

¿Qué dice la Prensa?

LA LECTURA DEL PERIÓDICO EN CASA

Editorial

Todos los estudios coinciden en la importancia del contexto familiar en la conducta lectora durante la infancia y adolescencia. El hogar es un entorno decisivo para la adquisición del hábito lector y para el éxito académico.

Las chicas y chicos acostumbrados a compartir los libros y las lecturas en casa resultan ser lectores mucho más activos. Por eso, es importante que las familias reciban información y orientación sobre por qué, cómo y qué leer en casa.

En realidad, cualquier texto puede ser una lectura interesante para un adolescente si le aporta información, cultura o entretenimiento. Muchas publicaciones reúnen estos ingredientes pero, probablemente, pocas son tan comunes en los hogares como la prensa.

El periódico que se lee y se comenta en casa es como una ventana al mundo. Permite conocer nuestra sociedad, ponerla en relación con otras, observar las diferencias, comprenderlas, construir una sensibilidad y unos valores para la vida.

En un mundo en el que existe una sobreabundancia de información, es fundamental asegurarnos de que niños, niñas y adolescentes la reciban de modo adecuado, veraz y plural. La lectura del periódico permite al alumnado reflexionar sobre la actualidad, jerarquizar la información y, además, mejorar su competencia lectora.

Por todas estas razones, en esta ocasión queremos destacar el valor de la prensa como una buena lectura para adolescentes, resaltando su proximidad, su importancia y la posibilidad de ser compartida.

Cómo se estructura un periódico

El periódico es un documento claramente estructurado que presenta la información de forma ordenada. Quien se inicia en la lectura de la prensa debe familiarizarse pronto con esa estructura para ser un lector más competente; esto le ayudará a localizar fácilmente la información que le interese.

Todos los periódicos organizan los contenidos de forma similar: arrancan con una primera página en la que se presentan las noticias

destacadas del día y un breve resumen con titulares de otras noticias; continúan con las páginas interiores, cuyo contenido informativo se organiza en secciones (Internacional, Nacional, Economía, Opinión, Local, Sociedad, Deportes, etc.) y terminan con una última página reservada a alguna noticia de sociedad y a veces, también, con alguna columna de opinión.

Tan importante como el texto escrito son las fotografías, tablas, esquemas y otros elementos gráficos que complementan y enriquecen el contenido de la noticia.

Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: necesidad de un acuerdo

Cada vez son menos los usuarios del español que dudan sobre quién o quiénes dictan la norma de uso; no son los diccionarios, ni las gramáticas, ni los libros de ortografía; hoy en día las verdaderas guías de uso del español actual son los manuales de estilo, y la mayor parte pertenecen a los medios de comunicación, es decir, a la prensa, tanto escrita como oral; (...) cualquier persona que se aproxime al estudio del español deberá tener muy en cuenta este tipo de publicaciones, en las que encontrará resueltas muchas de las dudas que se irá planteando a medida que avance en su conocimiento (...) los verdaderos maestros del español son los medios de comunicación.

Alberto Gómez Font
http://www.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html

Libro de estilo de El País:
http://estudiantes.elpais.com/libroestilo/indice_estilos.htm
Libro de estilo de La voz de Galicia: <http://www.prensaescuela.es/web/archivos/lestivoz.pdf>

La noticia: texto básico de la prensa

La noticia es el texto informativo más habitual. Aunque puede haber variantes dependiendo del género y del tipo de noticia, hay dos aspectos que se pueden encontrar casi siempre y que conviene reconocer:

1. En una noticia debe encontrarse respuesta a seis preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo. Se conocen como las 5 W (y una H), iniciales tomadas del inglés. Este puede ser un buen criterio para valorar la calidad del texto.
2. Una estructura que se asemeja a una pirámide invertida: la información más importante se presenta en el titular y en el primer párrafo; los datos se completan según avanza el texto, yendo de lo más general a lo particular, de la información básica a los detalles.

Este tipo de texto está al alcance de cualquier estudiante por su clara estructura y por dos rasgos del estilo periodístico: la brevedad y la claridad. La capacidad de comprender el mensaje incluido en una noticia corresponde a un nivel de competencia lectora elemental.

Sin embargo, en los periódicos, además de noticias, encontramos también textos más complejos (expositivos, argumentativos, narrativos, etc.) y una gran variedad de géneros como el artículo, el editorial, el reportaje y otros. Esta diversidad permite al alumnado irse acostumbrando a leer textos cada vez más difíciles. Y, por lo mismo, el profesorado de todas las asignaturas suele utilizarlos muy frecuentemente.

Géneros periodísticos

Además de las noticias, otros textos informativos son los reportajes: relatos objetivos y completos de los hechos, sin mezcla de la opinión personal del periodista.

Los géneros de **opinión**, en cambio, reflejan la subjetividad del autor. De opinión son, por ejemplo, el **editorial** de un periódico, que manifiesta la ideología de la dirección del periódico o de la empresa que lo edita; las **columnas**: textos cortos firmados por colaboradores; y los **artículos** más extensos, algunas veces llamados **tribunas**, en general escritos por personas ajenas al periódico.

