



LA PRENSA EN EDUCACIÓN SECUNDARIA

- I. Introducción**

- II. Algunas estrategias básicas**
 - II.1 Cada día una noticia
 - II.2 La Vuelta Ciclista a España
 - II.3 El Taller de Prensa
 - II.4 Las tiras cómicas
 - II.5 Información y opinión en un periódico
 - II.6 La publicidad en los periódicos
 - II.7 Los periódicos históricos
 - II.8 La visita a la sede de un periódico
 - II.9 Un programa de lectura con prensa

- III. Ejemplificaciones en algunas áreas**
 - III.1 Ciencias de la Naturaleza
 - III.2 Ciencias Sociales, Geografía e Historia
 - III.3 Lenguas Extranjeras (Inglés)
 - III.4 Lengua Castellana y Literatura
 - III.5 Matemáticas



I. INTRODUCCIÓN

Entre los objetivos generales del currículo de la ESO de Castilla y León deben destacarse especialmente cuatro, que establecen el marco normativo para la integración de los medios de comunicación en esta etapa educativa:

- a) Comprender y elaborar mensajes orales y escritos en lengua castellana o española con corrección, propiedad, autonomía, y creatividad y reflexionar sobre los procesos implicados en el uso del lenguaje y la contribución de éste a la organización del propio pensamiento.
- b) Obtener y seleccionar información utilizando las fuentes adecuadas, tratarla de forma autónoma y crítica, con una finalidad previamente establecida, y transmitirla de manera organizada, coherente e inteligible.
- c) Analizar los procesos y valores que rigen el funcionamiento de las sociedades, apreciar los derechos, deberes y libertades como un logro irrenunciable de la humanidad y una condición necesaria para la paz, y adoptar juicios y actitudes personales con respecto a ellos.
- d) Conocer y utilizar con espíritu crítico las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

En este mismo sentido, en Bachillerato se señala como objetivo el desarrollo de una serie de capacidades claramente relacionadas con este tema:

- a) Dominar la lengua castellana o española.
- b) Expresarse con fluidez y corrección en las lenguas extranjeras objeto de estudio.
- c) Analizar y valorar críticamente las realidades y problemas del mundo contemporáneo.
- d) Consolidar una madurez personal, social y moral que les permita actuar de forma responsable, crítica y autónoma. Fomentar un sentido ético que propicie actitudes de tolerancia y respeto hacia los demás como valores fundamentales.
- e) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria como fuente de formación y enriquecimiento cultural.
- f) Utilizar de forma responsable y crítica los medios y recursos que la tecnología pone a su disposición.

En el actual desarrollo curricular se percibe una clara insistencia en que el alumnado adolescente domine y utilice los medios de comunicación como fuente de infor-

mación característica de la sociedad en la que le ha correspondido crecer. Los media aparecen como un recurso para conocer el mundo y para formarse una imagen crítica del mismo. En la Educación Secundaria cobra especial importancia fomentar en los jóvenes el dominio de una serie de procedimientos cognitivos, progresivamente autónomos, que le permitan aprender por sí mismo. Se pretende en esta etapa potenciar la selección y manejo de fuentes de información y la elaboración de mensajes adecuados en diferentes formatos y situaciones comunicativas. La prensa es así un apoyo fundamental para familiarizar al alumnado con la capacidad de aprender a aprender, pues les permite acceder a determinados conocimientos nuevos y les obliga a utilizar estrategias de comprensión y de análisis.

Es más, en la Educación Secundaria es muy conveniente que a lo largo de cada curso, el alumno elabore carpetas o dossiers de prensa sobre los distintos temas, que más tarde pasarán a formar parte de la hemeroteca del centro. Dicha colaboración se realizará fundamentalmente aportando recortes y noticias debidamente clasificadas para diferentes cursos y materias. De esta forma, profesores y alumnos dispondrán en esa hemeroteca ampliada año tras año de una buena fuente de documentación e investigación, etc. Los documentos o noticias de la hemeroteca han de seleccionarse por su interés para facilitar la investigación interdisciplinar.

Esto también supone el compromiso de lograr un tiempo y un espacio para analizar los media como objeto de estudio en sí mismos, pues su más profundo conocimiento garantizará una mayor capacidad crítica en la recepción de los mensajes. Se supone que la evolución de la personalidad y las capacidades del alumno en esta etapa permiten ya trabajar sistemáticamente dicha capacidad crítica. Por otra parte, la organización disciplinar de la Educación Secundaria permite a su vez integrar en las diferentes áreas y materias enseñanzas explícitas sobre los medios de comunicación.

Partiendo de este marco, cabe destacar el reto didáctico que supone integrar la actualidad en las aulas, pues si bien la irrupción de ésta tiene indudables ventajas metodológicas también implica algunas dificultades. Por una parte, es evidente que los contenidos y la organización de las programaciones ni se articulan ni deben articularse al compás de la evolución de los acontecimientos que se reflejan en los medios de comunicación; por otra parte, no siempre es fácil hacer asequible al alumnado adolescente un producto que no está destinado a él. Por ello, es necesaria la reflexión didáctica sobre cómo integrar la actualidad que aparece reflejada en la prensa (y en los otros medios), los contenidos y los ritmos escolares. En concreto, pueden señalarse algunas utilidades de la prensa (y de los restantes media) en la práctica educativa de las aulas de Secundaria:

1.- Recurso motivador: La prensa tiene la ventaja de conectar directamente los saberes y conocimientos académicos con la vida cotidiana y real. Aprovechar una noticia de actualidad puede ser útil para provocar interés por un determinado tema y suscitar un trabajo posterior a su lectura. La prensa se puede utilizar en las diferentes áreas tanto para introducir contenidos conceptuales propios de cada una de ellas como para facilitar el trabajo de educación en valores que, a través de los temas transversales, debe realizar el profesorado de los diferentes departamentos.

2.- Fuente de información: El periódico se puede utilizar como fuente documental y formativa. La prensa como fuente de información puede servir de:

- Apoyo a la explicación docente: las imágenes y los textos ilustran el discurso verbal del profesor, que utiliza aquellos elementos útiles de la noticia para completar y/o actualizar su explicación, adaptándola al nivel de comprensión del alumnado y/o a la situación educativa.
- Lección en determinadas ocasiones, especialmente en el caso del género periodístico del reportaje, la prensa expone algunos contenidos de forma sistemática y exhaustiva. Se convierte así en el mayor y mejor caudal de información asignándosele la principal función informativa para el tratamiento de un contenido en el aula.
- Recurso para la investigación: la respuesta a una serie de preguntas relacionadas con un tema, puede ser identificada a través de la lectura de una noticia o de un dossier de prensa.
- Instrumento para la evaluación: tras el tratamiento didáctico de un determinado contenido en las aulas, el alumno podría recibir la instrucción de demostrar su dominio de aquél mediante el comentario de una noticia relacionada con él.

3.- La prensa como objeto de estudio: Áreas como Ciencias Sociales, Geografía e Historia y Lengua Castellana y Literatura parecen el marco más adecuado para integrar la enseñanza-aprendizaje de una serie de contenidos explícitos sobre el mundo de los medios de comunicación y, en particular, de la prensa. En dichas áreas podrá realizarse la reflexión sobre las principales características de la sociedad de la información en la que vivimos, así como sobre el papel que le corresponde a la prensa en el panorama mediático de nuestros días.

Para comenzar a utilizar la prensa en Educación Secundaria con cierta garantía de éxito está comprobado que el alumnado necesita tener contacto y conocimiento de los periódicos ya desde las primeras etapas escolares. Utilizar los medios de comunicación en la Educación Secundaria por primera vez con nuestro alumnado conlleva un gran esfuerzo

añadido por parte de todos. El profesorado deberá intentar hacer ver al alumno que el periódico es práctico, interesante y útil como medio de documentación, de estudio y de investigación. A partir de experiencias realizadas en este campo, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- El docente ha de estar convencido de la bondad y de la conveniencia del empleo de la prensa en el aula, percibiendo que los periódicos son una herramienta útil e incluso necesaria en el estudio de las diferentes áreas de la Educación.
- El profesorado procurará tener un conocimiento suficiente de los medios de comunicación (sus claves, estructura, funcionamiento interno, influencias, diferentes estilos periodísticos, interpretaciones, etc).
- Es conveniente programar minuciosamente el empleo del periódico en clase y no improvisarlo.
- El periódico ha de ser compañero cotidiano en el aula y una eficaz herramienta de consulta y conocimiento, al igual que el libro de texto o los libros de consulta.
- El periódico no debe ser un sustituto del libro de texto. Los libros, son fundamentales e insustituibles en la clase, pero tienen limitaciones en los contenidos, en los tiempos y en los espacios, y es ahí donde los periódicos juegan un papel importante en nuestras clases.
- El uso del periódico no debe ser rutinario y perder así su carácter motivador y casi lúdico, ya que ello constituye uno de sus principales atractivos para el alumnado. No debemos llevar la prensa a clase como otra penosa obligación más para nuestro alumnado, sino como una forma más fácil y agradable de aprender y de conectar con la realidad social, económica, cultural, política, etc.
- No todos los contenidos de los periódicos son utilizables en clase. La oportunidad de trabajar sobre unos u otros, con unos grupos de alumnos concretos, la establecerán nuestras programaciones y el currículo de cada curso y/o ciclo.
- La lectura del periódico, el seguimiento de las noticias, la búsqueda de temas concretos, la elaboración de dossiers y archivos, no tienen por qué realizarse siempre durante los denominados tiempos lectivos. La prensa facilita el trabajo académico fuera de las aulas e incluso fuera del centro escolar.

En las siguientes páginas, el profesorado de Educación Secundaria podrá encontrar algunas sugerencias para la integración de la prensa en las aulas. En primer lugar, se insertan algunas actividades susceptibles de ser abordadas desde diferentes áreas o, en su caso, desde una organización interdisciplinar. En un segundo apartado, el profesorado encontrará algunas actividades concretas para sus clases. Para el desarrollo de muchas de estas acti-

vidades resultará de gran interés y utilidad la consulta previa, por parte del profesorado y del alumnado, de los contenidos desarrollados en el documento "El periodismo de nuestros días".

Una última sugerencia es que el profesorado al utilizar los periódicos en clase no tratará de imponer sus muchas ventajas. Es mejor sugerir su uso que obligar a su empleo, mejor demostrar su utilidad para aprender y para investigar que convertirlo en tema de examen. La experiencia del empleo de la prensa en el aula nos dice que es fundamental que los alumnos se sientan protagonistas y que el profesor actúe fundamentalmente como coordinador y moderador de tareas y de debates. Para ello, lo mejor es organizar grupos de trabajo en clase donde el docente no sea más que otro miembro del grupo. Al principio podrá ser el moderador, pero progresivamente irá dejando que su alumnado trabaje de forma autónoma con el periódico, iniciándole así en la realidad cotidiana de su lectura y ganándole como lector de prensa en su vida adulta.



II. ALGUNAS ESTRATEGIAS BÁSICAS

II.1 Cada día una noticia

Destinatarios

Alumnos de ESO.

Objetivos

- Interesar al alumnado por lo que sucede a su alrededor.
- Extraer, resumir y catalogar, graduando de más a menos importante aquello que acontece.
- Familiarizarse con la confección de titulares y resúmenes.

Contenidos

- Secciones habituales en la prensa actual.
- Hecho, acontecimiento y noticia.
- Recursos formales para destacar una noticia sobre otras.

Materiales

- Fichas de cartulina 12,5 x 7,5 cm.
- Archivador (no tiene porqué ser convencional, podría servir una caja de zapatos).
- Cartones separadores con el título de la sección correspondiente.

Desarrollo

Como condición necesaria se requiere que cada alumno diariamente extraiga la noticia más importante que a su juicio haya sucedido en el ámbito de su área de trabajo, la cual se le habrá asignado previamente (Nacional, Internacional, Provincial y Local, Regional, Deportes, Cultura, Economía, Escolar, Ocio y Juventud...). Dicha noticia puede ser obtenida de uno o varios periódicos.

El alumno cumplimentará la ficha (anexo I) y resumirá en ella la noticia y, si lo considera oportuno, podrá adjuntar elementos de realce, tales como fotografías, tiras cómicas, titulares...

Sería conveniente invertir cada día diez minutos en la lectura, comentario y corrección de aquellas fichas que se consideren de interés por su actualidad a petición del alumno. Al final de cada semana, se dedicará una hora a su actualización y archivo, y trimestralmente, se realizará una sesión de análisis, archivo y comentario de lo obtenido.

Al finalizar el proceso, y mediante selección, se podrá confeccionar un anuario propio en el que queden reflejados los acontecimientos más importantes que afectan al ámbito de trabajo de cada alumno, un anuario que hará las veces de servicio de documentación particular del que se podrá extraer información útil.

Como complemento, al principio puede resultar interesante confeccionar titulares y lead, que por otro lado suelen ser una de las dificultades con la que se encuentra el alumnado.

Anexo I. Modelo de ficha "Cada día una noticia"

Autor:	Sección:
Fecha:	
Antetítulo:	(opcional)
TITULAR:	
Subtítulo:	(opcional)
Lead:	
.....	

II.2 La vuelta ciclista a España

Destinatarios

Alumnos de ESO y Ciclos Formativos de Grado Medio.

Objetivos

- Seguir a fondo una competición deportiva.
- Investigar y conocer los diferentes lugares donde tiene lugar la competición en sus diferentes aspectos, geográficos, históricos, turísticos, gastronómicos...
- Manejar, confeccionar e interpretar diagramas estadísticos y porcentajes.
- Calcular y representar todas las variables relacionadas con el movimiento.
- Investigar e interesarse por otros aspectos que preocupan a los corredores,

- tales como la alimentación, cuidado, preparación, y dopaje.
- Observar y sacar conclusiones sobre la publicidad en la carrera.
- Conocer y manejar el vocabulario habitual y específico del ciclismo.

Contenidos

- Características de la prensa deportiva.
- Geografía, historia y cultura de diferentes ámbitos geográficos.
- Rentabilidad de la publicidad en un evento deportivo.

Materiales

- Periódicos deportivos y de información general.
- Folletos de información turística.
- Mapas de carretera.
- Libros de viajes.
- Panel de corcho.

Desarrollo

Durante las tres semanas de duración de la carrera se articulará un doble trabajo de seguimiento y análisis del espectáculo deportivo y de aprendizaje de una serie de contenidos a partir de las zonas geográficas que son recorridas por la carrera. Dichos contenidos estarán relacionados con las diferentes áreas, previamente coordinadas en el proyecto, de forma que el trabajo vaya realizándose en varias de ellas con diferentes grados de intensidad y dedicación horaria.

Los diferentes grupos establecidos concursan entre ellos, emulando la competición deportiva que están siguiendo, pudiendo obtener puntos por el rendimiento de los corredores que les han sido asignados y por la calidad de los trabajos realizados por el grupo. De esa forma se motiva su trabajo, que frecuentemente se desarrollará en horario extraescolar. En un panel en la clase o en un lugar destacado del centro se reflejará día a día la marcha de la competición. Ganará el equipo que al final de la competición haya sumado más puntos, asignándosele un premio acorde a las posibilidades de cada centro.

