



# rompecabezas

periódico de las niñas y los niños





**Idónea Comunicación de Resultados**  
que para la obtención de grado de **maestro en**  
**Diseño y Producción Editorial**

presenta

**Raúl Castillo Tena**

rompe cabezas

periódico de las niñas y los niños





proyecto de maestría y de vida dedicado a...

... mi esposa **Gloria polly Ávila**,  
porque, al final, entendí que no eres mi Norte,  
eres mi maestra  
*tiamo*

... **Xanti y Yago**,  
que, con su risa, energía y mente sorprendente,  
hacen que valga la pena seguir luchando

... **Tere Garduño**,  
que me ha enseñado cómo se construyen,  
y se mantienen, los sueños

... **Pilar y Gerardo**,  
que, con sus observaciones y comentarios,  
enriquecieron este proyecto

... **Evelia Tena**,  
porque éstos son también frutos de  
las bases que nos diste en casa

... **Marshall McLuhan**,  
guía teórico, referencia indispensable  
en la vida (así, de plano)

... las **niñas y niños**,  
porque, en todo momento,  
trato de no dejar de ser niño









## Prefacio

You mean my whole fallacy's wrong?

**Marshall McLuhan**

### La protesta o la propuesta .....

**E**n alguna ocasión, un profesor especializado en la retórica decía: si es necesario, deben construir camino donde no lo hay, iluminar donde no existe luz, crear sus propios conceptos si no existen... empezar desde cero, si su proyecto lo vale. El silencio que siguió a su comentario sugería la profundidad de la sentencia.

Este proyecto periodístico hizo un trayecto largo desde su concepción hasta este punto. Ha viajado prácticamente todo este tiempo en la obscuridad: a pesar de que, dicen, no hay nada nuevo bajo el sol, no teníamos referentes, tanto en la definición, el contenido o la finalidad, que nos iluminara. Dimos traspies; nos detuvimos a medio camino dudando si seguir o regresar a lo ya probado; un día cambiamos todo el concepto porque decidimos que la onda era por otro lado. Sin embargo, el estar convencidos completamente de la necesidad y la viabilidad de este periódico es lo que nos permitió seguir:

Es necesario dejar clara la postura (*partimos* de algo) y la propuesta teórica (*retomamos* y *creamos* nuestro propio sustento teórico) que desarrollaremos a lo largo de este proyecto, sobre todo tratándose de temas tan polémicos como infancia, derechos humanos (e infantiles), educación y medios de difusión: **rompecabezas** es un medio de difusión en donde las niñas y los niños son el actor principal, donde se difunden sus derechos, se fomenta su participación y en donde tenemos un papel de apoyo para construir y difundir; junto con ellos, las necesidades y propuestas que tienen. Como lo plantea Marshall McLuhan, es un medio que exige la participación social al ser un *espejo masivo* que nos refleja y representa en sus páginas. Más allá de la discusión sobre el papel de los medios, sus relaciones con el poder o su activa participación como generador de masas, lo que nos interesa del periódico es su utilidad como herramienta: plataforma de reflexión, foro de discusión, elemento cohesionador; auxiliar en el desarrollo de una postura crítica y participativa dentro de una comunidad. Todo eso deberían ser los medios impresos. Eso queremos que sea este periódico para niñas y niños.

No sugerimos plantear la necesidad de *adaptar* el formato del periódico para que pueda ser leído por las niñas y los niños, ni exigimos que se abran más espacios para ellos. No necesitan que los adultos les demos un pedazo de nuestro espacio: son tan o más actores sociales que cualquiera de nosotros. Aquí veremos, brevemente, como a lo largo de la historia, las niñas y los niños han sido definidos



(y tratados) como incapaces de definir gustos, necesidades y obligaciones propios, o que no tienen derecho o interés alguno en defender su voz. Y será, hasta entrado el siglo XX cuando, de modo incipiente, las niñas y los niños pueden considerarse, ya, actores sociales. Queremos que el siglo XXI sea el siglo en el cual niñas y niños ejercen plenamente sus derechos y participan de las decisiones de su comunidad.

