

## Una experiencia pedagógica: "¿Qué passa?"\*

(Publicación realizada por niños catalanes del ciclo inicial)

### Introducción

Mucho se ha hablado ya del papel que juegan los medios de comunicación, principalmente la televisión, en la educación de los niños. Su irrupción en la vida social ha conllevado cambios importantes, ampliamente debatidos. Muchas son las voces que se han alzado advirtiendo de los peligros que supone una lectura "no activa" de las imágenes, de los contenidos emitidos, del bombardeo comercial, y que proponen un urgente aprendizaje de los mensajes televisivos. Otras voces, en cambio, han incidido en las ventajas de su utilización, en los aspectos de divulgación y de acceso a la información, poniendo de manifiesto el amplísimo campo de posibilidades que supone la incorporación del video y de la televisión en las programaciones escolares. La misma administración programa emisiones especiales dedicadas a los niños y a la escuela.

Sea como fuere, todos coinciden en que la escuela no puede quedar al margen de la realidad. No queremos juzgar aquí los pro y contra de este hecho, sino sencillamente constatar que resulta innegable el hecho de que la T.V., y cada vez más el video, llenan muchas horas de la vida infantil, y que muy a menudo representan (conjuntamente con la escuela y la familia) una de sus principales fuentes de información.

A pesar de que este documento se centra en el trabajo sobre textos periodísticos, hacemos mención explícita al papel que juega la T.V., por dos razones: *Primero*, porque hemos constatado que los niños consideran que la T.V. explica y enseña las cosas que pasan en el mundo (desde un punto de vista informativo), mientras que el periódico es el lugar donde se escribe y donde pueden leerse estas cosas. Cualquier noticia que los niños conocen a través de la T.V. puede aparecer escrita en un periódico. *Segundo*, porque la información recibida a través de la T.V. es la que en la mayoría de los casos permite al lector (o escritor), tener un conocimiento previo que le servirá para comprender u organizar el texto de la noticia.

Diferentes autores han incidido en que la comprensión de un texto viene dada tanto por los datos explicitados del texto, como por el contexto en el que se realiza la lectura (lingüístico, situacional, etc.) y por el conocimiento que aporta el lector (Goodman, 1976; Spiro, 1980).

Tradicionalmente, la escuela ha programado como temas de interés de los niños los siguientes: la escuela, la familia, es decir, temas del entorno más inmediato, sin tener en cuenta que precisamente los medios de comunicación, incluyendo la prensa escrita, han acercado a los niños acontecimientos, quizás muy alejados desde un punto de vista geográfico, pero muy accesibles a sus

---

\* Documento elaborado por Assumpció Donat, Marta Cuquerella, Olga Barrios, Roser Pérez y Anna Vinardell. Equipo de maestras del ciclo inicial de la Escola Municipal Casas de Barcelona, con la coordinación de Ana Tebeorsky del IME de Barcelona.

intereses. Todos los niños han vivido la catástrofe de Colombia, la explosión del Challenger, o el referendun de la OTAN (en España, al menos). Hemos comprobado que los intereses de los niños están muy ligados a la realidad que vivimos, y por tanto son variables en el tiempo, como es variable la realidad misma.

Nuestro trabajo ha consistido, precisamente, en diseñar situaciones de aprendizaje que permitieran confluír en un mismo contexto colectivo, conocimientos e intereses distintos que responden a la experiencia particular de los niños. La prensa escrita presenta una gran variedad de temas: deportes, noticias locales, nacionales o internacionales, sociedad, música, teatro, etc., lo que permite a cualquier niño, escoger a partir de su propio interés y sobre todo a partir del conocimiento previo que tenga del tema, la noticia que va a relatar, escribir o leer.

Hemos podido comprobar que el trabajo con los periódicos es un buen punto de partida para iniciar e intensificar el interés del niño hacia el mundo que le rodea; así también podemos comprobar que son un buen punto de partida y un instrumento muy valioso para aprender a leer y a escribir.

### **¿Por qué el periódico facilita el aprendizaje de la lectura y la escritura en los niños?**

El texto periodístico, viene apoyado por múltiples informaciones que dan seguridad y orientan al niño cuando ha de escribir o leer. Es mucho más fácil leer o escribir sobre un tema conocido que sobre uno desconocido. Al margen de las informaciones de que dispone el niño y de las que los textos periodísticos le pueden proporcionar, el periódico, por sí mismo contiene una serie de recursos que posibilitan la comprensión de textos (titulares, fotografías, logotipos de los anuncios y toda clase de información gráfica).

