquellas en las que están caricaturizados los políticos y los personajes públicos de la vida diaria de cada país. Entre los dibujantes de mayor prestigio de la prensa española podemos nombrar a Forges, Gallego y Rey, Romeu, El Roto, etc.

El **chiste gráfico** se diferencia de la viñeta y la tira en que solo pretende entretener, ya que los asuntos que trata no tienen importancia social y no existe ninguna actitud crítica por parte del dibujante. Suele aparecer en revistas y publicaciones de entretenimiento, más que en periódicos.

6.2.4. La infografía

La infografía es un género enormemente atractivo para los lectores, por lo que cada vez aparece más en los diarios. Se trata de una composición gráfica en la que se integran componentes muy variados: el diseño, la imagen, el color, los símbolos, los textos breves, la tipografía utilizada en títulos y textos, etc.



El **diseño** ha de dar sensación de orden y buena relación entre los distintos elementos que aparecen en la infografía.

El **texto** escrito debe tener funcionalidad, ubicar en el espacio y el tiempo el asunto tratado y ser conciso, objetivo, breve y tendente a la exactitud.

Se pueden incluir **símbolos** como suelen ser flechas, siluetas, ideogramas, logotipos...

Las **imágenes** pueden ser retratos, mapas, diagramas, gráficos, escenarios, etc.

Los **colores** han de ser preferentemente planos, es decir, con mezclas realizadas a partir del azul, el amarillo, el magenta (o rojo) y el negro.

La **tipografía** utilizada ha de ayudar a que el lector se fije en el texto y lo valore correctamente.

Fig. 20: Los elementos de que se compone la infografía. En esta infografía aparecida en *El Mundo* el 18 de julio de 2010 se aprecian claramente los elementos que la componen (imágenes, textos, símbolos, etc.).

En ella es muy importante el aspecto estético que se consigue integrando todos sus diferentes componentes de tal forma que el texto resultante (verbal y visual) transmita de forma clara varias informaciones a la vez. La infografía se genera con la ayuda del ordenador y determinados programas informáticos y sustituye en nuestros días al dibujo tradicional.

Hay diferentes clases de infografías: *la infografía narrativa*, explica procesos que, como una pequeña historia, se desarrollan en el tiempo, mientras que *la descriptiva*, muestra alguna información desde diferentes puntos de vista.

Actualmente, en un mundo dominado por la televisión y el uso de las nuevas tecnologías, la infografía es un género que resulta muy cercano y moderno, pues conecta fácilmente con receptores poco acostumbrados a leer largos textos y que prefieren dejarse seducir por las imágenes; la infografía en estos casos les ayuda a comprender casi sin esfuerzo, informaciones variadas sobre numerosos temas.

7. LA PUBLICIDAD

Como lector de diarios, ya habrás visto que una parte importante del espacio total del periódico lo ocupa la publicidad. Y es que los anuncios constituyen, desde los mismos inicios de la prensa, su principal fuente de financiación.

Los anuncios publicitarios impresos en las páginas de los diarios intentan convencer a los lectores para que compren o soliciten un producto o servicio concreto; para ello, combinando textos, imágenes (fotografías, dibujos, etc.), y elementos paralingüísticos (tipografía, diseño...) organizan el mensaje de la forma más clara y atractiva posible.

En los anuncios impresos, además de la información objetiva acerca de las cualidades del producto o servicio que se anuncia (que no en todas las ocasiones aparece), predominan generalmente los elementos de persuasión y los significados añadidos o simbólicos.

La imagen impresa pone en juego diferentes elementos del lenguaje visual, tales como el **encuadre**, o parte de realidad que aparece en la imagen; los **colores** utilizados, algunos muy llamativos como el rojo, el verde, el azul o el amarillo; el **tipo de plano**: primer plano, plano medio, plano general...; etc. todo ello con el objetivo de que el lector se identifique de forma inconsciente con esa imagen y se deje atrapar por ella y, por tanto, por el producto que se anuncia.

Un **antetítulo** que amplía y refuerza la idea del título.

Los elementos de diseño composición, color, tipografía, etc.

Un **título**, generalmente llamativo, con el que se anuncia el producto o servicio, y que intenta retener la atención del lector.

Un **texto breve** en el que se aportan detalles sobre el producto que se anuncia.



La **marca** del producto.

La **imagen** suele ser atractiva y reflejar estereotipos. En este caso, la hermosa y joven trabajadora eficiente, la nueva mujer.

Una frase (denominada por los expertos "frase resolutive") que incita al consumo.

El eslogan o frase fácil de recordar y que concreta el mensaje.

Fig. 21: Los elementos de un anuncio impreso.

7.1. Los estereotipos de la publicidad

Hay que tener en cuenta que la publicidad no es neutra en absoluto. Por el contrario, suele transmitir los estereotipos y los valores culturales dominantes.

En el mensaje publicitario, sea este impreso o no, se manejan siempre conceptos con un significado positivo y amable para la mayor parte de la gente. Nunca veremos en un anuncio términos como *muerte*, *enfermedad*, *duda* o *dolor* y sí, en cambio, las que se relacionan con la modernidad, la ciencia, la técnica, la juventud, la belleza, el lujo, la felicidad, la sensualidad, la tradición, etc.

Los anuncios impresos que vemos en los periódicos y las revistas pueden tener diferentes tamaños. Cuanto mayor extensión tenga el anuncio en la página, mayor será el impacto que provoca y mayor el coste para la empresa, entidad o persona anunciante.

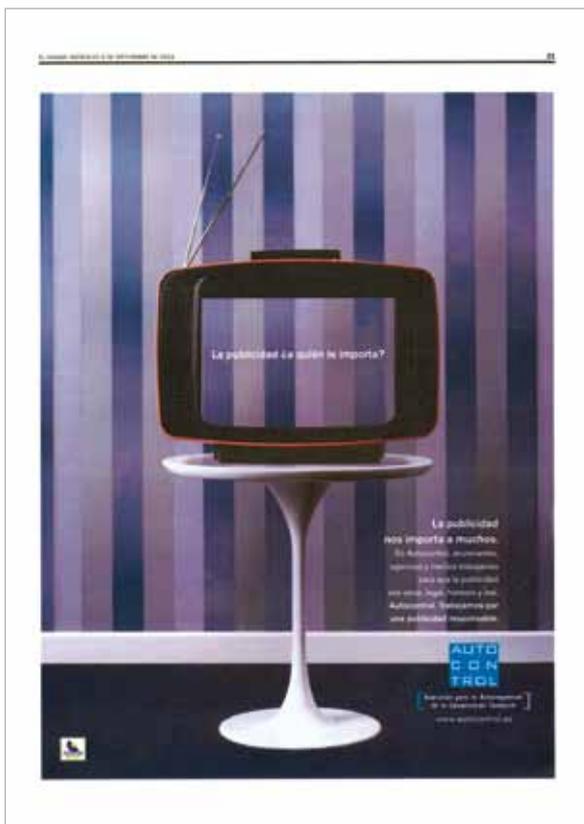


Fig. 22: Anuncio impreso a toda página.



Fig. 23: Anuncio impreso a media página.

Según el espacio que ocupe en la página de una publicación periódica el anuncio publicitario puede adoptar diferentes formatos:

- n **A toda página:** es el anuncio que ocupa una página completa de la publicación.
- n **A media página:** se trata de un anuncio que abarca, como su nombre indica, la mitad de la página; generalmente va colocado en la mitad inferior de la misma.
- n **Robapágina:** es un anuncio impreso cuyo tamaño es algo inferior a una página lo que permite insertar en ella algo de texto el cual ocupa la parte superior y un lateral. Este formato refuerza la imagen en contraste con el texto, que siempre es breve, por lo que resulta bastante atractivo para el receptor.
- n **Faldón:** es un tipo de formato publicitario impreso que tiene forma horizontal y va colocado al pie de la página de la publicación. No lleva alrededor otros anuncios, sino únicamente

textos escritos, por lo que destaca mucho y produce en los lectores mayor efecto que otros formatos; esto hace que su coste para el anunciante sea muy elevado.

