

# Lengua y Literatura



Primer año

## Proyecto de producción en medios gráficos: la agencia de noticias en la escuela

Serie PROFUNDIZACIÓN - NES



Buenos Aires Ciudad

Ministerio de Educación de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  
26-04-2020



Vamos Buenos Aires

JEFE DE GOBIERNO

Horacio Rodríguez Larreta

MINISTRA DE EDUCACIÓN

María Soledad Acuña

SUBSECRETARIO DE PLANEAMIENTO E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Diego Javier Meiriño

DIRECTORA GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO

María Constanza Ortiz

GERENTE OPERATIVO DE CURRÍCULUM

Javier Simón

DIRECTOR GENERAL DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA

Santiago Andrés

GERENTA OPERATIVA DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Mercedes Werner

SUBSECRETARIA DE COORDINACIÓN PEDAGÓGICA Y EQUIDAD EDUCATIVA

Andrea Fernanda Bruzos Bouchet

SUBSECRETARIO DE CARRERA DOCENTE Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL

Jorge Javier Tarulla

SUBSECRETARIO DE GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Sebastián Tomaghelli

## SUBSECRETARÍA DE PLANEAMIENTO E INNOVACIÓN EDUCATIVA (SSPLINED)

### DIRECCIÓN GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO (DGPLEDU)

#### GERENCIA OPERATIVA DE CURRÍCULUM (GOC)

Javier Simón

**ESPECIALISTAS:** Mariana Astarita, Jimena Dib, María Gabriela Madeo

### DIRECCIÓN GENERAL DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA (DGTEDU)

#### GERENCIA OPERATIVA DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA (INTEC)

Mercedes Werner

**COLABORACIÓN DE ESPECIALISTAS DE EDUCACIÓN DIGITAL:** María Marta Fernández Rosa, María de los Ángeles Villanueva

**COORDINACIÓN DE MATERIALES Y CONTENIDOS DIGITALES (SSPLINED):** Mariana Rodríguez

**COLABORACIÓN:** Manuela Luzzani Ovide

**AGRADECIMIENTOS:** Julieta Aicardi, Octavio Bally, Pilar Casellas, Ignacio Cismondi, Natalia López, Yamila Lucero.

### EDICIÓN Y DISEÑO (GOC)

**Edición:** Gabriela Berajá, María Laura Cianciolo, Andrea Finocchiaro, Marta Lacour, Sebastián Vargas

**Diseño gráfico:** Silvana Carretero, Alejandra Mosconi, Patricia Peralta

**Actualización web:** Leticia Lobato

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Lengua y Literatura : proyecto de producción en medios gráficos : la agencia de noticias en la escuela : Primer año. - 1a edición para el profesor - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dirección General de Planeamiento Educativo, 2018.  
Libro digital, PDF - (Profundización NES)

Archivo Digital: descarga y online  
ISBN 978-987-549-729-0

1. Escuela Secundaria. 2. Lengua. 3. Literatura.  
CDD 407.12

ISBN: 978-987-549-729-0

Se autoriza la reproducción y difusión de este material para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se especifique claramente la fuente.  
Se prohíbe la reproducción de este material para reventa u otros fines comerciales.

Las denominaciones empleadas en este material y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implica, de parte del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de los países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

En este material se evitó el uso explícito del género femenino y masculino en simultáneo y se ha optado por emplear el género masculino, a efectos de facilitar la lectura y evitar las duplicaciones. No obstante, se entiende que todas las menciones en el género masculino representan siempre a varones y mujeres, salvo cuando se especifique lo contrario.

Fecha de consulta de imágenes, videos, recursos digitales y textos disponibles en internet: 1 de febrero de 2018.

© Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Ministerio de Educación / Subsecretaría de Planeamiento e Innovación Educativa.  
Dirección General de Planeamiento Educativo / Gerencia Operativa de Currículum, 2018.

Subsecretaría de Planeamiento e Innovación Educativa / Dirección General de Planeamiento Educativo / Gerencia Operativa de Currículum.  
Av. Paseo Colón 275, 14° piso - C1063ACC - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.  
Teléfono/Fax: 4340-8032/8030

© Copyright © 2018 Adobe Systems Software. Todos los derechos reservados.  
Adobe, el logo de Adobe, Acrobat y el logo de Acrobat son marcas registradas de Adobe Systems Incorporated.

## Presentación

La serie de materiales Profundización de la NES presenta distintas propuestas de enseñanza en las que se ponen en juego tanto los contenidos – conceptos, habilidades, capacidades, prácticas, valores y actitudes – definidos en el *Diseño Curricular de la Nueva Escuela Secundaria* de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Resolución N.º 321/MEGC/2015, como nuevas formas de organizar los espacios, los tiempos y las modalidades de enseñanza.

El tipo de propuestas que se presentan en esta serie se corresponde con las características y las modalidades de trabajo pedagógico señaladas en la Resolución CFE N.º 93/09 para fortalecer la organización y la propuesta educativa de las escuelas de nivel secundario de todo el país. Esta norma – actualmente vigente y retomada a nivel federal por la propuesta “Secundaria 2030”, Resolución CFE N.º 330/17 – plantea la necesidad de instalar “distintos modos de apropiación de los saberes que den lugar a: nuevas formas de enseñanza, de organización del trabajo de los profesores y del uso de los recursos y los ambientes de aprendizaje”. Se promueven también nuevas formas de agrupamiento de los estudiantes, diversas modalidades de organización institucional y un uso flexible de los espacios y los tiempos que se traduzcan en propuestas de talleres, proyectos, articulación entre materias, debates y organización de actividades en las que participen estudiantes de diferentes años. En el ámbito de la Ciudad, el *Diseño Curricular de la Nueva Escuela Secundaria* incorpora temáticas nuevas y emergentes y abre la puerta para que en la escuela se traten problemáticas actuales de significatividad social y personal para los estudiantes.

Existe acuerdo sobre la magnitud de los cambios que demanda la escuela secundaria para lograr convocar e incluir a todos los estudiantes y promover efectivamente los aprendizajes necesarios para el ejercicio de una ciudadanía responsable y la participación activa en ámbitos laborales y de formación. Es importante resaltar que, en la coyuntura actual, tanto los marcos normativos como el *Diseño Curricular* jurisdiccional en vigencia habilitan e invitan a motorizar innovaciones imprescindibles.

Si bien ya se ha recorrido un importante camino en este sentido, es necesario profundizar, extender e instalar propuestas que efectivamente hagan de la escuela un lugar convocante para los estudiantes y que, además, ofrezcan reales oportunidades de aprendizaje. Por lo tanto, sigue siendo un desafío:

- El trabajo entre docentes de una o diferentes áreas que promueva la integración de contenidos.
- Planificar y ofrecer experiencias de aprendizaje en formatos diversos.
- Elaborar propuestas que incorporen oportunidades para el aprendizaje y el ejercicio de capacidades.

Los materiales elaborados están destinados a los docentes y presentan sugerencias, criterios y aportes para la planificación y el despliegue de las tareas de enseñanza, desde estos lineamientos. Se incluyen también propuestas de actividades y experiencias de aprendizaje para los estudiantes y orientaciones para su evaluación. Las secuencias han sido diseñadas para admitir un uso flexible y versátil de acuerdo con las diferentes realidades y situaciones institucionales.

La serie reúne dos líneas de materiales: una se basa en una lógica disciplinar y otra presenta distintos niveles de articulación entre disciplinas (ya sean areales o interareales). Se introducen también materiales que aportan a la tarea docente desde un marco didáctico con distintos enfoques de planificación y de evaluación para acompañar las diferentes propuestas.

El lugar otorgado al abordaje de problemas interdisciplinarios y complejos procura contribuir al desarrollo del pensamiento crítico y de la argumentación desde perspectivas provenientes de distintas disciplinas. Se trata de propuestas alineadas con la formación de actores sociales conscientes de que las conductas individuales y colectivas tienen efectos en un mundo interdependiente.

El énfasis puesto en el aprendizaje de capacidades responde a la necesidad de brindar a los estudiantes experiencias y herramientas que permitan comprender, dar sentido y hacer uso de la gran cantidad de información que, a diferencia de otras épocas, está disponible y fácilmente accesible para todos. Las capacidades son un tipo de contenidos que debe ser objeto de enseñanza sistemática. Para ello, la escuela tiene que ofrecer múltiples y variadas oportunidades para que los estudiantes las desarrollen y consoliden.

Las propuestas para los estudiantes combinan instancias de investigación y de producción, de resolución individual y grupal, que exigen resoluciones divergentes o convergentes, centradas en el uso de distintos recursos. También, convocan a la participación activa de los estudiantes en la apropiación y el uso del conocimiento, integrando la cultura digital. Las secuencias involucran diversos niveles de acompañamiento y autonomía e instancias de reflexión sobre el propio aprendizaje, a fin de habilitar y favorecer distintas modalidades de acceso a los saberes y los conocimientos y una mayor inclusión de los estudiantes.

