



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



**DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UNA REVISTA PARA NIÑOS EN EDADES
COMPRENDIDAS ENTRE 10 Y 12 AÑOS**

Anteproyecto de trabajo especial de grado
para optar al título de
Licenciado en Comunicación Social
presentado por las Brs. Maivic Romero
Leisy Torcatt

Tutora: Lic. Ángela Zago

Caracas, octubre de 2007

**Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social**

**DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UNA REVISTA PARA NIÑOS EN EDADES
COMPRENDIDAS ENTRE 10 Y 12 AÑOS**

Brs: Maivic Romero
Leisy Torcatt
Tutora: Ángela Zago
Fecha: octubre, 2007

Resumen

Esta investigación tiene la finalidad de ofrecer el diseño y producción de una revista para niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años. Esta propuesta es factible de realizar ya que incluye una investigación de tipo documental, bibliográfica y de campo donde se incluirá la búsqueda de información sobre periodismo especializado, periodismo para niños y otros, y, en la de campo se hicieron entrevistas a especialistas, entre los cuales destacan psicopedagogos, comunicadores sociales especializados en periodismo para niños y una editorial, y se complementó con la elaboración de un "machote" de la revista. Se utilizó la encuesta como instrumento de medición que abarcó la población escolar de planteles públicos y privados del municipio Baruta del Estado Miranda. Los grados a los cuales se le aplicó la encuesta corresponden a 4°, 5° y 6° grado respectivamente.

Descriptores: Periodismo, diseño, revista, niños, lectura, destreza, comprensión.

**Central University of Venezuela
Faculty of Humanities and Education
School of Social Communication**

**DESIGN AND PRODUCTION OF A MAGAZINE FOR CHILDREN IN AGES
BETWEEN 10 AND 12 YEARS OLD**

Brs: Maivic Romero
Leisy Torcatt
Tutor: Ángela Zago
Date: October, 2007

Summary

This investigation has the purpose of offering the design and production of a magazine for children in ages between 10 and 12 years. This is a feasible proposal, since it includes a documentary, bibliographical and field investigations which will include the search of information on specialized journalism, journalism for children and others. Specialists like children psychologists and social communicators specialized in children's journalism were interviewed as well as a publishing company during the field investigation. Additionally, a magazines project was included.

A survey was used as a measuring instrument to evaluate 4th, 5th and 6th grades students from public and private schools from the Baruta District in Miranda State.

Key words: Journalism, design, magazine, children, reading, skill understanding.

INDICE

CONTENIDO	PÁG.
Introducción	1
Capítulo I: La revista.....	10
1.1 Definición.....	10
1.2 Característica de la revista	11
1.3 Clasificación de la revista	13
1.4 La revista especializada	14
1.5 Revista y publicaciones para niños (caso Venezuela).....	15
Capítulo II: Periodismo especializado	20
2.1 Definición de periodismo.....	21
2.2 Origen del periodismo especializado	22
2.3 Ventajas del periodista especializado.....	25
2.4 La prensa especializada.....	26
2.5 Periodismo especializado para niños: Una alternativa para la especialización.....	28
2.5.1 El periodismo para niños: Una exigencia social...	30
2.5.2 De cómo el periodista escribe para niños.....	32
2.5.3 El periodismo para niños.....	34
2.5.4 Diferencias entre periodismo para niños, infantil y prensa especializada para niños.....	35

2.6. El lenguaje para niños.....	38
Capítulo III: Mercadeo del producto.....	40
3.1 Mercadotecnia.....	41
3.2 Etapas de la comercialización.....	41
3.3 El producto.....	43
3.4 La marca.....	44
3.5 El diseño.....	46
3.6 La distribución.....	47
3.7 La calidad.....	49
3.8 El público o audiencia.....	50
Capítulo IV: El desarrollo cognitivo del niño.....	53
4.1 Teoría de Jean Piaget.....	55
4.2 Teoría de Lev Semionovich Vitgosky.....	57
4.3 Piaget vs. Vygotsky.....	58
4.4 Importancia de la lectura.....	60
4.5 Interés por la lectura.....	62
Capítulo V: Metodología de la Investigación.....	69
5.1 Diseño de la muestra.....	70
5.2 Unidades de selección.....	70
5.3 Tamaño de la muestra.....	71
5.4 Método de selección de la muestra.....	71
5.5 Instrumento de investigación.....	73

5.6 Recolección de datos.....	76
5.7 Gráficos.....	77
5.8 Análisis de los resultados.....	81
Capítulo VI: Propuesta de una revista: “ <i>Entérate</i> ”	84
6.1 De cómo debe ser el diseño de una revista.....	87
6.2 Diseño de la Revista para niños: “Entérate”	88
6.2.1 La tipografía	91
6.2.2 Temas.....	93
6.3 Público.....	95
6.4 Nombre de la revista.....	95
6.5 Contenido.....	96
6.6 Diseño.....	96
VII. Conclusiones.....	98
VIII. Bibliografía.....	101
IX. Anexos.....	105

"Escribir para los niños no es nada fácil...su manera de comprender las cosas hacen de ellos críticos minuciosos y exigentes como pocos adultos alcanzan a ser... la descabellada fantasía puede parecerle aburrida realidad, porque el ímpetu de su imaginación sobrepasa todas las posibilidades de la nuestra"
AQUILES NAZOA

DEDICATORIAS

A Dios por ser el “Camino, la verdad y la vida”.

A mis padres, Marlene y Jorge, por brindarme siempre su amor, refugio, comprensión y sobretodo por confiar en mí... ¡Los quiero mucho!

A mis hermanos, Jorge y José Luís, por su apoyo incondicional.

A mis dos tesoros, Christian y Valeria porque cuando los veo crecer día a día, y contemplo la sonrisa que hay en sus rostros consiguen por un instante que me olvide de los problemas y que sólo piense en la dicha y felicidad que han logrado traerme desde que llegaron a mi vida.

A toda mi familia, a mis abuelas Adela y Bertha, a mis tíos y tías, a los que están y a los que se han marchado, este triunfo también es para ustedes porque han creído en mí.

Y muy especialmente a ti mi Larry, por tu apoyo y compañía durante todo este tiempo, porque estuviste ahí cuando más te necesité, nunca me abandonaste y cuando viste que me tropezaba extendías tus brazos para no dejarme caer... Gracias por tus palabras de aliento y sobretodo gracias por amarme como sé que me amas... ¡TE AMO!

Maivic Romero

Primeramente quiero levantar en alto la voz de mi corazón para darle gracias al que me eligió desde el vientre de mi madre, al que me dio el beneficio de la vida, al que todo lo puede y que me dio fuerzas para lograr juntos esta meta, su meta, nuestra meta... Para él toda la gloria de haberla alcanzado porque con mis propias fuerzas no habría sido posible... a ti, mi Dios, GRACIAS, te amo.



A mi padre por su apoyo, por creer en mí, por su amor que me dio valor en los momentos más difíciles para no desmayar, a ti papi porque has sido inspiración en esta carrera, sé que hoy tu corazón se inunda de alegría . Gracias mil papi, Te amo

A ti mami... No me alcanzaría la vida para agradecer tu ejemplo de constancia y dedicación, porque nunca dudaste que podía lograrlo y fuiste pieza clave y fundamental. Por tu amor, por tu paciencia, por tu apoyo, por el valor, porque estuviste ahí en cada momento que lo necesité...agradecida eternamente, Te amo.



A ti Lenin, hermanito... porque seguiré siendo tu hermanita preferida...Jaja. Hermano, que te puedo decir...Quiero darte las gracias porque viviste conmigo este proceso...Porque eres ejemplo de tenacidad, de firmeza y perseverancia, de que sí se puede... Gracias por tu amor, porque fuiste modelo a seguir, te admiro hermanito. Te adoro...

A ti Lili, hermanita hermosa. Mi psicóloga preferida...ayy Lili quiero darte gracias porque has estado en mis alegrías y mis tristezas a lo largo de esta carrera... Porque fuiste mi bastón cuando sentía flaquear, porque escucharte a ti era creer que nada era imposible, gracias por tu apoyo, por tu amor, por tu fortaleza porque se que ésta meta es parte de ti también, gracias por ayudarme a lograrlo. Te amo hermanita aunque me hayas tumbado mi puesto jajaja.



A ti Julio, mi chuchu... mi príncipe... Mi cielo, mi otra mitad, quiero darte gracias una vez mas por haber llegado a mi vida, por tu amor, por tu pasión, tu admiración, por hacerme creer y sentir que soy una princesa de cuento de hadas donde el príncipe enamorado y dispuesto a dar su vida por mi, eres tú.. Mi amor... Por tu dedicación para conmigo cada día... Por tu disposición a llevarme al fin del mundo si lo necesitaba con el fin de ayudarme a lograr esta meta, nuestra meta... Ahora voy por ti mi vida porque también lo lograremos...Infinitas gracias, te amo hasta la eternidad.

A mi Mila hermosa, mi princesa... hija te doy gracias por tu amor, por tu dulzura, porque has sido mi musa, y así mami ha podido alcanzar junto a ti esta meta, a ti te dedico esta victoria porque robe parte de tu tiempo y de tu espacio y siempre lo comprendiste soñando con éste día. Te amo hasta el infinito y más allá... hasta la última gota de mi sangre.





A ti Carmen, abuela te doy gracias porque cada día le pedí a Dios te diera vida para verme lograr esta meta, porque aún cuando quizás tus esperanzas no estaban puestas en mí... Es grato que estés presente para que celebres conmigo este esfuerzo plasmado. Te quiero muchísimo abuelita aunque alguna vez lo hayas dudado... Gracias

A mis tíos... Porque de alguna u otra manera anhelaron este día y siempre me dieron el ánimo para seguir hasta lograrlo, gracias a ustedes... Tía Felicia, tío Norberto, tío pachico (porque se que celebras este triunfo de alma, mente y corazón), tía veva (por tu amor, porque siempre creíste en mí y hoy podemos celebrarlo) y por último pero no menos importante... tía Rosa ayy tía... me pongo chiquita en este momento para darte gracias, porque sé que hoy habrías estado taaan feliz de celebrar esta victoria conmigo, porque en el lugar hermoso donde estas se que aplaudes ésta conquista, tía te llevo en un lugar muy grande y especial en mi corazón... mil gracias.

A todos ustedes y aquellos que aunque no haya nombrado contribuyeron con un granito para hoy lograr esta meta. Eternamente agradecida...

Leisy Torcatt

AGRADECIMIENTOS

Inicialmente nuestro máximo agradecimiento va dirigido a Dios, nuestro padre en el cielo, porque dirigió nuestros pasos día a día para hoy lograr con éxito esta meta tan anhelada, sin su dirección no habría sido posible.

Seguidamente, queremos dar las gracias, a la casa que vence las sombras, a nuestra alma mater, esa que nos cobijó en su interior y de la que pudimos obtener grandes aprendizajes, intelectual y humano, Universidad Central de Venezuela que nos viste día a día esforzarnos para hoy alcanzar este triunfo.

A la Lic. Ángela Zago, nuestra tutora; gracias por el apoyo, por la dirección, por creer en nosotras, por compartir sus investigaciones y conocimientos, porque nos brindó la orientación necesaria para disfrutar de tan maravillosa, pero no fácil labor que ha sido escribir para niños. Gracias por concedernos parte de su tiempo y de su espacio, eternamente agradecidas.

No podemos pasar por alto nuestro agradecimiento al Banco del Libro, por el valioso aporte de calidad humana reflejado en la psicopedagoga Carolina Holmes, Maestra en Lengua y Literatura. Gracias por su apoyo que fue incondicional, porque su experiencia nos guió en pasos certeros. Gracias mil...Gracias

Damos las gracias a todas aquellas instituciones educativas públicas y privadas del municipio Baruta del Estado Miranda, quienes nos abrieron sus puertas y nos permitieron llevar a cabo parte de nuestra investigación. Gracias a los colegios: Madison I, María Montessori, Los Campitos, E.B.N. Eutimio Rivas, J.M. Alfaro Zamora y U. E. Adolfo Navas. A todos ustedes gracias.

Son muchas las personas de quienes estamos agradecidas, entre ellas: Ilustradora María Elena Repiso, por el aporte valioso de tus conocimientos, a Esteban Machado, tu apoyo y ayuda llegó justo en el momento necesario, gracias por tu trabajo y disposición, Cool.

(Leisy) Por alguna razón nos cruzamos en el camino y nos aventuramos en tan maravilloso proyecto que como todas las cosas transcurre en momentos agradables y no tan agradables, pero no puedo dejar de darte las gracias por tu constancia, por tu apoyo hasta el último momento, cuando sabemos más lo necesité, a ti Maivic, mil gracias porque compartimos una idea y juntas la hemos alcanzado...

(Maivic) La disposición de Dios siempre se cumple, y gracias a él hoy estamos juntas en este proyecto. Amiga gracias por lanzarte conmigo en esta aventura, sé que no ha sido nada fácil, pero ya vez aquí estamos firmes y con la investigación terminada en nuestras manos... Gracias por tu apoyo, por tu firmeza y voluntad, por estar siempre ahí y por no olvidarte que esta meta era de las dos... MIL GRACIAS

Y finalmente, deseamos agradecer a todas aquellas personas que de una u otra forma fueron partícipes de este logro que hoy alcanzamos, absolutamente Gracias!

Introducción

En el mercado editorial existen una variedad de publicaciones dirigidas a los niños, entre las cuales podemos encontrar diversos temas de interés ejemplo de ellas son la revista de La Cadena Tricolor, Universalito, Meridianito, Billiken, entre otras las cuales permiten saber las necesidades y curiosidades de éstos pequeños.

Sin embargo, escribir y editar para niños no es fácil; tal vez, porque estos son los lectores más exigentes que pueda haber, dada su condición de lectores que están en pleno proceso de formación.

La mayoría de los niños, como gran parte de los adultos necesita que se le ofrezca una información variada que contribuya con su proceso de crecimiento personal.

Es por ello que, hacer periodismo para niños que informe, entretenga, oriente y que fundamentalmente forme a estos niños es todo un reto, sabiendo que en la actualidad, en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, no se ofrece una asignatura o taller el cual pueda brindarnos los conocimientos y herramientas necesarias para hacer publicaciones o revistas destinadas a este público.

Es importante señalar que desde 1987 la profesora Ángela Zago dictó en la escuela de comunicación social la materia Periodismo para Niños, como seminario y por la demanda de este género especializado la dictó como taller; única experiencia de este tipo en nuestro medio universitario.

Luego, de haber observado la necesidad y falta de material de medios impresos, como revistas para niños que hay tanto en el país como concretamente en regiones y municipios, escogimos el municipio Baruta del Estado Miranda, para plantear la realización de un diseño y producción de una revista dirigida a niños entre 10 y 12 años, la cual permita responder a las necesidades de información en los niños de esta zona. Escogimos este Municipio debido a que está conformado por una población diversificada, en él podemos encontrar las diferentes clases sociales, desde la clase A hasta la clase D.

Además podemos señalar que este Municipio es una excelente zona para la comercialización de la revista, ya que tiene sitios como Las Mercedes punto estratégico para la distribución de la misma; así como grandes centros comerciales como El Tolón, Centro Comercial Paseo Las Mercedes, Centro Comercial Concreta, Centro Comercial Galerías Prados del Este, Centro Comercial Santa Fe, Plaza Las Américas, Centro Comercial Vizcaya lugares muy frecuentados por los habitantes de este municipio.

Nos planteamos dividir nuestra investigación en tres partes:

La primera comprende el marco teórico compuesto por 4 capítulos, los cuales son: *Capítulo I* La revista, *Capítulo II*: El periodismo especializado, *Capítulo III*: Mercadeo del producto y *Capítulo IV*: Desarrollo Cognitivo

En la segunda parte incluimos el *Capítulo V*: Metodología de la Investigación aplicada en nuestro trabajo.

Y por último el *Capítulo VI* (Diseño de la revista Entérate) y las conclusiones.

Planteamiento del problema

En la actualidad se observan con frecuencia diversos textos impresos como libros, periódicos, revistas, cuentos, folletos ubicados de tal forma que son de fácil acceso para cualquier tipo de lector. Sin embargo, al recorrer los distintos kioscos del municipio Baruta del Estado Miranda pudimos observar que hay poco material impreso especializado para niños, por lo que inducimos que existía una necesidad de ofrecerle a este público particular, alternativas interesantes que busquen responder a sus necesidades de información y formación.

En la escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, actualmente no se exige ni se motiva al estudiante a especializarse en una rama como lo es el Periodismo para Niños. La información que obtuvimos señala que fue hasta el año 1987 que en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela se dictó la materia Periodismo para Niños, como taller y como seminario. Hasta ese año, la Licenciada en Comunicación Social, profesora Ángela Zago dictó este seminario y taller; también para esa misma época el profesor Jesús Rosa Marcano, profesor de esta escuela, mostraba un interés en la discusión y conocimiento del periodismo infantil.

En nuestros días, la realidad es otra, el pensum de estudio no abarca una asignatura que desarrolle esta línea de investigación o trabajo.

Como periodistas nuestra misión es informar, entretener, orientar y formar a todo público y en especial a los niños que son el futuro de nuestro país. Es por ello que, creemos es fundamental que una especialización de este tipo forme parte de los estudios del Comunicador Social, entendiendo que el Periodismo de Información y Opinión es la esencia del comunicador social que se orienta en el ejercicio del periodismo.