Hablaremos, además, a lo largo de este proyecto, de *las niñas y los niños*. No por una desafortunada moda sexenal, ni por contradecir a la Real Academia de la Lengua Española, que define el concepto *niño* como *genérico*, en donde se describen tanto a unas como a otros. La intención de mencionar tanto a las niñas como a los niños es, más bien, incluyente. Así como los géneros se separan al ser mayores de edad (las *niñas* son llamadas *mujeres*, y los *niños* *hombres*), reconociéndose las diferencias propias de cada uno, de igual modo las niñas y los niños tienen derecho a la *igualdad de las diferencias* en gustos y necesidades.

Por ello, queremos construir y difundir, junto con ellos, la agenda de las niñas y los niños sobre los temas que les son importantes y merecen ser tratados. Estamos convencidos que es una obligación contar con una agenda infantil que recoja las necesidades y la participación de las niñas y los niños, en complemento a los trabajos de las comisiones legislativas, los departamentos de investigación en las universidades o las ONG especializadas en el tema. Queremos ser un foro en donde se difundan todas esas actividades, se discutan soluciones pero, sobre todo, en donde participen las niñas y los niños. Y en donde ellos también propongan soluciones.

Los temas que, como adultos, deberíamos interesarnos de las niñas y los niños no sólo deben centrarse en lo pedagógico. Como lo plantearemos a lo largo de este proyecto, es importante entender los procesos en que niñas y niños aprenden y desarrollan su pensamiento, como lo es también el entender que ese desarrollo está condicionado a la relación que tienen con su contexto social y, sobre todo, a la capacidad de asimilarlo y transformarlo según sus propias necesidades, con el apoyo y la guía que nosotros podamos brindarles como padres, profesores o medios de difusión.

Natalie Nougayrède, directora del periódico francés *Le Monde*, ha dicho que los medios deben “jugar un papel de verificador, de vigía, de guía. No ideológica, sino dando referencias a la gente que se siente desorientada por ese abrumador flujo de noticias”. En el caso de las niñas y los niños, debemos ofrecerles ambas cosas, información y referencias. Con ello les ofrecemos herramientas y, sobre todo, opciones de lectura, espacios de opinión y de participación.

Xanti, mi hijo de diez años, sabe perfectamente qué es un periódico, cómo está conformado, cuál es su función (incluso ha editado en su salón uno, pues es parte del programa pedagógico). Aun así, al tratar de leer el periódico que yo compro no se interesa en absoluto en él. Al preguntarle por qué no le gusta leerlo, responde lacónico: “Porque no entiendo lo que dice”. A pesar de que sabe de derechos de las niñas y los niños, reciclado de basura o respeto por cualquier tendencia sexual, no se ve reflejado en los medios de difusión, no se encuentra en las páginas del periódico: “no salen niñas ni niños...”, me dice decepcionado.



El problema no es si pretendemos que las niñas y los niños tengan un nivel cultural y de lecturas *superior*. Se trata de la participación, el desarrollo que las niñas y los niños tienen al interactuar con su contexto social: de contribuir en la formación de niñas y niños que serán los adultos mañana. Respetando no sólo el ritmo y las necesidades de cada uno, sino también el que algunos no estén interesados en hacerlo. Se trata de abrir opciones para su desarrollo social.

Creemos en el acceso y participación de las niñas y los niños en los asuntos que les afectan directamente y los motiva a transformarse en actores sociales activos. Y la lectura de un periódico es una de tantas herramientas para lograrlo.

*México está lleno de analfabetas funcionales.* Es una frase casi cotidiana en los ámbitos académicos. Lo erróneo de la frase (por no hablar de lo desafortunada que resulta en cualquier sentido), viene de la perspectiva al usarla: somos analfabetas funcionales porque no leemos suficientes libros, en comparación con otros soportes impresos, como las revistas o los diarios. Los resultados de la *Encuesta Nacional de Lectura 2012*, elaborada por la Fundación Mexicana para el Fomento a la Lectura (**FunLectura**), muestran, entre otras cosas, que la lectura en hogares mexicanos es de 2.9 libros al año (personas mayores de 12 años) y no se tienen más de 30 libros en casa.