En este marco, los materiales pueden asumir distintas funciones dentro de una propuesta de enseñanza: explicar, narrar, ilustrar, desarrollar, interrogar, ampliar y sistematizar los contenidos. Pueden ofrecer una primera aproximación a una temática formulando dudas e interrogantes, plantear un esquema conceptual a partir del cual profundizar, proponer

actividades de exploración e indagación, facilitar oportunidades de revisión, contribuir a la integración y a la comprensión, habilitar oportunidades de aplicación en contextos novedosos e invitar a imaginar nuevos escenarios y desafíos. Esto supone que en algunos casos se podrá adoptar la secuencia completa o seleccionar las partes que se consideren más convenientes; también se podrá plantear un trabajo de mayor articulación entre docentes o un trabajo que exija acuerdos entre los mismos. Serán los equipos docentes quienes elaborarán propuestas didácticas en las que el uso de estos materiales cobre sentido.

Iniciamos el recorrido confiando en que constituirá un aporte para el trabajo cotidiano. Como toda serie en construcción, seguirá incorporando y poniendo a disposición de las escuelas de la Ciudad nuevas propuestas, dando lugar a nuevas experiencias y aprendizajes.

**Diego Javier Meiriño**  
Subsecretario de Planeamiento  
e Innovación Educativa

**Gabriela Laura Gürtner**  
Jefa de Gabinete de la Subsecretaría de  
Planeamiento e Innovación Educativa

## ¿Cómo se navegan los textos de esta serie?

Los materiales de Profundización de la NES cuentan con elementos interactivos que permiten la lectura hipertextual y optimizan la navegación. Estos reflejan la interactividad general de la serie.

Para visualizar correctamente la interactividad se sugiere bajar el programa [Adobe Acrobat Reader](#) que constituye el estándar gratuito para ver e imprimir documentos PDF.



Adobe Reader Copyright © 2017. Todos los derechos reservados.

### Portada



Flecha interactiva que lleva a la página posterior.

### Pie de página



Volver a vista anterior



Al clicar regresa a la última página vista.



Ícono que permite imprimir.



7



Folio, con flechas interactivas que llevan a la página anterior y a la página posterior.

### Menú interactivo

Orientaciones didácticas

Punto de partida

1<sup>ra</sup> parte

2<sup>da</sup> parte

Actividades

Orientaciones didácticas

Actividades

1<sup>ra</sup> parte

2<sup>da</sup> parte

El texto tiene un menú en cada página, cuyos colores indican las secciones que contiene. Las pestañas se encienden señalando el lugar donde está ubicado el lector.

### Íconos y enlaces

- 1 Símbolo que indica una cita o nota aclaratoria. Al clicar se abre un *pop-up* con el texto:

Ovidescim repti ipita voluptis audi iducit ut qui adis moluptur? Quia poria dusam serspero voloris quas quid moluptur?

Los números indican las referencias de notas al final del documento.

El color azul y el subrayado indican un [vínculo](#) a la *web* o a un documento externo.



“Título del texto”

Indica enlace a un texto.



Indica enlace a un sitio o documento externo.



(Ver Actividad 1)

Indica enlace a la actividad.



Indica actividad individual.



Indica actividad grupal.

## Introducción

La formación de los jóvenes como lectores críticos de los medios de comunicación supone necesariamente “leer” y “escribir” los medios. Por ello, se propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa de los estudiantes en torno de un proyecto de producción de una agencia de noticias en el aula y en la escuela. Esto capacita a los jóvenes para convertirse ellos mismos en productores de medios, a la vez que les aporta herramientas reflexivas para que estén en condiciones de interpretar y valorar con criterio su producción.

La agencia de noticias en la escuela, atravesada por la práctica del periodismo, aparece como una parte significativa de un proceso educativo más complejo. Resulta imprescindible en un contexto en el que los jóvenes acceden a la enorme diversidad de información en las redes sociales y en la televisión que les ofrecen los medios que la escuela transforme esa información en conocimiento público, porque desde esa tarea podrá ser expresión de democracia. Para ello, se propone acercarles a los estudiantes herramientas para analizar críticamente el contenido y origen de los mensajes, así como oportunidades para discernir sobre su credibilidad y para producir mensajes propios.

Las agencias de noticias son las primeras fuentes de información de las que se nutren los diarios, las radios y la televisión, y tienen un papel importante en la construcción de las agendas mediáticas. Tomar este formato de periodismo gráfico en el aula permite el encuentro de la escuela con su comunidad a partir de un canal alternativo de expresión, ya que los jóvenes no tendrán los mismos intereses que los grandes medios y por eso crearán su propia agenda. La agencia de noticias, entonces, aparece como un órgano de difusión, no solo de lo que se hace en la escuela, sino también de lo que allí se discute, se genera, se debate y se comparte. En la capacidad de alternatividad y localidad que propone este formato de publicación escolar radica su relación con la vida democrática de la comunidad en la que se inserta.

Ejes/Contenidos	Objetivos de aprendizaje
<p><b>Prácticas del Lenguaje y participación ciudadana</b>  <i>Lectura, comentario y análisis de noticias de interés social y comunitario</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Las condiciones y el proceso de producción de la noticia en los medios de prensa: selección, edición, puesta en página.</li> <li>Estrategias discursivas empleadas para construir el acontecimiento y sus efectos de sentido: recortes de la información y distintos enfoques de un mismo tema o macrotema, recursos lingüísticos (uso de voz pasiva; discurso directo; focalización de determinado elemento mediante la ubicación en la oración, etc.) para mitigar o destacar algunos aspectos, voces incluidas.</li> <li>Diferenciación de hechos y opiniones. Fuentes de donde provienen las noticias: agencias de noticias, corresponsales, enviados especiales.</li> <li>Análisis de la circulación y relaciones entre las noticias de la prensa y de otros medios (televisión, internet, radio, redes sociales, etcétera).</li> </ul> <p><b>Herramientas de la lengua. Uso y reflexión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relaciones entre el texto y la oración.</li> <li>La coherencia y la cohesión de los textos leídos y producidos. Uso de la puntuación como organizador textual.</li> <li>Modos de organización del discurso: la narración (temporalidad, unidad temática, transformación, unidad de acción, causalidad).</li> <li>Estructura de la oración simple. El valor semántico del verbo y su proyección sintáctica.</li> <li>Tipos y usos de la coordinación en los textos trabajados.</li> <li>Los usos del sustantivo y del adjetivo para denominar y expandir información en los textos trabajados.</li> <li>Uso de las preposiciones y las frases preposicionales: aspectos semánticos y normativos.</li> <li>Ortografía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acudir a la prensa escrita para ampliar o confrontar la información obtenida por otros medios, advirtiendo el punto de vista adoptado para la construcción de la noticia y las fuentes utilizadas por el medio.</li> <li>Poner en juego estrategias de lectura adecuadas al género del texto y al propósito de lectura: atender al paratexto, relacionar la información del texto con sus conocimientos previos, realizar anticipaciones e inferencias, detectar la información relevante, vincular el texto escrito a las ilustraciones y/o gráficos y esquemas que lo acompañan.</li> <li>Respetar la coherencia del contenido en la producción de textos escritos.</li> <li>Emplear construcciones sustantivas, adjetivos y frases predicativas de manera adecuada al destinatario, al contexto de circulación del texto y al género.</li> <li>Revisar la ortografía de un texto recurriendo a los contenidos estudiados sobre ortografía de las letras.</li> </ul>

## Educación digital

- Análisis crítico de la información. Validación de contenidos y fuentes en soporte digital.
- Producción de contenidos informacionales multimedia.
- Lectura mediada por dispositivos digitales. Lectura hipertextual.
- Producción de hipertextos.
- Recursos textuales para la producción y edición textual y multimedial.
- Criterios de búsqueda y selección de la información.
- Utilización de recursos digitales para la construcción de producciones individuales y colaborativas. Recursos de libre distribución. Licencias creative commons.
- Uso seguro y responsable de recursos digitales.
- Edición digital de medios gráficos, textuales, audiovisuales y multimedia.

## Primera parte Fase de preparación

### Los medios masivos como agencias que construyen representaciones

El inicio de este proyecto requiere que los estudiantes sepan que su objetivo final es la puesta en marcha de una agencia de noticias y que, para eso, atravesarán distintas instancias de discusión, reflexión, producción y análisis.