A la vista de los equipos participantes, se hacen dos categorías: a) Primera: serán aquellos equipos que por su trayectoria sean más potentes y opten, o tengan posibilidades de ganar la competición. b) Segunda: aquéllos que sólo aspiran a ganar etapas o premios menores. Cada grupo elegirá por sorteo un equipo de cada categoría, encargándose de tener a mano la lista de todos y cada uno de sus componentes y de seguirle a lo largo de

la carrera como si fuera su director deportivo.

Para ello, cada grupo confeccionará una ficha diariamente donde aparecerá: el punto y la hora de partida, el punto y la hora de llegada, la distancia en kilómetros, la velocidad media obtenida, el perfil... (anexo 1). Además, cada grupo confeccionará las clasificaciones correspondientes a sus corredores basándose en los baremos que aparecen como anexos. También llevarán el control de los puntos que obtienen en cada etapa y así lo reflejarán en el panel diario correspondiente.

Por otra parte, además del trabajo diario anterior, en cada etapa habrá un equipo encargado de investigar e informar al resto de las características geográficas, culturales, paisajísticas, gastronómicas, turísticas que considere interesantes. Dependiendo de la disposición temporal, se podrán comentar e investigar otros aspectos, tales como alimentación, vocabulario en la transmisión, calidad de las crónicas, estilo, e incluso, confección de titulares y crónicas por parte de todos. La calidad e interés del trabajo supondrá un plus de puntos a su equipo. Dicha cantidad será otorgada por el resto dependiendo de la calidad y esfuerzo.

La misma organización del trabajo puede realizarse con respecto al Tour de Francia, aprovechando el evento para investigar las características socioculturales de las zonas por las que transita la carrera.

Se recomienda trabajar en equipos de cuatro personas como mínimo y sería deseable que se implicase el mayor número posible de alumnos, clases, y profesores, al tratarse de un tema interdisciplinar.

Este tipo de planteamiento interdisciplinar y dilatado en el tiempo, por parte de los profesores, también puede estructurarse a partir de cualquier hecho en el que se conozca un itinerario preestablecido: gira de un político en tiempo de elecciones, visita a España del presidente de una nación extranjera, etc.

Anexo 5

Final de etapa (cada día)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Anexo 6

General (cada día)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

3 puntos más por día que conserva el primer puesto

Anexo 7

Montaña (cada día)			
1	2	3	4
4	3	2	1

Anexo 8

Regularidad (cada día)			
1	2	3	4
4	3	2	1

Anexo 9

Metas V. (cada día)		
1	2	3
3	2	1

Anexo 10

Por equipos (cada día)											
12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Anexo 11 (cada día)

Equipo: _____ Etapa número: _____											
Mv	Montaña	Final de etapa	Regularidad	Por trabajo	Total puntos						

II.3 El taller de prensa

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de ESO y de Bachillerato.

Objetivos

- Conocer los procedimientos de trabajo que conlleva la elaboración de un periódico.
- Familiarizar al alumnado con los criterios de selección de las noticias.

- Integrar las tecnologías informáticas en el proceso de elaboración de una publicación escolar.
- Seleccionar, confeccionar y editar nuestro medio de comunicación.

Contenidos

- Organización de una empresa periodística.
- Tipología de los profesionales que se integran en la elaboración de un periódico.
- El mito de la objetividad de la información.
- Software de autoedición (Word en columnas periodísticas, Page Maker, QuarkXPress...).

Materiales

- Periódicos y suplementos.
- Material fungible.
- Ordenador con software para maquetación.
- Fotocopiadora o remisión a un empresa de artes gráficas.

Desarrollo

Con mucha frecuencia los centros educativos tienen una publicación escolar que difunden entre su alumnado y que hacen llegar a las familias. El proceso de elaboración de la misma se convierte en ocasiones en el objetivo último de materias optativas como "Taller de prensa" o "Procesos de comunicación", pero es una estrategia muy eficaz para integrar al profesorado de diferentes áreas ya que permite planificar un trabajo interdisciplinar, que el alumnado debe comprometerse a realizar. Se convierte así en el momento culminante de todos los aprendizajes sobre el mundo de la prensa, pues en la simulación del proceso de creación de un periódico el alumnado debe poner en juego todo lo abordado en diferentes etapas previas.

Con el fin de organizar la tarea de editar un periódico o revista con todos sus elementos, lo primero que debe hacerse es discutir qué tipo de empresa se intenta ser y qué tipo de publicación se va a elaborar. Posteriormente, deben establecerse las secciones, que pudieran ser: Nacional, Internacional, Regional, Provincial y Local, Cultura, Deportes, Ocio, Educación, Escolar (lo que sucede en el Centro, entrevistas, actividades, propuestas, avisos, exámenes, excursiones..).

Dentro de cada sección habrá que nombrar un coordinador que se encargará de

que funcione el grupo y finalmente crearemos la figura del Director que coordinará toda la actividad. Asimismo se necesitarán redactores, un maquetador (manitas) encargado de la colocación de los textos y un corrector de estilo para evitar los "gazapos" y "meteduras de pata" en el texto.

Una vez repartidas las funciones y el trabajo a realizar, hay que poner una cabecera o "mancheta" para esta publicación. Es importante que sea llamativa, que "venda". Lo mejor para seleccionarla será que todo el grupo aporte ideas y diseños. Además, hay que decidir con cuántas páginas va a editarse la publicación, la manera de financiar el proyecto, el material que se va a utilizar, y con qué periodicidad se lanzará a la calle (se recomienda no más de tres a lo largo del curso)

También hay que establecer las fuentes de donde se obtendrá la información de nuestras páginas: noticias de producción propia, noticias de producción ajena y colaboraciones. Para las noticias de producción propia, cada equipo tiene que pensar qué temas le interesan e interesan a los posibles lectores, y el coordinador de la sección correspondiente debe seleccionar la persona o personas que van a llevar a cabo la tarea. Para las noticias de producción ajena necesitaremos consultar todos los periódicos y revistas que sea posible recopilar y manejar. Si podemos añadir documentos sonoros (cassettes grabadas de emisiones de radio) mejor que mejor. También necesitaremos tijeras, pegamento y carpetas. Encontrar colaboradores no suele ser difícil, basta con proponérselo a compañeros voluntarios, profesores, padres, AMPA... Si además se confecciona un anuncio directo y se coloca en pasillos y paneles de corcho, seguro que surgirán personas que desearán formar parte del proyecto.

Una vez por semana debe celebrarse una reunión general cuya misión es hojear, leer y seleccionar los hechos más importantes ocurridos a lo largo de la semana, aparecidos en los distintos periódicos y suplementos. Cada sección seleccionará noticias de su parcela de trabajo, se recortan titulares, fotografías, tiras cómicas... escribiendo en todos y cada uno de los recortes la fecha y nombre del diario/medio. A continuación se agruparán por temas y se archivarán en la carpeta correspondiente, generando así un pequeño servicio de información y documentación.

Lo mismo que en cualquier redacción hay que poner fecha tope de entrega de trabajos y de recepción de la información. Estas fechas no pueden tener demora ni prórroga. Quince días antes de la fecha prevista para su publicación será el momento de convocar una reunión general en la que se decidirá el número definitivo de páginas de la revista, la financiación y edición, la extensión y colocación de cada sección, la primera página y sumario, la extensión y colocación de las colaboraciones y la fecha posible de reparto. A la vista de los acuerdos tomados, cada coordinador de sección distribuirá el espacio que

tiene asignado, seleccionando, ampliando y ajustando toda la información que posee. Como sucede en la realidad de los periódicos, es posible que parte de los artículos elaborados no puedan aparecer y que haya que ampliar otros en función de la importancia de la noticia.

Un compromiso importante para el alumnado involucrado en el proyecto de elaboración de un periódico es que hay que contar lo que sucede con objetividad y claridad, pero aportando la propia visión de los hechos. No se debe limitar a transcribir lo que otro profesional ya ha hecho, ya que no se trataría de un trabajo personal.

II.4 Las tiras cómicas

Destinatarios

Alumnos del primer ciclo de ESO.

Objetivos

- Analizar y comprender lo que es una tira cómica.
- Elaborar un fichero temático de tiras cómicas sobre diferentes aspectos de la realidad.

Contenidos

- Géneros de opinión en la prensa.
- La prensa de humor en España.
- Tipología y funciones de las tiras cómicas.

Materiales

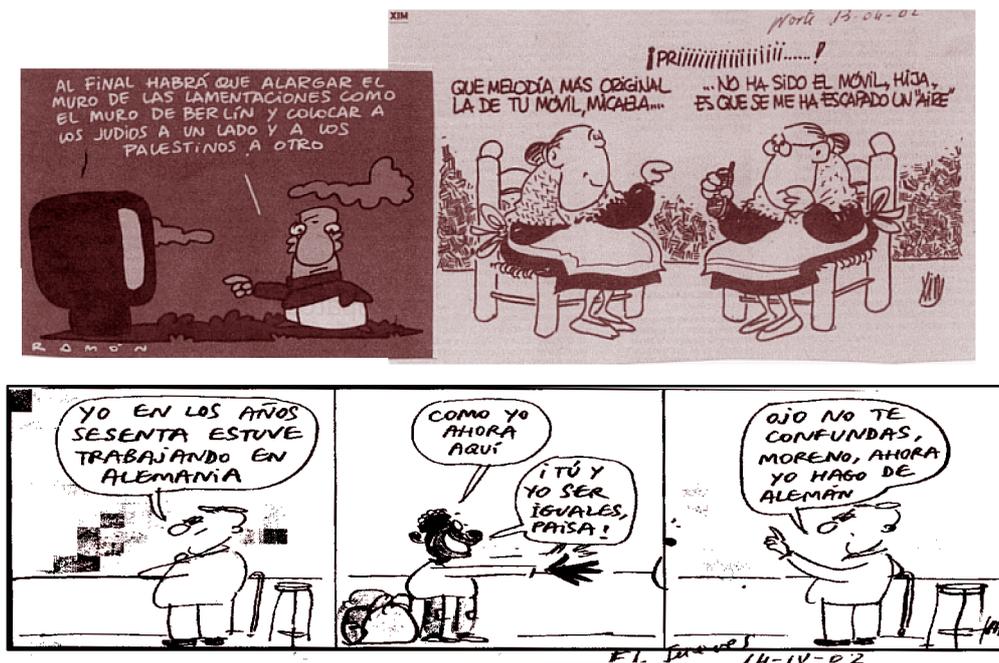
- Periódicos y revistas, incluyendo las de humor.
- Archivador o escáner para elaborar un archivo informatizado de tiras cómicas.

Desarrollo

Todo periódico que se precie tiene en sus páginas colaboradores diarios que, a través de sus tiras cómicas, informan y opinan y nos dan su particular visión de lo que ocurre. Dichas tiras no siempre son comprensibles para el alumnado de todos los niveles, pues presuponen una serie de conocimientos sobre la actualidad que no siempre poseen.

Por ello, el profesorado deberá adaptar al nivel de sus grupos las tiras que quiere trabajar durante la experiencia. Además, siempre que sea posible, el profesorado deberá aclarar en clase el contenido humorístico de determinados dibujos, con el fin de facilitar que el alumnado comprenda su sentido último.

Tiras cómicas: ejemplos



La actividad consiste en hacer, a lo largo de un curso, una labor de recopilación de tiras cómicas aparecidas en distintos diarios. Para ello, se recortan, datan y se les asigna la fecha y el periódico o suplemento de procedencia. Se pueden ir pegando como si fueran fotografías sobre folios blancos, o sobre hojas de una libreta (esta tarea de catalogación y archivo también se puede realizar en soporte informático con un escáner). Así se obtiene todo un documento histórico y gráfico de lo que acontece.

Las distintas tiras se pueden de clasificar por temas. Una posible organización sería: noticias nacionales importantes, acontecimientos mundiales, deportes, personajes famosos, políticos, educación, parlamento, terrorismo, caricaturas, etc.

CONCEPTOS CLAVES SOBRE EL HUMOR

A veces, chiste, chascarrillo, humor, sátira, tira cómica, se engloban en el mismo apartado, el humor, pero son conceptos diferentes:

- Chiste: según la definición que da el Diccionario es "*dicho agudo y gracioso. Burla*". Los protagonistas, suelen ser estereotipos, es decir, personajes a los que se les atribuye siempre un mismo comportamiento (andaluz, exagerado; catalán, tacaño; vasco, fanfarrón; aragonés, cazarro; lepero, tonto o ignorante). También pueden ser seres marginales o que predisponen a la risa, a los que se les presenta en situaciones cómicas, la mayoría de las veces ridículas y con finales tan absurdos y torpes que incitan a la risa. No es extraño que los chistes comiencen de esta manera: "*Dos borrachos se juntan y...*", "*Iba un catalán por la calle y ...*".

"Cuentan que en cierta ocasión un baturro de Zaragoza iba montado en su burro y cruzaba las vías del ferrocarril en el momento en que el tren se acercaba.

Al darse cuenta el maquinista de lo peligroso de la situación, comenzó a hacer sonar la bocina para avisar del peligro al buen baturro.

Al oírlo, exclamó:

-¡Chuf! ¡Chuf!, que ya te cansarás, que como no te apartes tú..."

El chiste, acaba con el protagonista en situación cómica, ridícula, desairada, y por ello provoca la risa. Hay que tener en cuenta, además, que el español, por regla general, tiene un enorme sentido del humor si el protagonista de la situación es otro y un enorme sentido del ridículo si el protagonista de la broma o situación es uno mismo, ¿o no?. También es por ello que nuestros chistes no los entienden o los entienden a medias los extranjeros, y los chistes extranjeros no nos parecen graciosos a nosotros.

- Chascarrillo: parecido al chiste. Se define como anécdota, cuento breve y chistoso, que se basa en frases de doble sentido .
- Humor: se define como "*Aptitud para descubrir y mostrar el aspecto cómico y ridículo de personas o cosas. Es picante, mordaz, ácido*" (el alumno puede buscar en el diccionario y tratar de explicar y entender el significado de las palabras anteriores). También se define como "*estilo literario o gráfico que mezcla alegría y tristeza, gracia e ironía (da a entender lo contrario de lo que dice)*".



En resumen, se puede afirmar que el chiste provoca la risa por el ridículo de la situación en la que acaban sus protagonistas, mientras que la tira cómica provoca la sonrisa y hace reflexionar sobre la situación que presenta, a la vez que hace que se tome partido y posición ante ella. Otros ejemplos de humor son: las famosas llamadas telefónicas de Gila al presidente de los Estados Unidos, a la Guerra o a los comerciantes de armas, para criticar duramente y en clave de humor lo terrible y absurdo de los conflictos bélicos; las situaciones tragicómicas en las que se ve envuelto el Lazarillo de Tormes; y, en general, las tiras cómicas diarias de los periódicos, en las que con humor y mediante el dibujo, la caricatura y los personajes, analizan, critican, y traen a la consideración del lector situaciones o hechos que no gustan a su autor.