The image shows a newspaper page with a large advertisement for Toyota. The ad is a circular arrangement of red Toyota cars, with the text "ESTE ANUNCIO NO TIENE NINGÚN TIPO DE INTERÉS" (This advertisement has no interest) and "0% TIN" (0% financing). The Toyota logo is visible in the top right corner of the ad. The background of the page shows newspaper text and a small photo of a man in a hard hat.

Fig. 24: Ejemplo de robapágina.

The image shows a newspaper page with a cycling race report and a Digital+ advertisement. The report is titled "Cuentas pendientes" (Outstanding accounts) and discusses the Tour 2010. The ad features a close-up of a man's face and the text "DIGITAL+ GRATIS" (Digital+ Free). The background of the page shows newspaper text and a small photo of a cyclist.

Fig. 25: Ejemplo de faldón.

8. LA LECTURA CRÍTICA DEL PERIÓDICO

Un periódico no se lee igual que un libro. Generalmente, el lector ojea el diario rápidamente para fijarse en las noticias que más le interesan o llaman su atención y solo después leer en profundidad las informaciones seleccionadas. Además, no tiene por qué llevar un orden establecido en su lectura: puede, por ejemplo, comenzar a leer la última página, ir luego a la primera y después a la sección que más le interesa...

Igualmente, en el contexto de una página cualquiera, su mirada tampoco se desliza de arriba a abajo y de derecha a izquierda, como lo haría si leyera un libro, pues los diferentes elementos que aparecen: las fotos, los titulares, las noticias y su diferente tamaño, etc., le incitan a deslizar la mirada siguiendo un orden determinado u otro. Generalmente, de forma natural,

los lectores tienden a mirar antes las páginas pares que las impares, y la parte superior derecha de una página antes que la superior izquierda.

Los periódicos utilizan un código mixto que combina la palabra, las imágenes y los elementos de diseño. Así que si queremos realizar una verdadera lectura crítica de su contenido deberemos valorar a fondo aspectos como el sentido y las características del texto (código verbal), la tipografía de los titulares, los elementos de diseño, el color, etc. (código paralingüístico), y las fotos, los gráficos, las viñetas y otros elementos visuales (código icónico).

Una vez que hayamos reparado en todo ello, deberemos poner toda nuestra atención para intentar comprender el contenido de los textos, comprobar que las fuentes de información son serias y fiables y “leer entre líneas”, es decir, captar en profundidad lo que el periodista nos está transmitiendo así como su intención comunicativa, incluso aunque en el texto no se exprese explícitamente.

Así que, antes de animar a tus hijos e hijas a leer críticamente el periódico conviene que te fijes en algunos aspectos que en el caso de los libros no suelen ser significativos. Puedes hacerte preguntas como estas:

¿En qué sección del diario aparece la información?

Una misma noticia, por ejemplo, no adquiere la misma importancia ni el mismo significado si aparece en una sección del periódico u otra. Por ejemplo, una información sobre sospecha de *doping* de un futbolista adquiere diferentes matices según aparezca en la sección de sucesos o en la de deportes.

¿Qué espacio de la página ocupa y en qué zona está situada?

La extensión de las noticias (el número de columnas que ocupan) es importante. Cuanto más relevancia le da el medio a esa información más espacio le corresponderá en la página, pudiendo llegar a ocuparla por completo, lo que se denomina en el lenguaje periodístico *información a toda plana*.



Fig. 26: En esta página de *El Mundo*, 9 de septiembre de 2010, la noticia principal "El jorobado de Las Hoyas" se complementa con otra secundaria que ocupa la columna derecha de la página.

¿Cuál es la noticia principal y cuál o cuáles son secundarias?

En el contexto de una página en la que aparecen diferentes informaciones, es importante descubrir cuál es aquella a la que el medio ha dado más importancia y cuáles son las informaciones secundarias o complementarias. Para distinguirlo hay que prestar atención a la diagramación de la página es decir, a la forma en la que se distribuyen los elementos como el color, la tipografía, etc. Si la información es importante, el diario la destacará complementándola con una o varias fotografías, recuadrando el texto con líneas más o menos gruesas, utilizando una tipografía de gran tamaño en el titular, metiendo color tanto en la foto como en los titulares, etc.



Fig. 27: En esta página de *El País*, de 5 de mayo de 2010, destacan dos imágenes: una fotonoticia sobre la marea negra en el Golfo de México y un anuncio publicitario sobre un vino al que se denomina "Oro rojo". Ambas imágenes se contraponen. Además, el eslogan del anuncio, que llama poderosamente la atención por su fuerte colorido, contrasta también con el titular de la noticia principal. Por su parte la noticia guarda una relación de semejanza con el titular de la noticia sobre la basura nuclear.

¿Aporta alguna información complementaria el tratamiento formal dado a una noticia?

Es interesante ver si el diseño escogido para la página en la que se inserta la información da sensación de orden o monotonía, o variedad, o caos, o agilidad, etc. y qué efecto produce esto en los lectores.

¿Cómo se relacionan entre sí los diferentes textos e imágenes que aparecen en la página?

A veces, al lado de la noticia principal aparecen otras informaciones secundarias sobre el mismo tema que aportan detalles que complementan o matizan la información. En otras ocasiones ocurre lo contrario: las noticias complementarias parecen contradecir o entrar en conflicto con la principal. A veces, aunque tratan temas diferentes, las distintas informaciones parecen tener algo más profundo en común. Lo mismo ocurre con las imágenes, las cuales a veces complementan a los textos y en otros casos entran en conflicto con ellos. Ese mismo efecto puede darse al aparecer en una misma página imágenes publicitarias y fotonoticias cuyo choque significativo produce un gran impacto en los lectores. Ese es el caso de un semanario en el que hace ya algunos años, aparecía un reportaje fotográfico sobre una gran hambruna en el continente africano en el que aparecían niños en los huesos que apenas podían tenerse en pie junto a un anuncio de leche desnatada, ideal para mantener la línea.



Fig. 28: Relación entre los textos y las imágenes de periódico. ABC, 3 de mayo de 2009.

¿Cuáles son las fuentes de información en las que se basa la noticia?

Hay que tener muy en cuenta las distintas fuentes de información en las que se basan una noticia o un reportaje. Para ello, hemos de identificar quiénes son los autores del texto, quiénes son los responsables de las informaciones gráficas (fotografías, etc.), cuál es el medio de comunicación en el que se publica la información y si tiene prestigio; cuál es su tendencia ideológica, etc. Igualmente conviene fijarse en el nombre de la agencia que ha difundido la noticia, así como el de los expertos que se citan o se han consultado para ampliar o comentar el tema.

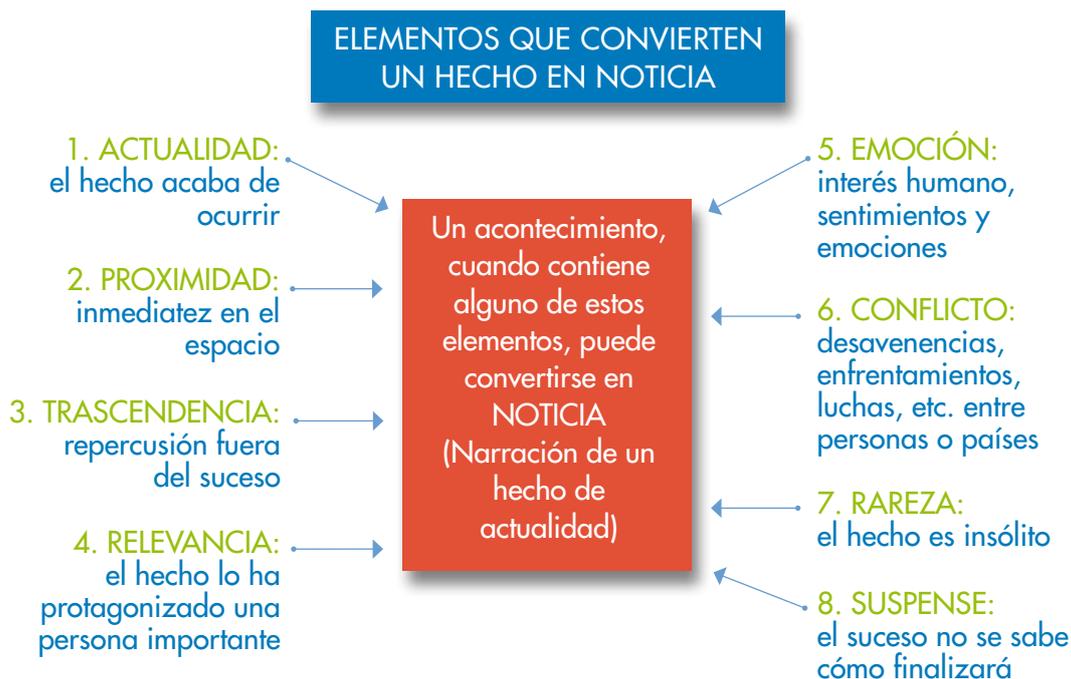


Figura 29: Ingredientes o factores que determinan que un hecho se convierte en noticia.