#### **Actividad 1. Discusión colectiva sobre los consumos noticiosos de los jóvenes**

A partir de interrogantes tales como: *¿cómo se informan? ¿A través de qué medios? ¿Qué tipo de información les interesa?*, se les propone a los estudiantes conversar sobre sus consumos de noticias en los medios de comunicación.

El docente puede escribir en el pizarrón, en un mural digital (Puede utilizarse [Padlet](#)) o en un afiche lo que dicen los jóvenes. Luego, les pregunta si saben cuál es el origen de esa información y quién la produjo. Después, anota las respuestas, presenta el proyecto junto con la propuesta de producción y abre un espacio de comentarios sobre lo que creen que van a hacer.

#### **Actividad 2. Armado de una agenda de trabajo para pautar juntos tiempos y tareas**

Si queda tiempo en esa clase o en la siguiente, el docente preparará junto con los estudiantes una agenda del proyecto en donde se pauten los distintos momentos, el tiempo estimado y las tareas que se esperan de ellos. Sería deseable que haya en el aula una agenda colectiva y los estudiantes tengan en su carpeta una agenda personal.

Se sugiere utilizar la aplicación [Calendario de Google](#) para crear y organizar de manera colaborativa la agenda. Esta aplicación, que puede ser utilizada desde cualquier dispositivo digital que posean los estudiantes, permitirá generar calendarios compartidos por roles, individuales, grupales y listas de asignación de tareas. De esta manera, todos los participantes en el proyecto podrán estar enterados de las tareas específicas de cada miembro, plazos para su cumplimiento y etapas, de manera de aprender y a respetar los plazos consignados, evitando superposiciones.

## Actividad 3. Análisis de portadas de diarios de circulación masiva

Luego, se trabaja el concepto de agencia a partir de la pregunta “¿quién comunica y qué comunica?” El docente propondrá comenzar la situación de análisis de portadas que sigue con la idea de corroborar o no las respuestas de la primera actividad.

Para esto, se propone trabajar con la portada de una misma fecha de diferentes diarios. Se sugieren:

No necesariamente tiene que ser el diario del día. Es muy fructífera esta situación de análisis y selección igualmente con diarios de unas semanas o meses atrás, pues no se trata de comentar la realidad social sino de analizar el proceso de selección y jerarquización que realizan los diarios en la construcción de sus portadas.

En grupos de cuatro o de cinco, según la cantidad de portadas con las que se cuente, los estudiantes van a analizar:

*¿Qué noticias aparecen en cada portada? ¿Son las mismas? ¿Qué importancia tiene cada noticia en cada diario? ¿Qué lugar ocupa la misma noticia en las distintas portadas? ¿Por qué les parece que se da esa diferencia? ¿Qué noticias que ustedes consideran importantes son omitidas por estos medios? ¿Por qué les parece que las portadas se organizan así?*

Pueden consignar sus respuestas en un documento compartido de manera de facilitar la socialización de las respuestas entre los grupos de pares y poder establecer similitudes y diferencias.

El docente podrá anotar en el pizarrón titulares de hechos que sucedieron en la escuela o la comunidad en el mismo período de tiempo y que no aparecen en el diario por su carácter local. Estos titulares pueden dar lugar a reflexiones sobre el carácter de las noticias que aparecen en las portadas de los diarios de circulación masiva.

Organizará el trabajo en el grupo de modo que primero tengan un tiempo individual para elegir dos diarios y analizarlos y luego pongan en común el análisis y confronten las distintas

concepciones. Finalmente, el grupo va a tener que llegar a un análisis común y anotar los desacuerdos.

Como cierre, el docente propondrá armar en una hoja blanca sus propias portadas a partir de las portadas de todos los diarios. Mientras los estudiantes recortan y eligen qué poner en esa hoja en blanco y cómo, pasará por los bancos con un tacho de basura para literalmente “descartar” las noticias que no entren en la tapa. Es una escena en la que se hace bastante patente este proceso de selección que tienen que producir a diario los medios gráficos.

Para compartir lo producido, los estudiantes también podrían realizar esta portada de diario utilizando herramientas digitales tales como Publisher (*offline*), [Canva](#) (*online*) o utilizar plantillas prediseñadas como las disponibles en [FreePick](#) para luego incorporar el contenido seleccionado por los estudiantes.

### Conceptos involucrados en la acción

La **representación** es una herramienta del discurso en tanto selecciona, jerarquiza, reorganiza, matiza, focaliza, subraya y fragmenta. Se ponen en juego mecanismos a través de los cuales se crea/recrea una imagen de lo “real”. Estos mecanismos son:

- *Selección/omisión: ¿qué se dice? ¿Qué no se dice?*

A través del mecanismo de selección cada medio determina qué será incluido y que será excluido. En este proceso, el medio define lo que considera relevante, noticiable (lo que considera noticia). La selección es el primer mecanismo que utiliza el medio para la definición de su perfil y para la lectura que hace de los hechos. Este proceso se aplica a todos los medios.

- *Jerarquización: ¿dónde se coloca?*

El segundo mecanismo, la jerarquización, se relaciona con el lugar que se le asigna a las noticias. Una vez que la televisión, la radio o el diario decidieron qué incluirán (selección), deben tomar la segunda decisión: dónde lo colocan, qué espacio le asignan (no es lo mismo una noticia en la primera plana que en la página 20); qué tiempo le otorgan y qué duración le darán a la cobertura; con qué imágenes comienza un noticiero, cuál va a ser “la historia del día”.

- *Tratamiento: ¿cómo se dice?*

Es decir, cómo se muestra el acontecimiento. La forma en que fue redactada una noticia, la ubicación de una cámara, la edición de las imágenes, la música que las acompaña o la titulación apuntan al tratamiento del mensaje e implican una valoración, una toma de posición frente a los hechos.

Estos tres mecanismos son utilizados por todos los medios, cada uno con sus lenguajes específicos.

Luego de la puesta en común, propondrá a los estudiantes comentar cómo desarrollaron el trabajo y las ideas que se les fueron ocurriendo, los acuerdos y desacuerdos. Como cierre de esta situación de análisis es posible destacar que:

- todos los medios/agencias construyen representaciones distintas según sus propios intereses; para eso, deciden qué decir, qué omitir y cómo jerarquizar la información;
- hay mucha información disponible a través de distintas fuentes y cada medio decide cuál publicar. Allí se introduce la diferencia entre fuente directa y fuente indirecta, categoría a la cual pertenece la *agencia de noticias*.

## Evaluación: reflexiones sobre los modos de producción de la noticia

Se propone comenzar la fase de evaluación relevando el punto de partida de los estudiantes en relación con sus representaciones sobre cómo se producen las noticias. Se trata de indagar y registrar algunos aspectos relativos a sí:

- los jóvenes distinguen los hechos o los dichos de las noticias sobre estos;
- hay una supremacía de la televisión a la hora de definir qué es una noticia;
- son variados los dispositivos mediáticos que identifican como medios de circulación de las noticias;
- reconocen un circuito o retroalimentación entre estos dispositivos mediáticos o la idea de relación es más bien unilateral desde la televisión;
- advierten algunos aspectos del proceso de producción de la noticia: selección, jerarquización, captación de la audiencia.

No se trata de calificar a los estudiantes en función de si identifican o no estos puntos, sino de relevar sus ideas sobre el proceso de producción de noticias para conocer el punto de partida de sus reflexiones, intervenir sobre estas en los intercambios que se suscitan en el aula (conversando y argumentando sobre el tema) y poder retomarmas luego de la experiencia con el proyecto.

## ¿Qué es una agencia de noticias?

En este momento de la secuencia, los estudiantes van a ver un capítulo de un programa de televisión sobre lo que son las agencias de noticias y van a compartir la historia de su origen.

Antes de ver el video y como inicio de la clase, el docente propone la discusión sobre lo que los alumnos saben sobre el tema: *¿saben qué es una agencia de noticias? ¿Imaginan a qué se dedica? Les recordará que ellos van a actuar como una agencia de noticias, así que es importante saber qué son y cómo funcionan.*

## Actividad 4. Análisis de un video sobre qué es una agencia de noticias

Se les propone a los estudiantes ver el video [“Agencias de noticias” del ciclo \*En el medio, de Canal Encuentro\*](#). Y, también, tomar notas mientras lo ven o al final, rebobinando sobre:

- Las definiciones que se dan sobre las agencias y los cables de noticias.
- Las explicaciones sobre cómo se trabaja y para qué en una agencia de noticias.

Es importante destacar en este momento que las agencias de noticias son las primeras fuentes de información de las que se nutren los diarios, las radios y la televisión, así como la responsabilidad de los periodistas y del medio a la hora de brindar información.