El trabajo con el diario permite a los niños además, la constante confrontación de la escritura convencional con la suya propia; les proporciona modelos y escrituras para la práctica de la lengua escrita absolutamente características; les ayuda a conocer y a familiarizarse con diferentes formas de expresión escrita, favoreciendo que poco a poco vayan comprendiendo la funcionalidad de las distintas formas de expresión. En definitiva, les da una amplia gama de posibilidades que los estimulan y les facilitan el trabajo de la lectura y la escritura.

### **“¿QUE PASSA?”: Una publicación hecha por niños del ciclo inicial**

Después de haber trabajado durante más de dos cursos actividades de lengua escrita que incluían la utilización de los diarios y revistas en clase, nos planteamos la posibilidad de unificar todo este trabajo, de forma que tuviese un valor específico para los niños, y al mismo tiempo sirviese como elemento dinamizador de nuestro programa de lengua.

Así surgió la idea de hacer una publicación que recibió por parte de los niños el nombre de “¿QUÉ PASSA?”.

La lectura del diario era una actividad habitual en nuestras clases. También trabajamos el proceso que se sigue para la elaboración de un periódico. Por tanto, hacer una publicación propia, lo más parecida a un diario –con las secciones correspondientes, los mismos tipos de cabeceras con fotografías, etc.– fue una propuesta aceptada con entusiasmo por los niños.

En nuestro periódico participan, según sus propias posibilidades, todos los niños del ciclo inicial, de forma unitaria y conjunta. Es decir, entre todos van elaborando las páginas del periódico, sin una distribución preconcebida por cursos ni por especialidades. Al ser nuestro diario una imitación de los diarios reales, aparecen todas las secciones, esto nos permite trabajar los distintos tipos de textos propios del estilo periodístico: desde hacer una noticia sobre un partido de fútbol, hasta la crítica de una película de la televisión, el comentario sobre un personaje popular de la política, una crónica meteorológica o preparar crucigramas para la sección de entretenimientos.

Los recursos para llevar a término estas actividades son muy diversos: dar fotografías a los niños en las que se registran hechos o personajes de actualidad, con la propuesta de que ellos escriban la noticia; presentar titulares recortados y pedir que escriban el texto; recortar anuncios sin texto y proponer que los completen; comentar los programas de televisión y pedir que hagan una programación o un comentario de una película, etc. Algunas de estas actividades son sugeridas por nosotros, otras se realizan a propuestas de los niños.

Una vez fotocopiados los originales, los niños participan en el montaje del periódico, y finalmente son ellos los responsables de la venta en el barrio, a las familias, y al resto de los alumnos de la escuela, y con este fin organizan pequeñas paradas a modo de quioscos.

La prensa escrita permite trabajar diversidad de temas y tipos de texto. En este trabajo haremos referencia a los anuncios y a las noticias, dos tipos de textos característicos en este tipo de publicaciones.