Estos datos sugieren que, en la mayoría de los casos, se leen libros porque *debemos hacerlo* (por cuestiones académicas), y no porque *queremos hacerlo* (por el gusto de la lectura). Pero, ¿por qué leemos? ¿qué nos interesa leer? ¿tenemos los mismos fines al abrir un libro que un periódico o que una historieta? ¿la lectura de periódicos o revistas, por inmediata, es una *sublectura*? ¿por qué se le siguen dando valores distintos al acto de leer cuando se lee un libro, un periódico, un folleto, una revista, una página web o una historieta? ¿quién determina la importancia, la trascendencia, del contenido de los productos editoriales? ¿si no viene impreso con tapa *rústica* no es conocimiento?

En el caso de nuestro proyecto, creemos que tiene suficiente importancia el hecho de que las niñas y los niños se interesen en leer. Si, además de eso, *hacen suyo* el medio y, mejor aun, lo utilizan como herramienta de conocimiento, pero también como foro de discusión y como punto de encuentro, entonces hemos logrado todo objetivo planeado.

Nosotros estamos convencidos, finalmente, que las niñas y los niños tienen derechos, consagrados en distintas declaraciones o convenciones, como los tenemos todos. No como algo espontáneo o natural, sino como algo ganado en muchos años de lucha y razonamiento que han hecho otros y del que nosotros podemos gozar y tenemos obligación de ejercer. Que los conozcan, que empiecen a ponerlos en práctica y que, además, entren en contacto con otros niñas y niños que tienen la misma inquietud; que sepan de otras situaciones sociales (en cualquier parte del mundo); que compartan sus propias opiniones; que tengan las herramientas para solucionar problemas cotidianos; que puedan expresar sus inquietudes, deseos y necesidades; que se comprometan en la solución de los problemas de su comunidad; que se desarrollen en ciudadanos comprometidos, generosos y conscientes. Todo eso deseamos para las niñas y los niños de esta ciudad, de este país. Y **rompecabezas**, creemos, es nuestra contribución para tratar de lograr eso.





## Contenido

### I. Todos somos niñas y niños

Transformar al hombre en niño .....	15
Es su derecho .....	21
El hermano incómodo .....	29
Escuchar su voz .....	32

### 2. Armar el rompecabezas

Nuestro contexto .....	39
------------------------	----

### 3. Nuestra propuesta editorial

¿rompecabezas? .....	47
Objetivos .....	58
Plan de costos .....	60
Aspectos legales .....	68
Flujo de trabajo .....	76
Manual de contenidos editoriales .....	84
Plan de comunicación .....	105
Plan de promoción y distribución .....	109
Suplementos .....	121
Bibliografía .....	123





# I. Todos somos niñas y niños

## Transformar al hombre en niño .....

La vida no debería echarlo a uno de la niñez  
sin antes conseguirle un buen puesto en la juventud

**Miguelito**

**E**n *Así hablaba Zaratustra* (1979), Friedrich Nietzsche habla de las transformaciones del espíritu que el hombre necesita para convertirse en el *superhombre*, aquel que “tiene el espíritu libre y el corazón libre” (libre de toda atadura del hombre: moral, espiritual y material de la sociedad de su tiempo). La última transformación, dice en este libro, es la de volverse niño:

Es el niño inocencia y olvido, un nuevo comienzo, un juego, una rueda que echa a girar espontáneamente, un movimiento inicial, un santo decir ¡sí!

Para el juego de la creación, hermanos, se requiere un santo decir ¡sí! Quiere hacer ahora el espíritu su propia voluntad; perdido para el mundo, se conquista ahora su propio mundo.

Las niñas y los niños han estado, más que perdidos, ignorados a lo largo de la historia. Los registros disponibles, que abarcan el periodo de la Grecia clásica y Roma, hasta el siglo XIX, nos hablan de la infancia como una etapa sin más importancia que ser de preparación para convertirse en adultos (DeMause, *Historia de la infancia*, 1982).



Aristóteles expresó su interés por problemas educativos, con el fin de contribuir a la formación de hombres libres en Grecia. En *La política* (1976), habla de distintos periodos para la educación infantil:

Hasta los 2 años (primer periodo) conviene ir endureciendo a los niños, acostumbrándoles a dificultades como el frío... En el periodo subsiguiente, hasta la edad de 5 años, tiempo en que todavía no es bueno orientarlos a un estudio ni a trabajos coactivos a fin de que esto no impida el crecimiento, se les debe, no obstante, permitir bastante movimiento para evitar la inactividad corporal; y este ejercicio puede obtenerse por varios sistemas, especialmente por el juego [...] La mayoría de los juegos de la infancia deberían ser imitaciones de las ocupaciones serias de la edad futura.

