

**Primeras manifestaciones del periodismo en las aulas:
Influencia en el desarrollo pedagógico del alumno**

**Early manifestations of journalism in the classroom:
Effects on the development of the student teaching**

Autor: M^a Reyes Domínguez Lázaro
Licenciada en Ciencias de la Información
(Universidad de Sevilla)

RESUMEN

Debemos tener en cuenta que un niño desde temprana edad ya es capaz de percibir estímulos aunque sea de manera inconsciente, motivados por una percepción visual que en principio les resulta llamativa. Con el paso de los años esta facultad se torna insuficiente para sus inquietudes y busca un paso más a través de la lectura, dada su necesidad de comunicarse y de interactuar con el mundo que tiene a su alrededor. En este artículo se trazan las líneas que conducen este proceso, y se hace hincapié en el estudio y análisis de la primera manifestación propiamente periodística que llega a sus manos, la prensa infantil y juvenil.

ABSTRACT

We must consider a child from an early age and is able to perceive stimuli even unconsciously, motivated by a visual perception that in principle find it appealing. Over the years this ability becomes insufficient for their concerns and seek a further step through the reading, given their need to communicate and interact with the world around you. This article traced the lines leading this process and emphasizes the study and analysis of the first demonstration that journalism itself has reached your hands, child and youth media.

INTRODUCCIÓN

En plena Sociedad de la Información, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías han desempeñado un papel preponderante en la dinámica general del mundo actual y con una importancia cada vez más relevante en la vida cotidiana del ciudadano normal, que se ve en la necesidad de recurrir a su conocimiento de forma habitual.

La prensa, la televisión, la radio y, por supuesto, los constantes avances tecnológicos se han convertido en generadores de un cúmulo de informaciones que golpean diariamente al público, ofreciendo escasas posibilidades de asumirlas globalmente y de analizarlas o de tener un criterio formado para elegir aquellas que le resulten más afines desde un punto de vista social, político, religioso, económico e incluso ético. Dada la avalancha informativa que se cierne sobre nosotros, hay que ser conscientes de las dificultades a las que el medio escolar se enfrenta si tenemos en cuenta la escasa presencia aún de los medios de comunicación en el aula, a pesar de las grandes posibilidades que ofrecen.

El objetivo consiste en tratar en la escuela temas que hacen que la propia vida cambie y evolucione cada día, de iluminar en ella toda la realidad circundante, en vez de continuar sólo con el saber almacenado durante siglos, que se considera necesario para vivir. Los alumnos de las escuelas viven aquí y ahora afectados por los acontecimientos de hoy y de mañana, por más que la sociedad y el sistema educativo los detenga en ese estadio entre la adolescencia y la juventud. En este sentido, no podemos volver a caer en esa relación vacía entre maestro y discípulo, que termina por cosificar en cierto modo a este último, desaprovechando la unión que les proporciona la propia vida, como un vínculo indudable que a ambos les afecta y les despierta interrogantes. Así se evitaría consentir el absentismo y la indiferencia de los chicos, equivalente al posible conformismo conservador de algunos profesores.

1. LA INICIACIÓN A LA LECTURA

El concepto de lectura aplicado al estudio

Según la Real academia de la Lengua Española, la lectura es la interpretación del sentido de un texto. Sin embargo, si profundizamos aún más en su significado, es una capacidad exclusiva del ser humano conocedor del alfabeto y capaz de extraer una determinada información textual. Por tanto, la lectura en sus múltiples acepciones se perfila como la llave del conocimiento en la sociedad de la información.

En plena revolución digital las nuevas tecnologías no podrían desarrollarse sin la existencia de personas que asimilaran los conocimientos y pudieran transmitirlos, tarea que resulta imposible sin unas habilidades avanzadas de lectura.

El arte de leer es la suma de dichas habilidades psicológicas que se adquieren y se ejercitan a edad temprana. La lectura comprende, en un principio, la capacidad de discernir una letra de otra, con una precisión que nos permite identificar los signos sin ver contaminado nuestro entendimiento por los distintos tamaños o tipografías.

A continuación, está la habilidad para leer bloques completos de letras: las palabras. Los lectores avanzados no leen cada letra de forma individual, sino que reconocen de forma inconsciente las formas típicas de cada palabra, para interpretarlas en conjunto. Las letras a su vez evocan sonidos en nuestra mente, pero al adquirir un nivel avanzado el lector lee en silencio, circunstancia que durante siglos de historia fue inaudita, ya que hasta la lectura solitaria se hacía en voz audible¹.

La producción de las obras reforzó una serie de características que hacían de la lectura un práctica más sencilla, como papeles de un color claro uniforme (pero no tan blancos como para que la luz reflejada hiriera los ojos); impresiones claras y nítidas, encuadernaciones que permiten el manejo cómodo de la obra, etc.