En el intercambio posterior al visionado del video, el docente puede indagar en cuestiones como las que siguen:

- ¿Qué tarea tiene una agencia de noticias? ¿Cuál es su destinatario principal? ¿En qué se diferencia una agencia de un medio de comunicación como un diario o una radio? ¿Tienen el mismo destinatario?
- ¿Cómo se construye una noticia? ¿Todos los hechos son noticias? ¿Cuáles sí y cuáles no? ¿Quién lo decide?
- ¿Qué lugar ocupan las agencias de noticias en esa cadena que trabaja para convertir un hecho en noticia?
- ¿Cuánto tiempo trabaja una agencia? ¿Cómo trabaja? ¿Qué diferencias existen entre las agencias privadas y las agencias públicas?
- ¿Qué es un cable de noticias?
- ¿Por qué en el video se dice que en todos los casos la noticia es producto de una construcción? ¿Se puede decir que una noticia de agencia es “objetiva”?
- ¿Quién y cómo redacta una noticia? ¿Con qué formato? ¿Por qué se dice que sigue el formato de la pirámide invertida?
- ¿Por qué es importante, como lectores, identificar la fuente de las noticias que leemos?

Se podría volver a ver partes del video que responden a alguno de estos interrogantes, por ejemplo, cuando no hay acuerdo sobre lo que señalaba el video o porque el docente quiere llamar la atención sobre algún aspecto que fue advertido por los estudiantes o sobre el modo en que la conductora definió o explicó alguna idea.

Entre todos, pueden poner en común las notas y armar una definición de “agencia de noticias” que les resulte operativa para el proyecto y que puedan usar para explicarles a otros

lo que están haciendo. Para ello, se puede armar la definición en un afiche a través de la escritura colectiva por dictado al docente y dejarla a la vista junto con la agenda de trabajo que armaron al comienzo.

Si se cuenta con los recursos digitales necesarios es posible crear un mural digital colaborativo en [Padlet](#) o [Lino.it](#) para tomar las notas, registrar lo visionado en el video y el intercambio posterior.

## Actividad 5. Lectura de un artículo sobre la historia de las agencias de noticias

Para ahondar en la historia de las agencias de noticias, en esta actividad se propone compartir la lectura de “De las palomas mensajeras al satélite: una historia de las agencias de noticias”. Fragmento extraído de *Comunicación, sociedad y medios*. Caletti, Sergio (comp.) y otros. Buenos Aires, Santillana, 2007.

El docente puede proponer la lectura individual o en duplas del texto, y plantearles que, mientras leen, subrayen los distintos momentos de la historia de las agencias de noticias. Luego, pedirles que cuando terminen de leer, expliquen en un párrafo breve el título del artículo.

Entre todos, pueden compartir lo subrayado y la breve explicación y comentar:

*¿En qué contexto surgen las agencias de noticias? ¿Cuál fue su rol? ¿Cuáles son más importantes a nivel internacional? ¿De qué origen son? ¿Cuáles son las más importantes de nuestro país?*

### Otros recorridos posibles

Pueden visitar las páginas de las principales agencias de noticias del mundo para ampliar la información:

- [Reuters](#). Esta agencia de noticias con sede en el Reino Unido fue creada en el año 1851; tiene presencia en más de 200 ciudades y 94 países, suministrando información en más de 20 idiomas.
- [Agence France Presse](#). Se trata de la agencia de noticias más antigua en el mundo; fundada en 1835, tiene su sede en París y oficinas en 110 países.

- [Associated Press](#). Es una agencia de noticias de Estados Unidos creada en 1846 que ofrece información en cinco idiomas.
- [Al Jazeera](#). Creada en 1996 por el emir de Qatar, que es también su propietario, la agencia Al Jazeera se dio a conocer en 2001 cuando emitió los videos de Bin Laden. Además de una agencia de noticias para el mundo árabe, tiene un canal de televisión que emite información continua vía satélite. Respecto de los hechos de actualidad, defiende un punto de vista árabe, musulmán y antiamericano, por lo que se ha convertido en el referente para la opinión pública árabe, que no cree lo que difunden las televisiones estatales de sus países.
- También pueden buscar la fuente de la información en los diarios, en especial en la sección de internacionales y política. Reflexionar: ¿De dónde proviene la información? ¿Qué opinan del rol de estas agencias en el armado de la agenda mundial? ¿Les parece que una agencia norteamericana tendrá los mismos intereses que una francesa o una argentina en la cobertura de un tema local?

## ¿Cómo funciona una agencia de noticias? El ejemplo de Télam

El objetivo en esta parte de la secuencia es que los estudiantes conozcan el funcionamiento de una agencia de noticias a partir del ejemplo de Télam, la agencia nacional de noticias. Para ello, se propone la indagación en la agencia y la discusión sobre los hallazgos hechos.

### Actividad 6. Exploración del sitio web de la Agencia Nacional de Noticias (Télam)

En la sala de informática, en el salón con los celulares o entre todos con una pantalla digital, según los recursos técnicos con que se cuenten, proponga a sus estudiantes que entren al sitio web de la [Agencia Nacional de Noticias Télam](#) y recorran la sección cablera para comprender de qué manera funciona.

Es posible orientar la lectura del sitio a partir de estos interrogantes y consignas:

- ¿De qué manera acceden a la información los distintos medios que les compran noticias a Télam?
- Según el texto que leímos en el encuentro anterior: ¿cómo era antes de internet? ¿Qué les parece que aporta la tecnología en este caso?
- Registren qué secciones aparecen, cómo está organizada la información, qué tipo de recursos hay (fotografías, videos, etc).
- ¿Qué secciones les resultan más interesantes? ¿Por qué? ¿Qué secciones agregarían? ¿Por qué?

Es importante que entre todos o en grupos pequeños, registren la información recabada en el sitio y los comentarios que surgen de la discusión colectiva o grupal, para recuperar en el armado de la agencia de noticias.

Al final de la clase o como tarea, se les indicará que descarguen varios cables para trabajar en las actividades que siguen.

### Evaluación: ¿qué sé sobre las agencias de noticias y qué necesito saber?

Los estudiantes realizaron varias actividades tendientes a conocer, qué son y cómo funcionan las agencias de noticias. Esta es una información relevante para el proceso de producción que van a encarar en la segunda parte de proyecto. En este momento de la secuencia se les puede proponer que miren para atrás en sus notas y en el trabajo realizado para registrar en un texto breve de aproximadamente 40/50 líneas y que escriban en clase lo que saben sobre las agencias de noticias. Puede guiarse esta escritura a partir de un esquema temático o de preguntas relacionadas con los aspectos que fueron surgiendo de ver el video, la lectura del artículo y los intercambios como guía para organizar el texto. Luego, a partir de los textos que escriba cada uno se puede armar un texto colectivo con toda la información que sirva como puesta en común y validación colectiva de lo que aprendieron hasta el momento sobre el tema. Antes del escrito, los estudiantes se tienen que asegurar de que cuentan con todos los insumos para producir el texto, hayan participado o no de todas las actividades previas. Durante la escritura tienen que traer los registros para usar en la producción. Luego, tienen que contar con un texto completo para participar de la situación de escritura a través del docente. Para la elaboración del texto colectivo se puede producir en un documento de Google Drive.

### Los cables de noticias

En esta parte de la secuencia se propone conocer mejor la organización, el contenido y algunas claves de escritura de los cables de noticias. Este será un recurso central para la producción que los jóvenes hagan en la segunda parte del proyecto.

## Actividad 7. Análisis compartido de cables de noticias

Esta actividad supone el análisis de los cables que estuvieron leyendo en la situación anterior. Es importante que de este trabajo quede un registro, para que los estudiantes puedan usar esa información sobre la organización y el contenido del texto en la actividad de producción que sigue y en la segunda parte, cuando produzcan sus propios cables para la agencia de noticias de la escuela. Por ejemplo, se puede armar un esquema en un afiche con ejemplos de los cables leídos para que quede a mano para las escrituras futuras.

### Conceptos claves que son objeto de reflexión

#### Organización del texto

Los cables suelen tener 30 líneas. En esas líneas caben:

*Título:* recoge el contenido informativo de la noticia y se presenta en una tipografía mayor que la del resto de los componentes.

*Volanta:* ubica y anticipa lo que amplía el título. Va ubicada arriba de este último.

*Copete o cabeza (head):* resume lo esencial de esa noticia. Es una bajada de cuatro o cinco líneas que presenta una síntesis de la noticia que permite poner en tema al lector. Corresponde al primer párrafo del cable.

*Cuerpo del cable:* son tres o cuatro párrafos de desarrollo de la noticia a partir de los temas planteados en el copete.

La información se dispone en el cable como las noticias de prensa de acuerdo con el modelo de la pirámide invertida, pues se organiza la información desde la que tiene mayor importancia hasta los detalles. Es importante saber rápidamente qué información se podría cortar sin comprometer el núcleo de la información.