Actualmente hay muchos humoristas y cada uno de ellos tiene su tira diaria en los periódicos, a los que prestigan con su agudeza, a la vez que les proporcionan credibilidad, independencia y otra visión de la actualidad diaria. Son también temidos, sobre todo por el poder, ya sea político, religioso o económico, o por los personajes famosos, pues casi nada escapa a su crítica. Forges, Máximo, Gallego&Rey, Ricardo&Nacho, Mingote, Peridis, Ivá, Chumy Chúmez, Perich, El Roto, Sansón, Martinmorales... algunos desgraciadamente ya desaparecidos, no así su obra, constituyen un buen ejemplo de observadores gráficos de la realidad diaria.

Ha habido y hay, actualmente, revistas que, únicamente mediante tiras cómicas, han contado y cuentan la realidad diaria inventando personajes y poniendo en boca de ellos sus pensamientos. Mafalda, Carlitos, Mariano, Martínez el Facha, El Sargento Arencibia, Maqui el Navaja... y tantos otros, son un buen ejemplo de humor gráfico.



La primera revista de humor de la que se tiene noticia, nació en Inglaterra, en 1841. Se llamó *Punch*. Más tarde aparecieron otras como *New Yorker*, en 1925. Por lo que se refiere a España, y en tiempos modernos, la más famosa, y de la que derivan en mayor o menor medida las actuales fue *La Ametralladora* y poco después su sucesora, *La Codorniz*. Esta revista, calificada como "la más audaz para el lector más inteligente", fue creada por los escritores Alvaro de la Iglesia y Miguel Mihura. Sobrevivió hasta 1975, fecha que coincidió con la muerte de Franco. Más tarde, y en plena transición, aparecen en Madrid y Barcelona *El Pápus*, *Barrabás*, *Hermano Lobo*, y *Por Favo*, todas ellas ya desaparecidas. De las actuales las más conocidas son *El Jueves* y *Ajoblanco*.

II.5 Información y opinión en un periódico

Destinatarios

Alumnos del primer y segundo ciclos de ESO.

Objetivos

- Diferenciar información y opinión en la lectura de la prensa.
- Caracterizar la prensa deportiva como generadora de sentimientos, no sólo como transmisora de información.
- Apreciar la libertad de expresión como una conquista de las sociedades democráticas.

Contenidos

- Géneros periodísticos.
- El mito de la objetividad de la prensa.
- Características de la prensa deportiva.

Materiales

- Diferentes periódicos.
- Bibliografía específica.

Desarrollo

Para sensibilizar al alumnado sobre los conceptos básicos de esta actividad, se le puede exponer la siguiente situación: "Tu amigo y tú habéis quedado en casa para presenciar

el partido cumbre de la Liga Española. Todo un clásico. Real Madrid-Barça. Sólo un pequeño detalle. Tu amigo es hincha hasta la médula del Madrid y tú eres "culé" de toda la vida. Minuto 27 del partido. Saviola se interna en el área después de un precioso pase de Xavi, avanza, encara a Casillas... le quiebra y... la pelota sale fuera y Saviola cae en el área ante la entrada de Casillas. El árbitro pita... corner.

- ¡¡Penalti!! –gritas fuera de ti- si es que no hay derecho, Así, así, así gana el Madrid.
- Tu amigo te corta enfadado y te recrimina: “Ya estamos, siempre igual, ¿es que no has visto que se ha tirado a la piscina”? Corner y tarjeta amarilla por simular penalti. Saviola ha intentado ganar al árbitro. Bien visto”.
- Finaliza el encuentro y el resultado es de empate a un gol. El resumen final del partido sería:
- “Después de un partido disputado, Madrid y Barça empatan” – para tu amigo.
- "El Madrid ha empatado gracias al árbitro, como siempre" – dirías tú.

A partir de esta situación un tanto particular, se puede trabajar con el alumnado lo que es información y opinión. Hablamos de información cuando presentamos los hechos tal cual suceden, sin dejarnos llevar por nuestros sentimientos o ideas, intentando ser lo más objetivos posible. Estaríamos opinando cuando, además de exponer los hechos, añadimos nuestros sentimientos y opiniones, con el fin de convencer a quien nos escucha o lee. Los medios de comunicación son un reflejo de la sociedad en la que vivimos. Están hechos por personas que piensan, sienten y tratan de convencer con sus ideas a sus posibles lectores, oyentes o televidentes. Además, las empresas editoras pertenecen a grupos que defienden ideas y posiciones concretas e intentan que éstas salgan siempre beneficiadas. Por otra parte, los medios de comunicación han de ser comerciales y para ello, han de añadir el atractivo de la opinión.

Afortunadamente en nuestro país hay libertad de expresión y prensa. Por eso mismo, cada grupo, cada ideología, cada forma de ver las cosas, tiene su reflejo en los medios. No sucede lo mismo donde esto no existe. El grupo que gobierna alecciona, favorece e impone su ideología prohibiendo las opuestas, haciéndose dueños de los medios de comunicación. Debe exponerse al alumnado que nuestro derecho y obligación como personas es saber qué tendencias, intereses y posiciones defiende cada medio y optar por el que más se adapte a nuestra forma de ver las cosas. Al mismo tiempo, debemos contrastar opiniones para saber la opinión de otro medio sobre lo mismo y extraer nuestra propia versión.

Para asentar estos conceptos, se puede pedir al grupo que identifique situaciones en las que un mismo hecho provoca la misma información y opiniones distintas y encon-

tradas, analizando las diferencias.

Además, en diferentes etapas y áreas, pueden abordarse tareas tales como:

- Identificación pormenorizada de los géneros de información y de opinión en un diario.
- Investigación histórica sobre la situación de la prensa en los regímenes totalitarios. El papel de Goebbels, Hitler, Mussolini, Stalin, Franco...
- Investigación histórica y de hemeroteca sobre las características de la agencia TASS y de las publicaciones *Pravda*, *Izvestia*, *Arriba*, *El Alcázar*, *Pueblo*, *Gamma*, *La Codorniz* ...

II.6 La publicidad en los periódicos

Destinatarios

Alumnos del primer y segundo ciclos de ESO.

Objetivos

- Conocer la estructura organizativa de un empresa periodística.
- Analizar las fuentes de financiación de un periódico.
- Analizar los costes de la elaboración de un periódico.

Contenidos

- Las tarifas publicitarias.
- Recursos para hacer atractivo un anuncio.
- Características diferenciales entre la publicidad en la prensa y en otros medios.

Materiales

- Tarifas publicitarias de varios medios.
- Datos de OJD sobre lectores de los principales diarios.

Desarrollo

En primer lugar, debe trabajarse con el alumnado la diferencia entre publicidad y propaganda. Publicidad es, según el diccionario, "el conjunto de medios que se emplean para

divulgar o extender la noticia de los hechos o de las cosas". Dicho de otra manera: "Hacer público o dar a conocer hechos, cosas, productos, servicios... con fines comerciales o no". Propaganda, según el mismo diccionario, es *"la asociación consagrada a difundir doctrinas, opiniones, ideas... y trabajo que se hace para este fin"*, es decir, difundir ideas, opiniones y doctrina no con fines comerciales, sino ideológicos.

Un periódico no es ni una ONG, ni una institución social de caridad. Detrás de cada periódico hay una empresa que arriesga dinero y un Consejo de Administración que exige resultados económicos y de opinión. Como tal empresa, tiene unos gastos de personal, maquinaria, edificios, sedes, papel... Para amortizar estas inversiones y gastos y obtener beneficios habrá que buscar ingresos que los equilibren. Estos ingresos vienen dados por dos capítulos:

- La venta directa de ejemplares, es decir, el dinero que paga el lector en el quiosco o a través de la suscripción por adquirir un ejemplar.
- La venta de parte del espacio del periódico a empresas y anunciantes para dar a conocer sus productos o necesidades.

Al adquirir un periódico pagamos, aproximadamente, una tercera parte de su coste. El resto, dos terceras partes, se paga con la publicidad. Es más, la cantidad de publicidad conseguida para un día determina el número de páginas con las que ese periódico va a salir a la calle. Un periódico siempre querrá aumentar su tirada; si vende más periódicos, obtiene más dinero de ventas directas y podrá incrementar sus tarifas publicitarias, ya que su publicidad llegará a más personas. Por ello, el departamento de marketing de las empresas periodísticas ha de crear campañas publicitarias y otras promociones (regalos, colecciones...) para intentar aumentar las ventas de su producto.

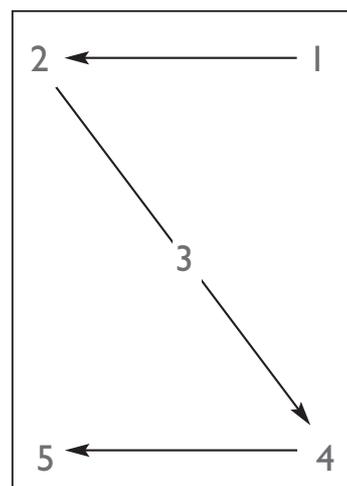
Tirada, difusión y ejemplares vendidos no son el mismo concepto. A los periódicos y a los anunciantes les interesa saber el número de sus lectores. Para dar respuesta a esta necesidad se creó la OJD, Organismo para la Justificación de la Difusión. Se trata de someter al control de una organización independiente el conocimiento de los ejemplares que se venden. De esta manera, las empresas publicitarias sabrán el número de personas a quienes llega el mensaje. En otros medios, como la radio y la televisión existen otros organismos de control, como el E.G.M. (Estudio General de Medios).

Pero las tarifas publicitarias de los anuncios no sólo dependen del número de lectores sino de los diferentes tipos de anuncios que pueden insertarse y de su posible impacto. Los occidentales leemos de izquierda a derecha y de arriba abajo. Esta afirmación, que puede parecer simple y obvia, tiene su importancia a la hora de colocar un anuncio. Así, el coste de un espacio publicitario depende de la página donde esté ubicado y del lugar de la misma donde se inserte, de si inserta o no color... En orden de mayor a menor los costes

serían: primera página, tercera, centrales, contraportada... En cuanto al orden de colocación, el siguiente esquema orientará sobre los centros de interés de una página.

A la hora del importe, la unidad de medida es un módulo. Como curiosidad, los anuncios de Cruz Roja, Manos Unidas, UNICEF.. suelen ser gratuitos.

La dependencia que un medio tiene de sus ingresos publicitarios puede resultar una cortapisa para la libertad de expresión. De hecho, la pérdida de ingresos derivados de las campañas de los grandes anunciantes puede suponer un duro revés para la economía del medio. Esta circunstancia puede conllevar, en ocasiones, una autocensura sobre diferentes informaciones negativas relativas a determinadas empresas. Por otra parte, las diferentes instituciones del Estado (organismos centrales, autonómicos y locales) suelen ser anunciantes, razón por la cual, a veces, realizan su trabajo con no pocas tensiones para salvaguardar su libertad y credibilidad.



Actividades

- Cálculo del coste del papel en un periódico: Calcula en metros cuadrados el papel necesario para producir el periódico que se haya seleccionado. Posteriormente, tras consultar la tirada reconocida para ese periódico, calcular los metros cuadrados de papel necesarios para sacar a la calle todos los ejemplares diarios de ese periódico. Conseguir el dato del precio aproximado del metro cuadrado de papel prensa para determinar el coste total del papel. Desde otro punto de vista, se puede también obtener el dato del número de árboles que habría que talar para obtener dicho papel.
- Cálculo del espacio publicitario: El alumnado deberá elaborar un informe en el que se estudie el porcentaje del espacio que se dedica a la publicidad y a la información, en dos periódicos distintos y un día laborable. Repetir ese mismo informe en sábado y domingo. Posteriormente, deberá comparar los resultados y expondrá las conclusiones.
- Cálculo de la inversión en publicidad: En primer lugar, averiguar las tarifas publicitarias de un determinado periódico, bien en Internet, en una visita a un periódico, etc., así como las distintas variables que las hacen variar (día de la semana, tamaño, ubicación, color...). A continuación, el alumnado debe ponerse

en el lugar de un supuesto anunciante que quiere dar a conocer su producto al máximo número de personas posible. Se le asignará un presupuesto determinado y el alumno deberá formular tres hipótesis diferentes de inversión, justificando cada una de ellas.

- Cálculo de los ingresos por publicidad: Partiendo de los datos sobre tarifas de la actividad anterior, se hará el cálculo de ingresos por este concepto que varios periódicos han logrado en determinados días. Se recomienda comparar lo ingresado por una publicación nacional y otra de ámbito regional y/o local.
- Determinación de los principales anunciantes: Durante dos semanas el alumnado clasificará los anuncios que aparezcan en dos periódicos distintos, asignando porcentajes finales a: instituciones estatales, instituciones autonómicas, instituciones locales, diferentes sectores de producción (automóvil, vivienda, grandes superficies, perfumerías...). Posteriormente, resumirá las conclusiones obtenidas.
- Anuncios de periódicos: Recoger varias campañas publicitarias en las que los periódicos se anuncian a sí mismos y analizar las promesas publicitarias contenidas en cada uno de ellos. De esta forma se podrá hacer una hipótesis sobre el tipo de lector que busca cada una de esas empresas.
- Anuncios por palabras: El alumno confeccionará un anuncio en el que se ofrece para dar clases particulares a domicilio a estudiantes de Educación Primaria. Se le indicará que debe ser claro y conciso, ya que el coste del anuncio depende del número de palabras que contiene.

II.7 Los periódicos históricos

Destinatarios

Alumnos de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Propiciar una dinámica interdisciplinar para las áreas de Ciencias Sociales, Geografía e Historia y Lengua Castellana y Literatura.
- Analizar un periódico como documento que retrata la vida cotidiana y los grandes acontecimientos de una sociedad.

Contenidos

- Procesos para la elaboración de un periódico.
- Características de la sociedad de la época histórica seleccionada.

Materiales

- Bibliografía específica sobre la vida cotidiana de la época seleccionada.
- Programa de maquetación de periódicos (Page Maker, QuarkXPress, Word en columnas periodísticas...).
- Escáner.

Desarrollo

La actividad precisa de la colaboración entre las materias de Historia, Lengua y Procesos de Comunicación para que resulte motivadora para el alumnado. Con la elaboración de un periódico histórico se pretende animar al alumnado a investigar hechos históricos, a su reconstrucción y descripción, tomando incluso una postura crítica frente a ellos. Además, se intenta huir también de cierta rutina en el aprendizaje memorístico de los contenidos históricos.

