

# Estrategias para la utilización de la prensa escrita en la enseñanza

---

**María Luisa Sevillano García**

Universidad Nacional de Educación a Distancia

mlsevillano@edu.uned.es

## 1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

La nueva sociedad de la información (Hargreaves, 2000) espera que el docente aprenda a enseñar de forma diferente a como fue enseñado. Y le reserva un delicado lugar, en el que le convierte a la vez en catalizador del cambio y víctima del mismo. Aquí está el dilema. Esteve Zarazaga (1999) explicita que los medios de comunicación cuyo interés es captar una audiencia y vender un producto, tienen una incidencia muy alta en los valores, la costumbre, las formas de pensamiento y las concepciones de la vida de los jóvenes. Por ello se ha de enseñar en las aulas a decodificar los mensajes de los medios de comunicación, a través de las actividades que permitan entender la realidad que éstos presentan, diferente a la que acontece y nunca equiparables.

El concepto de educación medial integrada es consecuencia de una visión sistémica de la enseñanza (Spanher 1999 p. 41). Los medios actúan no sólo sobre las formas y la calidad de los procesos de aprendizaje de los estudiantes, sino también sobre los fines y funciones de la escuela y, por tanto, sobre su misión formadora y educadora. La institución docente ha perdido definitivamente su monopolio formativo. A través de los medios, los alumnos disponen de información del mundo entero. La escuela se encuentra ante el desafío extraordinario y difícil de integrar en la sistematicidad de las disciplinas curriculares los intereses de los estudiantes, sus saberes parciales e inconexos, la gran cantidad de impresiones sin asimilar que reciben de los medios de comunicación. La escuela no puede competir con la fascinación de los me-

dios, su dramaturgia, su riqueza y colorido, sus formas de presentación, la no vinculación de sus ofertas y las formas individuales de uso.

Muchos prejuicios en parte justificados y legítimos por parte del profesorado en relación con la integración educativa medial pueden y deben ser vencidos y deben ser abordados con claridad y de forma crítica. Caso contrario, generan miedo, desconfianza y termina el prejuicio venciendo al propio profesor, haciendo de él un rehén.

Las investigaciones llevadas a cabo por los profesores Marci-Boehnke y Wolfgang Gart de la Universidad de Giessen (Alemania) concluyen que la actitud de los profesores frente a los medios de comunicación y a su integración formativa está influida sustancialmente por:

- *La socialización medial personal de los propios profesores. Cuanto más intensivamente los utilicen en su vida privada, tanto más fácil les resulta su integración en el trabajo escolar.*
- *Cuantas más experiencias hayan hecho en su tiempo de formación en la universidad con los medios de comunicación, tanto más seguros se sentirán en la conformación de su enseñanza con estos medios.*
- *Cuanto más abiertos y dispuestos están los profesores a realizar cursos de formación permanente tanta más difusión encuentra esta forma didáctica de enseñar.*
- *Cuanto más tengan un carácter obligatorio las normas sobre enseñanza con prensa, cuanto más concreta sea la materia a enseñar, tanto mayor es la disponibilidad de integrar prensa en las aulas.*
- *Cuanto más trabajen de forma continuada en base a los principios y estrategias de la didáctica medial, tanto más rica, exigente, variada y creativa puede ser la enseñanza con medios de comunicación.*
- *Cuanto mayor sea el consenso entre los componentes del profesorado del centro en torno a la integración de los medios en el plan educativo, tanto más fácilmente se formará una identidad que facilita la optimización del trabajo con los medios de comunicación.*

En el logro de esta nueva escuela son precisos, según los mismos autores (1997 pp. 293-303), cambios individuales, colectivos, dentro del estamento profesional, en las instituciones de formación permanente y en los ordenamientos legales. Son necesarios cambios para que la realidad de los medios

entre en la vida de los centros, en sus planes y realizaciones. Actitudes y acciones que ayuden a desmontar prejuicios, miedos y prevenciones constituyen pasos importantes para aprovecharse de las ventajas que los medios de comunicación y nuevas tecnologías comportan a la enseñanza-aprendizaje.