#### Contenido del cable

Para planificar el contenido del cable es posible armar un esquema que recupere lo que tradicionalmente, en la redacción periodística, se llama las **5W** (denominación que deriva del idioma inglés): qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo.

*Qué (what):* es el acontecimiento, el hecho, la noticia.

*Quién (who):* el personaje o personajes de la noticia.

*Cuándo (when):* sitúa la acción en el tiempo.

*Dónde (where):* lugar del hecho.

*Por qué (why) y cómo:* describe la forma y circunstancias en la que tuvo lugar el acontecimiento y explica las razones o causas del hecho.

Este esquema podría adoptar el formato del mapa o red conceptual (ver [Documento ampliatorio sobre la elaboración de mapas y redes conceptuales del sitio web Tu Gimnasia Cerebral](#)) para lo cual se sugiere la utilización de:

También pueden utilizarse los diseñadores de esquemas disponibles en los procesadores de texto para organizar y jerarquizar la información.



La situación de análisis colectivo de cables de noticias puede realizarse de distintas maneras:

- todos con el mismo cable analizan aspectos que usted le presenta, o:
- realizan primero una situación de análisis individual o en duplas, para luego poner en común y llegar a las conclusiones entre todos.

En caso de que se opte por el análisis de un mismo cable, una alternativa consiste en utilizar la aplicación [Voice Thread](#) que permite introducir el cable analizado como un disparador central, habilitando espacios para que cada estudiante o grupo realice su aporte en diversos formatos: texto, comentario, video, audio.

Otros aspectos para tener en cuenta en la escritura de los cables son la selección léxica y el recurso a las fuentes que hacen los agencieros y la precisión de datos, fechas, cantidad, etcétera.

- En casi todos los manuales de redacción de cables de noticias se llama la atención sobre la necesidad de recurrir a un lenguaje cercano a la audiencia para asegurar la claridad en el cable.
- Por otro lado, como sucede en todo el discurso periodístico tiene que quedar bien especificado cuáles son las fuentes de la noticia.
- La **precisión, concisión y especificidad** son otros rasgos propios de los cables de noticias. El escritor del cable se tiene que preguntar si podría haber dicho lo mismo con menos palabras, si revisó los datos, cifras, declaraciones, etc., si lo van a entender personas que no tengan ningún conocimiento sobre el tema.

## Actividad 8. Reescritura de cables

En pequeños grupos de escritura (no más de tres personas), se montará en el aula un taller de escritura de cables de noticias. Para ello, el docente puede seleccionar uno de los cables leídos para trabajar. Se le entrega a cada grupo solo el cuerpo de la noticia de ese cable que se seleccionó. Cada grupo deberá entonces, en primer lugar, ampliar la información dada en el cable que se le dio, por ejemplo agregando adjetivos y otras construcciones para describir. El objetivo es precisar la información y ampliar si falta información relativa a las preguntas básicas del contenido que vieron entre todos en la actividad anterior.

Luego, cada grupo intercambia el cuerpo de la noticia modificado con otro grupo para que se encargue de escribir la volanta, el título, el copete y proponga una imagen que se podría usar para acompañar el texto.

Así se puede reflexionar sobre cómo a partir de un mismo hecho se pueden construir distintas representaciones de la noticia.

Otras actividades posibles o versiones de esta actividad de reescritura podrían ser las siguientes.

A partir de retomar el trabajo con las tapas de diario hecho en clases anteriores:

- Pedir a los estudiantes que armen grupos y repartirles un cable para que ellos tengan que escribir la noticia acorde al medio que les haya tocado. De esta manera se puede reflexionar cómo, a partir de un mismo cable, cada medio produce distintas noticias de acuerdo a su línea editorial.

- También se puede trabajar con una selección de cables que la agencia Télam haya generado un mismo día. Los estudiantes se reúnen en pequeños grupos y a cada grupo se le asigna un medio diferente (*Clarín, La Nación, Crónica y Página/12*), se les da una hoja en blanco y la selección de cables. Se les propone entonces, armar la tapa del día seleccionando las noticias de tapa para el medio que se les haya otorgado. Así, cada grupo conformará su tapa en base a los mismos cables.

Para la escritura en pequeños grupos es posible utilizar [Google Drive](#) y para el armado de las tapas en versión digital se sugiere la utilización de [Canva](#).

## Evaluación de las reescrituras de los cables de noticias

Es importante mirar en las reescrituras que hagan los estudiantes el grado de apropiación en la práctica de las nociones relacionadas con la *organización del texto*, el *contenido* y las *características del discurso de los cables*. El docente puede anticipar qué espera de estas categorías de escritura en función de lo que se trabajó en el análisis previo.

Se aprovecharán estas primeras escrituras para relevar cuestiones de cohesión y ortografía para trabajar en la segunda parte del proyecto, cuando los jóvenes escriban sus propios cables de noticias.

Con la descripción de estas categorías es posible realizar una rúbrica del desempeño como la siguiente:

Categorías/aspectos de la escritura	Indicadores de avance			
<b>Organización del texto</b>	El texto producido retoma todas las partes de la organización del texto: título, copete, cuerpo, volanta de manera adecuada al tema del cable y la información se organiza de acuerdo con una lógica descendente (pirámide invertida).	El texto producido retoma el título y el copete de manera adecuada al tema del cable. Hay un desarrollo del cuerpo de la noticia, pero sin una organización clara de la nueva información que se va aportando.	El texto producido retoma solo el título y el copete de manera adecuada. Luego, la información del cable no está organizada o el texto está incompleto.	El texto producido retoma alguna información sin organización evidente.
<b>Contenido</b>	Se incluye toda la información relevante referida al hecho, declaración y temática del cable.	Se incluye información relevante referida al hecho, declaración y temática del cable, aunque podría ampliarse en algunos aspectos no centrales.	Se incluye alguna información relevante, pero faltan aspectos centrales o hay demasiados detalles que no responden a las preguntas básicas (5W).	No se incluye información central al hecho, declaración y temática del cable. Ya sea porque el cable está incompleto, porque incluye demasiados detalles referidos a un aspecto solamente o porque se explaya en comentarios.
<b>Características trabajadas del discurso de los cables de noticias</b>	Hay referencias explícitas a las fuentes del cable. Se respeta el límite de líneas establecido para que el cable pueda ser conciso. La selección léxica busca ser explícitamente clara y descriptiva pensando en una audiencia que no conoce el tema.	Hay referencias explícitas a las fuentes. El escritor se extiende del límite establecido para el cable. La selección léxica podría ser un poco más precisa y clara.	Las referencias a las fuentes no son explícitas. Se supone un lector que conoce el tema, se usan términos generales o no se describen sucesos, dichos o personas. No se respeta el límite de líneas establecido para la reescritura del cable.	No hay referencias a las fuentes. La selección léxica no es precisa o adecuada a la audiencia. No se respeta el límite de líneas establecido para la reescritura del cable.

## Las Fotografías

Este encuentro tiene por objetivo introducir a los jóvenes en el lenguaje fotográfico y su aporte al periodismo gráfico, en vistas al desarrollo de una agencia de noticias escolar.

Los cables de noticias muchas veces vienen acompañados de fotografías. El fotoperiodismo tiene una larga trayectoria e implica la mirada del fotógrafo sobre los hechos.

### **Actividad 9. Visionado de un programa sobre los reporteros gráficos**

Para saber cómo es el mundo del reportero gráfico se sugiere el visionado de [“Fotoperiodismo” del ciclo En el medio de Canal Encuentro.](#)

Luego de ver el video, el docente puede comentar con los estudiantes:

*¿Qué es el fotoperiodismo? ¿Qué lugar ocupa el fotoperiodismo en la fotografía? ¿Es lo mismo ser fotógrafo que ser fotoperiodista? ¿Cómo se relaciona el trabajo del reportero gráfico con el del cronista? ¿Por qué podemos decir que, en algún sentido, el fotoperiodista hace un recorte de la realidad?*

Como en ocasiones anteriores, anoten conclusiones sobre estas respuestas que puedan ser utilizadas en la segunda etapa cuando tomen las fotografías para sus cables.

### **Actividad 10. Análisis de fotografías y epígrafes de los cables leídos**

Después de ver el video se puede trabajar sobre las imágenes y los epígrafes de los cables que se hayan trabajado en la actividad anterior. Algunas preguntas que pueden orientar el análisis son: la fotografía es representativa del cable que se está analizando?, ¿qué consideran que aporta al cable analizado?, ¿qué dice el epígrafe?, ¿aporta información extra?

Otra actividad posible es hacer una selección de fotografías de la sección “Fotos” de la Agencia Télam y que, en grupos, los estudiantes tengan que redactar la volanta, el título y el copete de la noticia que podría estar ilustrada por esas fotografías.