En la Grecia clásica se defiende la necesidad de que los ciudadanos varones se escolaricen, primero, recibiendo una instrucción informal (hasta la pubertad: leer, escribir, educación física), después, una instrucción formal: literatura, aritmética, filosofía, ciencia.

En Roma, pierde relevancia la educación liberal y hay mucha menos atención a la educación física y el deporte. El objetivo de la educación es formar buenos oradores, “embellecer el alma de los jóvenes mediante la retórica”.

La escolarización se divide en tres etapas: “Ludus” o escuela elemental, de los 7 a los 12 años (aprender a leer y escribir); “Gramática”, de los 12 a los 16 años (se estudia prosa, teatro y poesía); “Retórica”, desde los 16 años (estudio y técnicas de oratoria y declamación) (DeMause, 1982).

Si para Grecia y Roma, la institución social más importante y la encargada de la educación era el Estado, en la Edad Media, por influencia del cristianismo, es la iglesia. Gracias a ésta, desaparece por completo la idea de educación liberal. No se trata ya de formar a “librepensadores” sino que el objetivo de la educación es preparar a niñas y niños para servir a Dios, a la iglesia y a sus representantes, con un sometimiento completo a la autoridad de ésta.

Se elimina el cuidado del cuerpo a través de la educación física ya que el cuerpo es considerado fuente de pecado. Esta etapa conlleva la idea de las niñas y los niños como seres perversos y corruptos (mucho más las niñas que, finalmente, se convertirán en mujeres: fuente de todos los males de la humanidad) que deben ser socializados, redimidos mediante la disciplina y el castigo. En el S. XVII, el Abad Bérulle escribía: “No hay peor estado, más vil y abyecto, después del de la muerte, que la infancia” (citado por DeMause, 1982).

La preocupación por la infancia es nula, y la educación no se adapta al niño. De hecho, toda la enseñanza de contenidos religiosos es en latín (la lengua materna se considera totalmente inapropiada para transmitir conocimiento). Los niños (las niñas ni siquiera son tomadas en consideración) son concebidos como homúnculos (hombres en miniatura), pues no existe concepto alguno de evolución o de cambios cualitativos: sólo se trata de un cambio desde un estado inferior, “sucio y perverso”, a otro superior: el “adulto” (en el arte de la época, por ejemplo, las representaciones de niños son prácticamente nulas y,



cuando las hay, los niños tienen rostros de adultos en cuerpos de niños de características adultas. Como ejemplo, *La Virgen de Tobed*). Durante toda la Edad Media, debido a las características socioeconómicas, niños y niñas (en eso no se discrimina) son utilizados como mano de obra en el campo y las pequeñas ciudades (DeMause, 1982).

En el Renacimiento, y hasta el siglo XVII, muchas de las ideas clásicas sobre la educación infantil son retomadas. Se produce un auge en observar a niñas y niños, que revela un nuevo interés por el desarrollo infantil. Sin embargo, no lo es por un interés en el papel, el desarrollo o la educación de niñas y niños, lo es por lo que Michael Foucault ha definido como el papel de la razón frente a la época obscurantista, barroca, de la locura y la sinrazón: el reino de la razón no permite nada anormal o inadaptado. Se crea la clase excluida, en donde enfermos, locos, mujeres y niños conviven, fuera del ámbito social adaptado, cuidado, razonado (Foucault, 1998).

Los siglos XVIII y XIX representan un paso importante en la concepción de la infancia como una etapa importante con Jean-Jacques Rousseau. Su obra *Emilio o De la educación* (1762), contiene una serie de principios básicos sobre cómo educar a los niños. Una de las tesis centrales es proponer que el niño es bueno por naturaleza. Nace así, al menos, y es la sociedad la que puede llegar a pervertir las buenas inclinaciones del niño.

Basado en ello, defiende que toda educación sea adaptada al nivel del niño, poniendo énfasis en la importancia de la acción y la experiencia (que, hasta ese momento, la tenía la palabra o los libros, en el ámbito académico), para adquirir el conocimiento. Crítica las prácticas educativas que se basan en la memorización y, frente a la perspectiva de que el niño es un adulto en ciernes, Rousseau sostiene que es un ser con características propias, que sigue un desarrollo físico, intelectual y moral (Rousseau, 2012).