Antes de adentrarnos en el tema de la especialización en periodismo es importante tener en cuenta que según el investigador Fraser Bond*, en una obra ya clásica sobre la teoría periodística, señala que las cuatro funciones básicas que engloban esta actividad son: “Informar, interpretar, orientar y entretener”.¹ Tomaremos en cuenta, más adelante, estas funciones para la definición y ejercicio del Periodismo para Niños.

Por su parte, ya en el tema del periodismo especializado, Olga Dragnic**, Profesora jubilada de esta escuela y autora del libro Diccionario de Comunicación Social, opina que el periodismo especializado es “...la necesidad de proporcionar informaciones específicas a un público determinado. La especialización en el periodismo se realiza en función de la temática o del público”.²

¹ Fraser Bond. (1959) Introducción al periodismo. “Estudio del cuarto poder en todas sus formas”. Buenos Aires. Pp. 18

² Dragnic Olga (2006) “Diccionario de Comunicación Social” Editorial Panapo de Venezuela. Pp.202

La revista, como medio de comunicación impreso, es un medio que puede ser utilizado con mayor facilidad, adecuado al periodismo especializado y que a diferencia de otro tipo de periódico es una publicación no diaria. Así lo refiere Enrique Lara Castejón en su trabajo de ascenso *Revistas: Periodismo no diario: "La revista puede ser concebida como un medio de comunicación social no diario, en forma de un cuaderno y con una presentación particular y dinámica, a través del cual se transmite con mayor reposo y sosiego, y sin los cerrados esquematismos del diario informaciones diversas de actualidad"*.

En el libro la literatura infantil venezolana de Efraín Subero*** explica que no fue *"sino hasta principios del siglo XX cuando surgieron las primeras revistas y periódicos destinados a los niños, ya en el siglo XIX había una preocupación por este terreno desde las páginas del Cojo Ilustrado donde se publican cuentos y estampas destinadas a los niños"*³

Esta investigación ha pretendido, en primer lugar mostrar la falta de material informativo en medios impresos para niños, específicamente en los kioscos del municipio Baruta del Edo. Miranda. Por la otra, dada las necesidades que existen en este renglón, producir una revista destinada a un público infantil en edades comprendidas entre 10 y 12 años que tenga como objetivo último, además de informar y entretener, formar.

Nos planteamos las siguientes interrogantes:

³ Subero Efraín (1977) "La literatura infantil venezolana". Venezuela. Pp. 89

¿Qué es una revista para niños?

¿Cómo se diferencia la prensa especializada del periodismo especializado y cuál de los dos conceptos es el adecuado para utilizar como medio impreso para niños?

¿Será la revista capaz de generar entusiasmo por la lectura en el niño entre 10 y 12 años?

¿Es necesario un medio impreso, una revista para niños, en el municipio Baruta?

Justificación

La presente Investigación se realizó para comprobar la hipótesis de que en el municipio Baruta no hay revistas especializadas para niños. Esta hipótesis nos la planteamos luego de haber recorrido diferentes kioscos y observar las revistas y diversas publicaciones que están a la venta y, confirmar la falta de este tipo de material en los mismos. Conscientes de esta situación y con el objeto de ofrecer una descripción pertinente y apropiada de esta problemática, hemos considerado que era necesario confirmar nuestra hipótesis y además plantear y producir una revista que pueda ser un vehículo idóneo para informar, entretener, orientar y fundamentalmente formar a los niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años del municipio Baruta del Estado Miranda. Asimismo, este medio de comunicación impreso sería un aporte valioso al municipio, debido a que podría cubrir con las necesidades informativas de los niños.

Objetivo General

Diseñar y producir una revista para niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años.

Objetivos Específicos

- Definir, en este caso, si se debe hacer prensa especializada para niños o periodismo especializado para niños.
- Precisar las características apropiadas del lenguaje escrito para los niños que cursan la segunda de educación básica (4°, 5° y 6° grado), porque el público al cual queremos llegar estarían, por su edad, ubicados en estos niveles educativos.
- Identificar los temas de interés en el niño entre 10 y 12 años.
- Analizar las características que debe tener el periodismo especializado para los niños.
- Plantear el diseño gráfico de una revista para niños entre 10 y 12 años, ajustado a los conocimientos y experiencia de los profesionales especializados en la materia.

Alcances y Limitaciones

Alcances

- En primer lugar, nuestra meta es establecer vínculos con los niños del municipio Baruta del Estado Miranda y posteriormente plantearnos una revista para niños que pueda circular en este municipio con las

características necesarias que cubra el interés que esta población pueda tener en información, entretenimiento y, que a la vez sirva para su orientación y formación

- La revista será planteada de manera tal que pueda ser comercializada posteriormente.

Limitaciones

- Una de nuestras limitaciones fue la falta de fuentes para la investigación en la materia. No solamente de fuentes vivas, sino también de fuentes documentales y bibliográficas. El escaso material bibliográfico existente en relación al periodismo para niños nos imposibilitó ampliar este trabajo de investigación.
- Los precios para el diseño y producción de una revista son sumamente costosos, por lo tanto nos impidió mejorar la presentación de nuestra revista.

“Donde haya un grupo de gente que se interese por algo, donde haya una persona o una organización con suficiente motivación para comunicarlo, habrá una revista”

Anónimo

CAPÍTULO I

LA REVISTA

La revista ha venido desempeñando un papel crucial en las sociedades modernas, debido a la versatilidad de su contenido y a la calidad del tratamiento de los temas de actualidad que hace que este medio responda a las exigencias de todo público y a cualquier circunstancia y momento determinado.

Con relación a este tema, el comunicador social, profesor y ex director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, Enrique Castejón Lara ⁴ opina que la revista puede “*ser concebida como un medio de comunicación social no diario, en forma de un cuaderno y con una presentación particular y dinámica a través del cual se transmite mayor reposo y sosiego, y sin los cerrados esquematismos del diario, información diversa de actualidad.*”

Es por ello que la revista se ha convertido en un recurso periodístico de importancia para los lectores, pues permite ofrecer diversos ángulos sobre los hechos reseñados por la prensa diaria. Recursos como la interpretación y la especialización la han convertido en la publicación por excelencia, que ofrece análisis más profundos sobre los temas tratados.

Al respecto, la profesora Olga Dragnic⁵ define a la revista como “*una publicación periódica no diaria que se edita por cuadernos o pliegos que pueden o no ir unidos y que tiene generalmente una vistosa presentación, sobre todo en la portada. Los contenidos de una revista pueden ser muy variados: desde la información general de actualidad hasta las ediciones monográficas especializadas.*”

En tal sentido, la revista o magazine, como también se le conoce, además de incluir información relevante sobre hechos del acontecer diario,

⁴ Castejón Lara, Enrique (1986): “*Revista: Periodismo no diario*”. Trabajo de ascenso. Caracas-Venezuela. Pp 118-119

⁵ Dragnic, Olga (2006): *Diccionario de Comunicación Social*. Editorial Panapo de Venezuela. Pp 241-242

también le da especial importancia al diseño gráfico, al gran colorido, a las fotografías y toda la expresión visual que forman parte fundamental en la elaboración de las mismas, aspectos sumamente importantes que debemos tomar en cuenta para la elaboración de una revista para niños.

1.2 Características de la revista

Diseñar una revista para niños implica todo un trabajo de conocimiento del periodismo o la prensa especializada.

Según el diseñador, Chris Foges⁶ *“Las revistas han hecho su sitio en la cultura popular y cuentan con la fidelidad de sus lectores. Sólo hay que fijarse en cualquier revista de cualquier época y se dará cuenta que son el mejor testimonio posible de la estética, las preocupaciones y la actitud del momento, y esto es lo que hace que las revistas resulten tan interesantes”*.

Entre las características más resaltantes podemos mencionar:

- Las revistas poseen una fisonomía genérica particular. Ellas como medio de comunicación social constituyen una especie de transición, por lo menos en cuanto a presentación se refiere entre el periódico y el libro.
- Pueden poseer muchas más imágenes en su presentación gráfica.
- Ofrece una gran variedad de temas (ciencia, historia, fantasía).

⁶ Foges, Chris (2000): *Diseño de revistas*. Ediciones Mc Graw Hill

- Las revistas por ser un medio de comunicación no diario, permite un mayor tiempo de elaboración en sus contenidos (en ellas podemos presentar trabajos de investigación, reportajes en profundidad que, generalmente, son más extensos, entre otros).
- La revista trata sobre hechos noticiosos que se pueden prolongar y que están acordes con la orientación, estilo o especialización de la revista.
- No hay límites para la planificación de su contenido, siempre y cuando haya un enfoque temático de interés para un sector de la población.

1.3 Clasificación de las revistas

La clasificación de las revistas puede hacerse desde varios puntos de vista. Así encontramos, por ejemplo las que se clasifican por su formato y presentación externa. En tal sentido, Olga Dragnic⁷ opina que *“existen revistas que optan por un tamaño semejante al de los diarios tabloides. Es un formato que permite un buen despliegue de ilustraciones y de título.”*

Al respecto, el diseñador de la revista *Casablanca*, Jiménez, E⁸. señala que se pueden encontrar diferentes estilos de formato los cuales se señalan a continuación:

⁷ Dragnic, Olga (2006): *Diccionario de Comunicación Social*. Editorial Panapo de Venezuela. Pp 242

⁸ Jiménez, E. (1994): *Manual de estilo gráfico para la revista Casablanca*. Trabajo de Grado. Caracas- Venezuela.

PLIEGO (P)	MEDIDAS (CMS)	TIPO DE FORMATO
1P	66 x 96 cms	
1/2 P	66 X 48 cms	Estándar
1/4 P	33 x 48 cms	Tabloide
1/8 P	24 x 33 cms	Revista
1/16 P	16,5 x 24 cms	Revista

Otra clasificación posible de las revistas es por su periodicidad, entre las cuales se pueden nombrar las de carácter mensual, bimensual, quincenal, semanal, siendo ésta última la más común.

Por su contenido. Este tipo de publicación se le agrupan en dos grandes bloques: las de interés general y las especializadas. Cabe destacar, que las revistas de interés general son aquellas que *“se acercan a los conceptos periodísticos del diarismo. Aspiran a presentar a sus lectores un panorama lo más completo posible de los acontecimientos significativos, ocurridos en la semana anterior, con una visión totalizadora que haga posible la comprensión de los procesos sociales”*, así lo refiere la comunicadora social, Olga Dragnic (2006) en el *Diccionario de Comunicación Social*, Pp 242.

1.4 La revista especializada

Como punto de partida y por tratarse de unos de los aspectos fundamentales en el desarrollo de nuestro tema de investigación, aquí nos detendremos a explicar detalladamente el concepto que se maneja de lo que es una revista especializada.

En Venezuela las revistas especializadas han mantenido una evolución bastante satisfactoria. Olga Dragnic⁹ opina que las revistas especializadas son aquellas que *“...cuentan con un público fiel, y disponen de una pauta publicitaria constante.”* *“En cuanto al tratamiento del contenido, pueden orientarse hacia la cobertura de la actualidad o bien trabajar los acontecimientos que sólo tienen relación con los hechos recientes”*. Entre las revistas especializadas podemos encontrar: las deportivas, económicas y financieras, científicas, humorísticas y para niños.

Es por ello que, las revistas especializadas son un medio de comunicación social dirigido a un tipo de público que posee gustos e intereses particulares, y en consecuencia que tiene las mismas necesidades informativas; tal como es el planteamiento de nuestra proposición, es decir, una revista para niños destinada al público lector comprendido por los escolares cuya edad está comprendida entre los 10 y 12 años.

1.5 Revistas y publicaciones para niños (caso Venezuela)

Evidentemente, por requerirse de un esfuerzo organizativo mayor, aportes financieros considerables y además de no contar con el apoyo de los

⁹ Dragnic. Olga (2006): *Diccionario de Comunicación Social*. Editorial Panapo de Venezuela. Pp 243

anunciantes, las revistas para niños producidas en el país son menos numerosas que los periódicos y suplementos.

A finales del siglo XIX (1896) El Cojo Ilustrado, incluyó entre el material destinado a los adultos, algunos cuentos y estampas escritos para niños. También en muchas escuelas y liceos se publicaron folletos y periódicos de corta duración y reducido tiraje, pero en ocasiones lograban llegar a un público más amplio que el exclusivamente escolar, así lo refiere la periodista y editora Verónica Uribe¹⁰.

Sin embargo, Efraín Subero¹¹, quien fuera en su tiempo el académico más joven del mundo hispánico y además el único venezolano que ha ganado tres veces el premio Monseñor Pellín, en su libro *La literatura infantil venezolana* menciona a 15 (quince) publicaciones editadas en diferentes puntos del país, desde 1824 a 1900. Entre ellas tenemos: El estudiante (Publicada en Calabozo)

- La abejita (Publicada en Maracaibo)
- La violeta (En Trujillo)
- El estudiante (En Caracas)

Hay que destacar que éstas son sólo algunas publicaciones de revistas y periódicos que intentaron llegar a un público infantil.

¹⁰ Uribe, Verónica (1983): *Las publicaciones periódicas para niños*. Tesis de grado. Universidad Central de Venezuela. Caracas

¹¹ Subero, Efraín (1977): *La literatura infantil*. Venezuela. Pp 89

La primera revista para niños que circuló en el país fue “**El amigo de los niños**” publicada en abril de 1912 y se mantuvo hasta mediados de octubre de 1950 de manera ininterrumpida.

Onza, Tigre y León fue la primera publicación para niños que editó el Ministerio de Educación. El director fue Rafael Rivero Oramas. El primer ejemplar de la revista circuló en el año 1938. Tenía un formato pequeño (1/16). Su periodicidad era de tipo mensual y con un tiraje de 6000 ejemplares. Los temas que trataba era sobre cuentos, crónicas, flora, fauna y poesía, sin olvidar que folklore, leyendas, tradición y costumbrismo eran materia obligada en sus páginas. Para la arquitecta, diagramadora e ilustradora, María Elena Repiso quien actualmente forma parte del Comité para la revisión de textos en el Banco del Libro, expresa que *“la revista Onza Tigre y León “desapareció, tal vez, por razones presupuestarias”*.

Sin embargo, Ángela Zago, profesora y comunicadora social, tiene una información distinta a lo anteriormente expuesto. Zago señala que “no fue por esa razón”. Onza Tigre y León, “desapareció porque Rafael Rivero Oramas decidió hacer una revista mejor que compitiera con la revista Billiken y planificó, creo y planteó una revista que más tarde conocimos como Tricolor. Rivero Oramas observó que los niños venezolanos de aquellos años conocían más de la geografía e historia de Argentina, e incluso utilizaban el lenguaje cotidiano del pueblo argentino. Le plantea entonces, a la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación que se

realize una revista con mayor calidad. Presenta el “machote” con la colaboración de artistas plásticos de la época y es aceptada su idea”

En 1949 aparece la revista **Tricolor**. La revista era mensual, y durante muchísimos años era distribuida por suscripción o por venta, costaba un real, aproximadamente. Se publicaban 12 números al año. El objetivo principal de Tricolor era suplir a los niños de lectura complementaria sobre las áreas de desarrollo programático e informaciones pertenecientes a la escolaridad.

Cabe destacar que, tal como se señaló antes, que esta revista viene a reducir la influencia que tenían la revista Billiken en los niños venezolanos, publicación argentina, ya que el castellano que ellos utilizaban; el estilo de la redacción argentina; la conjugación verbal; entre otras cosas, es muy distinta al que se hablaba en nuestro país, así lo afirmó la Lic. Zago, cuya información fue obtenida en una entrevista que realizó a Rivero Oramas.

En enero de 1967 nació la revista **Uyapar** publicada por el Departamento de Relaciones Públicas de la Corporación venezolana de Guayana y estaba destinada a los niños de quinto grado de escolaridad.

Uyapar es el nombre que los aborígenes le dieron al Orinoco. Desde su nacimiento la revista ha sido de gran demanda, especialmente por maestros y bibliotecas escolares de la ciudad de Guayana. El objetivo de la misma, además de instruir, entretener y orientar era empleado como material de lectura. Tenía un formato pequeño de 15 x 22 cms y poseía

24 páginas. **Uyapar** se mantuvo hasta 1989. Comenzó con un tiraje de 3000 ejemplares y su distribución era totalmente gratuita.

En 1974 fue fundada **Reto** por Nelson Otero. Se inició como una publicación semestral con un tiraje de 10.000 ejemplares.

Para el año de 1979, apareció **El Cohete**, su directora fue Miyo Vestrini. Para su momento de aparición fue denominado “el periódico de los niños”, tenía una circulación quincenal. Trataba temas de interés para el público infantil, como historias de personajes famosos, información ecológica e información general. Este periódico es una muestra de las más cercanas aproximaciones a lo que se denomina periodismo para niños según la clasificación hecha por la profesora Ángela Zago y que más adelante será tratado.