Los recursos tipográficos ayudaron desde muy pronto a que el lector comprendiera la jerarquía de los contenidos. La división en capítulos con sus títulos y apartados estructuró las obras. Las notas al pie, las apostillas y el cuerpo menor

¹ Así se refleja en un pasaje del Libro Sexto, capítulo III de las *Confesiones* de San Agustín (S. IV d. C), que nos relata el asombro que sintió cuando sorprendió a San Ambrosio leyendo en soledad... en completo silencio.

permitieron diferenciar el texto principal de los elementos secundarios. Las entradas de los capítulos, los cuadros sinópticos y los esquemas resumieron la información para una consulta rápida.

Edad en la que surge la afición por la lectura

Desde los primeros meses de vida el comportamiento de un niño está en función de su aprendizaje motor, movido por una adaptación constante del organismo al medio que le rodea. Además de sentir, llega un momento en el que quiere ver, circunstancia que lo impulsa hasta lo gráfico mucho antes de saber leer. Sin embargo, hasta los dos años la imagen sólo será para él algo secundario, puesto que prevalece el relato de la historia que le cuenta de forma verbal su madre. Ya a los cuatro años se interesará por los dibujos, que más tarde le servirán de única vía accesible para entender la narración, cuando se enfrente a ella solo.

Hasta los siete años la atención del niño es discontinua, no se detiene en los detalles de las ilustraciones y observa el conjunto esperando a que alguna escena le llame la atención, y dicha escena pasará a convertirse para él en la síntesis del libro.

Los más pequeños tienen una especial sensibilidad para las figuras, exteriorizada en su interés por el dibujo ya en la edad preescolar, puesto que constituyen para él un auténtico lenguaje y apenas necesitan un texto explicativo que las acompañe.

El papel de la escuela

En la Educación Primaria se ponen las bases para la adquisición de la lectura. En secundaria hay que mantener y mejorar el hábito adquirido en la etapa anterior. Durante siglos las distintas metodologías han ido evolucionando y la escuela actual acumula las experiencias de numerosas generaciones que aprendieron a leer en ella.

No se trata sólo de aprender unas técnicas, hay que acompañarlas de una motivación basada en lecturas atractivas y adecuadas a los distintos niveles. Además, la enseñanza tiene la misión de poner al alumno en contacto con las complejas tipologías de materiales de lectura contemporáneos, entre los que se encuentra no sólo el libro sino también la revista, el periódico o el catálogo de publicidad. Es importante que los alumnos crezcan educados en la diversidad de los soportes y modalidades de la

información, puesto que les va a servir para incorporarse a un medio mixto propio de su tiempo como es el digital, poseedor de una naturaleza extremadamente variada y flexible.

El apoyo de los libros de texto y materiales complementarios, se convierte en una herramienta para la interpretación de los gráficos, esquemas y yuxtaposición de imágenes, como respuesta de la enseñanza a la eclosión de lo que el escritor Arcadi Espada definía como "la sociedad de la imagen"². Todo ello para evitar interpretaciones sesgadas, o directamente erróneas de los datos.

Tras la práctica de la lectura hay algo más, ya que conlleva una actividad intelectual de gran riqueza personal, que consta de un doble proceso. Por un lado el interior, donde cobra forma la organización de nuestros mundos conceptuales y sensibles. Y por otro el exterior, con el que aprendemos a jerarquizar, sopesar y modular lo que hemos atesorado dentro, para transmitírselo a otros.

Estas características son básicas hoy en día, puesto que a diferencia de los medios tradicionales, Internet es un canal donde los términos de receptor y emisor se complementan, ya que el lector no sólo es un usuario más que se beneficia de la información, sino que puede crear mensajes destinados a una persona (correo electrónico), a un grupo (listas de distribución), o al público (webs, páginas personales). Las empresas apuestan por una filosofía basada en la *gestión del conocimiento*³, y la práctica de la lectura no es sólo un entrenamiento para la comprensión, sino la base más firme sobre la que se apoya la comunicación con el resto del colectivo.

² Sobre la interpretación de una fotografía: Arcadi Espada, *Vista general sobre la playa*.

³ Consiste en reconocer como actividad básica la circulación del saber entre sus miembros.

2. EL PODER DE LA IMAGEN

Influencia Infantil y juvenil

Las imágenes ejercen gran influencia tanto en la psicología del niño como del adolescente. De ahí que en los periódicos y libros infantiles y juveniles se dedique especial atención a los elementos que componen la ilustración. Este poder aumenta de forma inversa a la edad del niño, puesto que cuanto menor sea más atraído se sentirá por lo contemplado.