¿Cuál es el tema de la noticia?

Es interesante intentar expresar con las propias palabras el tema de la noticia, identificar el hecho que ha dado lugar a la información y analizar por qué ese hecho es lo suficientemente interesante como para que aparezca en el periódico. Resulta muy útil también prestar atención a los puntos ricos en información que en el caso de los textos periodísticos son los títulos, los antetítulos y subtítulos, las entradillas de las noticias y los reportajes, los textos que van recuadrados o destacados por algún recurso tipográfico, las frases entrecuadradas, las fotografías y sus pies de foto, las infografías y los gráficos, etc.

¿Qué es información y qué es opinión?

Al ser el periódico un espacio en el que se combinan muchas veces información y opinión, tenemos que estar atentos a este aspecto, diferenciando cuándo el diario se limita a contarnos los sucesos de una forma más o menos objetiva, y cuándo sus redactores están opinando sobre el tema, sobre todo, si este es de gran interés social o político. En el caso de que se esté dando una opinión, es conveniente que tengamos claro cuál es la línea ideológica del periódico y si nos identificamos o no con los argumentos expuestos, para lo cual tenemos que echar mano de nuestros propios conocimientos; también es importante comprobar de qué manera lo tratan otros periódicos de tendencias ideológicas opuestas, pues así podremos verificar la validez de las informaciones.

¿Hay algo más que “leer entre líneas”?

A veces, los medios pretenden defender una opinión o una determinada posición ideológica sin decirlo claramente. En otras ocasiones intentan transmitir a sus lectores, ya sea a través de los textos o por medio de las imágenes, ideas implícitas o mensajes subliminales en función de determinado interés del propio medio. Por tanto, conviene estar preparados para identificar estos intentos de manipulación. Es imprescindible, en estos casos, contrastar una misma información en varios diarios diferentes y en relación a otros medios de información: noticiarios radiofónicos, telediarios, etc.



En el pie de foto de la fotonoticia central de esta portada de la Razón (26 de abril de 2011), se habla del “estilo Mou” referido a la presidenta de la CC.AA de Madrid. Esta expresión hace referencia al estilo del entrenador del equipo de fútbol del Real Madrid, José Mourinho, caracterizado por la falta de tacto a la hora de hablar de sus competidores, junto con los éxitos en el terreno de juego. Aplicando este calificativo a Esperanza Aguirre, el periodista está alabando la eficacia en la gestión de la Presidenta a pesar de que a veces tiende a “hablar sin pelos en la lengua”.

Fig. 30: Leer entre líneas. En el pie de foto de la fotonoticia central de esta portada de la Razón (26 de abril de 2011), se habla del “estilo Mou” referido a la presidenta de la CC.AA de Madrid. Esta expresión hace referencia al estilo del entrenador del equipo de fútbol del Real Madrid, José Mourinho, caracterizado por la falta de tacto a la hora de hablar de sus competidores, junto con los éxitos en el terreno de juego. Aplicando este calificativo a Esperanza Aguirre, el periodista está alabando la eficacia en la gestión de la Presidenta a pesar de que a veces tiende a “hablar sin pelos en la lengua”.

9. LA PRENSA DIGITAL

La prensa digital, llamada también "ciberprensa", se desarrolla en Internet, por lo que está absolutamente ligada a las llamadas nuevas tecnologías. Este tipo de prensa da a los lectores una mayor sensación de libertad de expresión porque permite recibir comentarios inmediatos, adhesiones y críticas a lo que se publica. Es muy activa, ya que pone a disposición de las personas que consultan estos periódicos foros y otros sistemas de comunicación.

Cuando buscamos información en Internet, tenemos la posibilidad de recurrir a muchos de los enlaces que la prensa digital pone a nuestra disposición, para ampliar nuestros conocimientos sobre los más variados temas; además, la prensa online tiene dos ventajas fundamentales: puede consultarse desde cualquier sitio y a cualquier hora, siempre que dispongamos de conexión a la Red y ofrece una información continuamente actualizada.

Tanto en nuestro país como en el resto del mundo existen multitud de periódicos digitales, cuyas ediciones son consultadas continuamente por un gran número de lectores.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre los periódicos digitales

En estas direcciones de Internet encontrarás los más importantes diarios digitales:

En castellano: www.elmundo.es, www.elpais.com, www.abc.es, www.elimparcial.es,
www.libertaddigital.com, www.lavanguardia.es, www.nortedecastilla.es,
www.lavozdegalicia.es, www.elheraldodearagon.es.

En otras lenguas peninsulares: www.ukdigitala.com (en vasco), www.e-noticies.com (en catalán), www.mundogaliza.com (en gallego).

En inglés: www.thetimes.co.uk, www.thenewyorktimes.com.

En francés: www.lemonde.com.

En italiano: www.ilcorrieredelasera.it.

En alemán: www.spiegel.de.

KIOSCO DIGITAL. Esta página permite el acceso a todas las portadas de los periódicos del día. Se organiza por continentes y dentro de cada continente por países. A través del acceso a la portada se puede enlazar con el diario online.

www.kiosko.net/

TERCERA PARTE: APRENDER CON EL PERIÓDICO EN FAMILIA





10. TRABAJAR LAS COMPETENCIAS BÁSICAS EN CASA CON AYUDA DEL PERIÓDICO

Para que tus hijos y tus hijas se conviertan en ciudadanos comprometidos con la sociedad en la que viven, sean trabajadores competentes en un mundo laboral continuamente cambiante en el cual los conocimientos se están renovando continuamente y se conviertan en personas autónomas capaces de buscar por sí mismas una vida equilibrada y feliz, lo importante es que en cada una de las tareas que tengan que afrontar –desde su vida de estudiante hasta el fin de su vida laboral– sean capaces de movilizar de forma creativa todos los recursos de los que disponen: conocimientos, habilidades, valores, emociones... Este es el enfoque que da al aprendizaje la perspectiva de una **educación por competencias**.

La familia es un contexto muy importante para los niños y las niñas y en este ámbito afectivo se les puede ayudar a adquirir las competencias básicas proponiéndoles actividades variadas con el periódico como un fiel aliado.

Tú puedes hacerlo jugando con el diario en familia. Te proponemos a continuación una serie de actividades que puedes realizar con los más jóvenes de la casa.

10.1. El periódico en casa para los más pequeños

Si tus hijos e hijas son muy pequeños (Educación infantil) puedes...

- Coger un periódico y ayudarles a reconocer las distintas páginas. Se trata de que se den cuenta de que el periódico tiene letras y fotos y que algunas letras, como las de los titulares, son más grandes que otras.
- Leerles una noticia y a continuación, hablar sobre ella.
- Mirar juntos anuncios y ver qué intentan vender y si es algo bueno o no.

- Explicarles la diferencia entre periodista y fotógrafo.
- Recortar imágenes de los periódicos y revistas y basándote en ellas ayudarles a reconocer colores, tamaños, algunas letras.