Siguiendo con la misma modalidad de hacer periodismo para niños, en ese mismo año y bajo la batuta de la comunicadora social Ángela Zago se crea **Tombolín**. Con aportes del CONAC este suplemento circuló semanalmente encartado en El Nacional, tenía tiras cómicas e informaciones de actualidad relacionadas con nuestro país y el extranjero. Más adelante, el mismo equipo que liderizó Tombolín, crea otras publicaciones como **Guarimba** (1981) que circuló en Noti Tarde, **Volador** fundado en 1982 y encartado en el diario Antorcha de Ciudad Bolívar y por último **Volantín** encartado en Panorama en el año 1983.

Entre las publicaciones que aparecieron también en los años 80 podemos mencionar a la revista **Meridianito** la cual aún aparece

encartada con la edición dominical del periódico Meridiano. Incluye juegos y pasatiempos, comiquitas y notas informativas.

CAPÍTULO II: El periodismo especializado

CAPÍTULO II

PERIODISMO ESPECIALIZADO

2 - El periodismo

Antes de penetrar de lleno en lo que es nuestro tema relevante, periodismo especializado, es necesario explicar el concepto de periodismo, ya que dentro de él hay una serie de funciones que nos ayudarán a explicar de la mejor manera el mundo de la especialización.

Después de haber recorrido cinco años en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, para nosotras periodismo viene a ser toda aquella actividad que además de informar busca orientar a la sociedad sobre hechos del acontecer, llevando estos mensajes a través de los distintos medios de comunicación.

Para el comunicólogo Fraser Bond, F¹² la profesión del periodismo “abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios llegan al público. Los hechos de interés, así como los actos y pensamientos que provocan, son el material fundamental del periodista”.

¹² Fraser Bond, F. (1965) *Introducción al periodismo*. Editorial Limusa. México.. Pp 419

Es por este motivo que, el periodista juega un papel fundamental en la sociedad, pues permite que el público esté en pleno conocimiento sobre todo, o casi todo, de lo que sucede a su alrededor, permitiéndole además formarse su propio criterio.

Ahora en este tiempo tan complejo, marcado por toda una diversificación del saber, es necesario que el periodista se especialice.

Por lo tanto, creemos necesario y obligatorio que el profesional en la comunicación social debe especializarse en un área determinada, debido a que con el grado de especialización dicho profesional hará que el mensaje sea más eficaz, ya que la labor periodística será más selectiva y se realizará de acuerdo a los intereses de un público en particular.

2. 2- Origen del periodismo especializado

El periodismo especializado surgió como una necesidad para estar informados sobre temas específicos que iban referidos a un público determinado y apareció casi simultáneamente con el periodismo informativo. Olga Dragnic¹³ considera que “la primera publicación especializada fue *Le Journal de Savants* de Denis de Salló, editada en 1600 en Francia, era una publicación mensual dedicada a la información científica”.

“La industrialización de la prensa marcó también el nacimiento de profesionales en el área; surge así la segunda etapa del periodismo que

¹³ Dragnic, Olga (2006) *Diccionario de Comunicación Social*. Editorial PANAPO de Venezuela. Pp 202

evoluciona bajo el slogan “la noticia por la noticia misma”. Luego, gracias a la educación recibida en las universidades nace la necesidad de divulgar los avances de las ciencias, misión que sólo se puede cumplir a través de la prensa y ésta es una de las causas por las cuales nace el periodismo especializado”, así lo refieren las periodistas Dayana Gómez y Doris Mendoza¹⁴ en su trabajo de grado.

Sin embargo, es importante señalar que aunque existe cierta polémica en puntualizar por etapas y en forma cronológica la evolución y desarrollo del periodismo especializado como tal, diversos investigadores coinciden en que actualmente nos encontramos ante la explosiva “*Era del periodismo especializado*”.

Al respecto, el comunicador español Txema Ramírez de la Piscina¹⁵ señala que “la especialización temática de los futuros profesionales del periodismo es ya una necesidad perentoria y un hecho irreversible (...) es una exigencia social porque cada vez más son los temas abordados y hay que explicarlos. Los lectores quieren saber más cosas y con más detalles”.

Es evidente que, en el siglo XX y más aún en el siglo XXI hemos visto como ha aumentado la diversificación del saber. Observamos como cada vez más, existen nuevos temas relacionados con las ciencias, la tecnología, la salud, la educación, la política, la economía, entre otras, por lo cual es

¹⁴ Gómez, Dayana y Mendoza, Doris (1997) *La importancia de escribir para niños*. Trabajo de grado. Universidad Central de Venezuela. Caracas.

¹⁵ Ramírez de la Piscina, Txema (1999) “*Realidad y utopía de la especialización*”. En Zer. Bilbao. N° 6. Pp 6

necesario crear especializaciones que se derivan de la amplitud del conocimiento.

“La especialización periodística es la disciplina encargada de establecer esta posible ordenación entre los distintos contenidos informativos proporcionando una síntesis globalizada”, así lo señala Francisco Esteve Ramírez¹⁶, Doctor en Metodologías de investigación e información periodística especializada.

No obstante, sería imposible pasar por alto que para algunos la especialización ha sido todo un tema que ha traído controversias entre muchos. La especialización ha sido además objeto de posiciones distintas. Al respecto, Javier Fernández del Moral¹⁷, Doctor en Ciencias Químicas, periodista y licenciado en Ciencias de la Información, opina que “Mientras un sector considera positiva esta parcelación de los conocimientos como instrumento necesario para una mayor profundización en los mismos, otros consideran la especialización como una limitación del saber humano”.

Por nuestra parte, consideramos que la especialización representa una herramienta útil y valiosa para todo comunicador, ya que a través de ella el género humano puede llevar la información y los conocimientos necesarios para cada público determinado.

¹⁶ Esteve Ramírez, Francisco (1999) *Áreas de especialización periodística*. Madrid. Pp 9

¹⁷ Fernández del Moral, Javier y Esteve Ramírez, Francisco (1996) *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Pp 51

Con relación a este tema Esteve Ramírez¹⁸ cita a López de Zuazo, Doctor en Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid, “el periodismo especializado ofrece información a un público concreto, tal es el caso de las publicaciones de economía, política, espectáculos, deportes, etc.”.

Es por ello que la principal función del periodismo especializado es divulgar noticias de diversa índole para los intereses de un particular. Por ejemplo, si la sociedad requiere información deportiva el periodista especializado en (fútbol, béisbol, boxeo, etc.) tendrá la obligación de llevar la mejor y más destacada información al respecto.

2.3- Ventajas del periodista especializado

Aquí podemos mencionar algunas ventajas del periodista especializado, según Esteve¹⁹ :

- Posee un conocimiento directo e inmediato de las distintas fuentes informativas dado su contacto permanente con ellas. Esto le facilita enormemente la labor de selección, control e identificación de las fuentes.
- Garantiza el adecuado tratamiento del mensaje informativo con la consiguiente eliminación de los posibles ruidos que puedan entorpecer el diálogo entre las partes en comunicación.

¹⁸ Esteve Ramírez, Francisco (1999) Áreas de especialización periodística. Madrid. Pp. 15

¹⁹ Esteve Ramírez, Francisco (1999) Áreas de especialización periodística. Madrid. Pp. 19-20

- Favorece el contacto entre profesionales, medios y audiencia, al posibilitar una mayor participación de los receptores a través de la relación permanente que debe existir entre el experto y el público.
- Puede servir de puente intermediario entre diversas partes sociales en litigio, de plataforma del conocimiento y el entendimiento mutuo entre los diversos componentes de la colectividad social.

2. 4.- La prensa especializada

La especialización ha invadido todos los terrenos del saber y de la actividad humana, pero es en el campo de la ciencia, la técnica y las profesiones donde el proceso alcanza su más alto desarrollo.

Según la periodista y profesora Gloria Cuenca²⁰, el periodismo especializado reúne los géneros de opinión, información, incluso interpretación, por lo que no puede buscarse la identidad de la prensa especializada en base a las formas periodísticas. Pero, la materia que trata sirve como guía para su identificación.

Para esta comunicadora social, es importante señalar las condiciones fundamentales que se encuentran dentro de la caracterización de la prensa especializada: la primera tiene que ver con la materia a la cual se refiere; y la segunda está relacionada con el público al cual se dirige la información.

²⁰ Cuenca de Herrera, Gloria (1968) *La prensa especializada en Caracas*. Trabajo no publicado. Universidad Central de Venezuela. Caracas.

Sin embargo, después de lo expuesto por Cuenca, podemos decir que nuestro trabajo de investigación el cual consiste en el diseño y producción de una revista para niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años está encausada en lo que es periodismo para niños, porque en esta revista se tocarán diversos temas noticiosos y de interés, especialmente para el público infantil, tratados desde las diferentes técnicas y géneros periodísticos como lo son: la noticia, el reportaje, la reseña, entre otros.

Igualmente, hay otros autores que al referirse sobre prensa especializada y periodismo especializado marcan muy bien la diferencia que existe entre ellas. Así pues, para el comunicador Alberto Martínez, según Esteve Ramírez,²¹ al referirse a la primera categoría cita que la prensa especializada son *“publicaciones con o sin periodicidad fija, que van dirigidas a profesionales concretos, especialistas en una determinada actividad científica, técnica o industrial, mientras que el periodismo especializado se dirige, por el contrario, a un público tan amplio como puede ser la audiencia”*. Además no podemos olvidar que el periodismo especializado trata temas noticiosos, de actualidad, hechos relevantes que están en la palestra, tanto a nivel local, regional, nacional e internacional.

La sociedad exige profesionales con una mayor dedicación especializada, que respondan a sus intereses y necesidades con mayor conciencia de la responsabilidad social de informar de acuerdo a los tiempos,

²¹ Fernández del Moral, Javier y Esteve Ramírez, F. (1996) *Fundamentos de la Información periodística especializada*. Madrid. Pp 56

y en el caso de nosotras en particular, el periodismo para niños forma parte de este reto.

2.5.- Periodismo especializado para niños: Una alternativa para la especialización

En el caso del Periodismo para niños, tenemos que decir que la mayoría de los profesionales tienden a confundir el periodismo realizado por los niños, es decir, el periodismo infantil, que generalmente se practica en las escuelas o bajo la dirección de un profesional interesado y que tiene como objetivo obtener de parte de los niños sus expresiones o modo de comunicación. Este periodismo no es realizado por ningún profesional, sólo es orientado por un profesional y los niños escriben y dibujan según sus conocimientos o habilidades.

Luego, viene una especie de prensa especializada donde profesionales en su mayoría de educación o del ramo de la literatura escriben para niños sin ser periodistas. Allí encontramos publicaciones que incluyen cuentos cortos, poesías, comentarios etc., pero que no tienen nada que ver con la actualidad ni utilizan los géneros propios del periodismo: Meridianito es un ejemplo de ello.

De igual forma ocurre con el suplemento infantil del Carabobeño y otras expresiones que se consiguen a lo largo del territorio nacional y que mezclan “periodismo infantil” con temas de interés para los padres y educadores, pero que se publican en medios catalogados como para niños.

Por lo tanto, Periodismo Infantil es aquel que realizan los niños, generalmente en edad escolar, guiado por los docentes y que se expresan en periódicos-murales o periódicos impresos en la propia institución y que suelen circular en la comunidad educativa correspondiente.

También hemos visto la publicación del llamado periodismo infantil en periódicos como El Carabobeño, El Nacional, el periódico infantil de Panorama, su característica fundamental es que es escrito por lo propios niños bajo la orientación de un adulto y expresan generalmente el pensamiento o los sentimiento de los niños de ese conglomerado y ese tiempo. Así lo refirió Ángela Zago en estudios realizado en diferentes periódicos infantiles.

Sin embargo, Zago reiteró que el profesional que se destacó más en esta rama fue el profesor Jesús Rosas Marcano, quien por años se dedicó a reunir y publicar textos realizados por los niños.

A pesar de que estas publicaciones o textos eran un excelente material y recurso didáctico para que los escolares ampliaran su nivel cultural, el comunicador social no tenía participación en la elaboración de los mismos, pues no eran textos informativos sino meramente educativos.

Sin embargo, muy pocos profesionales del periodismo se dedican a esta labor de escribir para niños, tal vez porque hacer este tipo de periodismo no es nada fácil, pues a los niños se les considera uno de los lectores más exigentes y porque, lamentablemente no es fácil conseguir patrocinante o

publicidad, pues los publicistas no entienden la importancia y poder de compra de estos lectores.

El objetivo principal del periodismo para niños no es otro que poner en manos de este público información de temas de política, economía, arte, farándula, deporte, sexo, conflictos sociales entre otros, que por muy complicados que parezcan deben ser trabajados por periodistas con un lenguaje directo, claro y accesible.

Después de haber realizado una investigación sobre el periodismo para niños en Venezuela, podemos afirmar que en nuestro país, específicamente en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, ha sido el único sitio donde se permitió y estimuló la cátedra de Periodismo para Niños, fundado en 1987 por la profesora Ángela Zago y además se realizó un periódico producto de estos estudiantes. Pero este tema lo abordaremos más adelante.

2. 5.1- El periodismo para niños: Una exigencia social

Si bien el poder persuasivo del periodismo en la sociedad es tácito, también debemos reconocer que el público ha influenciado rotundamente en la evolución de las corrientes periodísticas. Así la especialización en el periodismo ha surgido como una exigencia social que se ha convertido en motivo de estudio en los últimos años.

La importante tarea de transmisión del saber en forma precisa y clara es parte de una misión periodística. La labor de introducir al niño en el

mundo de la información y concretamente del periodismo es muy difícil, pero no imposible, se trata de enfrentarse al reto que representa inculcar a ese escolar el importante hábito de leer la prensa.

Una de las formas mediante las cuales el niño puede aprender a socializarse, luego del contacto con la familia y la escuela, puede ser a través de los medios de comunicación y cuando nos referimos a éstos estamos hablando además de la televisión, también de la radio, los periódicos y las revistas, que pueden brindarles herramientas para su desenvolviendo en su entorno social.

Al respecto, la periodista Dayana Gómez en su trabajo de grado titulado: *La importancia de escribir para niños en periodismo*, cita a Teófilo Huerta²², Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, y establece que el niño es todo un ente activo y por eso es necesario otorgarle alternativas con las que pueda identificarse, a fin de que su participación en la vida social le resulte altamente productiva

Por esta razón el niño al igual que el adulto necesita estar informado, documentado; debe interesarse por la vida de la sociedad, de la comunidad donde reside, debe saber sobre algunos temas relevantes de política, economía, etc., pero eso sí, temas hechos a su medida con un lenguaje sencillo y claro.

²² Huerta, Teófilo (1985). *La prensa infantil en la formación del escolar*. Nueva Biblioteca Pedagógica 55. Editorial Oasis. México. Pp 28

2.5.2 - De cómo el periodista escribe para niños

Para que los niños, niñas, y los adolescentes logren interesarse por la lectura, es necesario y fundamental presentarles un material que los motive e invite a realizar dicha actividad. La pregunta es cómo hacerlo, sabiendo que en el mercado ya existen algunas publicaciones orientadas para niños y que lamentablemente, algunas de ellas, no transmiten las informaciones más actualizadas que los escolares requieren y necesitan para su formación dentro de esta sociedad.

Es aquí donde nosotras como periodistas tenemos un rol fundamental e importantísimo y una tarea difícil pero, no imposible de realizar. Como ya se viene mencionando, los niños son lectores mucho más exigentes que los adultos, y por ende críticos muy minuciosos, que para ellos una simple lectura puede parecerles, tal vez, el texto más aburrido que hayan leído.

Pero, cómo hacer que el niño pueda leer y comprender un periódico, una revista, cuyos temas como política, economía, arte, entre otros, están enfocados principalmente en hechos noticiosos, textos que además de informarlos y documentarlos pueden orientarlos para que se interesen más por la vida de la sociedad, de esa comunidad nacional e internacional que los rodea.

Al respecto, Ángela Zago²³, periodista, profesora y fundadora del Seminario y Taller para niños opina que *“el periodismo para niños debe ser respetado y tomado como una especialización dentro del quehacer periodístico, será coordinado sólo por profesionales de la comunicación social y además debe ser un vehículo de aprendizaje para la formación de los lectores escolares”*.

LA profesora Zago tomó como iniciativa crear el Seminario de periodismo para niños y dictarlo, en 1987, en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Según el programa, los objetivos principales de este taller era: *“Discutir ampliamente con personas vinculadas a los medios de educación lo que es el periodismo para niños, haciendo énfasis en el tipo de tema que interesa a los niños y que pueda ayudar a su formación”*.

Este seminario estaba organizado en tres partes: La primera se denominó periodismo infantil, aquí se explicaban las diferencias entre periodismo escolar, infantil, periodismo para niños y prensa especializada para niños.

En la segunda parte de dicho seminario, se trataban los temas que podían tratarse en las publicaciones dirigidas a los niños, aquellos temas que podían ser importantes y noticiosos para su formación.

Y por último, estaba orientado en explicar la importancia y responsabilidad que debe tener el periodista a la hora de escribir para niños,

²³ Zago, Ángela: Entrevista personal de fecha 1º de octubre de 2007

aspectos como prejuicios de quien informa y el debido tratamiento de la noticia.