Dentro de la programación de Historia, se puede seleccionar una época con la que el alumnado esté ya familiarizado y, si es posible, en la que aparezca una figura histórica frente a la que pueda haber un posicionamiento crítico, con el fin de facilitar la elaboración de un periódico de oposición. A partir de este momento, en la clase de Historia se explicará al alumnado cómo localizar y utilizar toda la bibliografía sobre esa época, que podrá encontrarse en la biblioteca del centro o en una Biblioteca Pública. Los alumnos, divididos en varios grupos, tendrán que manejar enciclopedias, monografías, manuales de Historia del Arte, etc. y familiarizarse con esa corriente histórica.

En Procesos de comunicación se habrán estudiado los criterios que convierten un hecho en noticia, lo que servirá de ayuda para decidir los acontecimientos y datos de la época que puedan ser destacados en el "periódico histórico" que tenga que elaborar cada grupo. Se decidirán las secciones generales y la paginación, adaptándolas a los parámetros de la época. Una vez estudiadas las características básicas de los diferentes géneros periodísticos, los grupos podrán reflexionar sobre el tratamiento conveniente para cada uno de los temas. Por último, se realizarán prácticas de los diferentes tipos de titulares y de la forma de introducir las declaraciones textuales de los protagonistas de una noticia.

A modo de ejemplo, un periódico histórico sobre la etapa del emperador Nerón reflejaría la historia viva de aquella época e incluiría: amplios despliegues informativos sobre las causas del incendio de Roma o la persecución de los primeros cristianos, reportajes sobre la revuelta de esclavos encabezada por Espartaco, noticias sobre problemas políticos en la Galia, duras columnas de opinión frente al poder despótico y narcisista de Nerón, periodismo de investigación sobre los misterios eleusinos, crónicas sobre la presentación de la última moda en el vestuario romano o sobre los resultados en los últimos combates de gladiadores. Incluso el humor, los pasatiempos y la cartelera de espectáculos se deberían ambientar en aquella época.

El profesorado deberá familiarizar al alumnado con un programa de maquetación y con un escáner, que permite integrar ilustraciones y fotografías. Por otro lado, los alumnos podrán reflexionar sobre los diferentes tipos de periódicos atendiendo a la importancia que en ellos tiene el diseño gráfico y sobre la aportación de la infografía a la presentación final de una página.

Al seguir todo el proceso, el alumnado reconocerá la complejidad de las tareas que cada día preceden a la publicación del periódico. El reto principal del alumnado será lograr un correcto sistema de trabajo en grupo, con clara asignación de tareas, respeto de tiempos y coordinación suficiente para que todo esté preparado en la fecha establecida. Además, el alumnado realizará una campaña publicitaria para anunciar la publicación de sus periódicos y se encargará del fotocopiado y distribución de los ejemplares.

II.8 La visita a la sede de un periódico

Ésta es una de las actividades más habituales cuando se aborda el tema de la prensa en el ámbito educativo. En los últimos años, sin embargo, como consecuencia de los avances tecnológicos experimentados en las redacciones de los periódicos, los alumnos tienen más difícil captar algunos de los conceptos del periódico tradicional. No ha de ser esto un obstáculo, puesto que, aunque la visita parece menos atractiva que antes, en realidad no han cambiado demasiadas cosas. Por ello, se requiere por parte del profesor una correcta preparación de la visita, adaptándola a su grupo de alumnos.

Destinatarios

Alumnos de ESO, Bachillerato, Ciclos Formativos y Garantía Social.

Objetivos

- Conocer in situ la sede de un periódico.
- Identificar las personas, elementos técnicos y espacios implicados en cada uno de los procesos de creación de un periódico.
- Lograr una actitud responsable y activa durante la visita.

Contenidos

- Secciones de trabajo de un periódico.
- Organización cronológica del trabajo diario.
- Tecnología utilizada.

Materiales

- Información sobre la organización de una sede de un periódico y sobre su sistema de trabajo.
- Materiales didácticos y/o informativos puestos a disposición de los alumnos por el propio periódico.
- Cuaderno de campo para la toma de notas.

Desarrollo

Con anterioridad a la visita al periódico se habrá realizado un trabajo previo en clase sobre los cinco procesos básicos de creación de un periódico:

1. Recopilación de información: las agencias, el reportero, el corresponsal, las ruedas de prensa, otros canales de suministro de información, etc.
2. Decisión sobre qué se publica: el director, el jefe de redacción, los jefes de sección.
3. Redacción de las noticias y composición de las páginas, con fotografías, publicidad, etc.
4. Impresión de los ejemplares. Páginas web del diario.
5. Distribución a los distintos puntos de venta.

Una vez en el periódico, los alumnos irán contrastando lo que han aprendido en clase con lo que ven. Se trata, ante todo, de despertar el interés del alumnado en la actividad y de fomentar que éste manifieste una actitud activa durante la visita, preguntando por todo aquello que le llame la atención o que contraste con lo aprendido teóricamente. Dependiendo del área o materia desde la que se haya trabajado la visita, se hará hincapié

en unos u otros aspectos. Por ejemplo:

- Tecnología: la maquinaria de impresión del periódico.
- Informática: los procesadores de texto de la redacción.
- Lengua Castellana y Literatura: el "libro de estilo" de la publicación.
- Historia: el archivo, la hemeroteca y la "fototeca" del periódico.

Si el medio concreto se presta a ello, sería de especial interés para el alumnado explicar cómo fue el día anterior al de la visita en dicho periódico. De esta forma, teniendo en sus manos el periódico final que fue elaborado, el alumnado puede conocer qué otros temas estuvieron a punto de salir en portada, qué otras noticias fue imposible publicar, cómo se consiguieron determinadas fotografías, a qué hora se cerró la edición...

Con posterioridad a la visita, también puede resultar interesante provocar en la clase un intercambio de información y opiniones sobre lo visto en la sede del periódico, destacando aquellos aspectos que más han llamado la atención al grupo.

II.9 Un programa de lectura con prensa

Existe un amplio consenso entre el profesorado de Educación Secundaria con respecto a los serios problemas de lectura que presenta el alumnado de esta etapa. Generalmente, los centros educativos suelen realizar estudios sobre las posibles causas de estas carencias y elaboran propuestas para atajarlas.

Con este fin, en algunos institutos se planifica y se lleva a cabo un Programa de Lectura que, previa aprobación del Claustro de Profesores e integración en el P.E.C. y en la P.G.A., intenta implicar a toda la comunidad educativa para así garantizar su continuidad. Dichos programas son periódicamente revisados para mejorar su diseño y recibir nuevas aportaciones. En su desarrollo es destacable la progresiva inserción de la prensa como recurso didáctico para mejorar la capacidad lectora del alumnado, dada la capacidad de motivación de sus contenidos y formatos.

Destinatarios

Alumnos de ESO.

Objetivos

- Fomentar el hábito de la lectura a través de la utilización de la biblioteca del centro.
- Equilibrar los diferentes tipos de fondos de la biblioteca del centro.
- Utilizar la prensa y las publicaciones periódicas, junto con Internet, como recursos didácticos preferentes.

Contenidos

- Habilidades para una lectura comprensiva.
- Tipología de publicaciones periódicas.

Materiales

- Fondos de hemeroteca de la biblioteca del centro.
- Ordenador con conexión a Internet.

Desarrollo

En primer lugar, debe señalarse que un Programa de este tipo tiene sentido en centros en los que se viene ya profundizando en la utilización en el aula de los medios de comunicación escritos como recurso para el estudio de las distintas materias, como elemento motivador y como complemento del libro de texto. Se trata ahora de utilizar la prensa como recurso para mejorar la capacidad lectora. Así, desde el área de Lengua Castellana y Literatura, dentro del tiempo destinado a las actividades de lectura en voz alta, sobre todo en los primeros cursos de la ESO, se puede utilizar la prensa escrita como recurso motivador. De igual forma, en Bachillerato se programarán periódicamente lecturas de interés extraídas de la prensa regional, nacional e internacional (a través de Internet), de forma que desde todas las materias el alumnado se habitúe a realizar una lectura comprensiva de los periódicos.

Es habitual que el profesorado responsable de la biblioteca seleccione cada mes algunos libros de lectura que revisten un interés especial para el alumnado por su actualidad, su contenido, su oportunidad, etc. Dentro de un Programa de Lectura de Centro es conveniente que se establezca también que deben destacarse mensualmente algunas publicaciones periódicas, de forma que tanto éstas como los libros aparezcan en un expositor a la entrada de la biblioteca, junto a un breve y atractivo resumen de su contenido o características, para provocar el interés por su lectura y/o consulta. Se ha de procurar que tanto los libros como las publicaciones periódicas seleccionadas atiendan la distintas

demandas, en cuanto a intereses y edades, que existen entre el alumnado adolescente.

Otra estrategia habitual consiste en colocar en un lugar accesible de la biblioteca los últimos periódicos y revistas recibidos en el centro, para que el alumnado los encuentre siempre que los necesite. Por otra parte, es conveniente que, coincidiendo con alguna celebración o acontecimiento de interés educativo, se coloque en el panel informativo de la biblioteca, junto con una referencia del tema, un listado de artículos o noticias de prensa (recortes, fotocopias, fotografías, etc.) con el fin de llamar la atención del alumnado sobre estos hechos.

Desde esta apuesta por la prensa como recurso preferente en un Programa de lectura, no estaría de más programar la presencia en el centro no sólo de autores de literatura juvenil sino también de periodistas, con el fin de que el alumnado pueda conocer su trabajo diario, sus opiniones, sus obras y conversar con ellos.

Por último, también sería conveniente familiarizar al alumnado con las estrategias lectoras adecuadas para las ediciones electrónicas de los periódicos, de forma que conozcan su estructura, su forma de jerarquizar temas, de conectar referencias, de buscar informaciones concretas en documentos más amplios, etc.



III. EJEMPLIFICACIONES EN ALGUNAS ÁREAS

III.1 Ciencias de la Naturaleza

En la sociedad actual, la ciencia es un instrumento indispensable para comprender el mundo que nos rodea y sus transformaciones, así como para desarrollar actitudes responsables sobre aspectos ligados a la vida, a la salud, a los recursos naturales y al medio ambiente. Los contenidos que se trabajan en esta área deben estar orientados a la adquisición por parte del alumnado de las bases propias de la cultura científica, en especial en la unidad de los fenómenos que estructuran el mundo natural, en las leyes que los rigen y en la expresión matemática de esas leyes, de lo que se obtiene una visión racional y global de nuestro entorno que sirva de base para poder abordar los problemas actuales relacionados con la vida, la salud, el medio y las aplicaciones tecnológicas.

Es importante transmitir la idea de que la Ciencia es una actividad en permanente construcción y revisión, con implicaciones con la tecnología y con la sociedad, y plantear cuestiones tanto teóricas como prácticas, a través de las cuales el alumno comprenda que uno de los objetivos de la ciencia es dar explicaciones científicas de aquello que nos rodea.

• EL PROBLEMA DE LAS DROGAS

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de ESO (tercer curso).

Objetivos

- Adquirir conocimientos suficientes sobre el tipo de drogas existentes (depresores, estimulantes y psicotrópicos) y sus efectos sobre el organismo, para tomar una postura de rechazo ante las mismas.

Contenidos

- Concepto de droga. Dependencia física y psíquica.
- Clasificación de las drogas:
 - Depresores: opiáceos o estupefacientes, alcohol, hipnóticos, tranquilizantes, sedantes, anfetaminas.

Estimulantes: cocaína y crack, xantinas o alcaloides, tabaco.

Psicotrópicos: alucinógenos, MDMA, MDA.

- Efectos de las drogas.
- Actitud frente a las drogas:
 - Prevenición: información, alternativas.
 - Deshabitación

Actividades

- Desarrollar los contenidos ayudándose de artículos sobre noticias de droga en general, y de sus efectos en adolescentes (coma etílico, hospitalización o muerte por ingesta de éxtasis, sobredosis...).
- Recortar anuncios publicitarios que hagan propaganda del tabaco (cualquier marca) y otros de bebidas alcohólicas.
- Analizar los anuncios recopilados de cada una de las drogas, comentando los siguientes puntos: nombre del producto del cual se hace propaganda; características: composición, acción sobre el organismo, precio...; colores que predominan en el anuncio (si los hubiera); personajes que intervienen, fijándose en la edad de los mismos, el sexo, vestido, nivel social, etc.; ambiente del anuncio y entorno de la acción principal; texto del anuncio.
- Comentar, una vez realizado el análisis anterior, si el anuncio es veraz y objetivo, cuál creen que es la razón y el mensaje del anuncio, y qué identifica al producto con el futuro consumidor.
- Redactar anuncios publicitarios en los que el mensaje último sea la prevención de la drogadicción y en los que se contemplen, sobre todo, alternativas, es decir, actividades que resulten a los potenciales usuarios más satisfactorias que el consumo de drogas. Con estos anuncios se pueden realizar carteles para exponerlos en pasillos y lugares de acceso y que así puedan ser contemplados por el resto de los compañeros.

• LA CAPA DE OZONO

Destinatarios

Alumnos del Primer Ciclo de ESO (primer curso).

Objetivos

- Analizar la evolución de la atmósfera y proponer posibles actuaciones para evitar efectos negativos.
- Sensibilizar sobre la repercusión que tiene la carencia de ozono en la naturaleza.

Contenidos

- El ozono. Características.
- Capas de la atmósfera. Situación del ozono en las capas.
- Función del ozono.
- Consecuencias de la carencia de ozono.
- Localización de los agujeros de ozono.
- Enfermedades: incremento del riesgo de cáncer de piel.
- Medidas para evitar el deterioro progresivo de la capa de ozono.

Actividades

Realizar murales con artículos y recortes de prensa en los que se contemplen aspectos como:

- Qué es el ozono. Composición química.
- Quién y cómo se determinan los niveles de ozono en la estratosfera antártica.
- Destroctores del ozono: los CFCs.
- Cuáles son los grandes problemas ambientales del planeta.
- Qué medidas han de adoptarse para evitar la disminución de la capa de ozono.
- Qué países están más obligados a llevar a cabo estas medidas.

La actividad se realizará en grupos pequeños, elaborando cada uno su propio mural.

• MEDIO AMBIENTE

El desarrollo de esta unidad iría parejo al estudio de los problemas medio ambientales en Castilla y León, tanto los existentes como los potenciales, de acuerdo con el Currículo de Biología y Geología de cuarto curso de ESO.

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de ESO (cuarto curso).

Objetivos

- Analizar la incidencia de algunas actuaciones individuales y sociales en el deterioro del Medio Ambiente, e indicar posibles soluciones.
- Detectar la relevancia que la prensa otorga a los temas ambientales.

Actividades

Se realizará un trabajo de investigación con datos recogidos en la prensa sobre educación ambiental en Castilla y León. Para ello, se recogerán durante un tiempo noticias y reportajes de los periódicos que hagan referencia al medio ambiente en nuestra Comunidad Autónoma. Una vez recogidas las noticias se realizará una clasificación de las mismas en las que se tendrá en cuenta:

- Tema tratado: educación ambiental, ruido, ambiente físico, vertidos, denuncias, agua, sequía, incendios forestales, ecología...
- Extensión de la noticia.
- Página en la que aparece.
- Sección.
- Ilustraciones.
- Día/mes en que aparecen.