Ha llegado el momento de que la prensa, como ya escribiera el profesor Medina (1995 p.157), ocupe el lugar pertinente en un diseño curricular, no sólo para adultos, sino para todos. Su integración en la didáctica ha de llevar a que sean empleados en toda su extensión, permitiéndonos profundizar en el sentido de la realidad que aprendemos (o.c. 157) ya que ellos son el elemento facilitador por excelencia de la comprensión e interpretación del currículum. Mediante los mismos se logra una mejor adaptación del mismo y se propicia la comunicación. El medio es posibilitador de los conceptos, de los rasgos que deseamos conocer y de los procesos que realizamos.

Ortega Carrillo (1999) en su libro "Conocimiento y utilización didáctica de las tecnologías audiovisuales y digitales en los centros públicos de enseñanza", recoge los pormenores y conclusiones de sus investigaciones que ponen de manifiesto la existencia de importantes lagunas formativas en el campo del conocimiento de la teoría y habilidades básicas relacionadas con el uso educativo de los medios de comunicación. Igualmente se detecta la presencia de preocupantes indicadores de la escasa integración de estos medios en los desarrollos curriculares, y de la insuficiente dotación y organización de los medios y recursos en los centros de enseñanza.

Existe una necesidad social de formar individuos críticos y receptores activos que sepan estructurar los mensajes de los medios de comunicación. De este modo, se pretende dotar al alumnado de instrumentos de análisis que aseguren una mayor amplitud de juicio y valoración personal de los mensajes. No resulta conveniente considerar los distintos medios de comunicación de masas como rivales extraescolares. Parece mejor tender un puente reflexivo y práctico entre lo que ofrecen estos medios y los aprendizajes que se adquieren en las aulas.

Ante la insistente presencia de los medios de comunicación de masas, el niño, el joven, incluso el adulto, se enfrentan a discursos nuevos, muchas veces opuestos a aquellos con los que han sido educados. Los actuales aprendizajes deben tener en cuenta no sólo la realidad, sino la interpretación que otros ofrecen de esa realidad. Hay que lograr la interacción entre la escuela y la comunidad. Una manera de hacerlo es la introducción de los medios de comunicación social en el aula. La frecuentación de estos medios puede contribuir a que el alumno extienda y profundice su comprensión de la realidad

## 2. LA NORMATIVA

Los Decretos Curriculares recogen metas y estrategias específicas sobre los medios de comunicación. Veamos algunas:

### *2.1.- Área: conocimiento del medio natural, social y cultural*

1.-Recogida e interpretación de información publicada en la prensa sobre la problemática laboral (puestos de trabajo, paro, subempleo) y de la emigración.

2.-Análisis de algunos mensajes, ofrecidos por distintos medios de comunicación y su incidencia en el consumo.

3.-Utilización de los distintos medios de expresión para presentar y comunicar informaciones diversas.

4.-Utilización de los distintos medios de comunicación como fuentes de información útiles para el estudio y el conocimiento de problemas y temas particulares.

5.-Iniciación en el análisis crítico de la información recibidos a través de distintos medios.

6.-Análisis crítico de la utilización de la imagen del hombre y de la mujer en la prensa

7.-Recogida, archivo y clasificación de diversos documentos históricos relativos a la historia presente y al pasado histórico (recortes de prensa, fotografías, informaciones diversas).

### *2.2.- Área de Ciencias Sociales/Geografía e Historia*

1.-Búsqueda, selección y registro de informaciones relativas a cuestiones de actualidad, sirviéndose de los medios de comunicación habituales.

2.-Lectura, interpretación y elaboración de cuadros estadísticos, gráficos y mapas sobre cuestiones y asuntos de actualidad.

3.—Análisis comparativo y evaluación crítica de dos o más informaciones proporcionadas por los medios de comunicación sobre un mismo hecho o cuestión de actualidad.

4.—Realización de trabajos de síntesis sobre cuestiones de actualidad tras la consulta y contraste de distintas fuentes y Medios de Información, en particular, la prensa.

5.—Realización de informes o pequeños estudios monográficos sobre cuestiones y hechos del mundo actual, utilizando información obtenida a partir de los medios de comunicación.

7.—Analizar algún conflicto o cuestión de actualidad, de dimensión internacional, a partir de la información procedente de distintos medios de comunicación social, valorando críticamente la disparidad de enfoques y tomando en consideración los antecedentes históricos del tema.

8.—Leer, interpretar y elaborar cuadros estadísticos y gráficos sobre cuestiones económicas de actualidad que aparecen en los medios de comunicación social más habituales, detectando posibles errores e intencionalidades que pudieran afectar a su interpretación.