En cuanto al color, los niños, sobre todo, ponen mayor atención en aquellos que son planos, encerrados en figuras simples cuyo trazo de línea es de un grosor considerable, ya que al ser pequeños no entienden fácilmente las sombras, ni las formas excesivas o las manchas inoportunas.

En las publicaciones para los prelectores que aún no dominan las ideas del texto con claridad, la imagen supone un valor añadido que ayuda a completar la narración. Una simple figura puede hacerles simpatizar con el personaje bueno y adivinar las intenciones de su opuesto, o incluso situarse en un escenario, en un lugar determinado.

Tampoco hay que olvidar el valor nemotécnico que aporta la imagen. La ilustración constituye un elemento auxiliar de la memoria a cualquier edad. En función de lo árido que pueda ser el tema que pretendemos publicar, será necesario una ilustración de mayor calidad que ayude al lector a comprender y retener mejor la idea.

El cine como instrumento de formación

“Una imagen vale más que mil palabras”. El `refranero universal´ ya apostaba por el poder de sugestión de la palabra. La gran pantalla se convierte así en un vehículo de valores y emociones que estimula la capacidad crítica del alumno, al tiempo que refuerza su bagaje cultural.

La familiaridad de los jóvenes con el medio facilita la utilización del cine como herramienta educativa, al fomentar la reflexión y el análisis. La imagen desprende un poder seductor propio de su naturaleza y algunos teóricos apuestan por el interés de sumarle una metodología de visionado que se articula a través de pautas impartidas por el docente, en las que se resaltan los valores que serán analizados en un posterior

debate. De este modo, los jóvenes se preparan para afrontar poco a poco el bombardeo que reciben de los medios de comunicación.

Hoy en día los diferentes desórdenes de la realidad como el azar, los conflictos, los accidentes o catástrofes, se han incorporado a las representaciones mediáticas. Sin embargo, no sólo están presentes en el orden informativo, sino que integran muchas ficciones cinematográficas o televisivas. Esto genera para algunos historiadores una “cultura del desastre⁴”, donde la violencia y la muerte tienen un lugar preferente, al servicio de una fascinación morbosa. Se crea así una sociedad en la que el miedo o la angustia, se convierten en elementos fundadores de muchos de sus relatos.

La cultura mediática puede llegar a vincularse a una nueva forma de poder, con un pulso que cede protagonismo a la imagen sobre los contenidos ideológicos, e impone modos de representación que transforman la reproducción del mundo real en un espectáculo de sesión continua. Por un lado los medios de comunicación construyen una cierta realidad, pero es necesario que el espectador no sólo la vea sino que la crea posible, circunstancia que se consigue a través del poder de la imagen, que privilegia lo emotivo sobre el discurso reflexivo. Apelan al imaginario social, entendiendo por éste el depósito de imágenes mediante las que el inconsciente colectivo identifica sus miedos, fobias, pulsiones, o deseos.

Estas teorías obedecen a una lógica del consumo, donde la imagen-representación se impone como una realidad específica, dueña de su propia lógica fundamentada en la compensación simbólica⁵.

La imagen como medio de comunicación

La imagen como instrumento de comunicación se desarrolla en paralelo a la historia humana desde sus inicios. La naturaleza icónica sigue contando con múltiples acepciones que la dotan de una gran riqueza comunicativa, que cobra fuerza unida a su alto poder de persuasión.

⁴ Henri-Pierre Jeudy, teórico que en el año 1990 consideró la existencia de una “cultura del desastre” guiada por un “deseo de catástrofe”.

⁵ Bourdieu, P., en 1977 señala que es la que ejerce un poder simbólico sobre las conciencias más que sobre los cuerpos, que es “poder de constituir el dato mediante la enunciación, de hacer ver y hacer creer, de confirmar o transformar la visión del mundo y, por ende, la actuación sobre el mundo”.

Con la revolución digital los medios de comunicación de masas tradicionales se incorporan a las nuevas tecnologías y cambian su presentación en soporte papel por la interactividad y servicios multimedia que permite una pantalla de ordenador. Asimismo, los medios electrónicos como la televisión, la radio y el cine, no abandonan los canales tradicionales, pero gozan de mayores recursos audiovisuales gracias a la digitalización, que les permite incorporarse a las redes telemáticas.

El ciberespacio se constituye como un nuevo frente de comunicación social donde los *mass media* quieren seguir ejerciendo su poder. Allí confluyen todos los medios convertidos en datos de información para servir la "realidad sensible a domicilio"⁶.

Los nuevos medios de comunicación proceden de la explosión de las tecnologías de la información y añaden nuevas técnicas para la difusión y la informatización de los datos.

Así, nacen las nuevas TIC o Tecnologías de la Información y la Comunicación, un sistema integrado que agrupa a las comunicaciones telefónicas, a las de masas y a las comunicaciones informáticas, que gracias a las redes, cables y satélites, permiten la transmisión de datos y el intercambio recíproco de éstos entre ordenadores y usuarios.