2.5.3- El periodismo para niños

Según Ángela Zago (entrevista personal realizada el 1º de octubre de 2007) el periodismo para niños puede definirse como *“una rama del periodismo que tiene como objetivo informar y orientar a personas menores de 16 años. Se diferencia de otro tipo de periodismo especializado porque, además de obtener información que interese a este tipo de lector y redactar opiniones que vayan en la misma vía, toma en cuenta que debe colaborar en la formación de esos lectores, es decir que no sólo informa y emite opinión sino que además trata de influir en la formación de su público”*.

Para Carla Prates²⁴, periodista y escritora brasileña, expresa que el periodismo para niños debe necesariamente *“contribuir a la formación del niño, con contenidos educativos e informativos que permitan y faciliten el aprendizaje del escolar. En el caso del entretenimiento hay otras especificaciones pero, inclusive en este caso, el contenido educativo debe ser contemplado, en la forma más discreta. Es sumamente importante tomar en cuenta que a la hora de escribir para niños, es esencial influir en su formación”*.

Podemos inducir entonces, que el periodismo para niños se puede considerar una especialidad, ya que sólo es posible realizarlo a través de un

²⁴ Prates, Carla: Entrevista personal realizada el 18 de septiembre de 2007, vía Internet.

adiestramiento particular y de un conocimiento específico de lo que quiere y debe transmitir a un público particular, en este caso a los niños.

2.5.4 Diferencias entre periodismo para niños, infantil y prensa especializada para niños.

Después de haber consultado algunas bibliografías se pudo constatar que existen diversos autores que señalan la definición y clasificación del periodismo dirigido a los niños. Ellos advierten que al igual que el periodismo especializado y la prensa especializada, en el periodismo para niños y la prensa especializada para niños tienen sus diferencias.

Así lo señala Zago en una entrevista personal realizada el 1º de octubre de 2007, ella opina que: *“Se considera prensa especializada a aquel medio de comunicación colectiva que publica un alto porcentaje de información de un sólo tipo de fuente –generalmente con un tratamiento en profundidad- pero, es también aquella que informa a un público determinado. La diferencia con el periodismo especializado es que no es necesariamente de actualidad ni utiliza los géneros propios de nuestra profesión”.*

Así mismo refiere que en la prensa especializada se pueden utilizar los géneros informativos tales como el reportaje, la entrevista, la encuesta y la reseña pero, su objetivo no es dar noticias, aún cuando podamos localizar en algunos medios de prensa especializada información de actualidad pero no es su objetivo fundamental, como si lo es en el periodismo especializado.

Zago afirma que “*Prensa especializada para niños es o ha sido Tricolor, Onza Tigre y León en cambio periodismo para niños fue: El Cohete, Tombolín, Guarimba, Volantín, Volador*”.

Por su parte, Teófilo Huerta²⁵, autor del libro *La prensa infantil especializada en la formación del escolar*, citado por Dayana Gómez en la tesis de grado: *La importancia de escribir para niños*, expone que el periodismo infantil como género en sí abarca todos los medios de comunicación social, mientras que la prensa para niños alude exclusivamente al material impreso.

Para él, la prensa infantil es “*una institución orientada a los niños, en donde ellos encuentran la información sobre los sucesos de interés que aluden a su universo social*”. Además es importante destacar que este autor también establece que la información periodística está elaborada por adultos o por los propios niños.

Huerta también asegura que el periodismo infantil tiene tanta relevancia como el periodismo masivo, debido a que a pesar de afectar a una pequeña comunidad, lo hace de manera directa y concreta.

En cambio, el periodismo escolar, otra clasificación señalada anteriormente, es “*aquel realizado sólo por niños y para niños*”, así lo refiere el educador y periodista Jesús Rosas Marcano²⁶, en *El periódico en la*

²⁵ Huerta, Teófilo (1985): *La prensa infantil en la formación del escolar*. Nueva biblioteca Pedagógica. Editorial Oasis. México. Pp. 18.

²⁶ Rosas Marcano, Jesús (1996): *El periódico en la escuela y desde la escuela*. Ediciones de la Fundación de los trabajadores de Lagoven. Caracas.

escuela y desde la escuela. En esta clasificación podemos encontrar la presencia de las páginas en los periódicos impresos, en los cuales se usan sólo los materiales hechos y elaborados por los niños, al igual que los manuscritos, murales e impresos realizados dentro de las escuelas. Ejemplo de este tipo de publicación son: Martes Infantil, encartado en la Voz de Catia; La Pájara Pinta, La Candelita, Redonda la Luna, Noche y día y Glo Glo publicados por el diario El Globo.

Por todo lo antes expuesto, nosotras consideramos que en Venezuela hace falta crear una especialización en periodismo para niños, pues al igual que las demás especializaciones (periodismo deportivo, económico, etc.), el periodismo para niños no deja de tener su importancia. Las razones, ya explicadas anteriormente, nos plantean que como periodistas no debemos olvidar que nuestros niños, futuros adultos de la sociedad, necesitan estar informados periodísticamente sobre los acontecimientos nacionales o internacionales que ocurren en el mundo, eso sí, explicados de una manera sencilla con un lenguaje directo y claro, sin menospreciar la inteligencia que poseen los escolares.

2.6- El lenguaje para niños

Escribir para niños tiene determinadas características que es importante entender y estudiar. Durante aproximadamente tres años la profesora Zago dedicó parte de su trabajo a revisar con detenimiento cómo escribía para niños.

En primer lugar, Zago junto a su socia Thais Manzanilla establecieron comenzar esta revisión por los textos escolares. *¿Por qué en estos textos?* “Porque los autores de los mismos tenían que escribir de tal forma que sus lectores no sólo se interesarán en los mismos, sino que a la vez entendieran “a primera vista” la información allí publicada”.

“Junto a mi entonces socia, la psicóloga Thais Manzanilla, entrevistamos a editores, escritores e hicimos una selección de formas de escritura para menores de 16 años.

En resumen puedo decirles que aprendimos:

- 1.- Se debe en lo posible tratar de no utilizar las oraciones subordinadas, ni los verbos compuestos.
- 2.- La fórmula es **SUJETO –VERBO- PREDICADO**
- 3.- Es decir oraciones directas
- 4.- Si utilizas una palabra o un concepto desconocido o tiene la duda de que el lector no lo conoces, tienes que explicarlo de inmediato
- 5.- No trates a tu lector como “menor” sino como una persona que está en pleno desarrollo.
- 6.- Siempre que planifiques la pauta informativa, tome en cuenta que, además de informar, nuestro deber como periodista, en el caso del lector menor de 16 años, es el de formar.

En relación al diseño:

- Piensa en tus lectores como lo hacen quienes trabajan tabloides, es decir poco texto y suficiente imágenes.
- Según la edad de tu lector, debes considerar si los colores son primarios, secundarios o terciarios. A mayor edad, mayor complicación en líneas y colores”.

CAPÍTULO III: MERCADEO DEL PRODUCTO

CAPÍTULO III MERCADEO DEL PRODUCTO

Uno de los alcances que nos hemos propuesto en esta investigación es que nuestra revista para niños, además de que tenga un buen diseño y cumpla con los objetivos necesarios para ser un buen medio de comunicación, sea planteada de manera tal que pueda ser comercializada posteriormente. Para ello es imprescindible conocer y determinar algunas características del producto, en este caso la revista, y las etapas de comercialización.

Así mismo, ahondar en los factores que pueden influir para que el proceso de mercadeo se dé satisfactoriamente. Por esta razón, en este capítulo abordaremos algunos conceptos relacionados con la mercadotecnia, objetivos del mercado, entre otros.

Es necesario aclarar, que estudiaremos aspectos relevantes que servirán de apoyo para tener un conocimiento previo de la mercadotecnia de nuestra revista, pero esto no supe el estudio posterior de mercado que debe realizarse para emprender un proyecto de alto nivel de riesgo e inversión como lo es una revista para niños, el cual, a manera de sugerencia, debe colocarse en manos de expertos.

3.1 Mercadotecnia

Phillip Kotler, doctor en economía, considerado mundialmente el padre del marketing, en la última edición *Fundamentos de Marketing* una de sus obras reconocidas, define la mercadotecnia “como un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros”.

Al respecto, William Stanton en su libro *Fundamentos de Marketing* se apoya en una definición de sistemas. Stanton define la mercadotecnia como un “sistema global de actividades de negocios proyectada para planear, establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales”.

Luego de analizar estos conceptos y relacionarlos, podríamos decir que la mercadotecnia es un proceso en el cual se estudia las posibles

necesidades del público meta, y así moldear las características del producto que se va a ofrecer de manera que puedan cumplirse sus expectativas.

3.2 Etapas de la comercialización

En este apartado tomamos nuevamente como referencia al reconocido padre de la mercadotecnia, Phillip Kotler (2003) en su 6ta y última edición titulada *Fundamentos de Marketing* donde se refiere a las etapas de la comercialización del producto, en este caso la revista.

Kotler, expresa que la introducción en el mercado de un nuevo producto se enfrenta a costos elevados. Y esto se divide en dos etapas las cuales debe afrontar la empresa y que conoceremos a continuación:

1. “La empresa que lanza un producto nuevo primero debe decidir el momento de la introducción”. Esto depende de las características del producto a nivel de competencia, es decir si es un producto que se puede mejorar, si su aparición puede traer alguna pérdida a la empresa si es el caso de que la misma tenga otro productos en el mercado y este saliente redujera sus ventas o si la economía está débil, entonces la empresa podría esperar para lanzarlo.
2. “Después la empresa debe decidir dónde lanzar el nuevo producto: en un solo lugar, en una región, en el mercado nacional o en el mercado internacional. Pocas empresas tienen la confianza, el capital y la capacidad necesarias para lanzar

productos nuevos con distribución total nacional o internacional, más bien, desarrollar una salida gradual al mercado según cierto plan”.²⁷ Esto quiere decir que si la empresa es pequeña tendrá mayor limitación de lanzar su producto a nivel internacional y su aparición sería progresiva en las ciudades y regiones de manera paulatina, mientras que una empresa grande tendría mayor posibilidad de proyectar su producto al mercado de varias regiones y ciudades e incluso a nivel internacional.

Las etapas de comercialización en el caso de nuestro producto, la revista para niños, dependerán de la empresa quien desee asumir el proyecto, si la empresa es grande o pequeña (en el caso de que lo asuma una editorial, o que a futuro nosotras mismas podamos crear nuestra propia empresa) y de acuerdo a sus intereses propios con respecto al momento de la introducción al mercado del mismo.

3.3 El producto

Francisco Montaña (2005) autor del libro *Mercadotecnia, Investigación y análisis para el éxito* y otros textos, define el producto como “Un bien o servicio con determinadas características, aspectos, servicios, calidad e imagen, que se coloca en el mercado por un valor de intercambio

²⁷ Kotler, Philip y Armstrong Gary (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6e. Prentice Hall.2003 Pp. 333

denominado precio, por el cual se espera que el consumidor pueda obtener el beneficio o satisfacción deseado”.²⁸

En nuestro caso, el producto es una revista para niños que podríamos ubicarlo en el rango de bien por ser tangible y generar utilidad, con característica de servicio porque generan un beneficio y satisfacción a quienes la reciben, lo definimos así pues la publicación se transformará en un bien útil, para el niño que la adquiera y en un servicio porque a través de ella, sus características, aspecto, calidad, contenido e imagen, el pequeño lector recibirá información, entretenimiento y educación de acuerdo a sus intereses y necesidades.

Este producto, se colocará en el mercado bajo un valor, que será determinado una vez que la empresa que quiera asumir el proyecto y comercializarlo, realice un estudio de mercado tal como fue mencionado anteriormente.

Para la comercialización de nuestra revista, es necesario estudiar y distinguir ciertas características que permitirán al futuro consumidor identificarse y posteriormente adquirirla. Para ello hemos convenido presentar dichos atributos en los siguientes subcapítulos.

3.4 La marca

²⁸ Montano Sánchez, Francisco Arturo (2005). *Mercadotecnia: Investigación y análisis para el éxito*. México: Trillas. Pp.28

La mercadotecnia de un producto está conformada por aspectos relevantes, pero hemos considerado que la marca se encuentra en el rango de mayor importancia para la empresa que quiera lograr una posición de su producto en el mercado, tomando en cuenta las exigencias del público meta y por último, pero no menos importante, la competencia a la que se va a enfrentar.

El producto, debe estar enmarcado dentro de características que impacten al futuro consumidor, y para lograr dicho impacto y posterior identificación, en nuestro caso, los atributos de la revista para niños dirigida en edades comprendida entre 10 y 12 años deben sugerir una imagen que atrape y deje la sensación de pretender adquirirla y sacarle provecho. Así mismo, la imagen o marca permitirá que el producto se identifique y diferencie de los otros productos a los que se enfrenta en el mercado.

Phillip Kotler (2003) en su obra *Fundamentos de Marketing* define la marca como: “Un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de éstos elementos, que busca identificar los bienes o servicios de sus competidores”.²⁹

En el caso de nuestro producto, la revista para niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años, hemos acordado que el nombre, sea **Entérate**, dicho nombre provino del pensamiento de las autoras del presente proyecto queriendo adicionarle un valor, buscando encerrar en una palabra el

²⁹ Kotler, Philip y Armstrong Gary (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6e. Prentice Hall.2003 Pp. 288

interés por hacer partícipe al pequeño lector de las informaciones del acontecer distrital, nacional, regional e internacional, así mismo analizando los significados de esta palabra y sus sinónimos que corresponden a: poner al corriente, hacer saber, dar cuenta y venir en conocimiento, entre otros, significado que creemos estrecha un vínculo de parte del público meta con el interés a enterarse a estar informado.

Es importante señalar que este nombre fue producto de un cúmulo de ideas el cual fue consultado con una psicopedagoga, pensando en la influencia que pudiera tener el nombre sobre el niño, al respecto María Elena Repiso ilustradora reconocida por su aporte a publicaciones para niños, y autora de su propia revista Koko-loko, expresa: “ Yo creo que cada nombre tiene una historia, va de acuerdo al concepto que tengas de tu revista, por ejemplo en mi caso, mi revista se iba a llamar Periscopio por aquello del concepto que yo tengo de revista, de 360 grados de visión, lastimosamente periscopio estaba registrado por el diario el universal”

3.5 El diseño

Ramsés Galindo (2006) docente investigador y subdirector de la Dirección General de Educación Tecnológica en México, en su libro Mercadotecnia, afirma que el diseño es un concepto que describe la apariencia del producto, expresa que “un buen diseño puede captar la atención, mejorar el funcionamiento de un

producto, disminuir sus costos de producción y otorgarle gran ventaja competitiva dentro del mercado meta”.³⁰

Partiendo de esta definición podemos decir que es importante el diseño de un producto y el mismo debe reunir características que lo hagan competitivo. Nuestra revista, tendrá un diseño atractivo, de acuerdo a los intereses de los niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años, etapa a la cual va dirigida.

Al respecto, María Elena Repiso, ilustradora reconocida por sus aportes de diseño a publicaciones para niños de Monte Ávila Editores, Ekaré, Playco Editores entre otros, señala la importancia de las ilustraciones y fotografías en el contenido de una revista o publicación para niños, ella afirma que “tanto es importante la palabra como la imagen usada donde tienes que usarla y como la tienes que usar. Es fundamental saberlo, en la fotografía y la ilustración ambas son importantes también depende de cuál es el objetivo de tu revista y hasta donde quieres llegar”³¹

Es importante señalar que el diseño de la portada de nuestra revista será el ancla para nuestro público meta, allí se llamará a descubrir el contenido inserto en la misma, que estará enmarcado en los intereses de acuerdo a su edad. Los colores y la diagramación jugarán un papel importante a la hora de lograr una huella en éste potencial consumidor.

³⁰ Galindo Cota, Ramsés Alejandro (2006) *Mercadotecnia*. México: Trillas. Pp.42

³¹ Repiso, María Elena(2007).Entrevista personal realizada el 18 de septiembre de 2007

3.6 La distribución

Este apartado como otros es de gran importancia, pero es necesario tomar en cuenta que la empresa que asuma la producción de la revista debe estudiar los factores de distribución de acuerdo a sus intereses y limitaciones.

Francisco Montaña (2005) en su obra *Mercadotecnia* explica que la distribución, “se lleva a cabo por distintos medios a los que se le denomina canales de distribución (mayoristas, minoristas, distribuidores, entre otros) y a su vez los canales de distribución son unidades de la organización, que pueden ser internos; como la fuerza de ventas propias y externos como los citados para acercar el producto al mercado”.³²

Al respecto, Phillip Kotler (2003), señala que “los productores utilizan intermediarios para llevar sus productos al mercado y tratan de crear un canal de distribución, el cual se define como un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario industrial”.³³

En conclusión, la empresa productora debe definir las plazas y sus canales de distribución, dependiendo también de si será un producto comercializado a nivel nacional o también incluye el ámbito internacional. En

³² Montano Sánchez, Francisco Arturo (2005). *Mercadotecnia: Investigación y análisis para el éxito*. México: Trillas. Pp.103

³³ Kotler, Philip y Armstrong Gary (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6e. Prentice Hall.2003 Pp. 398-399

nuestro caso, si decidiéramos crear nuestra propia empresa, nos plantearíamos la distribución de las plazas a nivel regional para empezar.