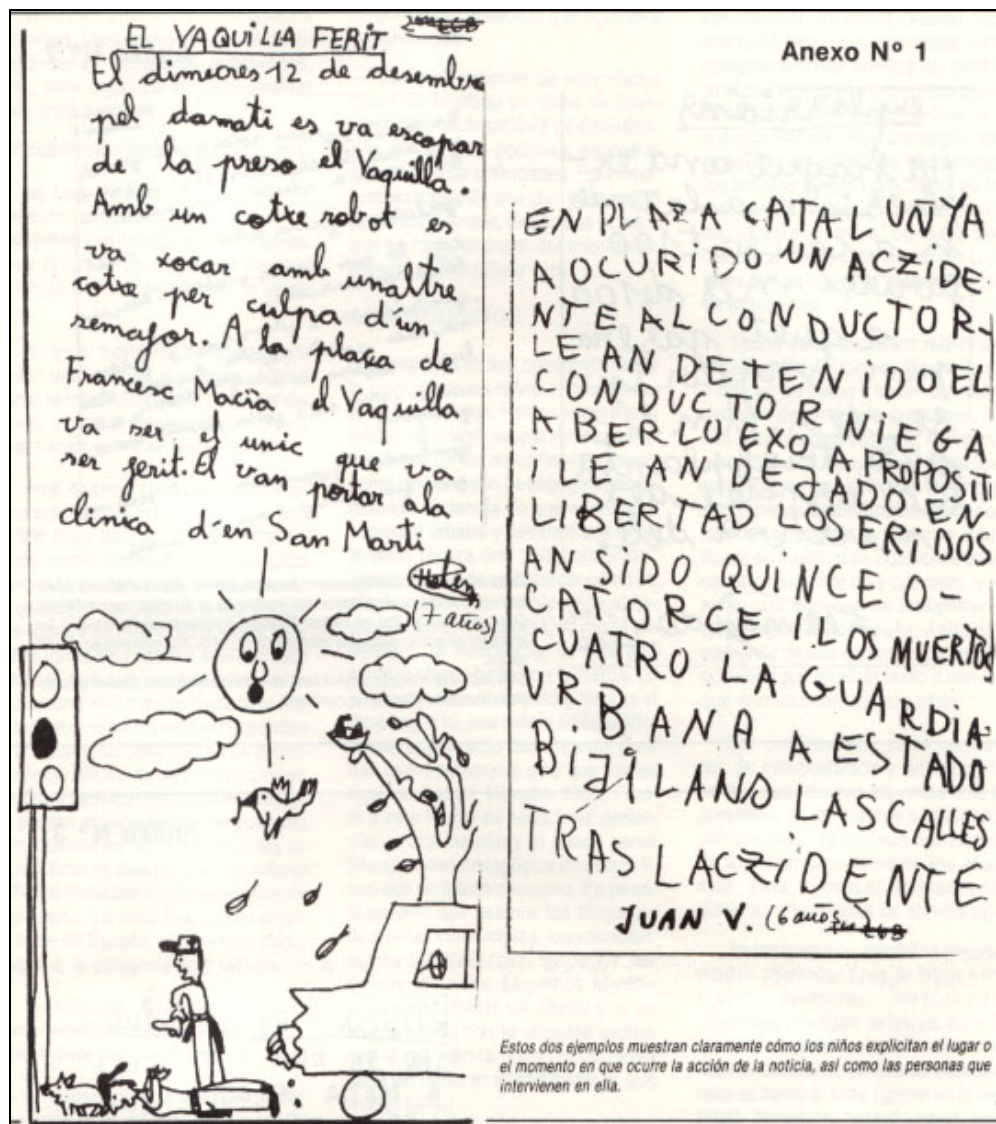
### *Las noticias*

Hemos podido constatar que el conocimiento que tienen los niños respecto a este tipo de texto es muy amplio. No sólo conocen el contenido que se debe relatar, sino también que tiene una estructuración interna particular y una forma de expresión característica.

Veamos algunos de los rasgos esenciales de las producciones de los niños:

1. Las noticias de los niños son verídicas, es decir, presentan acontecimientos reales y tienen además un interés colectivo. Es difícil encontrar una noticia que se refiera a un suceso familiar o exclusivamente escolar.
2. Se refieren a personas concretas, y hacen precisiones temporales y espaciales. Aparecen pues nombres de personajes de actualidad: “el vaquilla”, “Felipe González”, “Dalí”, etc.; los lugares, las localidades o países donde

sucede la acción "la placa Catalunya", "Barcelona", "la India", etc.; y expresiones temporales tales como: "ahir", "el dimecres 12 de desembre", etc. Este tipo de concreciones son características del discurso periodístico y no se encuentran en otro tipo de producciones infantiles (ver anexo N° 1).



3. Enfatizan los detalles y los datos cuantitativos de las noticias. Los niños también emplean una cierta "retórica de la facticidad". Van Dijk utiliza estos términos para definir el recurso de presentar cifras que emplean los periodistas, (aun cuando normalmente este tipo de datos son pura especulación), para sugerir o probar que sus noticias son fácilmente correctas (van Dijk, 1983). Para los niños concretar el número de víctimas en un accidente (aunque no sepan a ciencia cierta si la cifra corresponde exactamente a la realidad), o especificar los resultados electorales de unas elecciones (utilizando números decimales y porcentajes, aunque no conozcan su significado), contribuye a hacer de su escritura una noticia. Del mismo modo los niños muestran una tendencia clara a resaltar los elementos más anecdóticos, ya que son los que establecen el vínculo con la realidad concreta (ver anexo N° 2).