Si desde una óptica predominantemente cultural se habla de la sociedad de la información y del conocimiento, de una aldea global de ciudadanos con acceso universal a la información; desde una óptica puramente mercantilista, se da el pistoletazo de salida a un nuevo mercado de servicios, productos culturales y entretenimiento, del que se benefician clientes y consumidores. Los medios pueden ahora alcanzar áreas de difusión de ámbito local, regional, nacional o mundial; al igual que el público y las audiencias pierden ese carácter local, regional o nacional, para integrarse en el universo mediático global.

De la imagen fotográfica a la digital

La aparición de la fotografía rompió con el subjetivismo en el arte tradicional. La "congelación del instante visual" suponía una mayor objetividad que la proporcionada por la pintura en la técnica del retrato o en la reproducción del paisaje,

⁶ Teoría de Paul Válerly.

así como en otros aspectos del mundo visible. También se utilizó y se utiliza la fotografía como medio de expresión, tal y como denominó Cartier Bresson a la elección del "instante decisivo".

La revolución fotográfica supuso tres aportaciones fundamentales para la historia de la cultura icónica:

1. La génesis no artesanal, sino que ahora es posible hacerla de forma automatizada a partir de la imagen matriz.
2. Su reproductividad ilimitada, que permite obtener infinitas copias idénticas al original, en función de las que necesitemos almacenar.
3. La democratización de la producción icónica⁷.

Hoy la fotografía digital incide en esas tres afirmaciones, pero además ha resuelto uno de los problemas que atormentaba a fotógrafos y documentalistas, el de una fácil obtención de copias y su posterior y cómoda conservación, ya que la copia en papel y el negativo original eran soportes que se degradaban con facilidad. Por el contrario, la digitalización de imágenes permite guardar, archivar, y tener acceso a la imagen fotográfica de una forma más fácil y accesible, además de proporcionar las copias que sean precisas, reutilizar la imagen, e incluso manipularla.

La fotografía desempeña un papel fundamental en los medios tanto en la prensa escrita como en las revistas ilustradas. El fotoperiodismo irrumpe ahora en los nuevos medios con una fuerza inusitada. Los periódicos y las revistas en línea pueden ofrecer diariamente no una sola imagen acompañando a la noticia, sino toda una galería de fotografías para documentarla e ilustrarla. Se constituyen así verdaderos archivos de imágenes y pequeñas o grandes bases de datos que se suelen ordenar no sólo bajo el criterio cronológico sino también por criterios temáticos, geográficos, alfabéticos, etc. Además, que pueden ser consultadas mediante algún sistema de búsqueda y recuperación en línea, con el ahorro de tiempo y dinero que esto supone.

El poder del material audiovisual no sólo ayuda a comprender y a reforzar la información, sino que motiva y capta la capacidad de atención. Pero al igual que en los medios tradicionales, la fotografía se utiliza no sólo para documentar y explicar, sino

⁷ Así lo establece Román Gubern en su obra *Medios Icónicos de Masas*.

que también se puede manipular⁸ como citábamos anteriormente. Además, el propio lector que observe la foto puede convertirse en su manipulador sin excesiva dificultad técnica.

El impacto de una imagen es tan fuerte que ha servido y sirve para modificar el curso de la historia⁹.

Las animaciones e imágenes realizadas con *Flash*¹⁰, se utilizan a menudo para la denuncia y la sátira política. El *morphing*¹¹ o posibilidad de manipulación de la imagen tridimensional en la Web, es otra de las características que se pueden ofrecer de forma interactiva, ya que con la simple ayuda del ratón podemos estirar y encoger las imágenes, darles la vuelta, agrandarlas, cambiarlas de forma, etc.

⁸ Cita de Gubert: *"la digitalización de la información permite una mejor manipulación de la representación para conseguir los efectos deseados"*.

⁹ Este fenómeno se volvió a dar en relación a la guerra de Irak, ya que tras comprobar gráficamente las torturas y asesinatos que los soldados estadounidenses cometieron contra los detenidos iraquíes en la cárcel de Abu Ghraib, cambió su perspectiva del tema un sector importante de la Opinión Pública.

¹⁰ Es un programa informático que posee una tecnología que permite el movimiento de las imágenes.

¹¹ Ejemplos de esta práctica en la web <http://www.consumehastamorar.com>.

3. LA PRENSA INFANTIL Y JUVENIL

Origen en España

Los orígenes de la prensa infantil y juvenil española se remontan al siglo XVIII. Al igual que en el resto de Europa, la preocupación por los niños impulsa a crear un mundo popular de ensueño y fantasía, poblado de personajes legendarios de la historia nacional. En un principio, estas narraciones no se consideraban como literatura al estar en manos de la tradición oral, que a menudo las deformaba a su antojo; ni tampoco como patrimonio infantil, ya que constituían una de las distracciones favoritas del pueblo llano.