Se sugiere la redacción de la noticia con un procesador de textos, así resultarán más sencillas las revisiones e inclusiones que hagan.

Con el objetivo de introducir el tema resulta relevante que se les pregunte si sacan fotografías, en qué contexto, dónde las publican, con quiénes las comparten.

Antes de que trabajen tomando fotografías, es necesario indagar sobre nociones básicas de lenguaje como luz, sombra, enfoque, planos. Se sugiere la utilización del video [Lenguaje fotográfico](#), que es breve y explica con claridad el uso de los distintos elementos involucrados en él. Estos conceptos servirán como un lenguaje en común en el momento de comentar las fotografías y las decisiones tomadas.

## Segunda parte

### Producción de la agencia de noticias de la escuela

Este es el momento de producir la agencia de noticias en el aula y en la escuela. En primer lugar, resulta conveniente repactar con los estudiantes tiempos, tareas y roles, porque hay que tomar muchas decisiones que serán las que definan las características de la agencia de noticias que crearán los jóvenes y hay mucho trabajo que realizar. Se sugiere revisar el *Google Calendar* en el que consignaron las tareas y acciones iniciales.

Luego, el docente acompañará la producción que hagan los jóvenes por sí mismos en la escuela o en la comunidad: recordando tiempos y tareas, leyendo lo que van escribiendo para actuar como lector crítico y primer revisor, promoviendo la reflexión sobre lo hecho y la revisión de la producción.

### A montar la agencia y producir cables de noticias

#### Actividad 11. Toma de decisiones para empezar la agencia de noticias

En primer término, hay que discutir entre todos y tomar varias decisiones relacionadas con:

#### **Los objetivos de la agencia**

Para iniciar el trabajo de armado de una agencia de noticias hay que definir los objetivos de la misma: *¿qué información se quiere difundir?*

#### **Los destinatarios**

*¿A quiénes se quiere hacer llegar la información?: ¿A los otros estudiantes del colegio, a la comunidad educativa en general, a estudiantes de otros colegios, etc.? ¿Dónde se va a publicar (en un blog, en la cartelera del colegio, en una publicación gráfica, etcétera).*

## Las temáticas

Cuando se analizó el modo en que funciona la agencia Télam se registraron las temáticas que abordaban y los estudiantes definieron las que más les gustaban y las que ellos agregarían.

Es importante recuperar ese trabajo y empezar a delinear las secciones de la agencia. Se recomienda que no sean más de cinco y que respondan a los objetivos. Por ejemplo, si estos objetivos se relacionan con el cuidado del ambiente se pueden armar secciones temáticas vinculadas al reciclado en la escuela, a la cobertura de noticias vinculadas al barrio y el cuidado del ambiente.

Si se definen estas secciones, es posible organizar los grupos de “agentes de noticias” según estas temáticas.

Es necesario destacar que la información debe ser recogida directamente por los estudiantes, tal como ocurre en una agencia de noticias. No se trata de replicar información de otros medios.

## La duración / frecuencia

¿La agencia va a publicar noticias diariamente, semanalmente, mensualmente? ¿Va a permanecer activa durante un trimestre, dos trimestres o todo el año?

Estas son decisiones que hay que tomar porque definirán el tiempo y la frecuencia con que la agencia actualizará su información.

Las decisiones que se tomen serán registradas de manera colectiva para poder volver a ellas, cuando sea necesario.

## Actividad 12. Definición del nombre y el logo de la agencia de noticias

En esta actividad, continúa la toma de decisiones, ahora ya sobre aspectos relacionados con la imagen de la agencia: nombre y logotipo.

## El nombre de la agencia de noticias

Luego de conversar y debatir las cuestiones planteadas en la actividad previa, es necesario ponerle un nombre a la agencia. Para esto se puede armar un concurso en la escuela para que toda la comunidad pueda participar de la elección del nombre. Para la

convocatoria se puede armar un *collage* para pegar en la cartelera de la escuela o escribir un manifiesto explicando los objetivos de la agencia.

## El logotipo

Para la producción del logotipo, el docente puede mostrarles a los estudiantes distintos ejemplos y preguntarles si los reconocen.

Se trata de reflexionar sobre la importancia de la imagen en la comunicación, la relación entre la identidad de un producto y la instalación de una marca.

### Recursos web



Para conocer algunas pautas para el diseño de un logo, puede consultar el artículo [“7 Consejos para diseñar un buen logo”](#) del sitio web [Lancetalent](#).

Se puede proponer a los estudiantes que dibujen el logo o ideas para un logo a partir de preguntas disparadoras: *¿Qué se quiere comunicar con la agencia de noticias? ¿Qué imagen acompañaría mejor ese concepto?*

Para la producción del logo se sugiere el uso de la aplicación **GIMP** (GNU Image Manipulation Program), que es un programa de edición de imágenes digitales con herramientas que permiten el retoque y la edición de imágenes, el dibujo de formas libres, la modificación del tamaño, el recorte y la producción de fotomontajes, entre otras cosas.

El programa es libre y gratuito y se encuentra disponible en las *netbooks* de Conectar Igualdad. También pueden lograr logos con una estética profesional utilizando la aplicación *online* [Freelogoservice](#).



## Actividad 13. Organización de la mesa de trabajo y archivos de la Agencia

Antes de iniciar este trabajo, será indispensable que cada grupo organice el lugar donde se recopilará todo lo producido. Para esto será necesario que armen una carpeta de producción en una *netbook* o en una computadora claramente identificada y al mismo tiempo es importante que resguarden esa carpeta en la nube, como carpeta compartida para poder acceder a ella desde cualquier dispositivo digital conectado a internet y, además, a fin de evitar perder la información y el trabajo realizado si la computadora no está disponible, se pierde o se rompe.

Como van a necesitar más de un encuentro para el proceso de escritura, reescritura y revisión final de lo que se publicará, es importante que en cada grupo se arme una agenda de la producción en la que consten las tareas y los tiempos previstos, como el ejemplo que se propone:

Tareas	Días previstos	Organización de los roles dentro del equipo
<ul style="list-style-type: none"><li>Ir a recolectar la información: toma de notas, fotos, entrevistas, recolección de documentos, etcétera.</li></ul>		
<ul style="list-style-type: none"><li>Análisis de lo recolectado y escritura de la primera versión del cable de noticias.</li></ul>		
<ul style="list-style-type: none"><li>Revisión de la escritura y definición de las imágenes que acompañarán al texto.</li></ul>		
<ul style="list-style-type: none"><li>Edición de los cables: título, epígrafe de la foto, negritas y destacados.</li></ul>		

## Evaluación: el seguimiento de las tareas de escritura dentro del equipo

Esta agenda de cada grupo puede actuar como la primera referencia para la evaluación del trabajo de escritura. El docente acompañará a los estudiantes para que puedan volver sobre lo agendado y evalúen cómo están cumpliendo estas tareas. En cada momento, se abrirá una instancia de autoevaluación y de evaluación del docente sobre cada momento de la secuencia de escritura específicamente.

## Actividad 14. Especificaciones y anticipaciones sobre el tema del cable

Esta instancia estará dedicada a la especificar el tema que se va a abordar. En este punto se definirán los contenidos a investigar y el enfoque que se les dará, así como las fuentes de información a las que se va a recurrir. Por ejemplo, si van a armar una agencia de noticia que cubra un acontecimiento de la escuela, como un festival o feria, un tema puede ser las opiniones y el nivel de involucramiento de los estudiantes sobre el festival o los preparativos que se tienen que hacer para lograr hacerlo y quiénes los están haciendo. Para especificar el tema, los estudiantes pueden plantearse preguntas, cuya respuesta lleve a desarrollarlo, como: *¿la mayoría de los estudiantes conoce el festival que se va a realizar? ¿Qué piensan los estudiantes de los distintos años sobre el festival...? ¿Sienten que participan de su realización?, etcétera.*

Entre todos, pueden compartir las definiciones y especificaciones hechas sobre el tema, así como el punto de vista que podrían darles a las noticias. Esta discusión colectiva es una oportunidad para analizar los temas, las preguntas orientadoras y la definición sobre a quiénes o cómo recolectar información. El docente puede promover que los grupos se escuchen y se aporten comentarios, así como aportar sugerencias para revisar estos aspectos en cada grupo.

Al finalizar el intercambio, el docente propondrá que cada grupo revise sus notas y ajuste su agenda de trabajo, así como los roles y tiempos que va a tener cada miembro del grupo en la tarea de recolección de la información.