4. Las noticias de los niños presentan la siguiente estructura: la mayoría utiliza un titular que introduce el tema de la noticia. "El vaquilla ferit", "Gran incendi a Mèxic", "Fuerte invierno", "Maradona al Nápoles", etc. Normalmente los títulos son cortos.

El cuerpo de la noticia presenta en cambio características muy distintas, que varían según el contexto en el que se desarrolla la actividad, según el conocimiento previo que tenga el niño sobre el tema de que se trate, según su propia competencia lingüística. El tipo de producción no será el mismo si se parte de una fotografía, o de un titular de un periódico; si se tiene amplia información sobre el tema a desarrollar o si se conocen muy pocos detalles; si el niño ha sido en alguna ocasión lector de un periódico o si ha tenido pocas oportunidades de acceder a este tipo de textos (ver anexo 3).

**Anexo N° 2**

explosión

Ha hagut una explosión a la India ha causat 100 ferits i mes de 100 aquet gas era per matar insectes. An siguts triasplanta ts al ospital de la nueva deli.

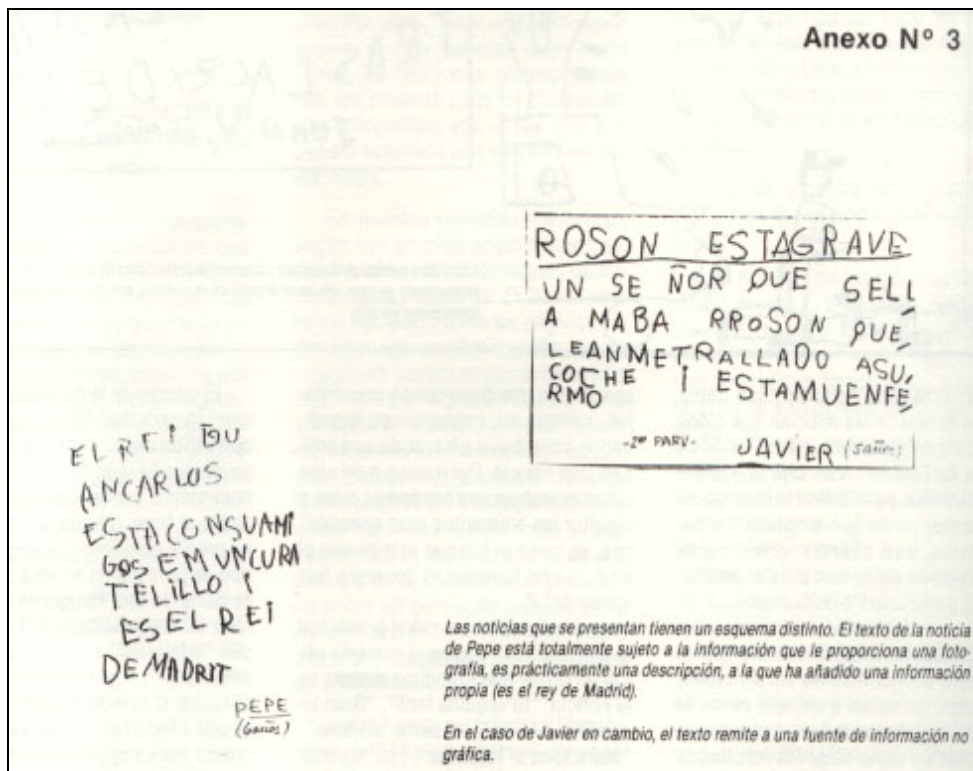
Fernando. (7 años)

(6 años) Mireia

- Barcelona. 2 graus sola o la guarda urbana li estandien als pobres si bolan ana a viure aun pis.
- galicia. 7 graus sola o an palat totes les coses radios, telefonos, televisors, telefonos, electr. etc.
- guadalajara. 2 graus sola o forbes marades anels plotas, chequillo, cheta, trois, molina de aragon, electr. etc. etc. guadalajara.
- Madrid. 2 graus sola o forbes marades con o guadalajara.
- granandia. 20 graus sola o molt fred mes fred que espanya i mes que alemania

Estas noticias enfatizan claramente los datos que se refieren al número de víctimas (Fernando) y a las temperaturas registradas en distintos lugares (Mireia). Como puede apreciarse, no siempre los datos concuerdan con la realidad. Sin embargo, en ambas noticias la información se centra precisamente en su utilización. En la noticia de Mireia se observa también una clara tendencia a presentar anécdotas que complementan el contenido.