Ya recogida y clasificada la información se analizará y valorará el tratamiento que la prensa da a las noticias de medio ambiente, anotando los siguientes datos:

- Número total de periódicos estudiados.
- Mes que generó mayor número de noticias medio ambientales y cuál fue la causa.
- Mes que generó menos noticias.
- En qué páginas aparecen.
- Qué zonas castellanas y leonesas tienen mayor presencia.
- Qué extensión ocupan esas noticias en el periódico.
- Temas tratados, buscando las implicaciones de que aparezcan o no.
- La relación imagen/texto.

III.2 Ciencias Sociales, Geografía e Historia

Estas materias tienen en la prensa su principal aliado para actualizar los contenidos y para trabajar las relaciones entre pasado y presente. Así, por ejemplo, partiendo de una noticia fechada hace unos años, relacionada con la economía, la industria, etc. se puede analizar en clase cómo ha evolucionado ese tema. Para ello, el alumnado deberá documentarse usando varias fuentes de información, pero la prensa aportará los datos últimos y quizá hasta comentarios. Además si maneja varios periódicos, podrá conocer de una forma más objetiva, por plural, la actualidad o situación del tema. En una actividad paralela a la anterior, pero con cronología inversa, ante un tema del libro de texto, se puede hacer uso de la hemeroteca para aportar datos, comentarios, situaciones actuales y problemas que aún hoy se están intentando solucionar, y que están relacionados con aquel contenido.

Así, cuando se hace en la ESO o en Bachillerato un estudio de las diferentes naciones, es necesario poner en contacto al alumno con la realidad de cada una, con sus conflictos, situación económica, etc. Comparar los gráficos socioeconómicos del libro con los de los recortes de periódico puede ser fundamental. Sería bueno que cuando se fuera a estudiar una nación en una época, por ejemplo Roma y el Imperio Romano, se partiera de noticias actuales referentes a Italia. De esta forma se tendría un apoyo "real" para la serie de hechos y datos que el alumno ha de manejar y memorizar. Además, muchos documentos gráficos reflejan comparaciones de las civilizaciones actuales con las pasadas. En el mismo sentido, para estudiar la Historia del siglo XIX es necesario conocer la situación actual de cada lugar. Un estudio de hechos retrocediendo en el tiempo, utilizando noticias fotocopiadas de algunas crónicas periodísticas de este siglo, puede ser imprescindible para llegar a tener una idea más real de esa época. Y si se trata de hacer un estudio de España desde la Segunda República hasta hoy, no hay nada mejor que utilizar fotocopias de noticias de los más relevantes hechos ocurridos, mejor aún si se incluyen fotografías que esclarezcan más los sucesos. Con el material reprográfico se puede montar un seguimiento histórico-periodístico, en cualquier pared o corcho. Es conveniente contar en el Centro con libros tales como "Anuario de El País", "Crónica del Siglo XX", etc. Los podemos considerar como una hemeroteca encuadernada.

Además de este diálogo pasado-presente, la prensa nos muestra los problemas sociales y las diferentes posturas que se toman al respecto. Ello permite analizar conflictos vivos, ver la polémica que generan y favorecer así la propia reflexión. Por ejemplo, ante una inundación o, al contrario, un período de sequía, se pueden estudiar los efectos en la agricultura, empresas turísticas, gobierno, autoridades locales, ayudas, causas... Un seguimiento de este tipo de noticias es rico y motivador para el alumno. También se pueden hacer gráficos, debates, sobre qué o quién es el responsable, sobre qué medidas tomar, etc.

La prensa es, en suma, una fuente documental imprescindible para muchos de los contenidos del área pues las ideas, las instituciones políticas, la evolución económica, los problemas sociales, el clima, la geografía humana... son contenidos fundamentales tanto de la vida que se retrata en las páginas de los periódicos como de los hechos, conceptos, procedimientos y actitudes que integran el currículo de esta área.

• LA UNIÓN EUROPEA A TRAVÉS DE LOS PERIÓDICOS E INTERNET

Se trata de abordar un tema de actualidad y relevancia en Geografía e Historia utilizando la prensa e Internet como fuentes de diversos contenidos. El hecho de que los alumnos puedan trabajar en grupo en Internet y con prensa puede resultar de interés para ellos.

Destinatarios

Alumnos de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Conocer el nombre y las funciones de las diferentes Instituciones Europeas.
- Distinguir las fases históricas y la evolución y ampliaciones sucesivas de la Unión Europea.
- Valorar los recursos económicos, humanos, culturales, etc. de los países europeos.
- Conocer y reflexionar sobre los problemas y ventajas que supone para España ser miembro de la U.E.
- Identificar los actuales países miembros y los países candidatos.
- Reflexionar sobre la idea de cultura y de espacio común europeo.

Temporalización

Dos horas seguidas durante las mañanas de los cinco días de duración previstos, en la biblioteca del centro.

Actividades

Para desarrollar la actividad se constituirán grupos de seis a diez alumnos en cada turno.

Los alumnos elegirán un periódico/diario provincial, nacional o internacional

(editado en español en Internet) e irán seleccionando en él todas aquellas noticias, entrevistas, reportajes, etc. que se refieran a la Unión Europea. Para localizar esas direcciones o páginas web de los distintos periódicos podemos utilizar el servidor web del M.E.C.D. (referido al Programa de Nuevas Tecnologías), a través del apartado: comunicación/kiosko/prensa digital. Tomarán anotaciones de las noticias encontradas, pudiendo imprimirse aquellos textos de mayor interés. Accederán también a diferentes páginas o portales de Internet previamente seleccionados de diferentes organismos e instituciones europeas: Parlamento Europeo, Consejo de Ministros, Comisión Europea, Tribunal de Justicia, etc. conociendo así de primera mano todas sus informaciones y contenidos. (La página web central de la Unión Europea, desde la que se puede acceder a otros enlaces de interés es <http://europa.eu.int>).

Finalmente, con una selección de todas las noticias e informaciones encontradas se confeccionará un cartel mural que se colocará en las paredes del aula o de los pasillos del instituto, puesto que la U.E. es para ellos uno de los temas curriculares de etapa y de ciclo dentro de las materias de Geografía e Historia. Para evaluar los resultados se podrán tener en cuenta las apreciaciones del profesor, las opiniones de los alumnos participantes, recogidas, en una breve encuesta, y los resultados académicos obtenidos por los alumnos cuando se trate en el aula el mismo tema.

OTRAS PROPUESTAS DE ACTIVIDADES

A continuación, se exponen otras sugerencias de posibles actividades para el área de Ciencias Sociales, Geografía e Historia con una indicación del posible curso o etapa a los que pueden ir dirigidas. Sin embargo, cada docente deberá contextualizar cada actividad y, por tanto, podrá adaptarlas al grupo, curso y etapa para el que le parezcan más adecuadas:

- Cualquier curso de la ESO. Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Cuando celebremos una fecha, ya sea por ser las fiestas de la localidad, una conmemoración, un aniversario, se pueden recabar entrevistas, reportajes, curiosidades... con informaciones sobre historia, folclore, costumbres, que podemos añadir a un mapa comarcal, dándole más vida con esos datos extraídos de la prensa.
- Primer ciclo de ESO. Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Al principio del curso se programan las visitas o excursiones didácticas y lo normal es hacer uso de guías de viajes o de libros para conseguir información sobre lo que se va a visitar. Estos libros tienen datos actuales que pueden completarse con datos existentes en la prensa. Con la programación de las excursiones en la mano se buscan y recortan todas las noticias referentes a esos lugares y se crea un archivo de datos. En los días previos a la visita los alumnos o la clase, en grupos, realizan un trabajo preparativo, utilizando los libros y los recortes.

Se obtendrá un trabajo completo: arte, historia, costumbres, paisaje, productos, etc.

- 2º ciclo de ESO. Ciencias Sociales, Geografía e Historia. La publicidad de cualquier tipo permite hacer un estudio sociológico importante. Si se hace un estudio sobre varios anuncios de productos similares, se puede ver qué persiguen con sus respectivos eslóganes y cómo dialogan con los valores personales y sociales de nuestro tiempo. Si posteriormente se amplía el trabajo contrastando con la publicidad de ese mismo producto en otras épocas, se podrán extraer interesantes conclusiones del significado y evolución del producto a lo largo del tiempo y de las estrategias publicitarias.
- 3º de ESO Ciencias Sociales, Geografía e Historia. *Un mundo de periódicos*. Recopilación, fichado y exposición pública de periódicos de todo el mundo.
- 4º de ESO. Ciencias Sociales, Geografía e Historia. *Los niños de la guerra*. Recopilación de noticias sobre los conflictos en el mundo. Todas ellas han de incluir una foto en la que se vea un niño sufriendo, directa o indirectamente.
- 4º de ESO. Ciencias Sociales, Geografía e Historia. *Culturas diversas*. Debate sobre las costumbres de los extranjeros en España, tras la recogida de noticias sobre acontecimientos que les afectan (pañuelo, ablación, deportistas de élite, etc.).
- 1º de Bachillerato. Historia del Mundo Contemporáneo. *Mapas de ayer y de hoy*. Comparación entre los mapas de Europa, África y Asia del periodo de entreguerras y los de hoy en día, sacados éstos de las noticias de prensa sobre conflictos actuales.
- 1º de Bachillerato. Historia del Mundo Contemporáneo. *Conflictos olvidados*. Recopilación de noticias de prensa sobre conflictos, haciendo un fichero-recuento de los mismos y debatiendo el porqué a unos se les da más importancia que a otros, independientemente de las víctimas que producen.
- 2º de Bachillerato. Historia. *Periodistas en peligro*. Conferencia y debate en el centro con periodistas perseguidos por organizaciones terroristas (ETA). Actividades en clase paralelas a dichos actos.
- 2º de Bachillerato. Geografía. La prensa puede ser un recurso de gran utilidad para realizar un estudio climatológico. Cualquier periódico contiene una serie

de datos y gráficos que utilizados convenientemente, y a partir de unas ideas básicas anteriores, superan al libro. El seguimiento de este tema les hará vivir día a día la climatología y conocer sus causas y efectos. Utilizando periódicos de diferentes regiones pueden hacerse comparaciones, lo cual permite conocer la variedad climática de España.

- 2º de Bachillerato. Historia del Arte. Ante una noticia sobre un monumento, se puede hacer un estudio de su estilo, de su estado de conservación y compararlo con otros de sus características. Si estuviera mal conservado los alumnos aportarían ideas propias o de expertos o arquitectos sobre las medidas que podrían adoptarse para su conservación.

III.3 Lenguas Extranjeras (Inglés)

La enseñanza del Inglés ha sufrido a lo largo del tiempo continuas modificaciones con respecto a los métodos de aprendizaje, los cuales han propiciado un enfoque más comunicativo en los últimos años, discuriendo prácticamente de manera paralela a la apertura de las relaciones internacionales y a la integración de España en Europa.

Tal como establece el Currículo de la Educación Secundaria Obligatoria de Castilla y León, el aprendizaje de Lenguas Extranjeras debe contribuir a la formación educativa del alumnado desde una perspectiva global que favorezca el desarrollo de su personalidad, la integración social y las posibilidades de acceso a datos de interés. Asimismo, debe propiciar que los alumnos conozcan formas de vida y organización social diferentes a las nuestras, mejoren su capacidad de empatía, diversifiquen sus canales de información y entablen relaciones caracterizadas por la tolerancia social y cultural en un mundo en que la comunicación internacional está cada vez más presente.

Esta comunicación internacional se establece a través de múltiples canales: la radio, la televisión, Internet, la prensa, etc., fórmulas en su mayoría al alcance de nuestros jóvenes, si no en sus hogares sí en sus centros educativos. Entre todas ellas, el periódico se constituye en una herramienta de gran utilidad en el aula, tanto por su actualidad en los contenidos como por la variedad y cantidad de información que proporciona: con los artículos de un solo periódico podríamos ocupar muchas clases de inglés sin caer nunca en la repetición. Desde trabajar las fechas a hacer predicciones meteorológicas, desde el aprendizaje de la cultura anglosajona a ampliar nuestro vocabulario sobre deporte, salud..., pasando por la confección de un currículum vitae o el estudio de los tiempos verbales. Sirva como ejemplo la noticia sobre la muerte de la Reina Madre —con la historia de su vida y de paso la de la Gran Bretaña del siglo pasado—, un estupendo material para trabajar los verbos,

los tiempos pasados, un poco de historia...Y todo ello, desarrollando las cuatro habilidades o destrezas básicas.

Por tanto, el profesorado de idiomas tiene en la prensa una herramienta, que le ofrece gran cantidad de posibilidades de uso con sólo dedicarle algo de tiempo e imaginación.

De las dos actividades que seguidamente se proponen, una de ellas, aunque resulte paradójico, está pensada para desarrollarla con un periódico en español, y tiene que ver con el uso y abuso de los anglicismos en nuestra lengua. El español tampoco está libre de la enorme influencia que el inglés ejerce en el resto de las lenguas existentes, y que se manifiesta constantemente, en todos los órdenes de la vida y ámbitos de la sociedad. Esto no tiene porqué ser en sí mismo negativo, siempre y cuando suponga un enriquecimiento para nuestra lengua pero, lamentablemente, no siempre es así y existe cierta tendencia al uso sin medida de este tipo de términos, aun cuando exista la palabra equivalente de uso corriente en castellano. Con esta actividad conseguiremos que nuestros jóvenes aprendan inglés, reflexionen sobre la influencia de unas lenguas en otras y sobre el uso correcto de su propia lengua.

• "NOTICIAS EN INGLÉS"

Se ha elegido como ejemplificación de esta actividad una noticia sobre moda, pero se podrían haber elegido otras secciones (deportes, sociedad, política internacional...) ya que las tareas que se proponen más adelante se pueden adaptar perfectamente a cualquier tema.

Destinatarios

Alumnos de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos de Formación Profesional.

Objetivos

- Trabajar las cuatro habilidades básicas en inglés (speaking, writing, listening and reading) a partir de una noticia obtenida del periódico.
- Estimular el aprendizaje del vocabulario específico.
- Desarrollar la capacidad de extraer de una noticia la información esencial.
- Fomentar la reflexión sobre la noticia y la expresión de la opinión del alumno sobre la misma, de manera comprensible, en otro idioma.

Temporalización

La actividad se desarrollará a lo largo de un periodo lectivo.

Consideraciones previas a tener en cuenta:

Con anterioridad, el profesorado habrá seleccionado a través de Internet (dada la dificultad de encontrar periódicos en inglés) una noticia, extraída de un periódico británico o americano, que tenga que ver con la moda. Deberá venir acompañada de fotografías y es conveniente que no sea muy extensa (su lectura llevará entre 3 ó 4 minutos). Cada alumno dispondrá de la correspondiente fotocopia del artículo al comenzar la actividad.