10.—Explicar la presencia del Arte en la vida cotidiana en los medios de comunicación social, y ponderar su utilización como objeto de consumo.

### *2.3.— Disciplinas varias*

1.—Observación y descripción de los modos expresivos y los elementos configuradores del discurso utilizados en un mensaje publicitario gráfico, teniendo en cuenta los significantes, la composición y el significado.

2.—Análisis y exploración de las posibilidades comunicativas de los medios de comunicación

3.—Analizar los procesos de comunicación de la sociedad actual, reflexionando sobre sus dimensiones lingüística, sociológica, psicológica, tecnológica, económica, ideológica, política.

4.—Reformular por escrito el contenido de un texto periodístico, sintetizando el tema, enumerando las ideas esenciales, estableciendo las relaciones entre ellas y jerarquizándolas en un esquema debidamente estructurado.

5.—Interpretar el contenido de un texto periodístico, relacionándolo con las estructuras de género y los procedimientos utilizados y observando las transformaciones históricas de su género literario.

6.—Extraer de manera autónoma, con ayuda del diccionario, la información contenida en textos escritos (procedentes de periódicos, revistas, relatos) referidos a la actualidad, la cultura en general y aquellos temas relacionados con otras materias del currículo y sus estudios futuros.

7.—A partir de informaciones procedentes de los medios de comunicación social, que traten desde puntos de vista dispares una cuestión de actualidad, referida a la política económica del país o Comunidad Autónoma, distinguir entre datos, opiniones y predicciones y reconocer distintas interpretaciones, señalando las posibles circunstancias y causas que las explican.

### 3. ESTRATEGIAS

#### 3.1. Unidades Didácticas Integrales

1. *Principios.* Entiendo por Unidad Didáctica Integral (UDI) aquel conjunto de recursos multimedia debidamente elegidos, ordenados, secuenciados, programados que permitan una enseñanza y un aprendizaje colaborativo, autónoma, de alto interés para los alumnos y con resultados de calidad.
2. En consecuencia profesores y estudiantes que deseen practicar esta técnica de enseñanza-aprendizaje deben estar dispuestos a:

- *Participar en una primera fase de ideación temática e identificación de los recursos.*
- *Participar en una segunda fase de elaboración autónoma y grupal de las unidades que tiene un tiempo de trabajo autónomo y otro colaborativo.*
- *Colaborar en una tercera etapa de aplicación en las aulas de las UDI elaboradas*
- *Preparar instrumentos de evaluación, aplicarlos, valorarlos y sacar conclusiones.*

La primera fase puede durar unas tres horas e incluye trabajo individual y grupal. La segunda fase puede durar en su fase individual unas 20 horas y en fase grupal unas cuatro horas. La tercera etapa puede durar 10 horas de trabajo con los alumnos. La cuarta etapa puede durar 4 horas en su fase indivi-

dual de elaboración de instrumentos, 1 hora en su aplicación y 4 horas en la valoración.

*La característica de esta estrategia es el rigor metodológico.*

### **3.2. Estrategia colaborativa para la elaboración de un dossier de prensa sobre un tema**

La prensa periódica ofrece informaciones sobre temáticas amplias y variadas. El problema no pocas veces reside en la sistematización, jerarquización, ordenamiento, secuenciación que constituyen la base principal de estudio y profundización en el conocimiento. Proponemos una estrategia genérica que permite la búsqueda y la articulación ordenada de las informaciones que sobre la temática elegida podemos encontrar en la prensa.

#### *1. Fase de iniciación*

- 1.1.– Determinar qué tema.
- 1.2.– Seleccionar las fuentes de información.
- 1.3.– Delimitar el tiempo de la muestra.
- 1.4.– Repartir responsabilidades.
- 1.5.– Definir criterios de elección de medios y mensajes.

#### *2. Fase de realización*

- 2.1.– Seguimiento de los medios previstos.
- 2.2.– Selección de los mensajes correspondientes.
- 2.3.– Catalogación temporal, medial, temática.
- 2.4.– Secuenciación.

#### *3. Fase de aplicación*

- 3.1.– Elaboración de índices temáticos y cronológicos.
- 3.2.– Elaboración de sumarios a cada información.
- 3.3.– Articulación de una síntesis global.
- 3.4.– Definición de un glosario básico para su mejor entendimiento.
- 3.5.– Indicación de recursos complementarios para ampliación.
- 3.6.– Preparación de carátula e indicaciones para su estudio y consulta.
- 3.7. Articulación ordenada y segura del dossier.