Fig. 31: Collage realizado por alumnos de educación infantil con recortes de revistas.

- Recortar juntos imágenes con muchos y pocos objetos, con personas con distinta vestimenta (de invierno, de verano), con personas de distintas edades, o realizando diferentes quehaceres (fiestas, trabajo, ocio...) o imágenes de distintos medios de transporte.
- Confeccionar un álbum muy personal: podéis recortar juntos imágenes de animales y escribir debajo de cada uno su nombre. Después podéis inventar historias en las que ellos sean los protagonistas.
- Si en algún lugar de la casa colocáis un mural de corcho, podéis pinchar allí noticias cercanas sobre algo que haya sucedido en el seno de la familia: una comida que salió muy rica, una mascota que estuvo en peligro, un objeto que se perdió y apareció en un lugar extraño... Juntos, tus hijos y tú, podéis también sacar con el móvil la foto que acompañe a la noticia.
- Si tus hijos o hijas están aprendiendo a leer... pueden pintar todas las oes o todas las aes o todas las emes que aparezcan en algunos de los titulares.

- También puedes consultar con ellos el mapa del tiempo y ver qué tiempo va a hacer al día siguiente. Ayúdale después a pensar si las previsiones del periódico eran acertadas o no. Intenta que se den cuenta de la utilidad práctica que tiene la información meteorológica del diario.
- Utiliza las fotos y anuncios del periódico para hacer puzles. Puedes cortarlas en pedazos para reconstruirlas juntos después.
- Aprovecha las hojas del periódico para hacer trabajos manuales: un bosque, un tren con muchos vagones, etc.

10.2. El periódico en casa para los niños y las niñas que cursan educación Primaria

Si tus hijos e hijas están ya en Primaria, puedes...

- Leerles noticias sencillas sobre temas relacionados con la salud (alimentos sanos, ejercicio físico, etc.) y hablar con ellos sobre el tema. Comentar juntos noticias sobre fenómenos naturales (volcanes, nevadas, inundaciones...). ¡Aprovecha la ocasión para abordar temas éticos adaptados a su edad!
- Utilizar el periódico para que los pequeños de la casa adquieran habilidades manuales: pueden doblarlo, rasgarlo, perforarlo, cortarlo, enroscarlo y desenroscarlo, recortarlo y pintarlo, recortar juntos distintas figuras geométricas etc. Realizar juntos collages, cuadros, disfraces, guirnaldas, etc. con los periódicos viejos. ¡Pero no te olvides de enseñarles también lo importante que es reciclar el papel!
- Utilizar los eventos deportivos como la vuelta ciclista, el mundial de fútbol o los juegos olímpicos para repasar con ellos contenidos de ciencias naturales (el cuerpo humano, por ejemplo), geografía (lugares donde se celebra el evento o localidades por dónde transcurre la prueba), salud (problemas que sufren los distintos deportistas como golpe de calor, cansancio extremo, lesiones; dietas saludables de los deportistas, según sus necesidades energéticas, etc.). ¡Haz que se den cuenta de cómo cuidan su cuerpo los deportistas y lo importante que es que ellos y ellas también se cuiden!

- Mirar juntos los mapas del tiempo y reconocer los símbolos que aparecen y su significado. Ayudarles a entender los gráficos de barras sencillos y a interpretar croquis, planos y maquetas. ¡Aprenderán así a interpretar el lenguaje visual!
- Hacer juntos, a partir de fotos e informaciones de prensa, un álbum especial sobre descubrimientos técnicos y científicos, sobre investigación espacial, o sobre otro tema de interés para la familia. ¡Estarás cultivando su espíritu científico!



Fig. 32: Anuncio realizado por alumnos de primeros cursos de educación primaria.

- Buscar juntos diferentes noticias sobre problemas ambientales, leerlas y comentarlas. Podéis hacer juntos un fichero fotográfico con imágenes de animales y plantas que salgan en los periódicos y revistas y señalar las que están en peligro de extinción. ¡Así irán formando su conciencia medioambiental!
- Identificar juntos números y cantidades que aparezcan en el diario: ayúdales a interpretarlos, ordenarlos, sumarlos, restarlos... Puedes enseñarles a calcular los precios finales de los productos que se anuncian después de añadirles el IVA, o a averiguar lo que vale el metro cuadrado de vivienda construida en una zona a partir de los precios de la vivienda y el número de sus metros cuadrados. ¡Estarás ayudándoles a desarrollar la competencia matemática!

- Jugar con tus hijos e hijas a desenmascarar mensajes publicitarios. Haz que se pregunten: ¿es tan bueno el producto como lo pintan? ¿Es tan necesario? ¿Qué promete el eslogan? ¿Se ajusta a la realidad? ¡Iráis formando su espíritu crítico!
- Hablar con ellos sobre los distintos profesionales que trabajan en los periódicos: periodistas, fotógrafos, ilustradores, maquetadores, etc. ¡Quién sabe, quizás algún día ellos se conviertan en importantes profesionales de los medios!
- Coleccionar en familia viñetas y tiras cómicas. Interpretarlas y comentar entre todos los conflictos sociales que éstos reflejan. ¡Así formarás su conciencia ciudadana!
- Recortar fotos del periódico y redactar posibles titulares relacionados con ellas. Puedes ayudarles a que recorten palabras y las ordenen alfabéticamente. Buscad juntos en el diccionario los términos que no comprendan. Ayúdales también a diferenciar claramente una noticia de una entrevista y una foto-noticia de un anuncio. ¡Estarán desarrollando así sus competencias lectoras!
- Leer juntos los titulares y las noticias y ayudarles a interpretar correctamente algunas fotografías periodísticas especialmente interesantes. Consigue que reconozcan las preguntas básicas en noticias sencillas: ¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Por qué? Ayúdales también a identificar las partes esenciales de la noticia (titular, entradilla, texto y fotografía) ¡Así serán capaces de entender mejor el lenguaje periodístico!
- Mirar la tele en familia y ayudarles a que analicen si las noticias de la portada del periódico salen también en el telediario. Podéis comentar juntos las diferencias entre una forma y otra de transmitir los hechos. Anímales a que inventen finales felices para noticias tristes o historias interesantes a partir de noticias curiosas. ¡Casi sin darse cuenta estarán ejercitando su creatividad!

10.3. El periódico en casa para los adolescentes

Si los jóvenes de la casa ya cursan la secundaria, puedes...

- Explicar a tus hijos e hijas la importancia de la publicidad y la forma en que esta financia los medios de comunicación. También podéis comentar el hecho de que la tirada de un periódico es una cuestión fundamental para aumentar los ingresos por publicidad, ya que cuantos más ejemplares se venden en los quioscos más empresas querrán anunciarse en el diario.



- Analizar juntos el porcentaje de páginas dedicadas a la publicidad en un día de diario y comprobar si ese porcentaje es el mismo o crece en el suplemento de fin de semana; podéis clasificar por temas los anuncios que más os interesen; o jugar a inventar un anuncio cualquiera... De este modo podréis sacar interesantes conclusiones sobre cómo la sociedad de consumo influye en los medios de comunicación y sobre la necesidad de protegerse de un excesivo espíritu consumista.

Fig. 33: Portada del desaparecido Diario16. En ella se exponen las esperanzas que la ciudadanía, en fechas tan significativas como el cambio de milenio, tenía puestas en el siglo que iba a comenzar.

- Revisar con ellos las páginas de la sección internacional del diario que tengáis a mano en ese momento; puedes indicarles la importancia de algunos organismos internacionales que son noticia cada día (ONU, CEE, FAO, OMS, etc.,) y comentar con ellos el papel que cumplen en la política mundial. Desde su propia visión de adolescentes, ¿creen que se pueden parar de una vez las guerras? ¿Opinan que se acabará con el hambre en el mundo? ¿Consideran que estas instituciones están haciendo de verdad todo lo que pueden para mejorar la vida

de los seres humanos? La respuesta sincera a estas y otras preguntas que surjan hará que, casi sin darse cuenta, los más jóvenes de la casa desarrollen su espíritu crítico y su conciencia ciudadana.