Asimismo, si el profesorado lo estima conveniente, podrá proporcionar a los alumnos por escrito el planteamiento de las tareas propuestas en su totalidad. De cualquier manera, les indicará en su introducción el tipo de ejercicio que van a desarrollar, si se trata de un ejercicio oral o escrito, individual, por parejas o en grupo, etc.

Con respecto a las tareas que se proponen más adelante, hay que tener en cuenta dos cuestiones importantes:

1. Que el profesor tendrá que seleccionar algunas de ellas, ya que es materialmente imposible realizarlas todas a lo largo de un periodo lectivo, procurando siempre desarrollar las distintas habilidades (reading, writing, speaking and listening).
2. Que muchas de las actividades sugeridas puede plantearse para cualquier etapa educativa, de manera que el profesor tendrá que seleccionar las noticias para cada grupo de acuerdo con la dificultad del texto, adaptar las actividades a un mayor o menor grado de complejidad o, simplemente, eliminar aquellas que resulten especialmente complicadas para determinados grupos

Actividades

Seguidamente se detallan algunas actividades o tareas que se pueden realizar:

- Lectura comprensiva del texto del artículo (dos veces) por parte de dos alumnos. El resto escucha y lee a su vez. Se corregirán los errores de pronunciación.
- El profesor proporcionará en fotocopia una serie de frases (para dar mayor dificultad al ejercicio puede leerlas) sobre el artículo. El alumno decidirá si son verdaderas o falsas.

- El alumno responderá a una serie de preguntas sobre el artículo de manera breve o más extensa, según sea necesario. (Speaking).
- En grupos de tres o cuatro, elaborarán un glosario de términos que tengan que ver con la moda: prendas de vestir masculinas y femeninas, profesiones relacionadas con la moda, utensilios para la confección, materias primas..., repartiendo previamente las tareas y poniéndolas en común.
- Una vez detalladas las diferentes profesiones que intervienen en el mundo de la moda (modelo, fotógrafo, diseñador, sastre, modista...) los alumnos harán descripciones en inglés de lo que hace cada uno de ellos. (Writing/Speaking).
- En grupos de tres o cuatro, buscarán sinónimos de verbos y adjetivos que aparezcan en el texto.
- Los alumnos harán una descripción de la fotografía que aparece acompañando el texto del artículo (modelos, un desfile, un diseñador...). (Writing/Speaking).
- Los alumnos realizarán una composición por escrito de 60 a 100 palabras en la que expresarán su opinión sobre el mundo de la moda.
- Los alumnos ejercerán de periodistas esta vez y elaborarán un artículo-resumen de la noticia, que constará de un breve titular y las cinco ideas más importantes que han extraído del artículo.

• ANGLICISMOS EN LA PRENSA

Esta actividad, que aquí planteamos para desarrollar en la clase de Inglés, es igualmente válida para realizarla en la clase de Lengua Castellana y Literatura.

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de la ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Utilizar el periódico en español para realizar una labor de investigación.
- Conocer vocabulario específico en inglés referente a temas variados y de actualidad, como la música, el cine, el deporte...

- Reflexionar de manera crítica sobre el uso y abuso de los anglicismos en español.

Temporalización

La actividad puede plantearse como una actividad puntual, en cuyo caso se requerirá un periodo lectivo para su desarrollo, o como una actividad continua a lo largo del curso, con un número de sesiones que establecerá el profesor según estime oportuno. En este caso, quizá fuera conveniente fijar un número mínimo de tres periodos lectivos, no sólo porque se trata de una actividad en la que la labor de investigación marca la pauta de su realización, sino también para que el glosario de términos que se pretende obtener tenga un número aceptable de palabras.

Desarrollo

Para la realización de esta actividad será necesario disponer de tantos periódicos como alumnos haya en la clase o, al menos, de uno por cada dos alumnos (obviamente de los diferentes diarios). La clase se divide en grupos de tres o cuatro. Cada grupo se hace cargo de una o dos secciones. Previamente se habrá elaborado una ficha, que se repartirá entre los alumnos (cada alumno contará con, al menos 15 fichas) y que contendrá los siguientes campos:

WORD/EXPRESSION:	SPANISH WORD/EXPRESSION:
SECTION:	
HEADLINE:	
NEWSPAPER:	AMERICAN WORD/EXPRESSION:
DATE:	BRITISH WORD/EXPRESSION:

Los alumnos de cada grupo se dividirán el trabajo y leerán las noticias de la sección o secciones que les haya correspondido, haciéndose cargo cada uno de ellos de un periódico diferente. Se irá anotando en la ficha la información requerida: palabra o expresión, su correspondencia en castellano, la sección donde aparece y el titular de la noticia, así como el periódico y la fecha.

Los diez o quince últimos minutos de la clase servirán para poner en común las palabras encontradas, atendiendo a su correcta pronunciación, a su equivalencia en castellano si existiera, analizando en este caso el porqué de la preferencia del uso de la palabra anglosajona, y si se trata de un término británico o americano (y el predominio de uno sobre otro). Finalmente se colocarán las fichas siguiendo el orden alfabético de las palabras encontradas. Con todas ellas se creará un glosario de anglicismos de uso común en castellano.

El mayor o menor grado de dificultad de esta actividad y, por tanto, el que vaya dirigida a alumnos de ESO o Bachillerato vendrá dado por la extensión de la actividad a todas y cada una de las secciones de un periódico o sólo a aquellas más características y proclives por su temática al uso de anglicismos (en la sección de Negocios, por ejemplo, los anglicismos pueden corresponder a términos de difícil comprensión para un alumno de la ESO: stock options, holding company...).

III.4 Lengua Castellana y Literatura

Esta área suele ser uno de los ámbitos con mayor tradición en la enseñanza-aprendizaje de contenidos sobre la prensa y en el desarrollo de actividades con periódicos, pues contempla curricularmente la comunicación periodística y las características específicas del lenguaje (verbal y no verbal) de la prensa como objeto de estudio en sí mismo. Por otra parte, determinadas materias optativas vinculadas al área (Procesos de comunicación, Taller de prensa...) han servido también de cauce organizador de muchas de las actuaciones de centro o interdisciplinares relacionadas con la prensa y la producción de productos periodísticos (periódicos de centro, periódicos históricos con o sin suplementos con el panorama literario de la época...), integrando en dichos procesos la nuevas tecnologías informáticas relacionadas con la maquetación. Además, la presencia de textos literarios en el periódico y la información que éstos contienen sobre acontecimientos relacionados con la literatura, permiten una muy rentable integración de la prensa en el área. Asimismo, en los últimos cursos la integración de Internet en las aulas ha permitido trabajar las características del español de América a partir de la lectura y análisis de la prensa Hispanoamérica en sus versiones digitales.

Por tanto, los contenidos conceptuales que deben abordarse en el área pueden encontrar un adecuado refuerzo en actividades como las siguientes:

• COMPARACIÓN DE VARIAS PORTADAS DE UN MISMO DÍA

Dentro de las estrategias de lectura de un periódico, la portada requiere un tratamiento especial, en coherencia con la complejidad e importancia que su elaboración cotidiana tiene en los medios. Es así habitual que en los informativos de televisión o en los de radio se informe de las portadas del día, pues ello permite establecer no sólo los temas sobre los que van a trabajar los diferentes medios, sino también los diferentes posicionamientos frente a ellos de unos periódicos y otros.

Por su parte, el alumnado adolescente debe ya ir adquiriendo determinadas rutinas lectoras que actualizará en su vida adulta, como la de dar un vistazo en los quioscos a diferentes periódicos, independientemente de cual sea el que va a adquirir, obteniendo rápidas conclusiones sobre el panorama diario de la prensa que encuentra en su ciudad.

Destinatarios

Alumnos de ESO y Programas de Garantía Social.

Objetivos

- Capacitar al alumnado para una lectura crítica de la portada de un periódico.
- Identificar los recursos gráficos utilizados en las portadas y la finalidad de cada uno de ellos.
- Sistematizar un sistema de análisis de las portadas de la prensa diaria.

Contenidos

- Tipos de portadas en la prensa actual.
- Proceso de decisión y elaboración de la portada de un periódico.
- La libertad de expresión como característica de las sociedades democráticas.

Materiales

- Ejemplares de prensa diaria.
- Retroproyector para proyección de acetatos con las diferentes portadas.

Desarrollo

En primer lugar, debe profundizarse en clase en los diferentes tipos de portada utilizados en la prensa de nuestros días, fundamentando la relación entre la tipología de un periódico (regional, nacional, deportivo, sensacionalista...) y los recursos utilizados en su primera página. Posteriormente, se analizarán diferentes portadas con el fin de ver cómo se utilizan en ellas los recursos previamente estudiados, asentando el vocabulario técnico que haya sido utilizado en las explicaciones.

Además, deberán compararse las características de las portadas de la prensa local, regional y nacional con el fin de establecer que el tipo de publicación determina el tipo de noticias con las que puede abrir cada periódico. También es importante comparar la prensa española con la de otros países observando las diferencias de sus portadas, bien en el área de Lengua Castellana y Literatura (prensa Hispanoamérica) bien en el de Lenguas Extranjeras (prensa europea y norteamericana).

Una tarea final de gran interés, pues pone en práctica todo lo estudiado y permite simular los problemas y decisiones diarios de una redacción, es la elaboración de portadas

en clase en pequeños grupos. Para ello, con el fin de acercarnos lo más posible a la realidad, se aportará la descripción de quince hechos distintos, en un párrafo cada uno, de forma que los grupos deban seleccionar un máximo de ocho para integrar en su portada. Los grupos contrastarán posteriormente sus resultados observando las diferencias no sólo en los hechos seleccionados sino también en la distinta importancia que en cada propuesta de portada se ha asignado a los mismos. Es muy importante que cada grupo justifique sus decisiones, pues esto les hace verbalizar la orientación e intenciones comunicativas del periódico que estaban simulando confeccionar.

Esta actividad, en una fase posterior, se realiza asignando previamente a cada grupo un determinado tipo de lector y de publicación, de forma que sus decisiones en la elaboración de la portada deban ser coherentes con la misma.

• TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL MISMO HECHO EN VARIOS PERIÓDICOS

Cuando el alumnado conoce que la realidad genera un enorme caudal de acontecimientos a diario, comienza a comprender que la primera obligación del periodista es seleccionar aquellos acontecimientos que cree noticiables, pues dispone de un espacio limitado para reflejar esa realidad. Si en esta selección ya se manifestaran criterios ideológicos, se podrá profundizar aún más en ellos al analizar el tratamiento informativo que cada medio da a un mismo acontecimiento. Es inabordable realizar siempre un análisis comparativo de cierta exhaustividad entre varios medios, pero el alumnado de Secundaria debe tener la oportunidad de poder realizarlo en alguna ocasión en su centro.

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de la ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Diferenciar los conceptos de "acontecimiento" y "noticia", asignando a ésta el carácter de *producto periodístico*.
- Analizar el proceso de elaboración de una noticia.
- Fundamentar la inexistencia de la objetividad en la comunicación periodística.
- Conocer las características "contenido" y "expresión" de la noticia como género periodístico.
- Fundamentar un sistema de análisis comparativo de noticias, con el fin de que el alumnado sepa formarse su propia opinión sobre los hechos.

Contenidos

- Las fuentes de la información.
- El mito de la objetividad.
- Los géneros periodísticos.
- La organización diaria del trabajo en un periódico.
- Elementos gráficos para dotar de mayor importancia a una noticia.
- La libertad de expresión como característica de las sociedades democráticas.

Materiales

- Bibliografía específica sobre maquetación y géneros periodísticos.
- Retroproyector para proyección en transparencia de las diferentes noticias.

Desarrollo

Una vez analizado el panorama de la prensa en un determinado día, ha de buscarse un hecho que aparezca en los periódicos que se vayan a utilizar (no menos de tres). El análisis hará contrastar similitudes y diferencias, al menos, en tres campos distintos: importancia asignada al hecho y recursos formales, diferencias de contenidos, e información/opinión en los géneros periodísticos asignados.

- A.- Importancia asignada al hecho y recursos formales: En este apartado debe analizarse la página en la que aparece la noticia (portada y primera de sección o interior; página par o página impar), la situación de la noticia dentro de la página (parte superior, central o inferior; entrada, centro o salida), el número de columnas dedicadas a la información, el tamaño y tipo de las letras utilizadas en los titulares, el acompañamiento gráfico (fotos, ilustraciones realistas de infografía,...) o ausencia del mismo, la existencia de recuadros y despieces...
- B.- Diferencias de contenidos: Con la mayor exhaustividad que sea posible, el alumnado realizará una tabla comparativa con las diferentes noticias, determinando en distintas columnas: datos que aparecen en todas las informaciones, datos que aparecen en unos periódicos y no en otros, datos que sólo aparecen en un determinado periódico y datos polémicos o dispares en unas publicaciones y otras. Este análisis permitirá profundizar en el hecho de que toda selección de la realidad es en sí misma ideológica, por lo que de acuerdo con la intencionalidad previa se destacan aquellos elementos de la realidad que la refuerzan.

Dentro de este análisis de contenidos, se puede focalizar aún más el trabajo y ver las diferencias únicamente en los titulares, o en los titulares y entradillas o, finalmente, en todo el texto de la información.

- C.- Información/opinión en los géneros periodísticos asignados: Se deberá analizar el género periodístico con el que cada publicación ha tratado el hecho. Así, en determinados periódicos sólo aparecerá una noticia, pero en otros también podrá leerse un artículo de opinión o un editorial al respecto. A partir de ello, se realizará un panel con las opiniones (no de los datos) que cada publicación integra sobre el tema, con conclusiones sobre la pluralidad u orquestación de las mismas.

Finalmente, en un apartado de conclusiones, es muy importante que el alumnado estructure las diferencias encontradas entre unos medios y otros. Posteriormente podría establecer su propia selección de los datos más relevantes del hecho, reescribiendo la noticia en un espacio limitado previamente establecido. Para fundamentar su opinión, deberá además establecer qué otros datos le gustaría haber conocido. Frecuentemente demandará información sobre antecedentes o causas del hecho, precisamente aquello que la demanda de actualidad de la prensa hace más difícil de integrar, por lo que podrá establecer conclusiones sobre las ventajas e inconvenientes de la prensa para conocer en profundidad lo que sucede, y sobre el carácter complementario de otras fuentes de información.

• COMPARAR UNA INFORMACIÓN EN LA PRENSA Y EN OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es muy interesante comparar cómo tratan informativamente un mismo hecho los diferentes medios de comunicación para ver las diferencias, ventajas y desventajas de la prensa con respecto al resto de los mass media. Se puede realizar ligándolo a la actividad anterior o de forma independiente.

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Diferenciar los conceptos de "acontecimiento" y "noticia", asignando a ésta el carácter de producto periodístico.

- Analizar el proceso de elaboración de una noticia en prensa y en TV.
- Fundamentar la existencia de criterios diferentes sobre lo que es noticiable para unos medios y otros.