5. Los niños utilizan recursos gráficos diversos, tales como el cambio del tipo de letras, fotografías, subrayados, etc., para organizar o complementar sus producciones.

En conclusión podemos afirmar que:

- a) Los niños tienen conocimiento del estilo periodístico. Sus producciones presentan características propias, muy distintas de las que se dan por ejemplo en las narraciones de cuentos.
- b) En el momento de leer o de escribir una noticia, los niños utilizan tanto la información que se extrae del texto, como el conocimiento previo que tienen sobre el tema.

Nos hemos referido ya al interés que suscitan las noticias en los niños, sobre todo porque responden a hechos verídicos. Desde muy pequeños demuestran tener un conocimiento propio de lo que pasa en el mundo que les rodea y se interesan por ello. Desde el punto de vista del adulto puede parecer que sus interpretaciones resultan una visión deformada de la realidad, pero lo cierto es que responden a un momento concreto en su proceso de construcción de un conocimiento. Cabe destacar aquí que difícilmente pueden encontrarse incongruencias importantes en las noticias de los niños. Ciertamente es que pueden considerar a Felipe González como presidente de Barcelona, o a Jordi Pujol como el presidente de España, pero ambos pertenecen a la categoría de políticos.

Finalmente, citaremos algunas consideraciones pedagógicas que justifican este tipo de trabajo:

- El trabajo con las noticias permite al niño tener información de la realidad que le rodea y de temas puntuales; por lo tanto le acercan a las vivencias e intereses de los adultos, creando una situación de intercambio con éstos muy positiva.

- La lectura de las noticias y todas aquellas actividades que se realizan a partir de ellas, provocan en el niño la necesidad de ampliar sus conocimientos (geográficos, sociales, etc.).

- A partir de este acercamiento a la realidad el niño va formándose una visión del mundo que le rodea, va creando y exponiendo sus opiniones sobre lo que pasa, va definiéndose y tomando postura ante hechos que ocurren a su alrededor.

- Estas situaciones de aprendizaje crean en el grupo un clima de intercambio de información y de discusión, que difícilmente podemos encontrar en otro tipo de actividades. Este intercambio posibilita una gran interacción de conocimientos. Según sea el tema que se trate, el papel del informador recaerá en un niño u otro.

### *Los anuncios*

Los anuncios atraen constantemente la atención de los niños, especialmente en la televisión. Hemos superado la inicial repulsión, propia de los maestros, a utilizar los mensajes televisivos como instrumento pedagógico, aceptando la evidencia de que en nuestra sociedad urbana y desarrollada la televisión realiza una "alfabetización" precoz. Se puede contabilizar como un efecto positivo de la televisión el hecho de que al imponerse, de modo imperativo, la mercancía, se nos presente el objeto junto con la marca. Lo propio de la escritura publicitaria es el despliegue de una ostentación audiovisual, que no sólo fascina a los jóvenes telespectadores sino que les es muy familiar (cf. Moeglin, 1985). Frente a este hecho de nada sirve denunciar la alucinación y si puede servir una actividad pedagógica con otros fines que no los de consumo. Es en este sentido que usamos las etiquetas de marcas comerciales, los anuncios, etc. La familiarización con la T.V. hace que los niños pequeños identifiquen rápidamente un objeto con su marca y ésta con la etiqueta escrita que la representa. Este hecho forma parte del universo alfabetizador en que vive el niño.

Los productos o marcas comerciales suelen tener una determinada imagen fija o logotipo que es lo que los caracteriza y los diferencia de los demás. Estos normalmente van acompañados del nombre correspondiente, escrito siempre en un mismo tipo de letra, y muchas veces también en un texto sencillo, el *slogan*, que los complementa.