- Comentar con tus hijos y tus hijas los conflictos armados que hay actualmente en el planeta (Afganistán, Libia, etc.) y que generan continuas noticias en los periódicos. Haz que se fijen en las fuentes de información que se han utilizado y cuáles son las agencias que emiten los comunicados. Puedes preguntarles si les parece que la información que se da es imparcial y objetiva o si por el contrario es una información sesgada o está manipulada.
- Mirar juntos las fotografías que se publican en los diarios de los conflictos bélicos. ¿Les impresionan? ¿Qué sienten al ver sufrir terriblemente a otras personas? Observar también durante algunos días (una semana, por ejemplo) el escaso porcentaje de noticias que se refieren a guerras olvidadas (conflictos en África, Asia y demás zonas en “sombra informativa”). Seguro que tus hijos e hijas sacan alguna conclusión sobre este hecho. Ayudándoles a que reparen en estos detalles estarás educándolos para la paz.
- Escoger entre todos alguna publicación dedicada a la Historia; previamente deberéis seleccionar algún artículo referido a una época histórica que estén estudiando en ese momento. Puedes pedirles que te resuman oralmente la parte esencial de lo que han leído en el artículo contestando a las preguntas ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Por qué? Es importante que se fijen también en el diseño gráfico (ilustraciones, fotografías, infografías, etc.) y te comenten si les parece atractivo y si consideran que están bien relacionados la imagen y el texto que la acompaña. Con ello tus hijos e hijas repasarán algunos conocimientos de Ciencias Sociales y pondrán a prueba su competencia en comunicación lingüística.
- Seleccionar juntos noticias o reportajes que tengan relación directa con algunos de los problemas que se les presentan a su edad, como por ejemplo el botellón de fin de semana, el consumo de droga, los accidentes de tráfico protagonizados por jóvenes, los embarazos no deseados, la comida basura.... Tus hijos y tus hijas tomarán conciencia de los posibles peligros para su salud y aprenderán a valorar su bienestar como un tesoro que hay que proteger. Si logras que comprendan que tienen una responsabilidad consigo mismos estarás ayudándoles a que desarrollen su autonomía y su iniciativa personal.



Fig. 34: Portada de periódico realizado por alumnos de secundaria.

- Comentar en casa diferentes noticias sobre los problemas medioambientales que tiene actualmente la humanidad, tales como el agujero de ozono, las especies en peligro de extinción, el cambio climático, los grandes desastres naturales (terremotos, volcanes, huracanes, tsunamis...), la deforestación de la selva amazónica, etc. Les ayudarás a ser conscientes de las repercusiones directas que estos problemas tienen en su propia salud, en la de toda la humanidad y en la del planeta Tierra.
- Buscar juntos el editorial de un periódico y analizar los elementos subjetivos y de opinión que aparecen en él. Puedes ayudar a tus hijos e hijas a que observen si el texto está escrito con un tono sereno o apasionado, si en él se utilizan o no términos agresivos, si se intentan disimular algunos elementos de la realidad objetiva o no... Aprenderás así, poco a poco, a no dejarse manipular por las

opiniones emitidas por los medios de comunicación y a reconocer su propia opinión ante determinados hechos.

- Revisar en familia algunas ediciones digitales de los periódicos más importantes en inglés y francés. Podéis prestar atención a algún evento político, deportivo o cultural reciente. Pídeles que te traduzcan el titular y el contenido de algún artículo, también que observen los anuncios publicitarios publicados en estos diarios extranjeros, así podrán comparar sus expresiones lingüísticas con las de nuestra publicidad impresa. Si veis todos juntos la televisión, conectad algún canal de noticias extranjero, de tal modo que practiquen sus capacidades orales en otros idiomas.
- Escoger diversas portadas de periódicos más o menos prestigiosos y de tendencias ideológicas distintas. Si animas a los adolescentes a que señalen en dichas portadas las diferentes partes, echen un rápido vistazo a las noticias esenciales y a la tipografía utilizada según se trate de un diario nacional, provincial, deportivo, de economía, de sucesos, etc., estarán trabajando sin darse cuenta su competencia lectora.
- Seguir atentamente en la prensa eventos deportivos de gran trascendencia y en la que nuestro país se haya visto representado al más alto nivel; puede ser el caso del último Mundial de Fútbol, los campeonatos mundiales y europeos de baloncesto y atletismo, el Tour de Francia, los torneos de Roland Garros y Wimbledon en tenis, etc., Comenta con tus hijos y tus hijas el comportamiento y la buena imagen pública que tienen deportistas españoles de la talla de Rafael Nadal, Pau Gassol, Marta Domínguez, Alberto Contador y otros muchos, ya que, al margen de sus triunfos profesionales, se han convertido en modelos de conducta a seguir. ¿Qué piensan nuestros jóvenes de esto? ¿Creen que desde el deporte se pueden practicar valores como la tolerancia, el pacifismo, el espíritu de cooperación y superación, etc.? Reflexionando sobre este tema, tus hijos e hijas se darán cuenta de que la conciencia ética se puede desarrollar a partir de disciplinas muy diferentes.
- Buscar juntos algún artículo de prensa de contenido científico y ayudarles a interpretar el significado de gráficos, estadísticas, algunas expresiones matemáticas, diagramas, etc.; con ello estarán desarrollando su competencia matemática.
- Seguir el rastro (en diversas publicaciones, tanto diarias como semanales), a las noticias o reportajes en las que se dé testimonio de alguna exposición impor-

tante en museos prestigiosos o de cualquier otro evento cultural de gran altura (teatro, festivales de cine, congresos de literatura, etc.). Puedes valorar con ellos las distintas informaciones y elegir juntos la actividad artística a la que os gustaría asistir. Estarás desarrollando así de forma sencilla su competencia cultural y artística.



Fig. 35: Collages realizados con recortes de revistas imitando a grandes pintores cubistas del siglo XX, realizado por alumnos del Instituto Grande Covián de Zaragoza.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre diferentes temas educativos,
según las diferentes edades

www.educapeques.com/
www.elhuevochocolate.com/
www.pekegifs.com/
www.lacarabela.com/bin/portal.exe/home
www.juegovial.com.ar/
[www. roble.pntic.mec.es/arum0010/](http://www.roble.pntic.mec.es/arum0010/)
www.lastresmellizas.com/
<http://dpto.educacion.navarra.es/piki/index.php>
www.pacomerselos.es/
www.pipoclub.com/
[www. ninos.niehs.nih.gov/home.htm](http://www.ninos.niehs.nih.gov/home.htm)
www.billiken.com.ar/
www.internen.es/index2.phtml
[www.juntadeandalucia.es/averroes/recursos_informaticos/andared01/dinosaurios/
index.html](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/recursos_informaticos/andared01/dinosaurios/index.html)
www.pilosos.com/
www.premiosveoveo.com/
www.salonhogar.com/
www.elmundodemanu.com.ar/
<http://sol.intervida.org/>
<http://tiki.oneworld.net/>
www.masalto.com/tinmarin/index.phtml
www.laaventuradelavida.net/es/default.shtml
<http://utubersidad.com/>

11. PROPUESTA DE ACTIVIDADES PARA HACER EN FAMILIA

La familia, además de ser el ámbito de la afectividad, es uno de los espacios educativos más importantes para los niños y las niñas. Por eso, como ya hemos visto, en relación a su desarrollo cognitivo y ético, puedes reforzar su evolución con ayuda del periódico. Ya les das ejemplo cuando te ven leer con atención el periódico, cuando comentas con ellos la actualidad, cuando los animas a actualizar sus conocimientos con ayuda de los diarios y a buscar

en ellos información contrastada para sus trabajos escolares... Pero, además, si te interesa dar un paso más, puedes proponerles hacer juntos algunas actividades de refuerzo sencillas, pero valiosas en cuanto a sus resultados.