Contenidos

- Las fuentes de la información.
- El mito de la objetividad.
- La organización diaria del trabajo en un periódico y en una redacción de un informativo televisivo.
- La libertad de expresión como característica de las sociedades democráticas.

Materiales

- Periódicos del día anterior (al menos tres).
- Vídeo con la grabación de dos informativos televisivos del día anterior.

Desarrollo

En primer lugar, deben analizarse en clase las características estructurales y de formato de los informativos de TV y los periódicos. Para fundamentar las conclusiones, el alumnado contabilizará cuántas noticias aparecen en uno y otro medio: aproximadamente de veinte a veinticinco noticias en un informativo y unas doscientas en un periódico. Así, un informativo tiene una extensión de unos treinta minutos, mientras que leer un periódico completo no supondría menos de seis horas. A partir de esto podrá deducir que la TV da una visión mucho más reducida (y parcial) de la realidad y podrá indagar en los criterios que hacen noticiable un hecho en TV para contrastarlo con los criterios utilizados en la redacción de un periódico.

Un estudio previo debe abordar si existen hechos que han sido incluidos en los informativos de TV y no aparecen en la prensa, para determinar qué criterios pueden haber convertido esos hechos en noticia en ese medio. Posteriormente, se realizaría un análisis de la importancia de las secciones, comparando los porcentajes de tiempo televisivo y de páginas de periódico destinadas a cada una de ellas. De esta forma, se podrían fundamentar conclusiones sobre si hay secciones más televisivas que otras y si los informativos televisivos tienen otra función social diferente a la de la prensa.

Por último, se abordaría el análisis por contraste entre el tratamiento informativo dado a un mismo hecho en la TV y en la prensa. Para ello, se contabilizará el tiempo necesario para ver la noticia en televisión y para leerla en prensa. También se contaría el

número de palabras enunciadas por el locutor y las utilizadas en la noticia de prensa. Además de esas diferencias cuantitativas, se profundizará en los aspectos cualitativos, por lo que se analizarán las diferencias de contenido y de opinión entre unos y otros tratamientos informativos.

Para establecer conclusiones, el profesorado hará reflexionar al alumnado sobre la existencia o no de diferentes valoraciones de la realidad, dependiendo del medio informativo, y sobre las ventajas y desventajas de la prensa para conocer la realidad con respecto a otros medios. Finalmente, se podrá encargar una reflexión individual y por escrito sobre la frase "Una imagen vale más que mil palabras".

• LA MUJER EN LA PRENSA

Dentro del trabajo que el profesorado está obligado a planificar sobre los temas transversales, la educación para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres parece uno de los más motivadores para el alumnado adolescente. En dicha etapa se asienta la autoimagen personal por lo que reflexionar sobre el género como construcción social permite establecer con mayor autonomía la propia perspectiva vital.

Los estudios de género han mostrado cómo una de las bases de nuestra cultura judeocristiana es el patriarcado, en el que se asigna al varón los lugares preferentes en todos los ámbitos públicos, frente a la asignación a la mujer de los ámbitos de la domesticidad, la afectividad y la belleza. La sociedad no sólo establece dos ámbitos de desarrollo personal diferentes, sino claramente jerarquizados con una valoración positiva y sobredimensionada de las tareas asignadas culturalmente al varón y una desvalorización de los ámbitos y tareas consideradas como esencialmente femeninas. Por tanto, nuestra herencia cultural construye la desigualdad a partir de la diferencia sexual entre hombres y mujeres.

Para los estudios de género, la estructura patriarcal de nuestra sociedad es claramente identificable en diferentes ámbitos y una forma de estructurar su identificación y denuncia es mostrar su presencia en los tres poderes tradicionales: legislativo (desigualdades legales, escasa representación parlamentaria...), ejecutivo (escasa presencia femenina en ámbitos superiores del poder público, estereotipación de su tareas en el ámbito de lo cultural, lo educativo o lo sanitario...) y judicial (sentencias polémicas exculporias de malos tratos, interpretaciones restrictivas del acoso sexual...). Desde este planteamiento, en el cuarto poder (los mass media en general) también es palpable esa transmisión cultural de una escala de valores predeterminada, que afecta a la construcción de la identidad de género en forma de perjuicios y de desigualdad jerárquica entre hombres y mujeres.

Destinatarios

Alumnos del Segundo Ciclo de Secundaria y Bachillerato.

Objetivos

- Valorar la situación actual en lo relativo a la invisibilidad de la mujer en la prensa y sus estereotipos mediáticos.
- Analizar la forma en que los temas y problemas de género aparecen en la prensa.
- Estudiar la incorporación laboral de la mujer en las empresas periodísticas
- Analizar la relación de las lectoras con la prensa generalista.

Contenidos

- El androcentrismo como herencia cultural.
- Concepto de género.
- Características de la prensa de género.
- Recomendaciones para el tratamiento mediático de las noticias sobre violencia de género.

Materiales

- Ejemplares de prensa generalista.
- Ejemplares de prensa femenina y de prensa destinada a los varones.

Desarrollo

Aunque el profesorado pueda tener diferentes posturas sobre el grado de superación de este sexismo y sobre el punto actual de la evolución hacia la igualdad, en su práctica profesional deberá describir nuestra sociedad como androcéntrica y, al analizar las bases de esta situación, deberá profundizar en la postura y funciones de los medios de comunicación respecto al mantenimiento o evolución de este orden social. Por ello, en las aulas de Educación Secundaria, sería interesante desarrollar alguna de las siguientes actividades:

- Presencia y tratamiento de la mujer en la prensa generalista.

En las conclusiones de los estudios sobre los medios de comunicación desde la perspectiva de género, destaca la escasa presencia de noticias protagonizadas por mujeres

dentro de la prensa generalista. De hecho, los estudios sobre la prensa de los ochenta y noventa mostraban que sólo entre un 12/16 % de las fotografías de un periódico tenían presencia femenina y muchas menos protagonismo de la mujer. Además, estas fotos se concentran en algunas secciones (sociedad, espectáculos, Ocio/TV), siendo casi nula en otras (economía, política...). De esta forma, se reafirma la idea de que las mujeres tenían un menor protagonismo social y se consolida una vez más la falta de modelos y ejemplos femeninos.

Una primera actividad puede ser el análisis de la situación actual al respecto. Para ello, durante una semana diferentes grupos de la clase contabilizarán las noticias respectivamente protagonizadas por hombres y mujeres en tres periódicos distintos, estableciendo posteriormente conclusiones sobre los porcentajes obtenidos en las diferentes secciones y periódicos. Igualmente, sería de interés comprobar la existencia o no en determinados periódicos de la sección "Mujer", analizando los contenidos que se le asignan.

Este análisis puede coordinarse con el estudio del interés de la mujer hacia la lectura de la prensa generalista, que en nuestra sociedad es preferentemente consumida por los varones. Para ello, el alumnado puede realizar una encuesta sobre las causas por las que las mujeres leen menos la prensa. En el cuestionario, que deberá ser aplicado a mujeres de diferentes edades, se integrarán varias hipótesis:

- a) La mujer tiene menos tiempo libre por la doble jornada que debe realizar y, por ello, lee menos la prensa.
- b) La prensa sólo habla de lo que hacen los hombres en el ámbito público y esto no interesa a las mujeres.
- c) Los periódicos de información general están pensados para un lector varón.
- d) La prensa generalista no habla de los problemas de las mujeres.

Posteriormente, dicho cuestionario puede también aplicarse a varones, con el fin de contrastar las opiniones de unos y otras al respecto. Este trabajo de investigación puede abordarse con mayor profundidad, analizando las secciones preferidas por hombres y mujeres, las secciones menos consultadas respectivamente, las secciones demandadas por unos y otras...

En el momento de debatir las conclusiones en clase, será muy importante que el profesorado identifique estereotipos y prejuicios que el alumnado inconscientemente pueda utilizar para explicar la situación.

- Condiciones de visibilidad

Desde los estudios de género no sólo es destacable la escasa representación de la

mujer en la prensa, sino también la peculiar forma de visibilidad a la que en ocasiones ésta accede a los medios generalistas. Así, en ocasiones nos encontramos con que la mujer que protagoniza una noticia es presentada con profusión de calificativos sobre sus cualidades físicas (vestuario, belleza...), emocionales, o con referencias familiares (estado civil, número de hijas e hijos...), que no aparecen en la presentación de los varones. Todo ello reafirma la imagen estereotipada de la mujer como ser dependiente (de la acción y los deseos de otro), pasando a segundo plano lo referido a su valía profesional o moral. La consideración objetual y estética de la mujer tiene un claro ejemplo en las retransmisiones deportivas: si antes un recurso de realización era buscar rostros (femeninos) en las gradas para entretener al espectador masculino, hoy debe señalarse lo relativo a la erotización de las noticias de deporte femenino, en ocasiones acompañadas sin rubor por comentarios explícitos del periodista o del locutor de la retransmisión.

Partiendo del análisis de esta denuncia habitual, se puede encargar al alumnado la tarea de buscar, durante un mes, noticias que puedan servir de ejemplo. Al finalizar este tiempo, cada grupo realizará un mural con los ejemplos encontrados y se debatirá en clase sobre el carácter frecuente o anecdótico de estos ejemplos, así como sobre el tipo de prensa en la que han podido localizarlos.

- Tratamiento informativo de los problemas de violencia de género.

Para el movimiento feminista, un ejemplo sangrante de visibilidad mediática mal conseguida es el relativo a las condiciones en las que han sido en ocasiones tratadas las noticias de malos tratos, después de años de ocultamiento. En primer lugar, debe destacarse cómo un hecho siempre presente en la realidad social de nuestro país no ha sido considerado como noticia durante mucho tiempo. Sólomente el cambio de valores de la última década ha hecho lograr estatuto de noticia a un tipo de violencia que genera más víctimas al año, por ejemplo, que la violencia terrorista. En segundo lugar, debe señalarse que han sido demasiado frecuentes una serie de graves errores en la presentación de las noticias sobre la violencia doméstica, que parecen orientadas a la defensa de la masculinidad hegemónica, que tiene entre sus ingredientes la conciencia de superioridad, la agresividad como expresión de la virilidad y la defensa de un modelo familiar con el hombre como dueño. Así, el Instituto Andaluz de la Mujer y RTVE grupo difundieron la publicación "Cómo tratar bien a los malos tratos (Manual de Estilo para los Medios de Comunicación) (Sevilla 1999) en el que señalaban algunos errores habituales en el tratamiento informativo de los ejemplos de malos tratos:

- I.- Tratamiento anecdótico, sensacionalista y morboso, sin introducir antecedentes causales, ni la opinión de la agredida ni de personas expertas sobre el tema, que ayuden a tratar la noticia de forma rigurosa.

- 2.- Consideración puntual, trivial o exculpatoria de la agresión masculina, que no se presenta como un delito sino como un momento de ira (enajenación, nervios, pérdida de control...) dentro del ámbito afectivo y privado (problema de celos, crimen pasional, personal....) en varones de extracción cultural baja.
- 3.- Se introducen elementos para asignar un carácter sospechoso de la mujer agredida (estaba borracha, era prostituta, tenía una discapacidad mental pero leve, parentesco...), como si se intentase justificar al agresor.
- 4.- Minusvaloración de la mujer agredida y/o familiarización en el trato: diminutivos, artículo antepuesto (la Pili).

Estos errores han sido reconocidos por profesionales de los mass media en la ponencia del Senado sobre la erradicación de la violencia de género. Ante ello, dada la verdadera naturaleza del problema del terrorismo doméstico, se han establecido desde diferentes foros (RTVE, ADecálogo para los medios de comunicación sobre el tratamiento de la violencia contra las mujeres@ en www.pangea.dona...) diversas pautas para mejorar la presentación de las noticias sobre malos tratos:

- 1.- Destacar el carácter estructural de la violencia, basado en la desigualdad de género, no presentando cada agresión como un hecho aislado, sino como un continuum de casos, y relacionándolo con otros elementos de la violencia de género.
- 2.- No presentar los asesinatos como crímenes pasionales, sino como actos premeditados de varones que creen que las mujeres son de su propiedad y que, por ello, creen tener derecho a limitar su acceso a la libertad (era rebelde y no me hacía caso).
- 3.- Incidir en la desprotección de las mujeres que denuncian malos tratos u otra violencia de género, por la escasez de medidas de protección y fondos públicos disponibles.
- 4.- Transmitir la existencia de respaldo social a las víctimas, informando de los teléfonos de emergencia, paso a seguir y grupos de apoyo existentes.
- 5.- Seleccionar noticias sobre la contradicción de mujeres condenadas por defenderse de un agresor y de varones absueltos por no defenderse lo suficiente la mujer agredida.
- 6.- Destacar el valor de romper el silencio y denunciar malos tratos, ofreciendo noticias positivas de mujeres que logran salir de esta situación.
- 7.- Realizar un seguimiento de los casos, y no limitarse a ofrecer mera información sensacionalista y espectacular.

Educativamente sería muy interesante seleccionar algunos ejemplos de noticias sobre malos tratos aparecidas en diferentes periódicos y analizar la posible presencia de

algunos de los errores enunciados o su adaptación a los criterios de mejora en el tratamiento informativo sobre malos tratos. Además, en el caso de ejemplos de noticias mal elaboradas, se puede requerir al alumnado su reescritura de acuerdo con las recomendaciones antes señaladas.

- Presencia y tratamiento de la mujer en la prensa específica de mujeres (y de varones).

En el importante volumen de publicaciones de la prensa femenina se asignan como intereses de las lectoras lo relativo al ámbito de la domesticidad (decoración, cocina...), la belleza (técnicas estéticas, regímenes de adelgazamiento, moda...) y lo afectivo (cotilleo rosa sobre fidelidades e infidelidades, crianza de hijos e hijas...), configurando de nuevo un universo temático claramente sesgado y subordinado. En ese sentido, buena parte de la revistas femeninas que intentan presentarse como progresistas caen en el más claro activismo estético fundador de una nueva prisión estética, pues definen a la mujer como género destinado a la belleza, en clara connivencia con la industria cosmética que sirve de soporte económico a estas publicaciones. El protagonista (ausente) de esta mostración espectacular de las modelos superlativos de la feminidad es el varón en quien la mujer, angustiada por la carencia del cuerpo canónico (o por su futura pérdida), deposita sus últimas esperanzas y expectativas de aprobación y triunfo. En coherencia con lo anterior, las revistas específicamente masculinas incluyen en sus páginas un tratamiento erotizado, cuando no directamente pornográfico del cuerpo femenino, ofrecido como deleite estético en unas condiciones de lectura que muestran de nuevo la jerarquía de género imperante en el panorama mediático.