Los *slogans* tienen un tipo particular de construcción, expresamente pensada para que sean memorizados, tanto oral como visualmente, con facilidad. Aunque engloban toda una idea o definición de las ventajas de un determinado producto, suelen plasmarse en una frase, que actúa como complemento del nombre del producto al que acompaña y que inconscientemente remite al que lo lee o escucha a dicho nombre. Para

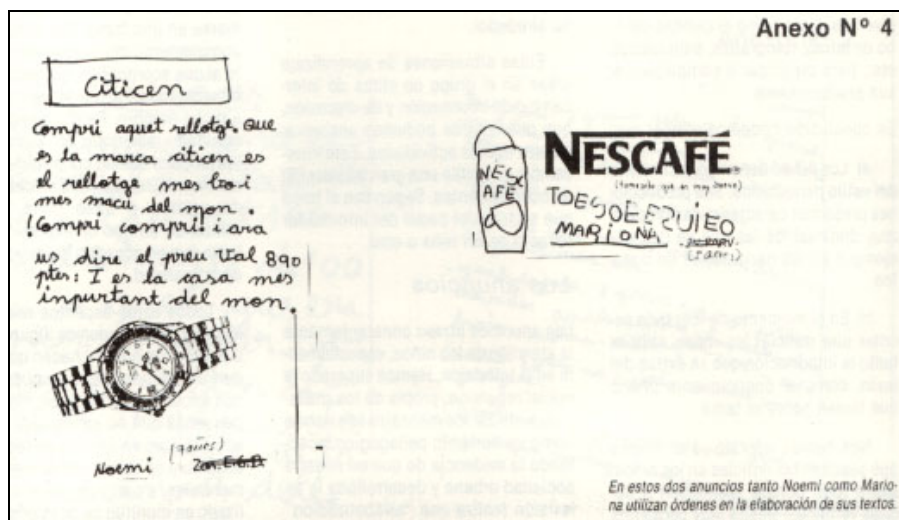
conseguir este resultado inmediato de “bumerang”, los *slogans* suelen construirse de forma rimada, repitiendo una determinada palabra o frase corta, o bien utilizando un tipo de expresión o palabra que en aquellos momentos está de actualidad.

Todos estos aspectos relativos a los anuncios, inciden de alguna forma u otra en los niños y hacen que éstos den una determinada respuesta. Así nos encontramos con que, niños muy pequeños que no saben todavía leer, son capaces en cambio de reconocer el nombre de determinadas marcas comerciales, a partir de haberlas visualizado en multitud de ocasiones en un contexto siempre muy concreto, e incluso son capaces de interpretar el slogan que las acompaña. Anticipan, partiendo de una determinada imagen conocida por ellos, el texto o nombre que normalmente va con ellas.

Son precisamente estas respuestas de interpretación y anticipación lectora que nos dan los niños ante la presencia de las marcas o productos comerciales, las que nos han decidido a utilizar precisamente los anuncios para provocar inicialmente distintas situaciones de aprendizaje.

En los anuncios el niño se encuentra con diferentes tipos de letras y formatos (cursivas, mayúsculas, diferentes medidas de letras, etc.). El niño no se resiste a este hecho, más bien al contrario, ya que de esta manera es como él sabe figuran en la realidad. Nosotros consideramos esta circunstancia muy importante, ya que pensamos que el lenguaje que se trabaja en la escuela ha de ser lo más real posible. No se trata de inventar un tipo de lengua más sencilla para los niños, sino que se trata precisamente de trabajar aquel lenguaje que el niño tiene a su alcance y de la misma forma que lo encuentra en el mundo que le rodea.

Ante un determinado anuncio los niños pueden realizar distintas actividades de escritura: desde utilizar el nombre de la marca comercial como modelo convencional (manteniendo su ortografía, tipo de letra), a mantener este modelo añadiéndole una parte de producción personal; hasta crear todo un anuncio o *slogan* propio, utilizando solamente el nombre del modelo convencional, estructurándolo a su manera y según sus propias posibilidades.





## Per quan sigui gran.

**PLA DE JUBILACIÓ  
EXTRAORDINÀRIA**  
de  
**CAIXA DE BARCELONA**



Marta

Guardi els sentims a la caixa de  
estalvis per quan si gi gran  
pugui fer-se ric i pugui anar  
de viatge i comprar-se una torre  
i un cotxe.

En este, en cambio, Marta aunque empieza con una orden intenta persuadir al lector por medio de consejos.

## xampú nenuco cabells felicos

Anexo N° 5

En su anuncio Gemma hace una especificación del producto.