## Actividad 15. La recolección de la información

Esta actividad se puede realizar en una hora de clase o en otros momentos fuera del horario de la clase. Ya en la agenda del trabajo del grupo se previó cómo se va a recolectar información y cuándo. El docente estimulará a los estudiantes a realizar la recolección y acompañará a algún grupo que necesita un apoyo extra para hacer el trabajo.

Además del soporte papel, utilicen los registros en audio para complementar la información recolectada, utilizando la grabadora de sonidos de las *netbooks*.

## Evaluación: acuerdos y expectativas sobre el trabajo realizado

Este momento del proyecto es central para la consecución de la producción. Por ello, recurrir a una pausa para evaluar cómo va el trabajo puede ser una instancia necesaria para ajustar lo hecho y avanzar.

Es posible organizar la evaluación de lo hecho a partir de una lista de cotejo que se elabore entre todos a partir de su intervención. El docente recapitulará lo que tendrían que haber hecho hasta el momento y ayudará a los estudiantes a formular preguntas que les sirvan para valorar el trabajo, como por ejemplo:

- ¿Se pudo recoger la información que se necesitaba para responder las preguntas sobre el tema?
- ¿Es necesario buscar más información?
- ¿Qué hay que hacer para conseguirla?
- ¿Qué se hizo para recoger información?: entrevistas, recolección de circulares y notas, lectura de documentos, etcétera.
- Las estrategias que se usaron para recoger información, ¿sirvieron?
- ¿Qué otras acciones tendrían que llevarse a cabo para tener más información?
- ¿Se pudo cumplir con los plazos establecidos en la agenda de trabajo? ¿Por qué sí o por qué no?

El docente deberá anticipar qué espera de los alumnos en esta etapa y compartirá con los estudiantes estas expectativas, pues serán los criterios para la evaluación de su participación en el proyecto hasta este momento.

### **Actividad 16. La escritura de los cables**

En esta parte del proyecto, los estudiantes van a retomar las claves de escritura que trabajaron juntos en la primera parte, relativas a la organización del texto del cable, a su contenido y a algunas características discursivas.

La consigna de trabajo que se les podría dar es:

*Escriban cables de noticias teniendo en cuenta lo trabajado anteriormente en relación con el formato*

(título, copete y volanta) y las preguntas: ¿qué ocurrió?, ¿quiénes participaron?, ¿dónde ocurrió?, ¿cuándo ocurrió?, ¿cómo sucedió? y ¿por qué sucedió? Recuerden los criterios discutidos en clase sobre la claridad, la precisión y la indicación de las fuentes.

El docente discutirá con los estudiantes estos temas y recuperará los registros hechos. Puede proponerles escribir un breve plan a partir de las preguntas y luego producir el texto con las partes acordadas.

Luego, podrían revisar los cables de otros grupos, leerlos en voz alta para ver si falta información, si hay repeticiones innecesarias y si se han dado todas las precisiones de información pensando en un lector que no conoce el hecho que noticia.

Algunos grupos de estudiantes pueden pasar a la siguiente actividad sobre la fotografía, mientras el docente sigue trabajando más codo a codo con otros grupos que necesiten revisar el texto.

Para revisar aspectos generales de puntuación o uso de conectores, podría organizar la revisión colectiva de algunos textos o armar un texto sumando varios de los hechos como ejemplo para que todos revisen esos aspectos.

El docente planificará, como cierre de esta actividad de escritura, tiempo para que los estudiantes revisen la ortografía de los textos y puedan recurrir a distintos instrumentos y conocimientos para revisar los textos: corrector de la computadora, diccionarios, palabras conocidas de la misma familia, conocimientos de reglas ortográficas (por ejemplo, las reglas de acentuación). Como suele suceder en las agencias periodísticas, se puede armar un taller de corrección de los textos donde se focalice especialmente en la normativa ortográfica y algunas otras cuestiones de estilo, por ejemplo, relativas al uso correcto de los signos de puntuación o de las preposiciones. De modo que, por grupos, se revisen algunos de estos aspectos en los textos de los compañeros hasta lograr un texto que se considere bien escrito desde el punto de vista ortográfico. El alcance de este “taller de corrección” va a depender de los errores que el docente vaya relevando mientras los estudiantes escriben. Igualmente, podría aprovechar esta situación de escritura para planificar intencionalmente, la revisión de cuestiones que son recurrentes en los textos, por ejemplo: la tildación.

## Actividad 17. La toma de fotografías

Para acompañar los cables es importante que los estudiantes saquen fotografías.

La selección de los cables y de las fotografías que se publicarán es una decisión que deberá tomarse colectivamente y deberá justificarse en cada caso.

Anticipen qué van a fotografiar y por qué y registren esas decisiones. Luego, el docente pedirá a los estudiantes que saquen tres o cuatro fotografías según el tema y que registren las decisiones que tomaron sobre lo que quieren mostrar, ilustrar, explicar, generar en la audiencia, etcétera.

Finalmente, puede organizar una presentación de las fotografías, seleccionar entre ellas cuál va a acompañar el cable y pedirles a los estudiantes que escriban el epígrafe.

En caso de que necesiten editar las fotografías pueden utilizar la aplicación online [Phixr](#).

## Posible derivación de la secuencia La reflexión sobre la lengua en la escritura de epígrafes

La escritura de la oración que funcione como epígrafe es una ocasión muy interesante para revisar nociones de sintaxis o generar situaciones para que los estudiantes conozcan distintas formas sintácticas para “hacer hablar a la fotografía”: se usarán frases nominales sin verbo conjugado o al contrario oraciones bimembres con sujeto expreso y predicado. Como van a tener que redactar varios epígrafes, se puede organizar una breve secuencia de producción de oraciones a partir de lo que los estudiantes saben sobre los contenidos de los cables para analizar distintas formas de ampliar o reformular. En un primer momento, los estudiantes producen y analizan de manera intuitiva. Luego, con la ayuda del docente y los ejemplos que él trae, pueden ir precisando conceptos y estructuras relacionados con la oración simple.

### Recursos web

Cassany, Daniel (2016). [“Ejercitar estructuras sintácticas”](#), en revista *Transformación*, 12 (2), pp. 11-20, Cuba, Universidad de Camagüey, 2016.

Zayas, F. [“Cómo funciona la oración: el sujeto”](#), en El Tinglado, 2007.  
[“El trabajo con la sintaxis”](#), en Educ.ar.

## Actividad 18. La puesta en funcionamiento de la agencia de noticias

Es el momento de la publicación de los cables y del armado de la agencia. Esto implica montarla en un lugar visible con su logo, su nombre, los cables y las fotografías.

Según los recursos disponibles en la escuela, el docente puede armar con los estudiantes distintas presentaciones para la agencia de noticias, desde una revista digital o un *blog* de la escuela, a un folleto informativo que se reparta con motivo del festival o suceso que se está cubriendo. De acuerdo con el soporte elegido van a surgir distintas cuestiones relacionadas con la edición de los textos: la tipografía y la organización en la página, la inserción de las fotos, el uso de negritas y destacados, etc. En todos los casos, se trataría de resaltar estos procedimientos de edición en relación con la comunicabilidad de los cables y como un recurso más para la claridad que requieren como género periodístico.

Para crear un *blog* se sugiere el uso del siguiente sitio web [Blogger](https://www.blogger.com), que cuenta con plantillas sencillas de utilizar y con un entorno amigable para el trabajo escolar. Es importante tener en cuenta que esta publicación estará *online*.

Para armar una revista digital sin necesidad de conexión, se pueden utilizar las herramientas de diseño de los procesadores de texto como Word (Windows), Publisher (Windows) y Write (Open Office), así como las aplicaciones que se usan para armar presentaciones como PowerPoint (Windows) e Impress (Open Office).

## Evaluación del proceso de escritura

Un instrumento muy potente para el seguimiento y evaluación de la escritura es el uso de *portfolios*. El docente puede proponer que cada grupo vaya seleccionando y recopilando los distintos borradores y reflexiones que realizan a partir de las revisiones colectivas, de los compañeros y sus devoluciones. Al final del trabajo de escritura, los estudiantes pueden realizar una autoevaluación en la que analicen al menos tres aspectos que hayan mejorado en su escritura, comparando las primeras versiones con la versión final. El docente pautará un tiempo de confección del *portfolio* y el contenido que no puede faltar. Desde la revisión del plan del cable, pasando por las distintas versiones que tuvieron que hacer. Cuando tengan la versión final, realizan la autoevaluación y ese será el trabajo que podría llevar una calificación de esta etapa del proyecto. Se puede pautar la entrega del *portfolio* luego de la situación de

reflexión sobre lo hecho que se propone a continuación, de modo que los estudiantes puedan favorecerse de este espacio de análisis compartido sobre lo hecho y aprendido.