3.7 La calidad

Cuando hablamos del término calidad del producto lo vinculamos con las características, los atributos y eficacia del mismo; inmediatamente lo relacionamos al tipo de material, quizás tamaño y aptitudes que ofrezcan comodidad, bienestar y sobre todo genere un beneficio.

Ramsés Galindo (2006) expresa que la calidad tiene como objetivo aumentar la durabilidad del producto, eficiencia de uso, con un mínimo de inversión y en consecuencia generar mayores utilidades para el fabricante”.³⁴

Así mismo, Galindo afirma que para que un producto pueda mejorar su calidad es necesario que cumpla con dos requisitos que son: que el producto sea susceptible de mejoras importantes y perceptibles en su calidad (que la mejora sea palpable) y que la existencia de un mercado importante en número de consumidores estén dispuestos a pagar por esa mejora.

Esto quiere decir, que para que un producto se mantenga firme en el mercado, es indispensable ofrecer calidad a través de mejoras continuas, que sean visibles y palpables al consumidor.

En el caso de nuestra revista para niños, tomando en cuenta que es un público exigente, es importante ofrecerle una publicación que ofrezca durabilidad en cuanto al material ya que ha de ser bien manipulado y

³⁴ Galindo Cota, Ramsés Alejandro (2006) *Mercadotecnia*. México: Trillas. Pp.50

multiplicidad de colores y aspectos gráficos que estimulen y generen placer visual.

3.8 El público o audiencia

A lo largo del presente capítulo hemos atravesado por distintas etapas de la mercadotecnia del producto, que en nuestro caso como ya lo hemos mencionado en varias oportunidades, es una revista para niños.

Nuestro público meta, es exigente por su variado criterio. Sin embargo, nosotros elegimos trabajar con una edad determinada que es la comprendida entre 10 y 12 años. Es importante destacar que nuestra revista será dirigida a una audiencia de sector regional, es decir al municipio Baruta del Estado Miranda; no obstante la información desplegada allí, será no sólo de acontecer regional, sino también nacional e internacional por aquello de ofrecerle al niño una herramienta que cubra en parte su necesidad de estar informado.

Esta necesidad de información la comprobamos a través de una encuesta aplicada en distintos colegios del Municipio Baruta, y a su vez hicimos un recorrido por diferentes kioscos de la jurisdicción y nos encontramos con que sí evidentemente hay revistas, éstas no sólo son de producción extranjera, sino que son publicaciones de entretenimiento y educación mas no se le ofrece una información actual al niño del acontecer nacional e internacional.

En vista de la ausencia o poco material adecuado para ellos en lo que a estar informado se refiere, hemos propuesto una herramienta que supla en

parte sus necesidades de información, aún cuando estamos concientes de que ellos deben tener variedad de productos y así poder seleccionar según sus propios criterios cual es el que más le interesa. Lo antes expuesto explica el interés por parte nuestra de satisfacer al niño que es nuestro público meta.

Para Philip Kotler la importancia de la conexión del productor y el consumidor es importante, él afirma que para que una empresa productora pueda tener éxito en un mercado, debe centrarse en los clientes. Kotler alega que para “poder satisfacer a sus clientes, una empresa debe entender primero sus necesidades y deseos, y que por lo tanto el buen marketing o mercadotecnia requiere un análisis cuidadosos de los posibles consumidores y a partir de éste análisis diseñar estrategias para servir con provecho y mejor que sus competidores al mercado que escogió”.³⁵

Finalmente, podemos concluir este capítulo reiterando la importancia de que la empresa u organismo que decida asumir este proyecto de diseño y producción de una revista para niños, debe realizar un estudio de mercado para así contemplar las estrategias adecuadas y aplicadas al sector, público o audiencia que haya elegido, debido a que hemos realizado un somero estudio para la presente propuesta. Esto se entiende en el caso de que alguna empresa estuviese interesada en nuestro producto.

³⁵ Kotler, Philip y Armstrong Gary (2003). *Fundamentos de Marketing*. 6e. Prentice Hall.2003 Pp.61-62

CAPÍTULO IV: DESARROLLO COGNITIVO DEL NIÑO

CAPÍTULO IV

DESARROLLO COGNITIVO DEL NIÑO

El desarrollo cognitivo no es otra cosa que los cambios y procesos que se dan a nivel de pensamiento, razonamiento, lenguaje, aprendizaje y creatividad en un individuo que busca adaptarse al mundo. Dichos procesos varían de acuerdo a la edad, según Martínez Gerardo (1994), Doctor en psicología en su obra Piaget y Vygotsky, Desarrollo Cognitivo³⁶.

Para llevar a cabo el desarrollo de nuestra investigación ha sido de gran importancia el conocer los posibles intereses de lectura en el niño de edades comprendidas entre 10 y 12 años, para ello fue necesario construir el perfil psicológico del mismo.

En éste capítulo se estudiará las principales aproximaciones de figuras como Jean Piaget y Lev Semionovich Vitgosky que a través de sus grandes proyectos hicieron un aporte valioso a la Psicología Evolutiva, sus investigaciones han sido las teorías mas confiables y reconocidas hasta la actualidad y es por medio de ellas que se conocerán estos intereses y características del futuro niño lector.

4.1 Teoría de Jean Piaget

³⁶ Martínez C, Gerardo. (1994) Piaget y Vygotsky. Desarrollo Cognitivo. Madrid España, Editorial Síntesis. (Pp.83-107)

Jean Piaget nació en la ciudad de Suiza de Neuchâtel el 9 de septiembre de 1896. En 1918 se doctoró en biología y posteriormente se presentó como investigador en el área de Psicología focalizado en el desarrollo cognitivo del ser humano. Sus investigaciones estuvieron centradas en descubrir lo que había en común entre la forma de actuar del niño en cuanto a la comprensión de la realidad, y la medida en que dicha noción va cambiando con la edad.

Piaget fue modificando su metodología de trabajo en relación a las problemáticas de estudio y la edad de los sujetos empleando test como técnica psicológica. Estas pruebas permitían la evaluación individual de cada niño para luego ubicarlo dentro de una escala, es por eso que durante esa época el método que utilizaba Piaget solía denominarse clínico-crítico.

Posteriormente se dedicó a estudiar la conducta preverbal, haciendo uso del método de observación acompañada de verbalizaciones o materiales, y en una tercera época perfecciono su método hasta terminar en la mezcla de situaciones experimentales con el interrogatorio clínico.

Piaget constata que el desarrollo cognitivo puede ser descrito adecuadamente mediante una secuencia ordenada de estadios (períodos de tiempo que se caracterizan por el funcionamiento externo y visible, corresponde a una estructura mental claramente diferenciada), dichos estadios parecen en un orden determinado, y la aparición de unos determina la aparición de otros posteriores.

Durante el estadio senso-motor (0-2 años) las cosas tienen una existencia independiente, y es durante uno de los últimos subestadios senso-motores (18-24 meses) cuando aparece la capacidad de representación en el niño, lo cual se relaciona con la función simbólica.

Entre el período sensoriomotor y el de operaciones concretas está el período preoperacional que comprende de los 2 a los 7 años. En dicho período el niño posee ya acciones que se representan internamente.

Seguidamente aparece el estadio operacional concreto, que abarca las edades comprendidas entre 7 y 12 años aproximadamente, etapa en la cual se conservan en el espacio y en el tiempo las características físicas de los objetos, de igual modo se conservan sus propiedades y las posibles relaciones que pudieran tener con otros objetos.

El último estadio del desarrollo mental del niño aparece el estudio de las operaciones formales (12-16 años) o hipotético-deductivas, en el cual el niño puede lograr la resolución de un problema sin que estén presentes de manera física los elementos que lo componen³⁷.

4.2 Teoría de Lev Semionovich Vygotsky

Lev Semionovich Vygotsky nació el 05 de noviembre de 1896 en Orsha, ciudad de Bielorrusia, se graduó de leyes en la Universidad de Moscú, sin

³⁷ Martínez C, Gerardo. (1994) Piaget y Vygotsky. Desarrollo Cognitivo. Madrid España, Editorial Síntesis. (Pp.98)

embargo se destacó por su excelente formación en las ciencias humanas y su valiosa contribución a la Psicología Soviética a través de sus investigaciones.

Vygotsky expone a lo largo del desarrollo de su teoría, que el estudio de la conciencia debe llevarse a cabo a través de métodos objetivos, repetibles y cuantificables, criticando de esta manera diferentes autores por pretender estudiar procesos superiores de pensamiento de forma separada. De igual modo, es importante señalar que trató de construir su teoría en base a las ideas del Marxismo así lo describe Mario Carretero y Juan García Madruga (1985), Doctores en Psicología e investigadores de problemas del aprendizaje y el desarrollo cognitivo, en su texto, *Principales contribuciones de Vygotsky y la psicología evolutiva soviética*.

Su teoría planteó el concepto de desarrollo próximo, con el cual hace referencia a la distancia entre el nivel real del desarrollo del niño, determinado por la capacidad de resolver de forma independiente un problema bajo la guía de un adulto, haciendo posible determinar el desarrollo mental de un niño al analizar su zona real del desarrollo y la zona de desarrollo próximo.

Es por ello que su teoría se califica como instrumental debido a su enfoque cognitivo, histórica por su posición marxista y cultural por exponer

que las funciones psicológicas superiores se desarrollan debido a la interacción del niño con el adulto o niños más capaces³⁸.

4.3 Piaget vs. Vygotsky

Una vez planteadas las teorías de Jean Piaget y Lev Semionovich Vitgosky consideramos de importancia establecer una relación o contraponer las características más resaltantes que faciliten la construcción del perfil psicológico del futuro niño lector.

Diane Papalia (2004), docente, doctora en psicología y autora de diversos libros, reconocida por sus aportes a la psicología del desarrollo, en su texto Desarrollo Humano, expresa que “al igual que la teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget, la teoría sociocultural de Vygotsky enfatiza la participación activa de los niños con su ambiente. Pero mientras Piaget describía a la mente en solitario tomando e interpretando información acerca del mundo, Vygotsky consideraba el crecimiento cognoscitivo como un proceso *colaborativo*, pues afirmaba que los niños aprenden a través de la interacción social”³⁹

Esta afirmación pone de manifiesto, que si bien es cierto que existe una relación entre ambas teorías también se halla una diferencia, para Piaget el desarrollo cognoscitivo del niño se traduce en etapas que van de la

³⁸ Carretero, Mario y García-Mandruga, J. (1985). Principales contribuciones de Vygotsky y la Psicología Soviética. En Palacios, J; Marchesi, M y Carretero, M. Psicología Evolutiva. Teoría y métodos. Madrid, España: Alianza. (pp. 143-163)

³⁹ Papalia, D; Wendkos y Duskin. (2004). Desarrollo Humano. Caracas: Mc Graw Hill.(Pp. 46)

infancia a la adolescencia y todo depende de la etapa del desarrollo en que el niño se encuentre y para Vygotsky la experiencia en el contexto sociocultural es la base de este desarrollo y la asertividad del mismo va a depender de la interacción social del niño.

Al respecto de ¿que teoría se aplica en el desarrollo cognitivo del niño? Carolina Holmes, psicopedagoga con maestría en lectura y escritura, con amplia experiencia en la colaboración y orientación de quienes trabajan en publicaciones para niños, en el centro de documentación del Banco del Libro y coordinadora de los cursos en línea de Formación de Promotores de lectura de la institución, alega: “Yo creo que hay una combinación de las dos cosas, cuando uno estudia a Piaget uno se da cuenta perfectamente primero que no hay unas etapas exactamente predeterminadas, no hay una edad que apenas paso esas edad, salto a la otra etapa sino que generalmente están solapadas y hay por supuesto un desarrollo cognitivo del niño en esa situación. Pero si no tiene una buena influencia de tu ambiente, menos posibilidades de desarrollo cognitivo, por supuesto esas etapas van a costar mucho mas”⁴⁰

Así mismo, Holmes manifestó “A mi me gusta mucho Piaget y creo que aunque Vygotsky te da todas las posibilidades del desarrollo significativo y todas estas cosas, yo creo que debe haber una mezcla y por supuesto

⁴⁰ Holmes, Carolina (2007).Entrevista personal realizada el 11 de septiembre de 2007

todo lo que tiene que ver con la formación constructivista, la educación constructivista donde uno va aprendiendo”.⁴¹

4.4 Importancia de la lectura

Antes de introducirnos al tema de la importancia de la lectura, es conveniente precisar el significado de dicho término. Para ello hacemos referencia al concepto utilizado por Margarita Gómez Palacios (1996) Psicóloga y Doctora en psicopedagogía, escritora de diversos libros y miembro asesor de la UNESCO y la OEA, quien en su libro *La lectura en la escuela*, la define: “Como un proceso interactivo de comunicación en el que se establece una relación entre el texto y el lector, que al procesarlo como lenguaje e interiorizarlo, construye su propio significado, le va otorgando sentido particular al texto según sus conocimientos y experiencias en un determinado contexto.”⁴²

Al respecto, Yajaira Palencia de Villalobos (1997) en su investigación titulada *El docente de la tercera etapa de educación básica y su desempeño como lector y facilitador de la instrucción en lectura* para el Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL), describe la importancia del acto de leer a nivel biológico y social en el individuo.

Esta investigadora afirma que “el acto de leer, de acuerdo con el modelo interactivo, se concibe como la posibilidad que tiene el lector de

⁴¹ Holmes, Carolina (2007).Entrevista personal realizada el 11 de septiembre de 2007

⁴² Palacios G, Margarita y otros. (1996) *La lectura en la escuela*. México: SEP. pp. 19-20

acceder a una información, inmersa en un contexto específico, y construir el significado desde su propia perspectiva. Es un acto de comunicación en el que están involucrados: individuo, texto y contexto”.⁴³

Yajaira Palencia hace referencia a Carolina Iribarren (1990) quien hizo su tesis de maestría en la Evaluación Neurolingüística de Modelos Lineales e Interactivos del Proceso de la Lectura quien afirma que la factibilidad de procesar la lectura, tal como se especifica en los modelos interactivos, cuenta con la validación de la neurolingüística., quien se apoya en los estudios sobre afasiología y la lateralidad cerebral.

Esta estudiosa, manifiesta que a través de estos estudios se ha podido detectar la activación de distintas áreas del cerebro cuando los individuos realizan tareas ortográficas, léxico-semánticas y sintácticas. Esta activación se ha evidenciado mediante la observación del comportamiento del flujo sanguíneo en el cerebro.⁴⁴

De esta manera, la lectura se puede considerar un proceso complejo en el cual el individuo tiene la capacidad de establecer su propio significado a partir de la interacción con el texto. Lo que podría calificar a la lectura como un proceso social (Lev Vygotsky) y biológico (Jean Piaget) importante que constituye un avance en el desarrollo cognoscitivo del niño.

⁴³ Palencia de V, Yajaira (1997). El docente de la tercera etapa de educación básica y su desempeño como lector y facilitador de la instrucción en lectura. Serie de Investigaciones educativas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL).

⁴⁴ Iribarren, Carolina (1990). Evaluación Neurolingüística de Modelos Lineales e Interactivos del Proceso de la Lectura. Tesis de Maestría, USB. Caracas.

4.5 Interés por la lectura

Después de realizar diversas exploraciones tomando en cuenta que nuestro público meta es exigente, creemos importante señalar los intereses de lectura del niño de acuerdo a sus distintas edades.

El público lector al cual se ha dedicado esta investigación corresponde a las edades comprendidas entre 10 y 12 años. Sin embargo es imprescindible hacer un recorrido por los intereses de lectura de los niños de las distintas etapas para así conocer a profundidad el contexto del perfil elegido.

Es importante señalar la visión de una especialista en el área respecto a los intereses de lectura en el niño de acuerdo a su edad. Carolina Holmes psicopedagoga antes mencionada por su amplia experiencia en la orientación de quienes escriben en publicaciones para niños manifiesta que “Existen “recomendaciones”, la edad si, nos da la guía una orientación pero no todos los niños los pueden cortar por la misma tijera. Tienes que hablar un poco de competencias lectoras, siempre tienes que dar como esa advertencia, ese aviso. Está dirigido para tal edad pero no necesariamente es exacto de esa forma”⁴⁵

No obstante, destacar los intereses de lectura de nuestro público lector, según estudios realizados, nos ayudará a darle un manejo idóneo a la información teniendo en cuenta sus capacidades cognoscitivas, para ello

⁴⁵ Holmes, Carolina (2007).Entrevista personal realizada el 11 de septiembre de 2007

tomaremos como referencia dos visiones de propuestas realizadas por expertos.

Como primera referencia, El Banco del Libro, en una visión orientadora ofrece ciertas recomendaciones y/o sugerencias de libros de acuerdo a la edad del niño, a través de su colección *Formemos Lectores*, en la cual ofrecen una cierta clasificación por edades que se presentan a continuación:

1. **De 8 meses a 2 años:** es apropiado lecturas que contengan imágenes que retraten objetos y personajes cercanos al mundo del bebé con temas como juguetes, alimentos o animales, después de la etapa de identificación las primeras historias pueden introducir el sentido de trama.
2. **De 2 a 6 años:** Los niños en estas edades suelen comenzar a preguntarse acerca del mundo que les rodea, por lo que es buena oportunidad para introducir temas de información.