### **3.3. Estrategia de análisis estructural de un periódico o revista.**

En nuestra línea de conocer cada vez mejor la prensa para poder servirse de ella con criterios, presentamos ahora una estrategia bastante completa y

larga, en la que es preciso mucha observación y búsqueda de datos. El mismo periódico o revista nos suministra datos para poderle conocer y analizar. En esta estrategia debemos proceder con rigor y método. El periódico como producto comercial, ideológico, literario, nos deja por muchas partes sus señas de identidad. En otras nos las oculta. Es necesario, eso sí, buscarlas.

- 1.- Nombre del periódico.
- 2.- Indicaciones que acompañan al nombre (independiente, decano, etc.)
- 3.- Lugar donde se encuentra la redacción.
- 4.- Lugar donde se encuentra la administración.
- 5.- Lugar donde se encuentra la imprenta.
- 6.- Periodicidad de la publicación.
- 7.- Ediciones y lugares. (algunos periódicos y revistas cambian algo y se editan en diversos lugares y hasta países)
- 8.- Fecha del primer número.
- 9.- Zonas de difusión.
- 10.- Tirada (número de ejemplares)
- 11.- Precio.
- 12.- Formato.
- 13.- Número habitual de páginas. El número habitual de páginas, sin tener en cuenta los suplementos, varía según el día de la semana. Hallar la media.
- 14.- Nombre de las secciones y número habitual de páginas en cada una.
- 15.- Número de los suplementos, día de aparición y número habitual de páginas.
- 16.- Número habitual de columnas y su ancho.
- 17.- Número de ediciones, zona cubierta por cada edición.
- 18.- Firmas y nombres. Personas que escriben habitualmente como columnistas, comentaristas, etc.
- 19.- Estructura jurídica.
- 20.- Estructura financiera.
- 21.- Número de redactores.
- 22.- Corresponsales y colaboradores.
- 23.- Línea política. Resulta difícil etiquetar con exactitud la línea política de un diario. Es necesario intentarlo y ver criterios que se pueden utilizar. De esta manera se huye de las generalizaciones.
- 24.- Línea religiosa.
- 25.- Superficie total (formato x número de páginas).
- 26.- Superficie total impresa y Superficie total blanca.
- 27.- Superficie de publicidad.
- 28.- Superficie de ilustraciones (fotos e imágenes).



- 29.- Superficie de titulares (Antetítulos + Títulos + Subtítulos + Sumario).
- 30.- Superficie redaccional (superficie impresa + publicidad).
- 31.- Superficie de textos (superficie redaccional + superficie de titulares + superficie de ilustraciones).
- 32.- Número de páginas enteras de publicidad.
- 33.- Número total de fotos e imágenes.
- 34.- Colores.
- 35.- Dibujos o sellos que acompañan la cabecera.
- 36.- Frase que acompaña.
- 37.- Lugar y superficie del índice o sumario.
- 38.- Número de anuncios por sección.
- 39.- Número total de titulares por sección.
- 40.- Número total de palabras de los titulares por sección.
- 41.- Media de palabras de los titulares por sección.
- 42.- Elementos decorativos.
- 43.- Corondeles ciegos o no.
- 44.- Páginas enteras recuadradas. Las páginas enteras que estén recuadradas son siempre de publicidad. Suele haber dos o tres.
- 45.- Iniciales o capitulares, número y líneas que ocupan.
- 46.- Familias de letras.

Vistos y valorados todos estos datos ya se pueden extraer conclusiones sobre cuestiones importantes a las que el periódico da más importancia, lo cual puede favorecer la comprensión del medio.

### **3.4. Análisis de titulares en los periódicos**

#### TÍTULO DEL ARTÍCULO

##### 3.4.1. Análisis del aspecto formal del título:

- caracteres grandes
- caracteres pequeños
- combinación de ambos
- utilización de signos de exclamación o interrogación
- utilización de signos de puntuación
- utilización de negrita, cursiva o similares

### 3.4.2. Análisis de la relación título-artículo:

- ¿El título aparece tal cual como frase componente del artículo? SI NO
- ¿El artículo comienza con la explicación del título? SI NO
- ¿El artículo responde realmente a la información posterior? SI NO

### 3.4.3. Análisis lingüístico del título:

- ¿Presenta un carácter sintetizador? SI NO
- ¿Posee un carácter pretencioso? SI NO
- ¿Existencia de palabras de significado desconocido?, ¿Cuáles?
- ¿Existencia de palabras con tintes conocidamente políticos o religiosos?, ¿Cuáles?