En el último tercio del siglo XVIII, tienen lugar diversas producciones literarias¹² que sin llegar a considerarse literatura para niños o adolescentes, consiguen un aclamado éxito entre los más pequeños y jóvenes.

En 1798 aparece en Madrid el primer periódico para niños titulado *Gaceta de los Niños*. Sus objetivos reflejan la mentalidad propia de la época:

- 1º Educar a los niños, a partir de los nueve años, para ser buenos ciudadanos.
- 2º Condenar el sistema de educación vigente: “la letra con sangre entra”.
- 3º La educación infantil se hace por el cariño y la comprensión.
- 4º Hacer amar a los niños la instrucción y el estudio.
- 5º Poner las ciencias en su mismo lenguaje.
- 6º Acomodarse a su débil inteligencia y a su escasa constancia.
- 7º Aficionarlos a la lectura, presentándosela en estilo claro y agradable.

En ella se observa una crítica contra el sistema de educación vigente y una valoración de la infancia y de la instrucción pública. Constaba de treinta y dos páginas de buen tamaño y abundante lectura, pero carentes de ilustraciones. Tras este primer intento transcurre medio siglo sin que exista ninguna publicación dedicada al interés de los niños. Hasta 1840 no empiezan a salir a la luz tímidamente algunos testimonios de la voluntad española de comparecer en la tribuna europea con su contribución nacional al naciente género literario. Sin embargo, la prensa infantil del siglo XIX no consigue éxito entre las masas, motivo que la empuja al fracaso económico y a su rápida desaparición.

¹² Las fábulas de Tomás de Iriarte (1750-1790) y Félix María Samaniego (1745-1801).

Los *Aleluyas* son un sistema de cromos en tiras de vivos colores, que aún pueden encontrarse por las calles de algunas ciudades españolas en determinadas fiestas religiosas. Unos versos servían de explicación para el contenido de los dibujos, rasgo que los convirtió en aquella época en una modalidad de literatura infantil, heredera de las famosas *estampas*.

Los títulos de las distintas publicaciones eran muy similares, con escasas diferencias de contenido, motivos que en conjunto les conducían al mismo desgraciado fin, al carecer del apoyo económico y moral de la población, y verse obligados a suspender sus publicaciones. También influía la alta tasa de analfabetismo que abundaba en el país, donde el gusto por la lectura se consideraba anacrónico hasta en los círculos más selectos. El 60 % de los proyectos empresariales fracasa en un plazo de cuatro años.

Antes de 1934 se logra un gran éxito de público con determinadas revistas que superan la preocupación de lo pedagógico, para conseguir una fusión entre lo educativo y lo divertido. Entre las publicaciones infantiles que más fama tuvieron en nuestro país en el período de los años 20, destaca *Gente Menuda*¹³, un suplemento del *Blanco y Negro*, que alcanzó sus objetivos.

En 1935 aumentan las historietas y aventuras, con lo que se consigue fidelizar al pequeño lector que espera impaciente las próximas hazañas de sus personajes y desaparece la parte instructiva. Adquiere así marcados tintes de “tebeo grande”, perfil que va a caracterizar a la prensa infantil de los años siguientes.

Problemas de edad y sexo

En lo referente a los problemas relacionados con la edad, conforme avanza la psicología infantil el niño se siente atraído por lecturas de tipo sentimental, en las que lo estético ya predomina. En la edad última de la niñez el pequeño oscila entre lo fantástico y lo realista. El problema surge cuando leen prensa para adultos, pues los quioscos venden algunas cabeceras que poseen el mismo formato que los periódicos infantiles y se prestan al equívoco, con consecuencias negativas para el desarrollo psicológico del niño. Tampoco hay que olvidar la elevada tasa de analfabetos que había en la época, por lo que amplios sectores de población en edad adulta estaban

¹³ *Gente menuda*, sale su número 1 en marzo de 1936. Dieciséis páginas. Huecograbado a un solo color.

psicológicamente más cerca de la prensa infantil que de los semanarios y diarios publicados para proporcionar a la Opinión Pública las informaciones nacionales e internacionales de actualidad.

Esta realidad pudo influir en el editor de la prensa infantil, al tener presente dar a sus publicaciones la flexibilidad y amplitud precisas para cubrir las necesidades de niños y mayores. Pero esta situación puede encerrar un peligro notorio para los más pequeños, al tener a su alcance contenidos que no siempre son actos.