PROPUESTA DE ACTIVIDADES PARA REALIZAR CON LA PRENSA EN FAMILIA	
OCTUBRE	Coleccionamos noticias curiosas. Las ordenamos por temas.
NOVIEMBRE	Tachamos las noticias que no nos gustan y pensamos por qué. Leemos una noticia y la comentamos.
DICIEMBRE	Leemos e interpretamos anuncios impresos.
ENERO	Coleccionamos fotos de actualidad. Comentamos una foto.
FEBRERO	Actualizamos con el periódico alguna información del libro de texto.
MARZO	Mejoramos las tareas escolares con ayuda del periódico.
ABRIL	Opinamos sobre un hecho de actualidad.
MAYO	Escribimos una carta al director del periódico.
JUNIO	Interpretamos juntos una viñeta. Pasamos juntos un buen rato con los pasatiempos.
JULIO	Buscamos datos e informaciones útiles.
AGOSTO	Nos documentamos sobre la <i>pelí</i> más interesante.
SEPTIEMBRE	Coleccionamos e interpretamos infografías.

11.1. Practicar con el periódico las habilidades lectoras

ACTIVIDAD 1 Leer y comprender

Como quien juega al 1,2,3... responde otra vez, ese antiguo concurso de la televisión, puedes jugar con tus hijos y tus hijas a ver quién contesta correctamente a más preguntas, así les ayudarás a desarrollar sus habilidades lectoras.

- **Leed juntos** una noticia que os resulte interesante.
- A continuación **puedes hacerles preguntas** para ver si son capaces de recordar los detalles y las informaciones más relevantes.
- **Haz que se fijen en el titular**, que señalen sus palabras clave y que demuestren que lo han entendido.
- **Léele párrafos** sueltos de la información **y pídeles que resuman el contenido** en una sola frase.
- Si en la información periodística hay siglas o se nombran personas, instituciones o empresas, pregúntales si saben a qué se refieren y, si no es así, **haz que busquen la información**.
- Ayúdales con tus preguntas a **diferenciar** las informaciones de las opiniones, la realidad de la ficción y lo verdadero de lo falso.
- **Haz que relacionen** la noticia que acabáis de leer con otras informaciones que aparecen en el periódico del día. Puedes ayudarles a ver si unas noticias apoyan a otras, si se complementan, si se amplían mutuamente, si se contradicen, etc.
- Hazles preguntas acerca de **las causas y las consecuencias** de los hechos a los que se refiere la noticia.
- Plantéales alguna **cuestión ética** que se derive de las noticias que habéis leído, escucha atentamente y valora sus opiniones. Llegad juntos a algunas conclusiones.
- Por último, **pídeles que saquen conclusiones personales** de la lectura.

11.2. El periódico, fuente de información

ACTIVIDAD 2 Periodistas de investigación por un día

Supón que estáis todos juntos en familia y queréis convertirlos en periodistas de investigación por un día y elaborar un buen reportaje. A tus hijos e hijas les encantaría contar con tu ayuda. Al principio, es posible que no sepas por dónde empezar a guiarles, pero quizás si te damos algunas sugerencias sobre los pasos a seguir, la cosa no sea tan grave. Veamos...

En primer lugar, es conveniente que les ayudes a **elegir bien el tema** del que se van a ocupar para que tenga interés y les motive lo suficiente como para profundizar y aprender más sobre él.

En segundo lugar, ayúdales a **buscar información**. Puedes recomendarles algunas páginas de Internet, visitar juntos alguna biblioteca pública cercana, consultar revistas especializadas, etc. No han de olvidarse de contar con la ayuda inestimable de personas que conozcan bien el tema. Recuérdales que es recomendable que consulten al menos cuatro fuentes de información distintas. Recuérdales también que en su texto final han de mencionar todas las fuentes utilizadas: no hacerlo no es propio de buenos periodistas.

En tercer lugar, ayúdales a **seleccionar la información** obtenida. Para ello tendrán que extraer los datos más importantes y ordenarlos según su propio criterio. El orden puede ser variado, pero lo habitual es hacer primero una presentación del asunto y después ir incluyendo testimonios personales, de organismos, citas, datos objetivos, algún gráfico, etc., para acabar haciendo alguna propuesta o sugerencia en relación con el tema.

Finalmente, anímales a dar el último y definitivo paso del proceso: **ponerse a escribir**. Recuérdales que han de redactar su texto de manera ordenada y de forma que pueda interesar a hipotéticos lectores. Pero la cuestión no es tan sencilla, por lo que tendrán que corregir varias veces el primer borrador.

Si se les ha ocurrido el título del reportaje desde el principio, estupendo; pero si no es así, podéis ayudarle a hacerlo al final. Lo que importa es que el título sea breve, claro y atractivo.

PARA ESTAR MÁS Y MEJOR INFORMADO... sobre cómo hacer una buena investigación

www.esdelibro.es

www.quadraquinta.org/materiales-didacticos/trabajo-por-proyectos/tecnicasdeestudio/index.html

www.esdelibrouniversidad.es/

11.3. Los acontecimientos deportivos, un buen pretexto para aprender en casa

Todos sabemos que el fútbol y el ciclismo son dos de los deportes que suscitan mayor pasión e interés en todo el mundo. Por esta razón, eventos como el **Mundial de fútbol** o las **rondas ciclistas** (Tour de Francia, Giro de Italia, Vuelta Ciclista a España...) tienen siempre una gran cobertura en los medios de comunicación.



Si en vuestra familia hay afición por este tipo de acontecimientos deportivos, tus hijos e hijas pueden aprovecharlos, con tu ayuda, para ampliar sus conocimientos sobre muchos temas y además, disfrutar con ello.

Os presentamos a continuación algunas sugerencias acerca de las muchas cosas que nuestros jóvenes pueden aprender de estos eventos.

Fig. 36: En esta portada se destaca el espíritu de compañerismo entre jugadores de fútbol, un deporte muy competitivo.

ACTIVIDAD 3 Aprender en casa con el mundial de fútbol

- Con la ayuda de un atlas o de Internet podéis buscar juntos la **ubicación exacta del país** que organiza los mundiales: ¿en qué continente se sitúa? ¿Cuál es su capital? ¿Qué otras ciudades importantes hay en ese país? También podéis ubicar los países participantes menos conocidos y esas regiones remotas de las cuales solo oímos hablar en ocasiones como éstas.
- El Mundial de Fútbol es un acontecimiento deportivo que mueve mucho dinero, entre otras cosas porque genera mucha publicidad. Podéis extraer de las informaciones periodísticas algunos datos sobre la **economía del país** anfitrión, su renta per cápita, la distribución de la riqueza, etc.
- Es fácil informarse a través de los suplementos deportivos y en la prensa especializada acerca de cuál es la **dieta habitual** de los jugadores, la cantidad de calorías que deben ingerir diariamente, qué tipo de alimentos están prohibidos, etc.
- Es habitual también que en el seguimiento que hace la prensa de un mundial de fútbol, se hable de las **lesiones** que sufren algunos jugadores. Puedes aprovechar esta circunstancia para actualizar algunos conocimientos de anatomía: ¿Cuáles son las lesiones más frecuentes? ¿Qué partes del cuerpo resultan más afectadas a causa de estas lesiones?
- Las crónicas de los Mundiales de fútbol son un buen pretexto para ampliar nuestro **vocabulario**: *larguero, mediocampista, corner, penalti*, etc. y las muy variadas metonimias con que los periodistas nombran, por ejemplo, al balón: el *esférico*, el *cuero*, etc. Podéis buscar juntos esas palabras en el diccionario, averiguar de dónde proceden, etc.
- Estando atentos a los medios de comunicación es fácil que os fijéis en cuestiones relacionadas con la **técnica periodística** como: ¿se cubren estos eventos de forma objetiva o subjetiva? ¿Qué imagen del país anfitrión se suele dar? ¿Predomina la información o se exponen muchas opiniones?
- En un mundial de fútbol se destacan **valores** como el sano espíritu nacional, la solidaridad, el trabajo de equipo, la capacidad de sacrificio, el esfuerzo por dar una imagen colectiva positiva, etc. Ayuda a los más jóvenes de la casa a reconocer estos valores en algunos de los deportistas destacados y en las selecciones de fútbol que más admiran.