## 3.5. Análisis de un artículo

### 3.5.1. Análisis **del aspecto formal** del artículo:

- caracteres utilizados
- lugar que ocupa el artículo en la página
- número de columnas de las que se compone
- disposición de las columnas
- existencia de fotografías

### 3.5.2. ¿En qué porcentaje el aspecto formal del artículo afecta a la manera en la que la información llega al lector?

no afecta	en más de un 10%	en más del 50%
en un 10%	en un 50%	en un 100%

### 3.5.3. Determinar el carácter de la información:

3.5.3.1 El tema es de carácter: internacional, nacional, regional, local, otro

3.5.3.2 El tema presenta una relevancia de carácter: El histórico, actual, ambas

3.5.3.3 El tema ha sido tratado: con anterioridad, es la primera vez

3.5.3.4 Dentro del periódico: tiene una continuidad de tratamiento, aparece sin conexión ninguna

### 3.5.4 ¿Es un tema que provoca el interés de la mayoría de la población o bien sólo se sienten atraídos determinados sectores de la sociedad?

### 3.5.5. La información aparece avalada por: datos objetivos, comentarios subjetivos, por ambos

### 3.5.6. Determinar el aspecto lingüístico de la información:

3.5.6.1 ¿Se sigue el esquema tradicional del artículo periodístico (introducción explicativa + información propiamente dicha + resumen sintetizador)? SI NO

3.5.6.2 ¿Existe cualquier otro esquema identificable? Explícalo.

- 3.5.6.3 ¿Se utiliza un lenguaje directo, que no da lugar a dudas o bien el lenguaje empleado es demasiado argumentativo causando la confusión del lector?
- 3.5.6.4 ¿Existen adjetivos que definan la información o bien éstos se dan en exceso, determinando el carácter subjetivo del texto?
- 3.5.6.5 ¿Existe la intervención del autor a través de fenómenos como: introducción de la primera persona, ironía, punto de vista personal, juicios de valor ... ?
- 3.5.7 ¿Las características temáticas del artículo entran dentro de una clara línea ideológica del periódico?
- 3.5.8. ¿El artículo queda totalmente cerrado, con unas claras conclusiones, o bien da la posibilidad de opiniones diversas por parte del lector?

### **3.6. Fase creativa**

- 3.6.1. Con los datos obtenidos del estudio, se pretende la elaboración de un nuevo artículo que ofrezca la misma información, aunque de forma diferente, según la óptica de cada grupo de trabajo.
- 3.6.2. Cada grupo de trabajo debe decidir cuáles son los aspectos positivos que deben ser aprovechados en la elaboración del nuevo artículo; así como los que debe rechazar.
- 3.6.3. Obtendremos posibilidades diferentes, pero en cualquier caso, interiorizadas en el espíritu de los que han trabajado en algo que pretende ante todo ser más adecuado o, si se quiere, más correcto dentro de labor periodística.
- 3.6.4. Plasmación del artículo:

#### **Título de nueva creación**

#### **Artículo de nueva creación**

### **3.7. Buscar, crear y resolver problemas**

Los estudiantes traerán periódicos de sus casas tanto del día como atrasados.

Partiendo de ellos se realizarán **Actividades de aprendizaje** como las siguientes:

- Recortar letras de diferente tamaño
- Recortar palabras (nombres de animales, de personas, hechos geográficos, históricos)
- Recortar palabras según el número de sílabas
- Pegar lo recortado en cartulinas y hablar sobre ello.

- Subrayar en un texto que se les señala, todas las mb, mp. Rodear con un círculo las a, b, c, etc.
  - Con el mismo juego, buscar palabras que lleven dos veces la letra c, tachar las que tengan cinco letras, etc.
- Esta actividad es apropiada para el ciclo inicial. Área de lenguaje.

Partiendo de los mismos periódicos realizar estas actividades:

- Sumar con palabras: se elige por ejemplo un titular, el nombre de un periódico, etc. A cada letra se le da un valor

Ejemplo.