En cuanto al sexo como determinante de los contenidos, en un principio la imaginación de una niña es igual que la del niño. Las primeras tendencias hacia la narración están sometidas a unos procesos psíquicos de atención e interés, idénticos. Ambos empiezan a perfilar sus ideales de la vida y en esta edad pre-escolar se influye intensamente en ellos. Cuando la niña tiene diez años la diferenciación de gustos y aficiones se hace evidente respecto al niño, que se inclina más por la lectura de aventuras. Ha salido de la heroicidad y ahora empieza a fijarse en el mundo de los adultos a la búsqueda de ejemplos cuyas vidas y profesiones satisfagan sus ansias de ser alguien.

El editor, escritor e ilustrador de revistas no puede obviar estos principios psicológicos. A partir de la pubertad cambian los gustos de sus lectores, hasta volverse a menudo opuestos. Las chicas tienen deseos nobles, el afán de vivir en un orden moral perfecto. Sin embargo, al contemplar en los adultos hechos negativos, sienten la necesidad de buscar en sus lecturas la figura de una heroína fuerte y reservada con la que puedan identificarse.

Respecto a los temas que se tratan en este tipo de publicaciones, en la actualidad se están imponiendo otros como las aventuras policíacas, que constituyen casi un género literario autónomo, debido a la gran influencia que ejercen sobre la infancia y la juventud. Las claves de su éxito radican en su frenética dosis de movimiento, tensión, misterio y sorpresa, elementos que sin duda atraen la atención de un niño.

Aunque este interés por la parte cerebral de la narración policíaca es propio de la última parte de la infancia, en los primeros años el interés se centra en lo dinámico de la acción.

¿El periódico como puente al libro?

El periódico infantil podría ser una herramienta eficaz para aficionarse al libro, ya que el niño lee las revistas con placer y entusiasmo, mientras que los libros con los que trabaja en su escuela le son impuestos de una forma involuntaria.

Pero la enseñanza escolar es sólo el principio. Las complejas habilidades que moviliza la lectura exigen no sólo que la persona que aprende se encuentre en un determinado nivel de maduración neurológica; sino que su disposición se active y ejercite durante largo tiempo. Un lector avanzado, una persona que puede enfrentarse con un texto en condiciones óptimas de aprovechamiento y velocidad, sólo lo consigue tras años de práctica.

De ahí la importancia de complementar la formación escolar con la del hogar. El niño que no crece en un ambiente de lectura en su casa, difícilmente podrá alcanzar plenamente las capacidades para tratar con textos.

Podría pensarse que la actual proliferación de equipos informáticos con acceso a la red (recientemente en las escuelas por las subvenciones del gobierno, también en muchos hogares) puede bastar para la práctica lectora. Si embargo, normalmente navegamos a través de la red en búsqueda de datos, o de la asimilación de informaciones breves. Por regla general numerosos estudios señalan que casi nadie lee una novela extensa en pantalla, dada la incomodidad y cansancio añadido que supone para la vista, contemplar tanto tiempo un monitor de ordenador. Para educar en la lectura siguen siendo necesarios los libros, porque son las mejores máquinas para su aprendizaje.

La prensa en el desarrollo pedagógico del alumno

A diferencia de la televisión, la prensa escrita se entiende normalmente como un medio para adultos. La prensa infantil y juvenil aparece como un soporte con estructuras económicas y productivas independientes. Sus objetivos culturales son diversos, y en ella se establece una clara separación entre un género y otro. El periódico se revela así como una fractura difícil de recomponer entre el mundo adulto de los “negocios” y el infantil de los “juegos”.

En el terreno de la aproximación sociológica, no está claro si existe cercanía o equivalencia entre los efectos provocados por los medios en el público infantil y en el

adulto. Si la televisión es considerada en algunos países como el medio mejor adaptado para una función pedagógica a cierta edad, la prensa también resulta en ocasiones un vehículo adecuado de cultura e información para los más pequeños.

La organización y finalidades que comparte con la pedagogía representan la institucionalización de un discurso cultural cuya manifestación se expresa en reglas sociales de funcionamiento que obedecen a los procesos de transformación que se dan en la educación y en la sociedad.

La base de reflexión teórica pasa también por estudiar el modo en el que se integran los conceptos de información periodística con la información que procede de otros textos, así como la identificación de los principales factores que juegan un rol en la transmisión del saber a través de los medios de prensa. Finalmente, también se preocupa por la constatación semiótica y sociológica de que el receptor no es un ente uniforme y por ello debe contemplarse, además de las diferencias habituales en los tipos de pedagogía, el carácter heterogéneo de los destinatarios según las variables geográficas, lingüísticas, culturales, económicas, etc.

Interacción entre prensa y aprendizaje

En el periódico – a diferencia de una novela escrita – el contenido no sólo se presenta bajo una forma sino que su misma sustancia lingüístico-icónica adquiere una forma espacial. De ahí que a través de la forma y el contenido se puedan llegar a construir verdaderos sistemas simbólicos.