La distinción entre información y opinión es importante: en unos textos –los informativos–, se espera encontrar hechos contrastados y objetivos; en los otros –los de opinión– se reflejan puntos de vista subjetivos y, por tanto, las opiniones expuestas deben someterse a la crítica personal del lector. El continuo contraste entre las opiniones propias y las leídas en la prensa resulta enriquecedor para todos, pero especialmente para un lector adolescente.

No siempre el límite entre la información y la opinión es tajante. De hecho, algunos géneros periodísticos, como las crónicas o las entrevistas, se caracterizan por mezclar información objetiva con impresiones subjetivas del periodista o de la persona entrevistada. Desgraciadamente, la práctica periodística no siempre es correcta y muchas veces en los textos informativos se filtra la opinión del redactor o la línea ideológica del periódico. Por ello, conviene prestar la misma atención crítica a la lectura de información que a la de opinión. Es importante aprender a detectar la subjetividad y la opinión oculta en textos supuestamente informativos. Sin esta habilidad, uno puede ser presa fácil de la manipulación. También es recomendable no leer únicamente un periódico sino varios, para poder así formarse un criterio personal y no caer en el sectarismo.

El futuro de la prensa

La evolución de la prensa es una incógnita. Según algunos, en poco tiempo los periódicos de papel cambiarán completamente. Según otros, tienen los días contados. En todo caso, por el momento, la prensa en papel convive con la prensa en Internet. La principal aportación de la prensa digital es la actualización permanente: la noticia llega al receptor casi inmediatamente. Otras ventajas, muy importantes, son el acceso más directo al contenido gracias a la

navegabilidad de los textos y la interactividad: todos, lectores y periodistas, crean contenidos, opinan y forman parte de una misma cadena de comunicación. Se ha superado el modelo del receptor pasivo. Ahora todo es bidireccional entre el usuario-receptor y el medio de comunicación, y multidireccional entre todos los usuarios. Muchos periódicos ya están en las redes sociales y empiezan a fomentar este tipo de periodismo.

El futuro será una lucha por el equilibrio entre contrarios: contenidos globales frente a locales, generalización de contenidos frente a especialización, elaboración y análisis de expertos como criterio de autoridad frente a las aportaciones anónimas y universales de todos los lectores.

Los medios de comunicación y concretamente la prensa, uno de los más tradicionales, tienen por delante un reto

Cómo se lee un periódico

La distribución de los contenidos de un periódico hace que, a diferencia de los textos literarios, su lectura sea fragmentada. Se leen solo las noticias y páginas que interesan (hay quienes afirman que son un 20% del total) y no es necesario seguir el orden de paginación; una vez conocida la estructura, se sabe localizar la información.

El tiempo invertido y la atención necesaria son menores que las que requieren otras lecturas. Se estima que los lectores de prensa impresa dedican entre 15 y 45 minutos al día y algo menos en el caso de la prensa digital (de 10 a 30 minutos).

Esto hace a la prensa atractiva para un lector joven proclive a los textos cortos y tiempos breves de atención.

El reto más importante: adaptarse a los nuevos tiempos y las nuevas formas de comunicarse. Pero es el mismo reto que tenemos todas las personas que formamos parte de la comunidad educativa.

kiosko.net

kiosko.net es la puerta de entrada a los principales periódicos del mundo. Recoge las portadas de las grandes publicaciones diarias y desde cada portada se accede a la web del medio.

Navarra es la comunidad autónoma en la que se lee más prensa escrita de España

NAVARRA	61,5 %
ASTURIAS	59,4 %
P. VASCO	57,4 %
GALICIA	52,1 %
I. BALEARES	48,6 %
CANTABRIA	47,1 %
ARAGÓN	46,6 %
LA RIOJA	46,4 %
CATALUÑA	45,6 %
I. CANARIAS	40,5 %
ANDALUCÍA	33,1 %
C. VALENCIANA	32,8 %
MURCIA	31,8 %
EXTREMADURA	30,0 %
CASTILLA LA MANCHA	27,5 %

Índice de lectura en 2006 / El mundo

Plan para la mejora de la competencia lectora

El Departamento de Educación del Gobierno de Navarra ha puesto en marcha un Plan para la mejora de la lectura. Durante el curso 2009-2010 más de seiscientos docentes de Secundaria elaboraron materiales para trabajar la comprensión lectora a partir de la selección y lectura de muy diversos textos. El 25% procedía de la prensa.

<http://dpto.educacion.navarra.es/planlectura/inicio.html>

Sarkozy dará periódicos gratis a los jóvenes de 18 años en Francia

Anuncia las medidas de ayuda al sector de la prensa. Nicolas Sarkozy ha reunido a los periodistas y les ha anunciado las medidas para salvar a la Prensa. Y el presidente ha arrancado la rueda de prensa advirtiéndoles de que no se dirigirá a ellos con un "queridos amigos", no vaya a ser que alguien piense que no respeta su inde-

pendencia. Entre las 'ayudas' hay una que destaca por su espectacularidad: los jóvenes de 18 años podrán elegir un periódico para recibirlo gratuitamente durante 12 meses. ¿El objetivo? Que se acostumbren a leer (en papel y periódicos, claro).

http://www.soitu.es/soitu/2009/01/23/actualidad/1232718210_654567.html