En este período también pueden disfrutar observando las ilustraciones por si mismos, como las reacciones visuales suelen preceder al entendimiento verbal, las ilustraciones deben ser significativas y vigorosas de la misma forma en que son las respuestas de los niños.

Es apropiado ofrecerles historias interesantes y vivaces de lenguaje natural y no artificioso, imágenes sin palabras que a partir de planteamientos ingeniosos inviten a los niños a contar sus propias historias y finalmente información científica y humanística de lenguaje

sencillo pero no plano y textos muy breves, información actualizada y bien organizada.

3. **De 6 a 9 años:** En este período suelen consolidarse las destrezas lectoras, lo mejor es ofrecerles historias que lo atrapen como fábulas, leyendas y cuentos tradicionales. Historias llenas de humor utilizando la parodia y la ironía como recurso.

Temas como cocina, manualidades y experimentos que se adapten a los intereses del niño e información científica y humanística que aborde adecuadamente temas de utilidad para los lectores.

4. **De 10 a 12 años:** Una vez consolidadas las destrezas lectoras, los niños ya no requieren de textos breves que se adapten a sus necesidades ahora sus lecturas dependerán de sus intereses y no en tanta medida de sus habilidades.

Se les debe ofrecer una lista variada de lecturas que incluya distintos géneros como: fantasía y realismo, literatura profunda y ligera, experimental y tradicional, temas históricos y de actualidad.

Así mismo ofrecerles narraciones de aventuras, de viajes, de misterio, detectivescas, de amor, de terror, de humor, de espionaje.

Biografías de figuras relevantes. Lecturas de información sobre ciencias naturales, geografía, historia, culturas, arte, literatura y deporte.

5. **12 años en adelante:** En esta etapa los jóvenes reflejan las situaciones propias de la adolescencia, usualmente prefieren leer

acerca de protagonistas que sean un poco mayores que ellos. Temas significativos como: ecología, terrorismo, divorcio, racismo, sexismo, enfermedades como el SIDA, la anorexia y la bulimia, problemas de adicción y suicidio, problemas intergeneracionales, clanes urbanos entre otros.⁴⁶

Al respecto Gómez, Dayana en su trabajo de tesis de grado de comunicación social titulado *La importancia de escribir para niños en periodismo*, hizo referencia a una clasificación de diversas etapas en los niños que propone Laura Sandrioni (1984), especialista en literatura para niños y jóvenes, en su texto *El niño y el libro*.⁴⁷

A continuación la clasificación propuesta por Sandrioni:

1. **De 0 a 3 años:** Los niños no leen pero se apoyan en imágenes. Les gusta el ritmo y la repetición.

2. **De 3 a 6 años:** Período de prelectura. Establecen relación entre imágenes y palabras. A los 3 años son capaces de escuchar historias más largas y complejas aún cuando necesitan el apoyo de las ilustraciones para interpretar las palabras. A partir de esta edad el niño pide que lean sus historias favoritas.

⁴⁶ Banco del Libro. (2000). Que libros para que edad. Colección Formemos lectores. Caracas, Venezuela.

⁴⁷ Sandrioni, Laura Constanca.(1984) El niño y el libro. Guía práctica de estímulo a la lectura. Bogotá: Kapelusz Colombiana.

3. **De 6 a 8 años:** Etapa de alfabetización con presencia de lectura silábica y de palabras con dificultad, la ilustración facilita la comprensión. Es propicio ofrecerles lecturas en las que el descubrimiento de los juegos de palabra sea un elemento importante como también información del mundo que los rodea que satisfaga su curiosidad.

4. **De 8 a 10 años:** Período de iniciación a la lectura sintáctica con la capacidad de leer y comprender trozos completos de textos cortos y lectura fácil con apoyo eventual de la ilustración. A esta edad el interés está pautado por el entretenimiento y el conocimiento como experimentos científicos, manualidades y cálculos matemáticos entre otros.

5. **De 10 a 12 años:** Fase de desarrollo, en la que hay una transición gradual de la lectura sintáctica a la crítica, con mayor extensión y complejidad de textos, en lo que se refiere a idea, estructura y lenguaje.

6. **De 12 a 14 años:** Etapa de lectura crítica, donde se desarrolla la capacidad de asimilar ideas y reelaborarlas a partir de la propia experiencia en confrontación con el material de lectura.

7. **De 14 en adelante:** La lectura es crítica e independiente y se aproxima a la literatura adulta.

Con las clasificaciones antes expuestas, es preciso señalar que para efectos de ésta investigación no le hemos concedido un criterio representativo a dichas referencias para establecer los intereses de lectura del niño. Esto se debe a que consideramos que aún cuando existen etapas biológicas según Jean Piaget que pueden determinar el desarrollo

cognoscitivo del niño, como a su vez la experiencia en el contexto sociocultural es determinante para Lev Vygotsky, creemos que también influye en él, el acceso que el niño tenga a la lectura.

¿Cómo se pueden definir los intereses de lectura en el niño? entrevistamos a la psicopedagoga Carolina Holmes, y expresó: “hice mi tesis de grado de la maestría sobre eso. Yo tenía como buenas expectativas de los criterios que poseían los niños, consideraba que los niños sí tenían criterio para seleccionar y concluí finalmente que los niños no tienen criterio para seleccionar”.⁴⁸

Holmes afirma, estos intereses pueden darse “a menos que uno se los haya dado, el adulto, el ambiente o su familia se los haya dado, no es que no tengan intereses, los intereses siempre existen, pero no son intereses lectores. O al niño le gusta en ciertas y determinadas etapas las historias de miedo o a las niñas historias de amor pero porque eso también tiene que ver con su desarrollo social y emocional”.⁴⁹

Entonces, podemos concluir que nuestra visión es constructivista, es decir que atribuimos que los intereses de lectura del niño guardan un vínculo preciso con el desarrollo cognitivo a partir de su etapa biológica la cual determina las habilidades y la experiencia en su entorno social marca el significado que obtiene al interactuar con el texto que llega a sus manos.

⁴⁸ Holmes, Carolina (2007).Entrevista personal realizada el 11 de septiembre de 2007

⁴⁹ Holmes, Carolina (2007).Entrevista personal realizada el 11 de septiembre de 2007

CAPÍTULO V METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo contiene la descripción breve de la secuencia de procedimientos usados para el desarrollo de la investigación desde el diseño de la muestra y el instrumento de investigación, hasta el procesamiento y análisis de la información. Se ha hecho una narración sintética por cuanto todos los procesos seguidos son de uso frecuente en la investigación social y basta con su mención y la secuencia de su aplicación para ilustrar el camino seguido en este trabajo.

5.1 Diseño de la muestra

Como universo o población objetivo se definió el conjunto de estudiantes de nivel primario en el Municipio Baruta, específicamente la segunda etapa de educación básica, las cuales comprende los grados de 4to, 5to y 6to.

5.2 Unidades de selección

Las unidades de selección de la muestra utilizadas fueron las siguientes:

- La unidad primaria de muestreo es el Municipio, en este caso el Municipio escogido fue Baruta.
- La segunda unidad está constituida por los colegios (públicos y privados) del Municipio seleccionado, en los cuales se impartían clases en los grados 4to, 5to y 6to grado cuyas edades están comprendidas entre 10 y 12 años respectivamente.
- Dentro de cada escuela seleccionada se definió como tercera unidad de selección la jornada (mañana, tarde, diurno) para la cual se impartían clases en los grados considerados.
- Finalmente, la cuarta unidad de selección correspondió a los estudiantes que pertenecen a los cursos seleccionados.

5.3 Tamaño de la muestra

La determinación del tamaño de la muestra (número de estudiantes por observar) fue de unos 180 escolares a los cuales se le aplicó la encuesta.

5.4 Método de selección de la muestra

El método utilizado para la selección de la muestra, siguió los pasos que se describen a continuación:

1. Selección del Municipio: Se seleccionó de manera aleatoria y sistemática al Municipio Baruta por ser éste uno de los Municipios del

Estado Miranda que engloba a las distintas clases sociales. Podemos encontrar familias de clase A, hasta familias de clase D.

2. Selección de las escuelas: Identificado el Municipio seleccionado, se preparó un listado de todas las instituciones escolares que pertenecían al universo con el número de estudiantes en los 3 cursos y su total. De este listado se seleccionó aleatoriamente y de manera sistemática las escuelas a visitar, haciendo la probabilidad de selección proporcional al número de estudiantes de cada institución. Ante la posibilidad de que en algún colegio no se pudiese aplicar la encuesta, se preparó una muestra paralela que permitía sustituir cualquier otro colegio.
3. Selección de las jornadas: Se hizo durante el trabajo de campo para la recolección de datos en la siguiente forma: en cada colegio se registraron las jornadas que existen y el número de estudiantes en cada uno de los tres cursos a investigar. Con este listado se hizo una selección aleatoria sistemática de una jornada y en la jornada seleccionada del curso a investigar.
4. Selección de estudiantes: Finalmente, se visitó el curso seleccionado, se elaboró una lista de los estudiantes y de ella se seleccionaron aleatoriamente 10 estudiantes, de cada grado, que fueron encuestados para completar un total de 30 estudiantes por cada escuela donde hubiera los 3 grados.

5. Muestra definitiva: Se hizo la investigación en 6 colegios (3 públicos y 3 privados) con un total de 180 escolares encuestados.

5.5 Instrumento de investigación

Para recoger los datos se diseñó una encuesta, primero se elaboró una encuesta piloto y luego diseñamos la encuesta final, la cual fue aplicada a los escolares de las respectivas escuelas.

Para entrevistar a los estudiantes se diseñó un formulario con 14 preguntas orientadas a conocer variables relacionadas con los intereses lectores en los niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años, así como también los temas que prefieren para informarse, entretenerse y educarse.

A continuación presentamos el diseño del formulario que utilizamos para realizar la entrevista a los estudiantes:



**INVESTIGACIÓN
SOBRE EL
COMPORTAMIENTO
LECTOR EN LOS NIÑOS**



Entrevista a escolares

A continuación se te presenta una serie de preguntas de selección, que deben ser respondidas en forma individual. No dejes ninguna sin responder:

Municipio: Baruta

Colegio: _____

Grado: _____ **Edad:** _____

Fecha de Realización: _____

Sexo: Masculino: ____ Femenino: ____

1. ¿A ti te gusta leer? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta.

1. Si
2. No

2. De los materiales que existen para leer que tú conozcas ¿Qué es lo que más te gusta? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta.

1. Periódicos y revistas en general
2. Revistas para niños
3. Libros técnicos y científicos
4. Tiras cómicas de periódicos y revistas
5. Otros libros (recreativos y literarios)
6. Enciclopedias y diccionarios

Fuente: Los Escolares y la lectura. Investigación realizada por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe. (CERLAI) 1984

3. ¿Leíste la semana pasada? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta

1. Si
2. No

8. Si te regalaran un libro, de la siguiente lista ¿cuál escogerías? Encierra con un círculo tu escogencia (Puedes seleccionar sólo un máximo de tres)

- 01 La maravillosa vida de los animales
- 02 El país de las hadas madrinas
- 03 Niñez y juventud de Simón Bolívar
- 04 Las ciudades en la Galaxia de Omega
- 05 La triste historia de los indigentes
- 06 Cuatro vaqueros inseparables
- 07 La historia de la ciencia
- 08 Las mejores pinturas del mundo
- 09 La historia del jinete sin cabeza
- 10 Cinco poetas venezolanos
- 11 Los amores de Tatiana la Bella
- 12 Cómo nacen los niños
- 13 ¿Cómo sobrevivir en el desierto?
- 14 ¿Son las guerras inevitables?

9. Además, de los libros escolares, ¿tienes otros materiales de lectura que sean sólo tuyos? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta

1. Si
2. No

¿Cuántos?

1. Más de 1
2. Entre 5 y 8
3. Más de 8

10. ¿A ti que te gusta más? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta

1. Que alguien te lea
2. Leer solo
3. De ambas formas

Fuente: Los Escolares y la lectura. Investigación realizada por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y El Caribe. (CERLAI) 1984

11. ¿Tu mamá lee? Encierra con un círculo el número que corresponda a tu respuesta

5.7 Gráficos

Gráfico 1.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados por el gusto de la lectura.

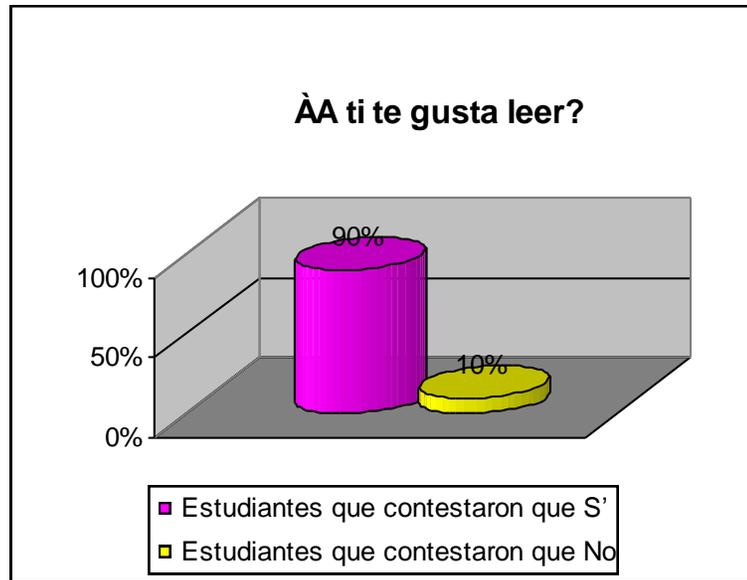


Gráfico 2.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados que comentan en su casa lo que leen.

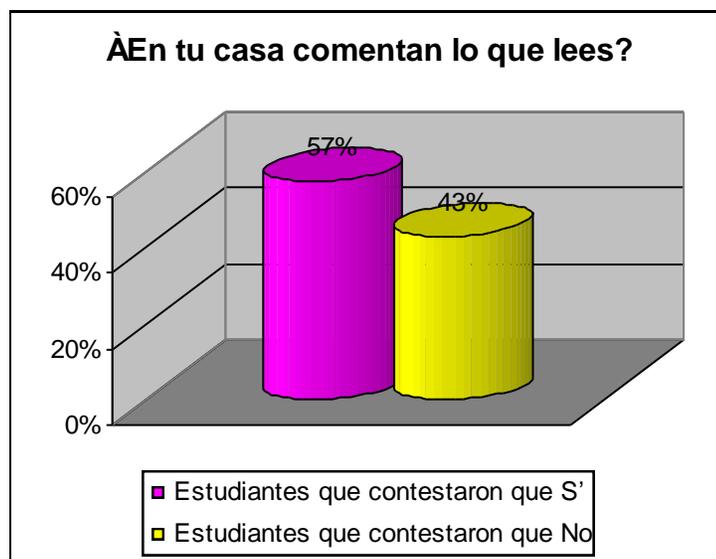


Gráfico 3.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados a los cuales sus maestros le han dicho que lean otro material distinto al texto escolar.

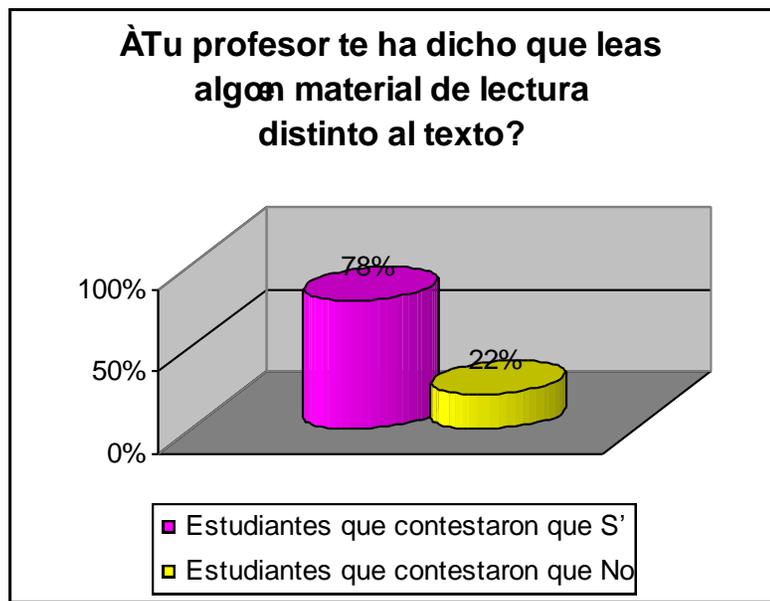


Gráfico 4.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados que además de los libros escolares tienen otros materiales de lectura que sean sólo de ellos.