E L	P A I S
1 3	2 5 4 6

Luego se forman palabras con las letras y se averigua su valor

P A P E L = 2+5+2+1+3=13

- Con los números de teléfono que aparecen en el periódico, averiguar cuál es el mayor, ordenar el número de las ambulancias en orden creciente o decreciente, etc.
- Con las hojas de los periódicos trabajar los conceptos  
largo – corto                      ancho – estrecho  
arriba– abajo                      encima – debajo

Esta actividad está indicada en el ciclo inicial, área de matemáticas.

Confeccionar su propia carpeta decorada con títulos y dibujos de prensa.

Confeccionar su propia carpeta decorada con títulos y dibujos de prensa.

### **Material necesario**

Cartulina de color que se desee

Periódicos, Revistas

Tijeras

Pegamento

Rotuladores

### **Método**

Recortar fotos del tema que se prefiera

Recortar verbos, nombres, titulares.

Componer cada cual el adorno de su carpeta, pudiendo completarlo con dibujos propios o títulos con rotulador.

### **3.6. Estrategia curricular sistematizada**

Se trata de integrar de forma plurimetodológica la prensa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

#### *Metodología a seguir*

La Prensa como fuente de información.

Lectura diaria de la prensa (unos 10 minutos)

Es conveniente, antes del comienzo de la lectura de un periódico durante diez minutos, realizar una visita a un kiosco de prensa. Los alumnos, durante esta visita, anotarán títulos de diarios, semanarios, etc., que se encuentren a la vista en el establecimiento mencionado así como sus precios u otros datos que a ellos les puedan parecer de interés, revistas especializadas, etc., que tras una puesta en común en clase aclaren todas las dudas y detalles que puedan surgir.

Como complemento a esta visita, cada alumno llevará un periódico a clase, lo mostrará a los demás compañeros, lo intercambiarán y podrán apreciar semejanzas y diferencias entre los distintos diarios, su formato, secciones, tipos de letra, colores utilizados, etc. (Sería conveniente apuntarles títulos distintos para que cada uno de ellos llevase un diario diferente).

Por parte del profesor, se hará, con el diario a la vista de todos los alumnos, un estudio pormenorizado de las distintas secciones de un periódico. A continuación, y durante diez minutos, hace una lectura de las noticias más destacadas en el plano local, provincial, nacional e internacional, con voz cálida, tranquila y clara de manera que todos los alumnos puedan copiar sin esfuerzo. Así continuará la lectura diaria diez minutos durante una semana. Al final de la lectura hará algún comentario breve sobre alguna noticia importante.

Conviene no sobrepasar los diez minutos diarios de lectura ya que se le resta tiempo, a la actividad reglada puesto que los horarios son escasos.

Profesores y alumnos introducen las variables metodológicas de:

- Selecciona y lee el profesor.
- Seleccionan y leen los alumnos de forma individual.
- Seleccionan y leen los alumnos de forma grupal.
- Seleccionan y leen sólo una noticia.
- Seleccionan y leen titulares.
- Compra el periódico el profesor.
- Compra el periódico el alumno

– La prensa como recurso curricular

Los profesores introducen a lo largo del tiempo las siguientes microestrategias:

1. Los alumnos LIBREMENTE miran, estudian, integran informaciones de la prensa como complemento a las explicaciones del profesor sobre el libro de texto u otros recursos didácticos. Se aplica en todas las asignaturas.
2. En sesiones determinadas por el profesor los alumnos miran, estudian, seleccionan artículos de interés para la asignatura y los trabajan de acuerdo con los modelos de ficha diseñados para ello.
3. El profesor organiza debates para profundizar en lo buscado, encontrado y elaborado en y con la prensa. Precede siempre un trabajo en equipos y sigue la información por parte de un miembro del equipo.
4. Los alumnos disponen de un cuaderno especial, donde conservan todos los recortes de prensa que les sirven como complemento curricular.
5. Verificación de lo aprendido.

Cada mes el profesor les formula las siguientes preguntas:

1. Nombra hasta diez informaciones de las que te han parecido más interesantes.
2. Escribe dos motivos por los que te gusta este método de trabajo. (la prueba se puede hacer en el mismo cuaderno.)

Explotación didáctica de la información

- Preparación de periódicos murales temáticos.
- Preparación de periódicos murales informativos.
- Archivo de las informaciones y su catalogación temática curricular.

Verificación de lo aprendido

Aplicación cada 15 días de una encuesta con las siguientes preguntas:

1. Escribe hasta diez informaciones que recuerdes.
  2. Ordénalas según te gusten de más a menos.
  3. Resume en cinco líneas lo que has aprendido con este ejercicio.
- (Cada alumno tiene un cuaderno para esta actividad. Así se evita que pierdan los ejercicios.)