La relación entre los sistemas de representación periodística y las consecuencias sobre las capacidades de aprendizaje y desarrollo pedagógico de los lectores, se torna un fenómeno complejo.

Los sistemas textuales que intervienen en la presentación del medio periodístico, tales como la organización perceptiva, las relaciones espaciotemporales de las formas de expresión, o los modos narrativos de estructuración de los contenidos, responden a estructuras universales del lenguaje humano, y se convierten en factores clave de su conocimiento. Así constituyen categorías culturales tan importantes como

los contenidos y las tecnologías¹⁴. Los medios de comunicación pueden considerarse como *inputs*¹⁵ muy generales, lo que permitiría generalizar sus efectos cognoscitivos sobre los destinatarios, especialmente en el área de desarrollo del conocimiento.

El periódico es también un medio de significación y un conjunto de sistemas simbólicos, que se ha de estudiar teniendo en cuenta que consta de diversos elementos, como las palabras, los números, las figuras y las imágenes, que se interrelacionan en función de un referente determinado.

Existen una serie de factores¹⁶ que han de contemplarse en un estudio sobre los efectos del periódico en la estructura del aprendizaje:

- a) La escolarización y los niveles de complejidad del periódico.
- b) Las capacidades mentales correspondientes a la formación y cultura para ejercitarse en la lectura del periódico.
- c) Las capacidades de reconocimiento del valor actual de los medios de prensa y la comprensión de su lenguaje y géneros.
- d) La preferencia de la lectura de la prensa en relación a otros medios, así como la inclinación por cierto tipo de prensa, y dentro de ésta, la elección de género y secciones.
- e) La capacidad de asimilación de los elementos simbólicos presentes en la prensa escrita y visual, que es capaz de distinguir entre lo figurativo y lo abstracto, entre los códigos analógicos y los digitales. La comprensión de las estrategias comunicativas, informativas y persuasivas.

¹⁴ Schaff, 1973. Expone esta teoría.

¹⁵ Salomón, 1981. Expone esta teoría.

¹⁶ Investigadores como Olson y Bruner (1974), han teorizado sobre el hecho de que los mismo medios de comunicación tienen a desarrollar competencias adecuadas y procesos mentales especializados que facilitan una labor de aprendizaje a través de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

AGUSTÍN, San (1983): Confesiones. Espasa Calpe, 10^a Edición latina de la congregación de San Mauro. Madrid, libro VI, capítulo III

ALTABELLA, J. (1964): Las publicaciones infantiles en su desarrollo histórico. EOP. Madrid.

ANHEIER, Salomón (1998): "International Comparative Study on the non-profit sector". Jonh Hopkins University, USA.

AUMONT, Jacques (1992): La imagen. Paidós. Barcelona.

BARRET, Edward y REDMOND, Marie (1997): Medios contextuales en la práctica cultural. Paidós. Barcelona.

BERGER, John (2000): Modos de ver. Gustavo Gili. Barcelona.

BLANCH, Teresa y MORAS, Toni (2001): 100 propuestas para trabajar la prensa en el aula. Ceac. Barcelona.

BLÁZQUEZ, F. (1987): La imagen como recurso didáctico. Anaya. Madrid.

BORDIEU, Pierre (1997): Sobre la televisión. Anagrama. Barcelona.

BUNGE, Mario (1969): La Investigación Científica, su Estrategia y su Filosofía. Ariel. Barcelona.

CHUKOVSKI, Kornej (1968): De los dos a los cinco. Diétskaya Literatura, Moscú.

CLAPARÈDE, Édouard (1916): Psicología del niño y pedagogía experimental. Alianza. Madrid.

CODINA, Lluís (2000): El libro digital y la WWW. Tauro. Madrid.

CORZO, J.L. (1985): Leer periódicos en clase. Popular. Madrid.

DEBRAY, Régis (1994): Vida y muerte de la imagen: Historia de la mirada en Occidente. Paidós. Barcelona.

ECO, Humberto (1994): Signo. Labor. Barcelona.

ELIZAGARAY, Marina Alga (1975): En torno a la literatura infantil. Unión de Escritores y Artistas de Cuba. La Habana.

ELIZAGARAY, Marina Alga (1976): El poder de la literatura infantil para niños y jóvenes. Letras Cubanas. La Habana.

ESPADA, Arcadi (2003): Diarios. Espasa - Calpe, Madrid.

FONT, D. (1982): El poder de la imagen. Salvat Editores. Barcelona.

FREIRE, P. (1992): Niños, medios de comunicación y su conocimiento. Herder. Barcelona.

GONZÁLEZ CASTRO, J.F.(1994): Palabras castellanas de origen griego. Ediciones Clásicas, Madrid.