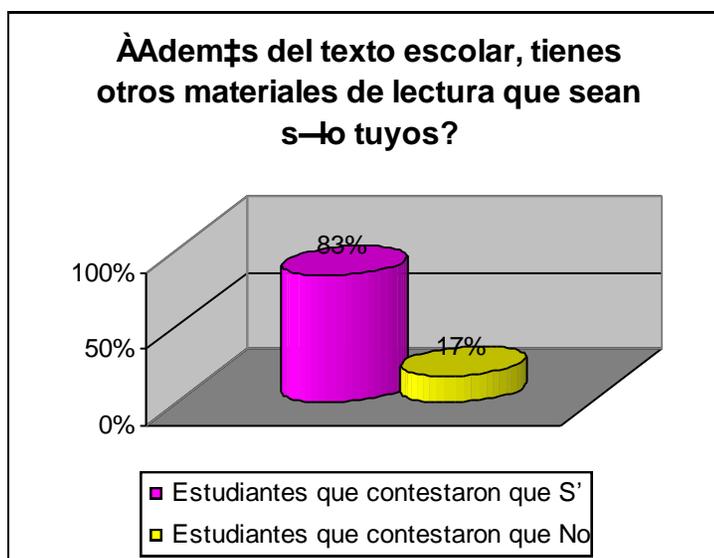


Gráfico 5.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados que de tener una revista les gustaría que tuviese material coleccionable.

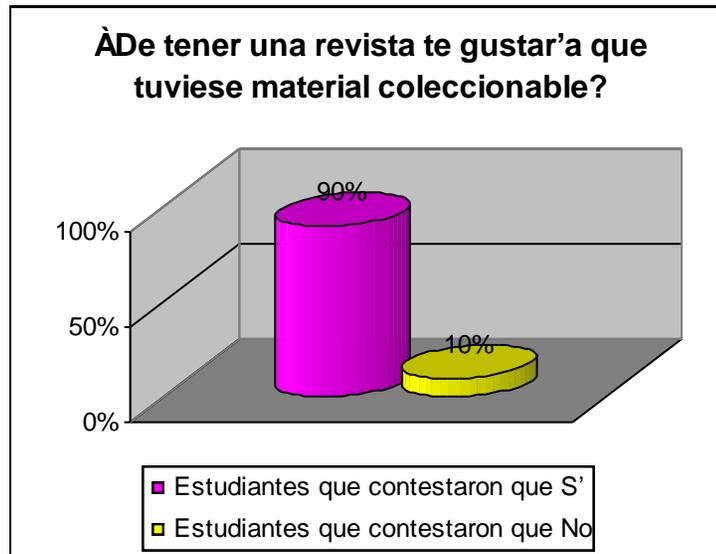


Gráfico 6.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados a los cuales se les preguntó qué es lo que más les gusta leer.

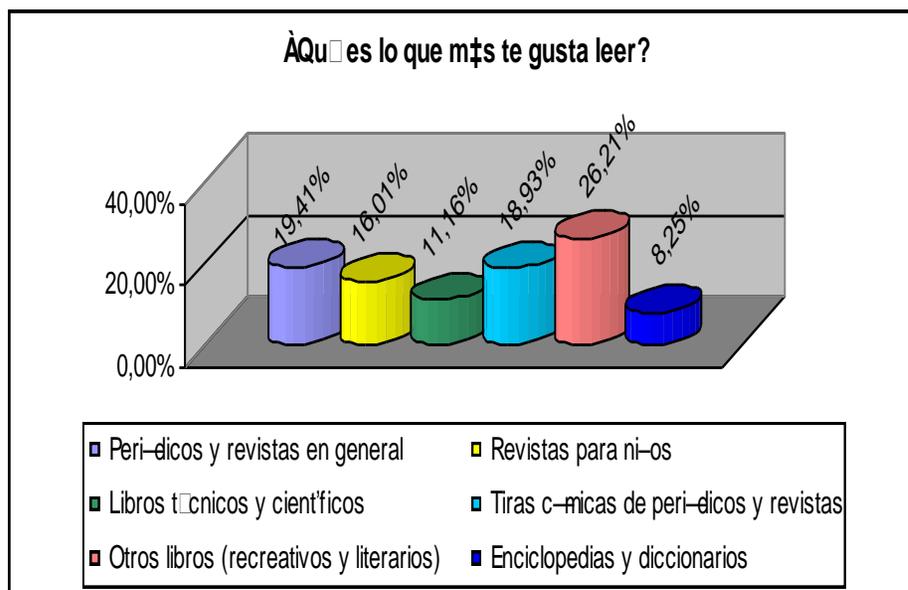


Gráfico 7.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados a los cuales se les preguntó que habían leído la semana pasada.



Gráfico 8.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados a los cuales se les preguntó por qué adquirirían una revista.

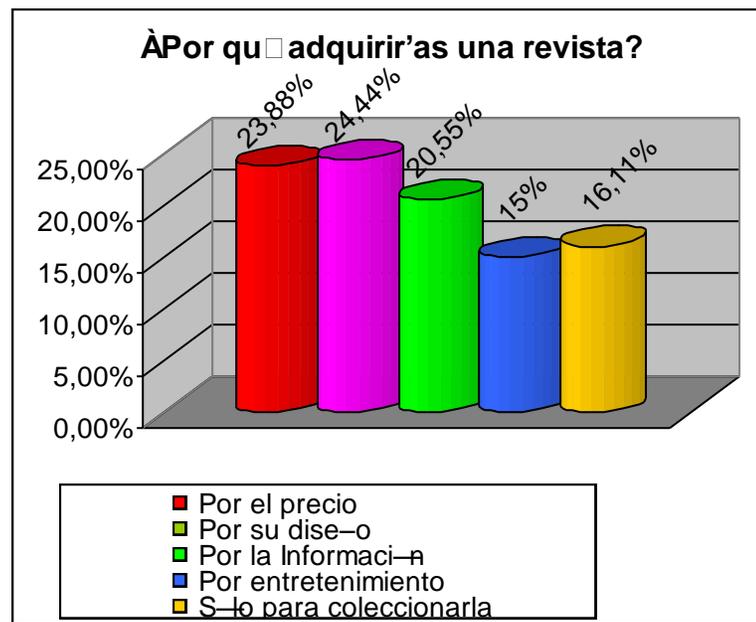
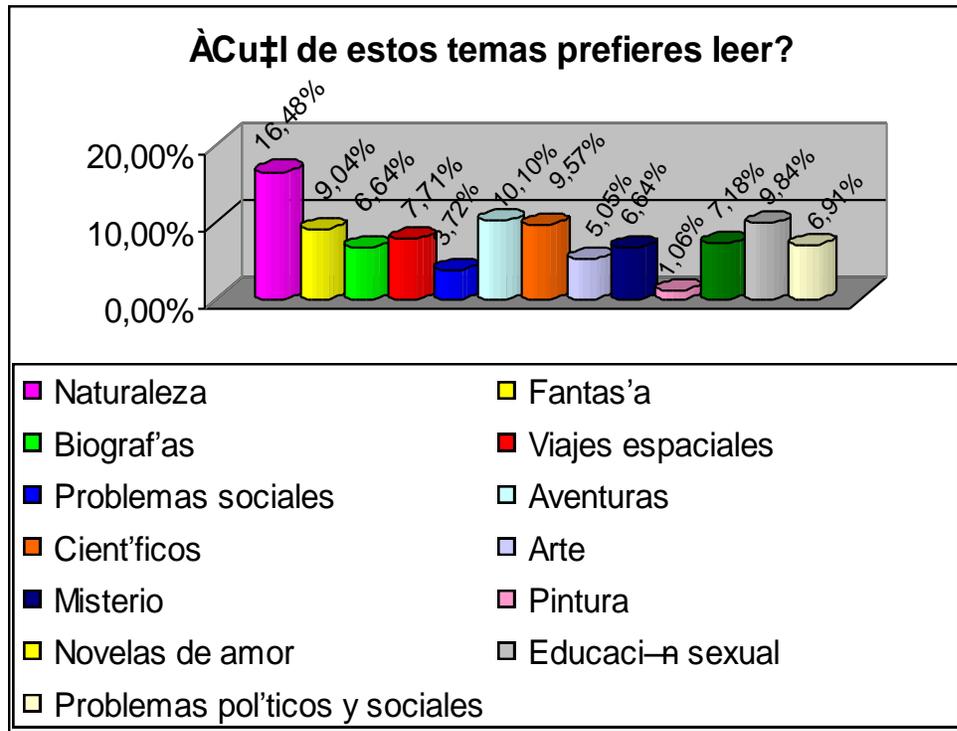


Gráfico 9.- Muestra de los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de los planteles públicos y privados a los cuales se les preguntó cuál de estos temas prefieres leer.



5.8 Análisis de los resultados

En la siguiente información hemos de sintetizar algunos de los análisis de los resultados que se derivan de los gráficos anteriores. Hemos incluido algunas conclusiones y observaciones que serán de utilidad para quien desee emplear este estudio como referencia para otras investigaciones.

1.- Los estudiantes de 4to, 5to y 6to grado de primaria en el Municipio Baruta, fueron estudiados en relación con su lectura y por la frecuencia de

sus prácticas y preferencias por algunos temas en especial. En este caso, se diferenció la lectura de libros literarios y científicos y la de otros materiales, tales como revistas, periódicos, tiras cómicas y textos escolares.

El gráfico nº 9 nos permite inducir que el tema de mayor preferencia es el de los animales, seguidamente encontramos preferencia por los temas de aventuras y de fantasía al igual que aquellos relacionados con la educación sexual. Sin embargo, cabe destacar que, esto es algo bien sabido por los editores que suelen poner a disposición de los niños más libros sobre este tema (temas relacionados con animales) que cualquier otro. Los demás temas no alcanzan a concentrar un volumen de preferencia tan evidente y en el extremo opuesto, hay temas relativos al arte, problemas sociales e historias de amor que atraen muy poco a los niños.

2.- Los materiales de menores frecuencias, en particular los libros, están asociados tradicionalmente a la vida escolar. Esto quizás se debe a que los libros son más difíciles de leer, generalmente son más extensos y tienen más proporción de texto escrito que los otros materiales (revistas, periódicos). Son, por así decirlo, más exigentes en cuanto a la destreza y motivación por parte del niño lector. (*Ver gráfico 6*)

3.- Otro factor que se evidenció es que el texto escolar, como es lógico, es el material más leído diariamente por los niños. (*Ver gráfico 7*). Aunque los maestros y profesores suelen decirles a sus alumnos que lean otro material de lectura distinto al texto (tablas 7 y 8), los niños por razones

escolares, se ven obligados a leer, todos o casi todos los días, el libro escolar.

4.- Es perceptible el énfasis en el texto escolar como material obligatorio sin que esto estimule la lectura voluntaria por otros libros o materiales de lectura. No obstante, los niños orientan su lectura extra escolar y voluntaria en materiales y temas que tengan que ver con sus preferencias (animales, fantasía, otros).

5.- Otro de los puntos de interés para nuestra investigación fue con relación a la revista como material de lectura. En este aspecto, evidenciamos que a los niños cuyas edades están comprendidas entre 10, 11 y 12 años tienen la necesidad de recurrir a las revistas, algunos la adquieren por su diseño y formato, otros por la información que trae en sus páginas y un grupo de estudiantes dice preferirlas porque en ellas hay material coleccionable. (Vea gráfico 8)

CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE UNA REVISTA: “*ENTÉRATE*”

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE UNA REVISTA: “*ENTÉRATE*”

Diseñar cualquier tipo de revista implica todo un proceso de creatividad, y más aún cuando no existe algún patrón, norma o principio que se pueda aplicar a un diseño en específico, pues cada revista tiene sus propias características y objetivos.

Pero, existe algo en común en torno a las revistas, y es que todas desean comunicar algo. El cómo hacerlo y para quién hacerlo depende del comunicador, ya que en sus manos está la responsabilidad de producir de forma clara y coherente todos los recursos requeridos permitiendo que a los lectores se les transmita, de manera eficaz, la información que ellos necesitan.

Para ello, el diseñador junto al comunicador social deberán estar estrechamente conectados, pues éste último debe explicarle detalladamente qué es lo que él quiere transmitir al público con la revista. Es importante señalar que, el diseñador y el comunicador deben actuar como un ente en común que tendrá la misión de comunicar todo un contenido.

Sin embargo, elaborar una revista no es tan fácil como se cree. Aunque haya libertad, aunque no existan límites; la revista, en cuanto a producción, es uno de los medios de comunicación más costosos. Para explicar lo anteriormente expuesto podemos partir indicando que para hacer

dicho magazine es necesario contar con un destacado equipo de trabajo, en donde se incluyan comunicadores sociales, diseñadores, ilustradores, fotógrafos, entre otros, que ayudarán al éxito de la revista. Por otro lado, es importante realizar un estudio de mercado que oriente cuáles son las necesidades y las preferencias del cliente o del público meta.

Así mismo, no podemos dejar de mencionar los costos del papel, de la impresión y los requerimientos publicitarios, asunto que debe tomarse en cuenta por parte del dueño o director de la misma.

Al respecto, Owen William autor del libro *Diseño de Revistas*, opina que *“la forma de una revista es determinante. El presupuesto establece el alcance del color y la prodigalidad y lujo de la fotografía e ilustración, y los recursos en función del tiempo y personal que pueden asignarse a cada aspecto de la producción editorial. Los métodos de impresión determinan los plazos, y hasta cierto punto la tipografía. Las necesidades publicitarias influyen en la paginación. El buen juicio en las consideraciones de mercado influye en el diseño la portada, y la naturaleza del material y el público lector mandan sobre la expresión visual”*.

Por lo tanto, es necesario que el diseñador esté al tanto sobre el presupuesto con el que se está trabajando y con las restricciones que se tiene, para que éste pueda trabajar de la mejor manera, con o sin

limitaciones, tratando en lo posible que lo que se quiera comunicar se haga de la forma más clara, sencilla, ordenada y efectiva.

6.1 De cómo debe ser el diseño de una revista

Antes de comenzar a pensar en el diseño de una revista es importante que se tenga en cuenta que las cualidades requeridas para emprender un diseño dependen casi en su totalidad del tipo de revista. No es lo mismo armar una página de una revista informativa para niños, que tratar de diseñar una página de este mismo tipo de revista pero, para un adulto. Ambas tienen públicos de metas diferentes, con necesidades distintas, por lo tanto la imagen visual y el contenido de información tienen que ser trabajados de manera diferente.

Sin embargo, tenemos que decir que la calidad de la imagen, fotos e ilustraciones, así como la información transmitida deben ser tratadas con el mismo nivel de calidad para ambos lectores, ya que cada uno en particular, tiene su grado de exigencia.

Actualmente, con el avance de las nuevas tecnologías, las nuevas formas de producción, así como también la visión cultural de los lectores, se ha hecho necesario crear un nuevo diseño para la revista, algo más novedoso, menos frívolo, y sobretodo más moderno.

En el libro Periodismo y arte escrito por Owen William, aborda el tema del nuevo diseño de la revista y establece cuatro condiciones, entre las cuales se encuentran:

- La liberación de los diseñadores de ciertas ataduras gracias a las nuevas tecnologías de impresión.
- La influencia de la televisión en las expectativas del lector y en sus hábitos de percepción.
- El establecimiento de nuevos productos editoriales de carácter general que no conforman las nociones tradicionales de la publicación.
- La mejora y consolidación de la posición de los diseñadores en el proceso editorial, como iniciadores pero, también como comunicadores de ideas.

De todo lo anterior, se puede concluir que las nuevas tecnologías, y en especial el avanzado mundo de la computación digital permiten que el diseñador presente una mejor obra, limpia en texto y también en imágenes.

6.2 Diseño de la Revista para niños: “Entérate”

En esta parte, nos centraremos a explicar el diseño de nuestra revista: diseño de la portada, estructura editorial, tipografía utilizada, textos, así como

también la fotografía e ilustración, es decir, todos esos elementos gráficos que marcan y crean el aspecto de la revista.

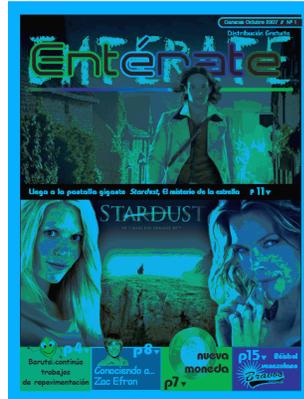
Primero que nada, queremos hacer énfasis que nuestra revista para niños en edades comprendida entre 10 y 12 años fue pensada como una propuesta moderna e innovadora, que permita que el escolar se informe, se oriente, se forme y se entretenga por medio de ésta. Y para ello, hemos seleccionado un buen contenido con suficiente apoyo de imágenes.

En cuanto a la composición general de cada una de las páginas podemos decir que títulos, textos e imágenes lo quisimos trabajar equilibradamente, y de una forma armónica. Partiendo de que el formato escogido es, tamaño carta, pues éste resulta atractivo para el niño y fácil de manipular.

Antes que nada, debemos hablar del diseño de la portada: El diseño de la portada de nuestra proposición de revista, está orientado a niños. En primer lugar, ofrece un logo a todo color de manera que resalte a la vista y así el niño logre identificarla. Así mismo en dicha portada se refleja como tema principal el estreno de una película de amor y aventura tema de preferencia en los niños comprendidos entre 10 y 12 años.

Adicionalmente, presenta los 4 temas principales de las secciones que se tratarán en la presente edición, mostrando no sólo la indicación textual de la información sino también un enlace o vínculo apoyado por una imagen y el

señalamiento de la página donde el niño encontrará la información de su interés.



Por otra parte, la revista tiene un total de 16 páginas incluyendo la portada. Además consta de seis (6) secciones, las cuales son:

1.- Sección: **Al día con Baruta** (Noticia local) Trata sobre noticias y hechos relevantes del municipio Baruta del Edo Miranda.