### 3.7. Estrategias diversas

- 1.- Recortar letras de periódico, meterlas en una gran caja y luego cada niño extrae 10 para formar en un tiempo determinado el mayor número de palabras posibles.
- 2.- Recortar cada alumno una noticia de periódicos que se pasarán en clase, leerla varias veces y luego expresar la con sus propias palabras a los demás compañeros que harán una crítica de la misma.
- 3.- Visitas a Kioscos de prensa e imprentas de la zona para realizar anotaciones sobre precio y títulos de los periódicos y revistas más vendidos en la zona, para luego presentar éstos datos gráficamente comparando y comentando en clase las posibles diferencias.
4. Los alumnos por grupos preparan guiones de seis o siete escenas de una persona famosa de la historia, la literatura, la ciencia, el deporte, etc. que será entrevistada en rueda de prensa. Esta actividad da mucho juego puesto que para elaborar los guiones y preguntas es preciso previamente estudiar el personaje, su contexto, aportaciones, etc. Imaginemos por ejemplo que se trata de la signatura de Literatura en la que un grupo de alumnos deciden conocer al personaje Lope de Vega para luego escribir sobre él un artículo de opinión, un reportaje, una noticia, presentar una entrevista, etc. Es preciso conectar con el personaje, estudiar muchas cosas para preguntarle por qué, para qué, cuándo, cómo, intenciones, éxitos, etc,
5. Aprovechamiento de los informes metereológicos aparecidos en la prensa. Se repasan países, adjetivos del tiempo atmosférico, etc. Se puede pedir que reconozcan los países y los señale en un mapa de continentes. Se puede sugerir que hagan otros ejercicios, por ejemplo, emparejar los países y los adjetivos de tiempo atmosférico. También pueden hacer un índice de frecuencias de tiempo por continente, lo que sirve para explicar las diferencias climáticas y así comprender los movimientos migratorios, costumbres, formas de vida, etc.
6. Elaboración de biografías. Seleccionar una secuencia con uno o varios personajes que inciten a conocer más de su vida. En una hoja de papel escribir preguntas como: dónde nació, edad, costumbres, trabajos...
7. Debates como medio para cultivar la inteligencia. Se presenta un tema de actualidad ofrecido por un medio de comunicación y se divide la clase en equipos que tienen que defender posturas contrarias a las de los demás. Tienen que elaborar un guión de argumentos a su favor y en contra de los otros.
8. Los alumnos analizan el folklore, costumbres, comidas, etc., como expresión de la cultura propia del entorno o de otras zonas más lejanas que hayan leído en la prensa.
9. Generalidades sobre distintas etnias o grupos que aparecen en informaciones de prensa. Por ejemplo, gitanos, extranjeros, blancos, negros, etc. En

grupo se elaboran los estereotipos más corrientes, se analizan y se pone de manifiesto el grado de veracidad e inexactitud que concurre en ellos.

10. Características y valores de los distintos países. La clase se divide en grupos. Cada grupo elige un país y hace una lista por ejemplo de las doce características más positivas que concurren en la gente de ese país. Así se aprende a valorar más lo positivo. Se sirven de las informaciones que la prensa ofrece de cada país.

## BIBLIOGRAFÍA

- HARGREAVES, A. (2000): "Nueva profesionalidad para una profesión pedagógica". *Cuadernos de Pedagogía*, 290, 58-60.
- ESTEVE ZARAZAGA, J.M. (1999): "Formación inicial docente, la asignatura pendiente". *Cuadernos de Pedagogía*, 277, 8-16.
- MEDINA RIVILLA, A. (1995): *Enseñanza y Currículum para personas adultas*. Madrid, Ediciones pedagógicas.
- ORTEGA CARRILLO, J.A. (1999): *Conocimiento y utilización didáctica de las tecnologías audiovisuales y digitales en los centros de enseñanza*. Granada, Grupo Editorial Universitario.
- BOENKE / GART, M. (1997): *Medienkompetenz*. Manchen, KöPad.
- SEVILLANO GARCIA, M.L. (coord.) (1998): *Nuevas tecnologías, medios de comunicación y educación*. Madrid, Editorial CCS.
- SPANHEL, D. (1999). *Integrative medienerziehung in der Hauptschule*. München, KöPad.