El Xampú nenuco serveix per  
nens grans i petites i també  
per nens grans i petits i aquest  
xampú mata el cabell i si li cau  
als ulls no cau i val a 80 ptes.  
compro nenuco. ~~Gemma~~ (caños)

# CONTINENTE

© S O P3 P4

**¡SURT A COMPTE!**

En el **BARICENTRO**  
junto a Barbera del Valles

Compro a continente porque a Continente al  
menjar es barato i si volen comprar avoro  
leal 82 ptes i pot comprar a la caixa li  
duran un puzler gratis a deu fins  
un altra dia. ~~Gemma~~ (caños)

En cambio, en este otro, resalta una serie de ventajas que justifican su publicidad.

Anexo N° 6

**El Corte Inglés** *Marta (7 años)*

**Compri**  
 abrics de pell  
 fina i compri dos  
 i pagui un i Regals  
 per nadal i cada  
 satisfet i cada  
 del dia les 24 hores

de nens **El Corte Inglés**

faldas	400 pesetas	un vestit da noia	200 pesetas
bruses	200 pesetas	perunos de sangon	30 pesetas
jocs	100 pesetas	claus sordors	100 pesetas

lamparas figures detador

esta an plasa catalunya  
 i ala diagonal (gracias) Mireia

Es clara la motivación que utiliza Marta en su texto para atraer la atención del lector.

Con este anuncio Mireia intenta únicamente proponer al lector una serie de posibilidades a escoger a partir de su anuncio.

En efecto, en los anuncios los niños captan que la finalidad de éstos es crear una imagen suficientemente atractiva de un producto, y esto hemos podido observarlo perfectamente cuando les proponemos que sean ellos mismos quienes inventen un determinado anuncio. Los niños explicitan, utilizando toda clase de adjetivos y de formas verbales directas, resaltando las cualidades o ventajas que comporta la compra o utilización del producto que aconsejan, dando órdenes, sugiriendo, motivando, prohibiendo, etc.

Si analizamos sus producciones vemos que lo que utilizan con mayor frecuencia son las órdenes (modo imperativo) con diferentes funciones, así vemos por ejemplo:

- *Aconsejar* "Guardi els centims a la Caixa d'Estalvis ....." (ver anexo N° 4)
- *Especificar el producto*: "El xampú Nenuco serveix per ....." (ver anexo N° 5)
- *Argumentar*. "Compri a Continente perquè ....." (ver anexo N° 6)
- *Motivar*. "Compri abrics ..... comprin dos i paguin un ....." (ver anexo N° 6)
- *Proponer*: "Rebaixes de nens ..... faldilles 400 ptes, bruses 200 ptes" (Ver anexo N° 6)

Estos ejemplos nos parecen suficientemente ilustrativos de la correcta utilización por parte de los niños de los recursos lingüísticos y gráficos que se dan en el mundo de la publicidad. La posibilidad de acceder al conocimiento y

al uso de este tipo de lenguaje, creemos, justifica suficientemente su utilización como recurso de aprendizaje de la lectura y la escritura.

## **Conclusión**

El trabajo con la prensa en ciclo inicial nos ha permitido diseñar situaciones de aprendizaje donde confluyen en un mismo contexto colectivo los distintos conocimientos e intereses que responden a la experiencia particular de cada niño.

Todo ello ha generado interés e inquietud en los niños y ha favorecido la interacción entre ellos, permitiendo al educador asumir el papel de moderador o dinamizador del grupo.

Con este trabajo pretendemos dejar constancia de la importancia que la utilización de la prensa puede tener como instrumento para el aprendizaje de la lectura y la escritura.

## **Referencias bibliográficas**

- Ferreiro, E. y Teberosky, A. (1979) **Los sistemas de escritura en el desarrollo del niño**. México: Siglo XXI.
- Goodman, K. (1982) El proceso de lectura: consideraciones a través de las lenguas y del desarrollo. En E. Ferreiro y M. Gómez Palacio (comp.), **Nuevas perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura**. México: Siglo XXI.
- Petitjean, A. (1985) Apprentissage de l'écriture et travail en project. En **Lanque Française** N° 59.
- Spiro, R.J. (1980) Constructive processes in prose comprehension and recall. En R.J. Spiro, B.C. Bruce, y W.F. Brewer (comp.), **Theoretical issues in reading comprehension**. Hillsdale, N.J: LEA.
- Van Dijk, Teun A. **La ciencia del texto**. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1983.