2.-Sección: **Conociendo a...** (Entrevista de personalidad). De una manera fresca y dinámica aquí en esta sección conocerás a fondo la vida de destacados personajes y artistas famosos que han causado impacto en la historia por su reconocida trayectoria.

3.-Sección: **Territorio Nuestro** (Noticia Nacional). En esta abordaremos noticias sobre el acontecer nacional, específicamente temas relacionados

con política, economía, deporte, farándula entre otros, que ocurre en nuestro país, Venezuela.

4.-Sección: **Actualízate!** Aborda información variada, de interés juvenil relacionada con temas de entretenimiento, música, Páginas Web que pueden visitar los niños, eventos, sexualidad, cine manía, entre otros.

5.-Sección: **Zona alterna.** Esta sección brindará información sobre reportajes en materia de salud, sexualidad y vida de las especies.

6.-Sección: **Explorando:** los escolares podrán obtener información variada sobre algunos datos relevantes en materia de geografía, flora y fauna, el espacio y el universo, entre otros.

6.2.1 La tipografía

La tipografía ha sido *sugerencia* de especialistas en el área, tales como: diseñadores, ilustradores y en especial, nuestra tutora Lic Ángela Zago que con su experiencia nos propuso: *“que los entretítulos fuesen de otro color y familia Tipográfica, para así darle más alegría al texto, tomando en consideración que nuestros lectores son niños menores de 12 años”*.

Para Esteban Machado, quien colaboró en el diseño de nuestra revista, opina que *“la tipografía debe ante todo ser funcional, es decir,*

principalmente debe comunicar y transmitir la información clara al lector. Para ello es necesario que se utilicen letras que no molesten y causen cansancio al público, y más aún en este caso que los lectores son niños”.

En la revista **Entérate** hemos utilizado la familia de letras de “Palo seco”. Este tipo de letra permite ayudar a guiar la mirada a través de toda la línea del texto. Se ven mucho más limpias que las fuentes serifa. Además causan impresión de modernidad, dinamismo y potencia, y al mismo tiempo producen elegancia.

En las páginas de nuestra revista utilizamos:

- Avant garde book Bt.
- Avant garde medium oblique.
- Bahamas Light
- Metrostyle Negrita
- Comic Sans Ms.

Cabe destacar que en el caso de las comics sans, el diseñador expresó que: *“Utilicé comics sans por tratarse de una revista para niños. Sin embargo, no acostumbro a usarla mucho, pues hay que tener en cuenta que este tipo de letra no es formal, por lo tanto, no se debería de usar en textos o documentos que tengan gran formalidad”.*

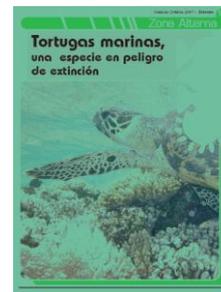
6.2.2 Temas

El tratamiento de la información ha sido sometido a evaluación por la especialista en escribir para niños, Lic. Ángela Zago.

Los textos de nuestra revista están enfocados en los principales temas de interés distrital, regional y nacional, entre ellos: Reconversión monetaria, donde se le ofrece al niño una breve explicación de lo que es dicho tema, así como informarle sobre la fecha en que entrará en circulación la moneda del bolívar fuerte y qué se hará con las monedas anteriores, tomando en cuenta que el niño debe adaptarse al cambio sin ningún problema.



Otro tema, ha sido el inicio de la temporada de béisbol, adicionalmente ofrecimos un reportaje sobre el peligro de extinción de la tortuga marina de gran presencia en las costas venezolanas, en ocasión de celebrarse el próximo mes de noviembre el Festival de conservación de este animal amenazado. Cumpliendo con las necesidades informativas de nuestro público, a quien va dirigida nuestra revista, es decir los niños en edades comprendidas entre 10 y 12 años.



Entre otras cosas incluimos temas de interés para el niño de esta edad que son informativos y a su vez permiten formar y entretener al escolar, pues el mismo debe estar en pleno conocimiento, como por ejemplo lo es el tema sobre la tierra en la sección explorando y allí mismo se hace el llamado a la próxima edición donde se hablará sobre el calentamiento global, tema de interés internacional y que por su proceso no deja de ser actual.



Son temas de índole actual pero con un lenguaje adaptado a este público exigente. Temas como lo que se hace en la actualidad en el municipio de su residencia acompañado de un poco de historia, entre otros temas de índole nacional e internacional, tomando en cuenta que nuestra función es no solo informar sino también formar a este pequeño lector.

6.3 Público

Entérate tal y como ha sido mencionado anteriormente, va dirigida a un público importante y que merece respeto, que son niños de edades comprendidas entre 10 y 12 años, del municipio Baruta del Estado Miranda. Estos niños, están incluidos en el estrato social A, B, C y D que comprenden dicho municipio.

6.4 Nombre de la revista

Entérate, ha sido un nombre que surgió de un cúmulo de ideas tratando de ser organizadas en una sola palabra que de alguna manera reflejara el interés por hacer partícipe al pequeño lector de las informaciones del acontecer distrital, nacional y regional. Una forma de crear suspenso en el niño de lo que se va a enterar a través de la revista que está dedicada a él como público de gran importancia.



Entérate, nació de la idea de hacer saber y dar cuenta al niño de edad comprendida entre 10 y 12 años de lo que sucede a su alrededor, conectándolo día a día con su entorno social, y cultural. Este nombre surgió con la meta de cubrir la necesidad del niño a estar informado.

6.5 Contenido

En este apartado más que hablar del contenido de la revista que ya hemos identificado anteriormente, hablaremos de lo que cumplirá el papel de anunciantes o publicidad de la revista.

Entérate, es una revista de índole informativo, más no comercial. Esto quiere decir que no ha sido propuesta con el fin de hacerlo un nicho de venta, nuestro objetivo es informar, formar y entretener, no vender productos, por tal razón hemos convenido que dichos anunciantes sean de carácter institucional, como por ejemplo en nuestro primer ejemplar, elegimos la Fundación Banco del Libro.

Es importante no pasar por alto que nuestra revista tendrá una circulación mensual, tratando de englobar en sus ediciones información de actualidad que ha de ser renovada cada mes, para que el niño esté al día con el acontecer.

6.6 Diseño

La Retícula: Este rasgo tan fundamental a la hora de diseñar, bien sea para libros, periódicos o en este caso particular, la revista, permite dar una variedad visual a las páginas de la misma. *“Una publicación para niños debe tener 2 o 3 columnas, porque el texto debe ir mínimo a 10 puntos, otros a 12*

y hasta 13 puntos y si se hacen más columnas este será cortado”, así lo refirió la profesora Ángela Zago.

En algunas páginas de la revista se utilizó el texto alineado a la izquierda, debido a que este recurso es recomendable cuando hay textos muy largos, porque crea equilibrio y uniformidad. Este tipo de diagramación evita la formación de “ríos” en el texto.

Sobre el uso de la fotografía podemos decir que en la revista Entérate, se puede notar con claridad el empleo de las fotos y no tanto de las ilustraciones, decidimos esto porque las ilustraciones están más dirigidas a los niños menores de 10 años, mientras que los más grandes prefieren las fotografías, ya que el texto puede ser leído con poca o ninguna ilustración.

Al respecto, el ilustrador, Marion Durand, citado en el trabajo de Verónica Uribe, 1983, explica que *“los niños de corta edad, tienen dificultades para aprehender las fotografías, porque aún no han desarrollado del todo sus mecanismos de percepción y diferenciación de la figura y el fondo, mientras que para los más grandes (11 años en adelante), tienen mayor capacidad de comprensión”*.

A continuación, el machote de nuestra propuesta de revista Entérate, y anexo la revista.

Conclusiones

A lo largo de este proyecto, realizamos una investigación exhaustiva a nivel documental-bibliográfico, aplicamos un instrumento (la encuesta), así mismo efectuamos diversas entrevistas, todo esto en conjunto nos llevó a arrojar las siguientes conclusiones:

Entendimos que Periodismo para Niños es una rama del periodismo que tiene como objetivo informar y orientar a personas menores de 16 años.

Así mismo pudimos conocer que una revista para niños es un medio de comunicación a través de cual se informa, entretiene y se forma a través de la cobertura de la actualidad y acontecimientos que guardan relación con hechos recientes. Esta revista, en nuestro caso está enmarcada en el renglón de revistas especializadas, por tratarse de una revista informativa para niños, el cual es un público que posee gustos e intereses particulares.

Dicha revista responde al género de periodismo especializado, el cual trata la información estrechamente relacionada con la actualidad y el acontecer; y no sólo informa, sino que además trata de influir en la formación de su público a diferencia de la prensa especializada que si bien es cierto es un medio de comunicación colectivo, también es cierto que el tratamiento que le da a la información obedece a un alto porcentaje de información de un sólo tipo de fuente y aunque trata con un público determinado, no es necesariamente de actualidad. Por esta razón hemos comprendido que el

concepto adecuado para utilizar un medio impreso para niños, debe ser el Periodismo especializado.

Entendimos que nuestra revista para niños, podría a futuro ser comercializada por cualquier empresa u organismo que desee depositar sus intereses en un proyecto como éste, siempre y cuando realice un estudio de mercadeo para así estudiar y conocer las posibles necesidades del público meta, lo que le permitirá modelar las características del medio impreso que se va a ofrecer de acuerdo a sus expectativas.

Opiniones de expertos nos dieron a reconocer que nuestra revista informativa, será capaz de generar entusiasmo por la lectura en el niño entre 10 y 12 años, pues los intereses de los niños van en función al ambiente lector, y a las herramientas que le ofrezcas para enriquecer el mismo, esto quiere decir, que es significativa la experiencia en su entorno social y ésta marcará el significado que obtiene al interactuar con el texto que llega a sus manos.

En relación a la encuesta aplicada, nos dio a conocer que el tema predominante en los intereses de lectura del niño es por los animales. Por otro lado, entendimos que una revista llamaría su interés de acuerdo al diseño. No obstante, pudimos conocer que el texto escolar como material obligatorio se le da un mayor énfasis, lo que sin duda no estimula a la lectura voluntaria por otros libros o materiales de lectura.

Esta investigación permitió descubrir que en el municipio Baruta sí es necesario un medio impreso para niños, en este caso una revista, debido al escaso material informativo y especializado para éste público.

Finalmente podemos concluir, que nuestro proyecto y los conocimientos que brindan, es un aporte que se puede profundizar a través de otros trabajos.

Bibliografía

Libros:

- Banco del Libro. (2000): Que libros para que edad. Colección Formemos lectores. Caracas, Venezuela.
- Carretero, Mario y García-Mandrugá, J. (1985): Principales contribuciones de Vygotsky y la Psicología Soviética. En Palacios, J; Marchesi, M y Carretero, M. Psicología Evolutiva. Teoría y métodos. Madrid, España: Alianza.
- Castejón Lara, Enrique (1986): "Revista: Periodismo no diario". Trabajo de ascenso. Caracas-Venezuela.
- Cuenca de Herrera, Gloria (1968) La prensa especializada en Caracas. Trabajo no publicado. Universidad Central de Venezuela. Caracas
- Dragnic, Olga (2006): Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo de Venezuela.
- Esteve Ramírez, Francisco (1999) Áreas de especialización periodística. Madrid.
- Fernández del Moral, Javier y Esteve Ramírez, Francisco (1996) Fundamentos de la información periodística especializada. Madrid.
- Foges, Chris (2000): Diseño de revistas. Ediciones Mc Graw Hill.

- Fraser Bond, F. (1965) Introducción al periodismo. Editorial Limusa. México.
- Gómez, Dayana y Mendoza, Doris (1997) La importancia de escribir para niños. Trabajo de grado. Universidad Central de Venezuela. Caracas.
- Huerta, Teófilo (1985). La prensa infantil en la formación del escolar. Nueva Biblioteca Pedagógica 55. Editorial Oasis. México.
- Iribarren, Carolina (1990): Evaluación Neurolingüística de Modelos Lineales e Interactivos del Proceso de la Lectura. Tesis de Maestría, USB. Caracas.
- Jiménez, E. (1994): Manual de estilo gráfico para la revista Casablanca. Trabajo de Grado. Caracas- Venezuela.
- Martínez C, Gerardo. (1994): Piaget y Vygotsky. Desarrollo Cognitivo. Madrid España, Editorial Síntesis.
- Palacios G, Margarita y otros. (1996): La lectura en la escuela. México: SEP.
- Palencia de V, Yajaira (1997): El docente de la tercera etapa de educación básica y su desempeño como lector y facilitador de la instrucción en lectura. Serie de Investigaciones educativas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL).

- Papalia, D; Wendkos y Duskin. (2004): Desarrollo Humano. Caracas: Mc Graw Hill.
- Ramírez de la Piscina, Txema (1999) “Realidad y utopía de la especialización”. En Zer. Bilbao. Nº 6. Pp 6
- Rosas Marcano, Jesús (1996): El periódico en la escuela y desde la escuela. Ediciones de la Fundación de los trabajadores de Lagoven. Caracas.
- Sandroni, Laura Constanca. (1984): El niño y el libro. Guía práctica de estímulo a la lectura. Bogotá: Kapelusz Colombiana.
- Subero, Efraín (1977): La literatura infantil. Venezuela.
- Uribe, Verónica (1983): Las publicaciones periódicas para niños. Tesis de grado. Caracas-Venezuela.

Revistas:

- **TRICOLOR.** Ministerio de Educación.
- **ONZA TIGRE Y LEÓN.** Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- **COCUYITO.** Editorial Kapelusz.
- **LA CADENA TRICOLOR.** Cadena Capriles.
- **GENIOS.** Grupo Clarín.
- **MERIDIANITO.** Bloque de Armas.
- **TOMBOLÍN.** El Nacional.
- **GUARIMBA.** Notitarde.

- **VOLADOR.** Panorama.
- **VOLANTÍN.** Antorcha.

ANEXO N° 1

Programa del Seminario Periodismo escrito de y para niños

I.- Circulación y Cobertura... Ejemplos: El Cohete, Tombolín, Guarimba, Volador.

II.- Qué informar y cómo informar:

2.- Temas

2.1. Algunos de los temas de interés para los niños: el sexo, el divorcio, el matrimonio, la contaminación, la educación, el deporte, la farándula, la radio, la televisión, personajes, la vida de los animales, el espacio y los viajes espaciales, la ciencia ficción, el mar.

2.2. Temas noticiosos que pueden interesar a los niños: sucesos, policiales, política nacional e internacional, problemas sociales, criminalidad.

2.3. Temas importantes para la formación del niño: economía, problemas sociales, ciencia, tecnología, participación social, posición sobre la vida familiar y escolar, relaciones de los niños con su grupo familiar, otros niños, la comunidad donde viven, la comunidad escolar.

2.4. Temas que pueden influir negativamente en la conducta y la formación del niño. Opinión de educadores, psicólogos infantiles, psiquiatras infantiles, criminólogos, jueces de menores.

2.5. Prejuicios del que informa y el tratamiento de la noticia.

2.6. Estereotipos. Concepto. Cuáles tiene el niño venezolano, Ejemplos.

III.- La responsabilidad del periodista

1.- La responsabilidad del periodista que trabaja en esta área con su lector, conjuntamente con el educador.

ANEXO N° 2

Periodismo Infantil	Periodismo escolar	Periodismo para niños	Prensa especializada para niños
<p>Ángela Zago: Es aquel que realizan los niños, generalmente en edad escolar, guiado por los docentes y que se expresan en periódicos-murales o periódicos impresos en la propia institución y que suelen circular en la comunidad educativa correspondiente.</p> <p>Jesús Rosas Marcano: “Gran género” que incluiría las diferentes clasificaciones que hace sobre la materia (bandas dibujadas, periódico escolar, suplementos para niños en los periódicos y el periodismo escolar realizado por niños y para niños)</p>	<p>Ángela Zago: Señala que éste es el realizado por los niños en la escuela, bajo la conducción de un educador, con la salvedad de que en él sólo se tocan temas ligados al entorno escolar, como fechas patrias.</p> <p>Jesús Rosas Marcano: Es aquél realizado dentro de la escuela, bajo la conducción del maestro, en el cual el niño es capaz de interactuar con su entorno y prepararse intelectualmente, pues desarrollan la escritura y la plástica.</p>	<p>Ángela Zago: Considera que el periodismo para niños es aquel realizado por profesionales de la comunicación social, destinado a jóvenes, donde el lenguaje utilizado contiene las técnicas presentes en el periodismo, adaptado a este público.</p> <p>Jesús Rosas Marcano: En esta categoría él habla sobre los suplementos para niños que están encartados en el periódico.</p>	<p>Ángela Zago: La prensa especializada para niños se caracteriza por estar escrita y publicada en medios impresos periódicos, pero no contienen lenguaje periodístico, ni de actualidad. En esta clasificación entran las publicaciones de literatura infantil.</p> <p>Rosas Marcano: Este autor no habla como tal de una prensa especializada para niños, aunque se podría conceptualizar a su concepción de prensa infantil dentro de esta clasificación</p>

(Tomado de Gómez, Dayana: La importancia de escribir para niños. Trabajo de grado. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Pág. 176)

ANEXO N° 3

Portada de algunas publicaciones venezolanas
dirigidas a los niños