Una actividad de gran interés es realizar un análisis comparativo (secciones habituales, contenidos, tratamiento icónico del otro género, productos anunciados, porcentaje de anuncios sobre el total de páginas...), de las publicaciones destinadas a mujeres (Cosmopolitan, Elle, Telva...) y a hombres (Man, Maxim, Men's Health...). La finalidad del estudio sería establecer conclusiones y debatirlas sobre la pervivencia o no en ellos de los estereotipos tradicionales que asignaban al varón características esenciales como la fuerza física, el equilibrio entre personas, y la misión social de hacer progresar a la humanidad, frente a una esencia femenina radicada en la consecución de un cuerpo bello, un entorno confortable y una familia feliz.

- Inserción profesional femenina en el mundo de la prensa.

Mediante el análisis de la mancheta de cinco periódicos distintos, se pueden obtener conclusiones sobre la presencia de la mujer en el organigrama de las diferentes empresas periodísticas, con el fin de establecer conclusiones sobre el porcentaje y condi-

ciones de la incorporación de la mujer a este sector profesional. Se destacarán al final del estudio los porcentajes de mujeres en los diferentes niveles directivos. Además, se centrará especialmente el estudio en la posible asignación de forma preferente de determinadas secciones a las mujeres y la impermeabilidad de otras secciones a ser dirigidas por ellas, pues ha sido tradicional la denuncia de que a las periodistas se les haya asignado secciones como cultura, ocio, viajes... en clara conexión con la pervivencia de determinados estereotipos de género.

- Las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje y el estilo periodístico.

En la oposición de género en nuestro idioma, el masculino se ha descrito tradicionalmente como el término no marcado o extensivo, mientras que el femenino sería el marcado o intensivo. De esta forma, cuando se desconoce el referente de persona o no se quiere especificar el género, se ha venido empleando el masculino genérico tanto en singular como en plural. Sin embargo, ha sido ampliamente cuestionado desde el campo de la sociolingüística y desde el ámbito feminista, dentro de una reflexión política sobre el lenguaje como producto cultural e ideológico, con el fin de hacer significar a través de las palabras el deseo y la experiencia humana de las mujeres. Se ha denunciado así que el masculino genérico (masculino androcéntrico) no logra representar a ambos sexos (no marca la presencia de las mujeres y asigna a los varones un papel que no les corresponde) y produce así múltiples confusiones con un alto porcentaje de interpretaciones específicas de los masculinos extensivos.

Paulatinamente se ha generado cierta conciencia social de androcentrismo y se ha reivindicado la explicitación del género en los nombres comunes con referente de persona y, especialmente, en la feminización de determinados oficios, profesiones y titulaciones. Así, algunas administraciones han establecido normativas concretas sobre la utilización de un uso no sexista del lenguaje y, en el ámbito educativo, han sido varias las Guías para un uso no sexista del lenguaje, con gran variedad de recursos bien para evitar términos androcéntricos o bien para marcar permanentemente los dos géneros.

En el área de Lengua Castellana y Literatura, dentro del carácter de debate social con el que debe presentarse este tema, es de interés conocer los recursos expresivos para un uso no discriminatorio del lenguaje y, en nuestro caso, analizar su asunción o no en el lenguaje periodístico. El estudio podría, al menos, focalizarse en dos ámbitos: por una parte, el análisis de lo establecido al respecto en los manuales de estilo y de redacción de diferentes periódicos; por otra parte, la identificación de titulares (y noticias) que, desde la perspectiva de género, serían caracterizados como androcéntricos, reescribiendo los mismos mediante la utilización de alguno de los recursos expuestos en las guías ad hoc.

• ESCRIBIR PARA LA PRENSA

Destinatarios:

Alumnos del Segundo Ciclo de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Favorecer una relación activa con los medios de comunicación.
- Realizar prácticas de textos destinados a su publicación en los periódicos.

Contenidos

- Secciones del periódico que permiten la interacción de los lectores.
- Las fuentes de la información.
- La nota de prensa.

Desarrollo

Dentro del estudio de las secciones de un periódico, se analizarían específicamente las "Cartas al Director" mostrando las características habituales de los textos, su variedad de tonos y las condiciones de remisión y publicación de dichas cartas.

Posteriormente, se realizarían ejercicios de producción de cartas para los periódicos. Para ello, en primer lugar, se recomienda realizar un texto sobre un tema de una carta ya publicada, con el fin de que el alumnado se sienta más seguro sobre datos y posibles posturas. En segundo lugar, a partir de la lectura del periódico del fin de semana, cada alumno redactará una carta con una extensión predeterminada en la que manifieste su opinión sobre una de las noticias.

Otra posibilidad es encargar una carta basada en un tema de interés para la clase, independientemente de que hayan sido publicadas informaciones al respecto en los periódicos. En el aula se leerán los textos en parejas y se irán seleccionando los más valorados por el grupo. Éstos se remitirán a uno o varios periódicos y se realizará después el seguimiento de su posible publicación.

Por otra parte, es también muy interesante la producción de textos informativos que puedan servir de base para la redacción de una noticia. De esta forma, el alumnado percibirá que determinados acontecimientos de la realidad de su centro son susceptibles de convertirse en noticia. Para ello, se redactarán "Notas de prensa" sobre determinadas acti-

vidades en el centro y se remitirán a varios periódicos locales, analizando posteriormente la forma en que se reestructura el texto enviado, si finalmente son publicados.

• EL PERIODISMO ELECTRÓNICO COMO NUEVO INSTRUMENTO DIDÁCTICO

Internet es, sobre todo, un medio de comunicación y sus posibilidades técnicas han comenzado a variar el panorama de la prensa de nuestros días en el que han encontrado su hueco más de cinco mil publicaciones on line en todo el mundo. Inicialmente, el periodismo electrónico ha surgido con la promesa de absoluta inmediatez, de interactividad con el lector, de aportación de documentación multimedia y de absoluta libertad de expresión en la publicación de contenidos, sin limitaciones de espacio, y de opiniones. Por otra parte, Internet ha provocado que se empiece a reflexionar sobre un replanteamiento de la comunicación basada en noticias, pues el nuevo medio parece tener consecuencias importantes en la producción de contenidos informativos, en la recepción de los mismos y en la integración cotidiana de la información en nuestras vidas. Incluso, se han establecido ya interesantes polémicas sobre la relación dentro de la misma empresa de un periódico digital y otro en soporte papel, pues sus diferentes intenciones pueden enfrentarse en ocasiones. Así, en el periodismo estadounidense se han producido ya varios problemas de antelación por un medio digital de un contenido exclusivo que iba a ser lanzado al día siguiente por un medio impreso del mismo grupo empresarial. Es más, una de las polémicas más destacadas analiza las posibilidades de desaparición del periódico de papel en no demasiados años.

El medio educativo no debe ser ajeno a la hora de facilitar a su alumnado el conocimiento de este nuevo periodismo y a hacer reflexionar sobre las consecuencias del mismo en los hábitos lectores e incluso en la relación de la ciudadanía con la actualidad. Para ello podrán ser de utilidad actividades como las siguientes:

Destinatarios:

Alumnos de Segundo Ciclo de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Conocer las características de los periódicos digitales.
- Reflexionar sobre las ventajas e inconvenientes del periodismo electrónico frente al periódico en soporte papel.
- Analizar las nuevas estrategias de lectura con el periódico digital conociendo algunas herramientas de interés.

Contenidos

- Tipología de los actuales periódicos electrónicos: formatos y servicios habituales.
- Posibilidades de interacción con el periódico electrónico.
- Bases tecnológicas del funcionamiento de un periódico electrónico.

Materiales

- Sala de informática con acceso a Internet.
- Listado de direcciones de periódicos nacionales y extranjeros en soporte electrónico.
- Disquetes para archivar información obtenida en los periódicos electrónicos.

Desarrollo

Análisis de periódicos digitales

La mayor parte de los periódicos nacionales y regionales tienen su propia versión en la red, aunque con muy diferente nivel de explotación. Así, algunos periódicos simplemente vuelcan en la red los mismos contenidos de su periódico en papel; otros, en cambio, añaden nuevas informaciones con mayor extensión y con aportación de otras direcciones complementarias; por último, sólo algunas empresas han diseñado un producto periodístico completamente nuevo.

Una vez descritas las características básicas de este nuevo tipo de periódico, el alumnado visitará varias ediciones digitales y establecerá conclusiones sobre aspectos como:

- Diferencias entre la versión electrónica y la versión papel de estos periódicos.
- Grado de interactividad que permite: existencia de chat con personas relevantes de la actualidad o del propio periódico, oferta de debates o de temas abiertos para los lectores, ranking de noticias más interesantes para los lectores, envío de titulares...
- Número de contenidos multimedia que presentan.
- Frecuencia de actualización de los contenidos.

Ventajas e inconvenientes:

Aunque se trata de un tipo de periodismo todavía incipiente, se ha generado ya una interesante polémica sobre sus ventajas e inconvenientes y sobre el futuro del periodismo

en papel tras la aparición de este nuevo formato. Por medio de la lectura de opiniones enfrentadas al respecto, aportadas por el profesorado en un pequeño dossier, el alumnado elaborará una síntesis de las posturas en los siguientes campos:

- Ventajas del periodismo electrónico para la producción de noticias.
- Riesgos y problemas del periodismo electrónico para la producción de noticias.
- Ventajas del periódico digital para el lector.
- Riesgos del periódico digital para el lector.

El nuevo lector de prensa:

Partiendo de las conclusiones de la actividad anterior, sería interesante establecer algunas posibilidades en el uso cotidiano de la prensa digital:

- Kiosco virtual: existen ya servicios de noticias con la finalidad de rastrear la red en busca del mayor número de documentos periodísticos posible. Así, el kiosco virtual (<http://host.tiasa.com/quiosco>) pone toda la prensa a disposición del usuario. Desde su pantalla se puede elegir el diario o revista deseado y seleccionar sección, página, mes...
- Lectura especializada: suele entenderse como un riesgo la posible aparición de ciudadanos que dirijan sus consumos informativos solamente hacia un tema, sin tener una visión global del mundo. Sin embargo, también es cierto que, dado el caudal informativo, es interesante la posibilidad de realizar búsquedas temáticas de la información para centrarse en determinados campos o para realizar trabajos de investigación. Así, si se utiliza la prensa como fuente de información, es recomendable el uso de servicios como el ofrecido por el buscador Biwe (<http://www.biwe.es/>), que nos permite buscar las noticias aparecidas en distintos periódicos (15) durante un período de tiempo determinado (entre 1 y 7 días) sobre un tema. A partir de la localización, el lector dispondrá de estas informaciones y podrá tener una visión más profunda de un tema para extraer sus conclusiones.
- Producto individualizado: en relación con el punto anterior, parece que acabará potenciándose la oferta de empresas como My News (<http://www.my-news.es>) que, mediante una cuota de abono, ofrece un servicio de prensa personalizado. En él, el cliente elige el tipo de noticias que quiere recibir y éstas le son enviadas cada mañana al ordenador.

El periódico del futuro

Como actividad final, el alumnado reflexionará sobre su relación futura con la

prensa, cuestionándose si cree que será lector de periódicos en papel, digitales o combinará ambos. Para ello, puede encargársele la elaboración de un texto de treinta líneas en el que imagine y describa cómo sería un día de su vida dentro de quince años y que relación cotidiana tendría con los diferentes medios informativos, en qué momentos los consultaría, con qué finalidad...

III.5 Matemáticas

“A vueltas con la bolsa”

Destinatarios

Alumnos de ESO y Bachillerato.

Objetivos

- Conocer el mundo de la economía.
- Familiarizarse con el vocabulario específico de la vida bursátil.
- Interpretar y comprender las operaciones de la bolsa.
- Iniciarse en el conocimiento de las sociedades anónimas y de la matemática comercial.

Desarrollo

Todos los días aparece en los distintos medios de comunicación un apartado dedicado a la economía y al movimiento de las principales bolsas del mundo. Incluso, hay periódicos que dedican en exclusiva sus páginas a la información económica, y que se diferencian de los demás por su presentación, color de sus páginas (salmón), etc.

Este tipo de información suele pasar desapercibido entre la mayoría de nosotros, e incluso pensamos que es un auténtico "peñazo". Términos como índice, enteros, baja, sube, repite, dividendo, acciones, obligaciones... resultan conocidos de oído pero, ¿sabemos qué significan? Pongamos otro ejemplo: si preguntamos a nuestros alumnos por GESCARTERA seguro que todos contestarían que han oído hablar de ello, pero si profundizamos, ¿sabrán explicarnos algo más sobre el tema? Mucho nos tememos que no.

Sin embargo, la economía, las crisis, así como los buenos resultados, nos afectan. Es por ello que tratar de que la información económica de los medios de comunicación deje de ser algo desconocido y odioso, y pase a ser algo cotidiano e interesante, nos parece, cuando menos, digno de estudio y de práctica. Debemos preparar a nuestros escolares para

la vida y no dejarles al margen de la realidad cotidiana.

Evidentemente, no vamos a presentar una información complicada de golpe, lograríamos "el efecto rebote" y en vez de aficionarlos y despertar su curiosidad por saber qué sucede y por qué, nos encontraríamos con el "paso", "esto es un rollo", "es cosa de mayores", "yo no tengo pasta"..., y lindezas por el estilo.

Comenzaremos con la lectura de grandes titulares de la prensa económica diaria para, posteriormente, abrir un turno de comentarios sin límites ni barreras. Todo vale. Toda interpretación puede ser buena o, por lo menos, tiene una causa. Nuestra labor, en este primer momento, será encauzar estos comentarios hacia donde nos interesa. No nos cansemos nunca de buscar y preguntar, y a medida que salgan datos y términos desconocidos, trataremos de explicarlos para que los alumnos los comprendan.

En un segundo momento, sería conveniente repasar y poner de actualidad los conocimientos teóricos que se tienen de matemática comercial e historia, con relación a la información que vaya surgiendo.

Se pasaría después a analizar por qué determinados valores *bajan o suben de cotización*, qué influencia tienen algunas declaraciones, acontecimientos mundiales, conflictos... para llegar a la conclusión de que estamos en una aldea global, donde todo está relacionado y forma parte de un equilibrio que puede romperse.

Actividades

- Jugar a la bolsa: Se constituyen grupos de cuatro alumnos. A cada grupo se le asigna una cantidad arbitraria pero real, que tendrá que invertir en valores. Su objetivo: vigilarlos y cuidarlos como si fuera una agencia, para lo cual comprará o venderá de manera que al final del periodo de estudio (pueden ser tres meses) rendirá cuentas sobre los resultados. La actividad puede ser excelente si se sabe motivar al alumno. A nadie le gusta perder y las páginas bursátiles serían bien recibidas y consultadas a diario.
- Estudiar la evolución de un determinado valor a lo largo del tiempo: los alumnos confeccionarán una gráfica donde quede reflejada dicha evolución y efectuarán, posteriormente, el cálculo del rendimiento de un determinado capital. Finalmente, le compararán con los tipos de interés del mercado actual.

Si además estudiamos los "picos" de la gráfica y consultamos periódicos de información general y nos fijamos en acontecimientos sucedidos, declaraciones, conflictos... obtendremos conclusiones cuando menos curiosas y, a veces, sorprendentes.