GONZÁLEZ LÓPEZ, Waldo (1923): Escribir para niños y jóvenes. Gente Nueva. La Habana.

GRÁVIZ, A.y Pozo, J (1994): Niños, medios de comunicación y conocimiento. Herder. Barcelona.

GUBERN, Román (1983): La imagen y la cultura de masas. Bruguera. Barcelona.

JEFFREY, I (1994): La fotografía como documento social. Gustavo Gili. Barcelona.

LISTER, Martín (1997): La imagen fotográfica en la cultura digital. Paidós Multimedia. Barcelona.

LÓPEZ YEPES, Alfonso (1993): Documentación multimedia: el tratamiento automatizado de la información periodística, audiovisual y publicitaria. Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.

MARKS GREENFIELD, P.(1920): El niño y los medios de comunicación. Serie Bruner. Madrid.

McLUHAN, Marshall (1993): La Galaxia Gutenberg. Círculo de Lectores. Barcelona.

McLUHAN, Marshall y POWERS, B.R (1996): La Aldea Global. Gedisa .Barcelona.

MEYERS, William (1994): Los creadores de imagen. Ariel. Barcelona.

MILLÁN, J.A. (2004): La lectura y la sociedad del conocimiento. Federación de Gremios de Editores de España. Madrid.

MORAGAS, M. (1985): Sociología de la comunicación de masas. Gustavo Gili.Barcelona.

NUNBERG, Geoffrey (1998): El futuro del libro ¿Esto matará eso? Paidós. Barcelona.

ORTEGA, J.A. (1996): Alfabetización visual y desarrollo de la inteligencia. Fundación. Granada.

PETRINI, E. (1963): Estudio crítico de la Literatura juvenil. Popular. Madrid.

PETROVSKI, A. (1980): Psicología general. Progreso, Moscú.

PISCITELLI, Alejandro (1995): Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes. Paidós. Barcelona.

REYMOND-RIVIER, Berthe (1986): El desarrollo social del niño y del adolescente. Herder. Barcelona.

RICO, L. (1994): El buen telespectador. Cómo ver y enseñar a ver televisión. Espasa Calpe. Madrid.

RODRÍGUEZ DE LAS HERAS, Antonio (1991): Navegar por la información. Fundesco, Madrid.

RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J.L (1977). Las funciones de la imagen en la enseñanza. Gustavo Gili, Barcelona.

SIGMUND, Freud (1984): Psicoanálisis aplicado y técnica psicoanalítica. Alianza. Madrid. Soler, L. (1988): Los medios de comunicación en la enseñanza. Gustavo Gili. Barcelona.

TARDY, M. (1968): El profesor y las imágenes. Vicens-Vives. Barcelona.

VALLE GASTAMINZA, Félix del (2002): Teoría y práctica de la Documentación informativa. Ariel. Barcelona.

VÁZQUEZ, M. (1963): La prensa infantil en España. Anaya. Madrid.

VILCHES, Lorenzo (1995): La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión. Paidós Comunicación. Barcelona.

WALLON, Henri (1980): La evolución psicológica del niño. Grijalbo. Barcelona.

• **Publicaciones periódicas:**

AA.VV. (1995): "Educación y medios de comunicación". Revista Cuadernos de Pedagogía. Núm. 234. Barcelona.

ADELL, J. (1997): "Tendencias en la educación en la sociedad de las tecnologías de la Información". Revista electrónica EDUTECH. Núm. 7.

BOU MARTÍ, Amparo (2002): "El menor en los medios: receptor y protagonista", Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 15. Valencia.

CASONA, A. (1942): "La hora de la fantasía". Centro de Divulgación de Prácticas Escolares. Boletín núm. 24. Montevideo.

GARCÍA NOVELL, Francisco (1995): "La pedagogía de los medios". Vela Major. Núm. 3. Barcelona.

IMBERT, G. (1999): "Nuevos mitos y ritos televisivos (modos de ver / modos de seducir)". Semiosfera, Núm.15, Madrid.

OLIVARI, J.L. (1997): "La televisión: la nueva agencia cultural en la escuela". Revista Comunicar. Núm. 8. Madrid.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1999): "Los ejercicios del ver", Semiosfera. Núm. 15, Madrid.

MONTOYA, Víctor (2004): "El poder de la fantasía", Letralia. Núm. 112. Venezuela.

PEÑA-MARÍN, C. (2000): "Ficción televisiva y pensamiento narrativo." Semiosfera, Núm. 16, Madrid.

- **Páginas web:**

FUENTES, Eulàlia (2003): ¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras? <http://www.hipertext.net/web/pag249.htm>

RÓMERO, A. (2003): "Código ético para los medios de comunicación infantiles y juveniles" <http://www.profesores.net>