ACTIVIDAD 4

Aprender en casa con las rondas ciclistas

- Revisad juntos el **itinerario de la carrera** (principalmente Francia, Italia y España) y el de sus diferentes etapas. Ayúdales a retener el nombre de poblaciones relevantes de los países en los que se celebran estas rondas ciclistas así como cualquier dato geográfico que merezca la pena.
- En cuanto a los ciclistas, además de indagar también sobre su **dieta diaria**, podríais reparar en el tipo de alimentos que contiene la **bolsa de avituallamiento** que todos los corredores deben llevar durante la carrera.
- Seguramente tendréis que averiguar juntos los **significados de términos** anatómicos como *fibrilar*, *cuádriceps*, *gemelos*, *isquiotibiales*... que son frecuentes en las crónicas deportivas de este tipo de acontecimientos; u otros que como *avituallamiento*, *etapa reina*, *meta volante*, *repecho*, *ir a la rueda*, etc. son expresiones propias del ciclismo profesional.
- Conviene también que reflexionéis en familia acerca del **tratamiento periodístico** que se da a estas noticias: ¿de qué modo se habla del líder o los líderes de la carrera? ¿Qué aspectos físicos y morales se suelen destacar en ellos? ¿Se publican noticias sobre problemas que surgen en los equipos ciclistas o estas se centran específicamente en los aspectos deportivos de la prueba?
- De todos es sabido que el ciclismo es uno de los deportes más duros que existen y en el que se produce mayor sufrimiento físico y psíquico para conseguir alcanzar algunas etapas difíciles. Por ello, **la capacidad de esfuerzo y liderazgo, la humildad y la generosidad de los deportistas**, se perciben quizás con más fuerza que en otros deportes. Si tus hijos e hijas conocen el nombre y la personalidad de los mejores ciclistas del mundo, habla con ellos sobre si creen que estos, con su comportamiento, muestran estas capacidades.

11.4. Comentar los anuncios en casa. ¿Realidad o ficción?

ACTIVIDAD 5 Reflexionar juntos sobre la publicidad

La **publicidad** es la principal fuente de financiación de los medios. Es también el mayor resorte de **incitación al consumo** que existe en la sociedad occidental, por ello es importante educar a nuestros jóvenes en la responsabilidad y la libertad, y ayudarles a ser conscientes de los mecanismos que utiliza la publicidad para incitar al consumo, pasando por encima de la racionalidad del receptor.

Para iniciarles en un **análisis crítico de la publicidad**, puedes comentar, aunque sea al paso de la lectura de otra noticia den la página, algún anuncio impreso. Puedes hacer que tus hijos e hijas caigan en la cuenta y presten atención, por ejemplo, a **los elementos de persuasión** que se manejan en el lenguaje, a la forma en que se llama la atención de los lectores con la tipografía o al enorme **atractivo de las imágenes**. Todo lo cual esconde, muy a menudo, una **visión estereotipada** de la realidad.

Si escogéis un anuncio grande y en color (son más numerosos en los suplementos de fin de semana) hay algunas cuestiones que podéis comentar entre todos, como, por ejemplo:

- ¿Cuál es el **eslogan**? ¿Es atrayente y fácil de recordar? ¿Incluye el nombre de la **marca**? ¿Sugiere algo especial?
- ¿Cuál es el **valor estético** del anuncio? ¿Qué elementos visuales lo hacen atractivo? ¿Es original y creativo en su planteamiento?
- ¿Se da **información objetiva** del producto que se anuncia? ¿Cuál es “la historia” que cuenta el anuncio? ¿Qué **valores** se exaltan (la juventud, la belleza, el lujo, el placer)...? ¿Qué más cosas, además del producto, pretenden venderte (diez años menos, si compras una crema facial, unos pies bonitos si compras unos zapatos)...?

ACTIVIDAD 5

Reflexionar juntos sobre la publicidad (Cont.)

- ¿Qué **argumentos** utiliza el anuncio para exaltar las cualidades del producto?
- ¿Qué términos positivos (gratis, fácil, joven, amor, placer...) aparecen?
- ¿Qué **personajes estereotipados** aparecen? (la niña encantadora, el joven dinámico, el ejecutivo agresivo, la secretaria eficiente, el ama de casa pulcra, la madre responsable, el científico sabio, el anciano bonachón, etc.).
- ¿Qué parte del anuncio habla de la **realidad** y qué parte es pura **ficción**? ¿Qué mecanismos utiliza el anuncio para incitar al consumo? ¿Qué **emociones** provoca en los receptores? ¿Percibes algún tipo de "engaño" o retoque de la realidad para "convencerte de lo que no es"?
- ¿Les gustaría a tus hijos e hijas poseer el objeto anunciado? ¿Creen que lo necesitan verdaderamente o, por el contrario, se dan cuenta de que podrían prescindir fácilmente de él? ¿Por qué prefieren los jóvenes llevar un objeto de una determinada marca y no de otra? ¿Cómo se sienten cuando **renuncian a consumir** lo que la publicidad les pone delante?
- ¿Qué **empresa** fabrica ese producto? ¿Es una multinacional? ¿Dónde fabrica sus productos? Si lo hace en países del Tercer Mundo, ¿utiliza a mujeres y niños en condiciones de abuso o explotación? ¿Qué pueden hacer los consumidores en este caso?
- Como conclusión, ¿qué **postura sana** hemos de adoptar ante los múltiples mensajes publicitarios que nos llegan a través de los medios de comunicación?

ACTIVIDAD 6 Formarse en valores con el periódico

En todos los medios de comunicación la información deportiva ocupa un espacio privilegiado: el fútbol, el baloncesto, el tenis, el ciclismo o el atletismo son deportes seguidos con gran interés por millones de aficionados en todo el mundo.

Si en tu familia sois aficionados al deporte y seguís con atención la información que la prensa da sobre los grandes acontecimientos deportivos, podéis reflexionar juntos sobre la forma de comportarse de los deportistas de élite, los cuales, en muchas ocasiones, constituyen para los más jóvenes de la casa valiosos ejemplos.

Puedes ayudarles a identificar en sus ídolos del deporte actitudes en las que se ponen de manifiesto valores éticos como los siguientes:

- **El valor del esfuerzo extremo** y su recompensa ante el trabajo bien hecho.
- **El desarrollo del espíritu de equipo**, en el que cada uno da lo mejor de sí mismo para conseguir el objetivo. Esto puede comprobarse fácilmente en los triunfos españoles de los mundiales de baloncesto y fútbol. Podéis buscar crónicas y reportajes en la prensa que destaquen este aspecto.
- **La capacidad de superación** ante situaciones a veces dramáticas (lesiones graves, enfermedades...) e incluso, trágicas.
- **La resistencia ante la frustración**: si se observa que muchas veces el enorme esfuerzo de los deportistas no se corresponden con sus triunfos, será bueno para nuestros jóvenes darse cuenta de que las cosas no siempre salen como queremos, pero que lo verdaderamente importante es intentarlo.
- **La capacidad de liderazgo** de los jefes de equipo o "capitanes" que aprovechan su carisma para unir voluntades y obtener así buenos resultados. "Saber mandar", desde el respeto a los compañeros, les será a nuestros jóvenes algo muy útil en su vida personal y profesional.
- **El respeto a uno mismo y al propio cuerpo**. Los deportistas han de encontrar el punto medio entre el cuidado de su cuerpo y la exigencia para conocer sus límites. De este modo, tus hijos e hijas pueden fijarse en la dieta de los deportistas más importantes y la disciplina física que tienen en los entrenamientos; de todo ello la prensa deportiva suele informar continuamente.

ACTIVIDAD 6

Formarse en valores con el periódico (Cont.)