Es posible retomar y ampliar junto con los estudiantes la rúbrica de evaluación de las reescrituras de los cables que se desarrolló en la primera parte del proyecto.

Para la elaboración de *portfolios* y para los procesos de escritura y reescritura, tanto individuales como colaborativos, el trabajo con documentos compartidos se transforma en una herramienta, potente, ágil y enriquecedora del proceso.

## La reflexión sobre el proceso de producción

Finalmente, se propone dedicar un momento a la exposición del trabajo o los trabajos en el aula y a la reflexión acerca del proceso de producción. Para la escucha atenta de los trabajos se sugiere primero una instancia en donde solo estén presentes los estudiantes del curso. Esto permitirá que disfruten del trabajo realizado y que reflexionen colectivamente sobre lo que hayan aprendido en el recorrido. Las preguntas que orientan este análisis son:

- ¿Qué parte del proceso de trabajo les resultó más interesante: el trabajo en grupo, la escritura de textos, la realización de tomas fotográficas?
- ¿Qué aprendieron a partir de la producción de una agencia de noticias?
- ¿Qué fue lo que más les gustó del producto final? ¿Y lo que menos les gustó?
- ¿Qué aspectos modificarían del producto final? ¿De qué manera lo harían?

## La presentación

Es importante que las producciones escolares circulen fuera del aula y se conviertan en insumos de trabajo de otros chicos y chicas. De igual modo, será necesario que en la escuela quede una copia disponible de cada producción, de forma que otros docentes puedan tomarla de ejemplo o para que estos puedan trabajar algún tema con los estudiantes.

Se sugiere darle relevancia a la instancia de presentación porque colaborará en la comprensión

por parte de los estudiantes de la responsabilidad que implica poner en circulación o publicar un mensaje propio. Algún evento de la escuela, como la feria de ciencias, el acto de fin de año, o el uso de una cartelera podrán ser el marco para la presentación de las producciones. Asimismo, se recomienda el armado de un espacio en el que puedan contarle a la comunidad educativa cómo fue el proceso de producción del material que elaboraron y qué aprendieron en él.

Para resguardar, difundir y publicar las producciones de los estudiantes es posible armar una cartelera digital con [Padlet](#).

## Bibliografía

- AA.VV., Caletti, Sergio (comp.). *Comunicación, sociedad y medios*. Buenos Aires, Santillana, 2007.
- Buckingham, David. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*, Buenos Aires, Paidós, 2005.
- Carli, Sandra. “De la escolarización a la mediatización de la vida social”, en *Revista Propuesta Educativa*, Buenos Aires, Flacso, 1995.
- Carli, Sandra. “Comunicación, educación y cultura: el desafío educativo contemporáneo”, en *Producción de Medios en la Escuela. Reflexiones desde la práctica*, Coordinación de Periodismo, Comunicación y Educación, MCBS, Buenos Aires, Unesco, 1998.
- Di Bello, Hernán y Matías A. Sapegno. *30 líneas. Una guía para pensar y escribir en las agencias de noticias*. Santa Rosa, Ediciones de la Travesía, 2003.
- Mineduc, [“Prensa impresa en el aula”](#), del Ministerio de Educación de España.
- Perelman, D. Nakache, D. y V. Estévez. XIX, Anuario de Investigaciones Facultad de Psicología, UBA, [“Conceptualizaciones infantiles sobre la producción de noticias”](#), 363-373, vol. 1, 2013.
- Perelman, F., V. Estévez, M. Ornique, O. López Broggi y P. R. Bertacchini. XX Anuario de Investigaciones, Facultad de Psicología, UBA, [“De la lectura ingenua a la lectura crítica de las noticias mediáticas en niños”](#), 181-193, vol. 1, 2014.
- Perelman, F.; D. Nakache; G. Rubinovich, M. E. Rodríguez y J. Dib. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación* (Facultad de Educación de la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia), [“Ideas infantiles sobre la producción de noticias en los medios”](#), vol. 8, N.º 16, pp. 13-32.

Rubinovich, Gabriela. [“Periodismo gráfico en la escuela”](#). Publicación del programa Medios en la Escuela, GCABA 2006.

Villanueva, Ma. de los A. [7 Consejos Para Diseñar Un Buen Logo](#). Adaptado de *7 Killer Tips for Logo Design*, para el PROGEED. Programa General Estratégico de Educación Digital. Provincia Franciscana de Asunción de la Sma. Virgen del Río de la Plata, Buenos Aires, 2016.

## Notas

- 1 Para indagar sobre la conceptualización que hacen los estudiantes sobre el proceso de producción de la noticia se pueden consultar los artículos de Flora Perelman y su equipo de investigación (2013, 2014 y 2015).

## Anexo

### De las palomas mensajeras al satélite: una historia de las agencias de noticias

Las agencias de noticias nacieron ante la dificultad de los periódicos de mantener numerosos corresponsales en todas las zonas de interés informativo y de poder financiar sistemas de transmisión capaces de cubrir todo el planeta.

Las agencias tienen corresponsales en los distintos países del mundo. En la actualidad, gran parte de las noticias provienen de la agencia Associated Press (AP) de los Estados Unidos. Otras importantes son United Press International (UPI), también de los Estados Unidos; France Press (AFP), de Francia; Reuter, de Gran Bretaña; ANSA, de Italia; TASS, de la ex Unión Soviética y EFE, de España.

Los servicios que prestan estas agencias resultan de vital importancia para los medios, ya que son los que les permiten obtener información proveniente de diferentes partes del mundo.

Las primeras agencias de noticias surgieron en el siglo XVI para brindar información comercial como la entrada y salida de los barcos, los precios de las mercaderías, la seguridad en las vías de comunicación, etcétera. Su desarrollo estuvo muy ligado al proceso tecnológico en materia de comunicación, es decir, a la posibilidad de transmitir mensajes de manera rápida y eficaz. Las agencias también adquirieron importancia cuando la información comenzó a ser valorada no solo como una puerta de acceso al conocimiento del mundo, sino también como un negocio altamente rentable.

La primera agencia de noticias del mundo fue creada en París por Charles Havas. Hacia 1815, Havas, se ocupaba de traducir periódicos extranjeros para proveer información a la prensa parisina. Aunque esta empresa fracasó, en 1835, gracias al aporte de empresarios de distintos lugares de Europa se fundó la agencia Havas con el objetivo de distribuir información comercial. Uno de los principales problemas que debió enfrentar Havas fue la ineficacia de los sistemas de comunicación para transmitir sus mensajes.

#### Las agencias durante las guerras mundiales

Durante las primeras épocas del siglo XX, los acontecimientos que se producían en el mundo pusieron de relieve, como nunca, la importancia de las agencias noticiosas.

A partir del estallido de la Primera Guerra Mundial en 1914, Alemania y sus países aliados (Austria-Hungría) tuvieron enormes dificultades para recibir y difundir información. Incluso dentro del territorio alemán la circulación de noticias estuvo muy restringida. Por ese motivo, se hicieron tratativas para lograr el acceso a la información a través de países neutrales como Suiza y Suecia, pero no se obtuvieron buenos resultados, ya que no existían adecuados medios de transmisión y las noticias perdían actualidad.

Por el contrario, los países aliados en la Triple Entente (Gran Bretaña, Francia y Rusia) recibían los servicios informativos de la Reuter, que demostró ser la agencia mejor preparada para la guerra.

En 1915, se creó en Berlín la agencia Transocean, que perduró hacia finales de la Segunda Guerra Mundial y fue la primera en utilizar la radio como medio de transmisión.

#### De las superagencias a la actualidad

Finalizada la Segunda Guerra Mundial, las dos grandes agencias norteamericanas, Associated Press y United Press, ocuparon un lugar preponderante en el mercado informativo mundial. De hecho, según un informe de la Unesco de la época, estas entidades proveían de información a casi el 60% de la población mundial.

Durante las décadas del '60 y del '70 adquirieron importancia, también, agencias de países africanos recientemente independizados y de América latina, como Prensa Latina, de Cuba, y algunas de Chile y Perú.

Desde el punto de vista técnico, las agencias comienzan a contar con nuevos medios que permiten agilizar la difusión de noticias. La posibilidad de utilizar satélites en su labor cotidiana y de conectar computadoras en red tornó mucho más eficaz la producción y transmisión de informaciones.

En los últimos años, sin embargo, estas mismas innovaciones tecnológicas llevaron a que muchos medios dejaran de necesitar la información proveniente de las agencias. Si bien algunas, como Reuter y Associated Press, siguen siendo muy importantes, las agencias nacionales, han perdido el prestigio y la importancia que tenían.



**Vamos Buenos Aires**



[/educacionba](#)

Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires  
20-08-2020

[buenosaires.gob.ar/educacion](https://www.buenosaires.gob.ar/educacion)