- **La humildad**, cuando deportistas muy importantes, e incluso, “estrellas” aclamadas por todo el mundo son capaces de doblegar su ego y su individualidad para seguir con atención los consejos de los técnicos, que saben bien lo que es mejor para todos.
- **La solidaridad** con los más desfavorecidos. La prensa da cuenta muchas veces de eventos deportivos benéficos con el fin de recaudar fondos para causas justas (partidos de fútbol, campeonatos de golf, vueltas ciclistas cortas, partidos de tenis, etc.). Comenta con tus hijos e hijas este tipo de eventos.
- **El desarrollo de un sentimiento nacional sano**, compatible con la convivencia con personas de otras nacionalidades. En los grandes campeonatos, juegos olímpicos, etc., destaca el sentimiento nacional de los distintos países, por ejemplo, en las solemnes ceremonias de entrega de medallas. Todos vibramos con los triunfos de nuestras selecciones y sufrimos con sus derrotas. Por otra parte, es habitual en el deporte que los equipos los formen personas de distintas nacionalidades y que todos luchen juntos por un mismo objetivo. Pide a tus hijos e hijas que busquen artículos o reportajes de prensa en los que puedan verse estas dos actitudes perfectamente compatibles.

ACTIVIDAD 7

Aprender con el periódico durante la campaña electoral

Las campañas electorales que se celebran cada cuatro años constituyen actos publicitarios y políticos muy complejos y de gran trascendencia, en los que se manejan muchos contenidos (sociales, políticos, económicos) y bastantes resortes psicológicos con el fin de conectar con la parte irracional y emotiva de la ciudadanía.

En una campaña de elecciones todos los medios de comunicación apoyan o desacreditan a los candidatos, según se ajusten o no a su línea ideológica. De este modo, ensalzan partes de sus discursos, elogian apariciones públicas, valoran su imagen, sus valores políticos y éticos, la proyección social que encarnan, etc.; o bien critican todo lo que consideran negativo.

La cultura real de una nación se percibe en gran medida por el grado que alcanza el compromiso político y el espíritu crítico de sus habitantes. Por esta razón, acostumar poco a poco a tus hijos y tus hijas adolescentes a analizar con serenidad y detenimiento las campañas electorales, tanto en la prensa como en otros medios de comunicación, puede ser una manera sencilla de potenciar su responsabilidad ciudadana, desarrollando así en ellos el libre pensamiento, el sentido común, la coherencia lingüística y la capacidad de neutralizar mensajes políticos excesivamente persuasivos o claramente engañosos; pues en poco tiempo tendrán derecho al voto y, si así lo desean, podrán elegir con toda libertad a sus representantes en la sociedad.

Así pues, cuando sigáis en la prensa el desarrollo de una campaña electoral, debes hacerles reparar en que lo subjetivo prima sobre lo objetivo; todos los esfuerzos de periodistas y publicistas por destacar una opción política sobre otra u otras, hace que artículos, editoriales, reportajes, etc., se transformen en textos argumentativos en los que, a través de distintos razonamientos o argumentos, se intente modificar la opinión de los lectores.

ACTIVIDAD 7

Aprender con el periódico durante la campaña electoral (Cont.)

Los aspectos significativos de la campaña que puedes analizar con tus hijas e hijos de forma crítica son las siguientes:

- **Detectar la posible manipulación de los textos:** puede ser interesante analizar qué tipo de promesas se hacen que no podrán ser cumplidas, de qué manera se pone en boca del adversario palabras que éste no ha dicho, cómo se incurre en contradicciones, qué términos se usan en un sentido diferente al habitual, qué descalificaciones o incluso insultos se dirigen al contrario, etc.
- **Fijarse en la utilización intencionada de la diagramación:** podéis mirar con atención qué espacio se dedica a las informaciones y en qué parte de la página se colocan, qué tamaño tienen los titulares, qué colores se utilizan, etc. y qué sentido implícito sugiere todo ello.
- **Analizar el uso concreto del código icónico:** no hay que pasar por alto los ejemplos de manipulación intencionada de la imagen de los candidatos, qué encuadres se hacen, qué planos se utilizan, qué sensación aporta el color, qué actitudes gestuales se destacan, en qué escenarios aparecen...
- **Prestar atención a la parte meramente publicitaria de la campaña electoral:** los candidatos cuentan con la ayuda de grandes especialistas en imagen que les asesoran continuamente acerca de la forma de vestir, de hablar, de gesticular, etc.; según se quiera proyectar una imagen progresista o conservadora; acerca de los escenarios en los que deben aparecer o los comportamientos que han de adoptar en público para conectar mejor con las masas.

BIBLIOGRAFÍA





“Competencias clave para un aprendizaje a lo largo de la vida. Un marco de referencia europeo” (Nov,2004) en www.educastur.princast.es/info/calidad/indicadores/doc/comision_europea.pdf.

“Definición y selección de competencias” (DeSeCo), realizado por la OCDE (2003). <http://www.deseco.admin.ch/bfs/deseco/en/index/03/02.parsys.78532.downloadList.94248.DownloadFile.tmp/2005.dsceexecutivesummary.sp.pdf>.

Chartier, R. (2008), “Aprender a leer, leer para aprender”, en Juan José Millán (Coord.), *La Lectura en España. Informe 2008*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Federación de Gremios de Editores, pp. 23-39.

Curso on-line “La prensa, un recurso didáctico” en <http://www.isftic.mepsyd.es/formacion/enred/ofrecemos/prensa.php>.

Garrido Suárez, J. (2005), *Guía del Profesor A: La noticia*. Programa Prensa–Escuela. La Voz de Galicia.

Garrido Suárez, J. (2006), *Guía del Profesor B: El periódico*. Programa Prensa–Escuela. La Voz de Galicia.

Hernández Blanco, J. L. y otros (1989), *Vente a la Vuelta. Propuesta didáctica de trabajo en torno a la vuelta ciclista a España*. Ayuntamiento de Móstoles (Concejalía de Educación).

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN: *Aprender con el periódico*. Programa para el fomento de la enseñanza con la prensa diaria.

López Algora, P.L. (Coord.) (2003), *La prensa escrita, recurso didáctico*, Madrid, CIDE-MECD.

López Cubino, R., López Sobrino, B. y Bernabeu Morón, N. (2008), *El periódico*. Madrid. Ministerio de Educación, Política Social y Deporte.

López Cubino, R., López Sobrino, B. y Bernabeu Morón, N. (2008), *El editorial, el suelto y la crítica*. Madrid. Ministerio de Educación, Política Social y Deporte. Secretaría General de Educación.

López Cubino, R., López Sobrino, B. y Bernabeu Morón, N. (2009) *El artículo y la columna*. Madrid. Ministerio de Educación.

López Cubino, R., López Sobrino, B. y Bernabeu Morón, N. (2009), *La noticia y el reportaje*. Madrid. Ministerio de Educación.

López Cubino, R., López Sobrino, B., y Bernabeu Morón, N. (2009), *La entrevista y la crónica*. Madrid. Ministerio de Educación.

López Martínez, Juan, *Las competencias básicas en el currículo de la LOE*.

Marchena González, C. (2008), *¿Cómo trabajar las competencias básicas?* FUND. ECOEM. Pág. 37-38.

Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación. Consejo de Europa. Departamento de Política Lingüística. Estrasburgo 2001 para la edición en inglés. 2002 para la edición en español del MECED (2002).

Margalef Martínez, J.M. (2008), *Retos y perspectivas educativas de la Alfabetización mediática en España en el entorno digital*, Madrid, Ministerio de Educación.

Mastermann, L. (1994), *La Enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre.

Morduchowicz, R. y otros (2006), *Los Medios y el Mundial de Fútbol. Alemania 2006*. Buenos Aires, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de Argentina.

Moreno Bayona, V. (2009), *Lectura de prensa y desarrollo de la competencia lectora*. Madrid. Ministerio de Educación.

OCDE (2006). PISA 2006. *Marco de la evaluación. Conocimientos y habilidades en Ciencias, Matemáticas y Lectura*. Madrid. Santillana Educación.

PIRLS 2006 (2007), *Estudio Internacional de Progreso en Comprensión lectora de la IEA*. Informe Español. Ministerio de Educación y Ciencia.

Proyecto Atlántida (2009), *La práctica de la Comunicación Lingüística*, en web: www.proyecto-atlantida.org.