En 1789, la Asamblea Nacional Constituyente francesa aprueba la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano. Éstos se entienden como universales, válidos en todo momento e inherentes al hombre, por lo que son imprescriptibles el derecho a la libertad, la propiedad, la seguridad, la resistencia a la opresión o la igualdad.

Este documento será el precursor de los derechos humanos en todo el mundo: una Declaración que marcará el largo camino en el trabajo por la igualdad y justicia de distintos grupos hasta nuestros días: mujeres, gays, minorías raciales o niñas y niños.

Las concepciones desarrolladas en torno a la niñez va estrechamente relacionadas con la educación. Es por ello que, a partir del siglo XX, los estudios más importantes respecto al desarrollo de las niñas y los niños son realizados desde el campo de la pedagogía. Queremos, pues, construir nuestro concepto de infancia basados en las teorías pedagógicas de María Montessori, Jean Piaget y Lev Vygotski.

En *El niño El secreto de la infancia* (1996), Maria Montessori se pregunta qué papel ha tenido el niño en nuestra sociedad:



Es el estorbo constante del adulto, absorbido y fatigado por ocupaciones cada vez más exigentes. No hay sitio para el niño en la casa, cada día más reducida, de la ciudad moderna, donde las familias se acumulan.

Si, a lo largo de la historia, la sobrevivencia ha sido, literalmente, una lucha para las niñas y los niños (debido no sólo a su lugar social, sino a las condiciones de higiene que mantenían tasas de mortalidad infantil muy altas), la entrada al siglo XX trajo consigo un giro enorme en la concepción y atención hacia las niñas y niños: la higiene redujo considerablemente las muertes infantiles y, con ello, se dio un nuevo espacio a niñas y niños en el espectro social, donde ya no eran sobrevivientes de las enfermedades, ahora se ponía la atención en ellos como individuos sociales (Montessori, 1996).

Así, la atención en niñas y niños se centra ahora en otros aspectos de su desarrollo (dándole mayor importancia al hecho de que todo lo que ocurre en la infancia se reflejará posteriormente en la etapa adulta de las personas). En *El nacimiento de la Inteligencia del niño* (2007), Jean Piaget desarrolla su estudio entorno a la comprensión inteligente de las niñas y niños. Para el psicólogo suizo, los niños dan sentido a las cosas principalmente a través de sus acciones en su entorno. La inteligencia, y por ende la comprensión que el niño tiene de su entorno, se adapta a diferentes formas en la medida en que la persona se desarrolla.

Piaget divide el desarrollo cognitivo en cuatro etapas: la etapa sensomotriz (desde el nacimiento hasta los dos años), la etapa preoperativa (de los dos a los seis años), la etapa operativa o concreta (de los seis o siete años hasta los once) y la etapa del pensamiento operativo formal (desde los doce años aproximadamente en lo sucesivo). La característica principal de la etapa sensomotriz es que la capacidad del niño por representar y entender el mundo y, por lo tanto, de pensar, es limitada. Sin embargo, el niño aprende cosas del entorno a través de las actividades, la exploración y la manipulación constante. Los niños aprenden gradualmente sobre la permanencia de los objetos, es decir, de la continuidad de la existencia de los objetos que no ven. Durante la segunda etapa, la preoperativa, el niño representa el mundo a su manera (juegos, imágenes, lenguaje y dibujos fantásticos) y actúa sobre estas representaciones como si creyera en ellas. En la etapa operativa o concreta, el niño es capaz de asumir un número limitado de procesos lógicos, especialmente cuando se le ofrece material para manipularlo y clasificarlo, por ejemplo. La comprensión todavía depende de experiencias concretas con determinados hechos y objetos y no de ideas abstractas o hipotéticas. A partir de los doce años, se dice que las personas entran a la etapa del pensamiento operativo formal y que a partir de este momento tienen capacidad para razonar de manera lógica y formular y probar hipótesis abstractas (Piaget, 2007).

El mecanismo general de formación del conocimiento, según Piaget, es el equilibrio, la resolución de los desequilibrios cognitivos a través de la organización más equilibrada a niveles superiores. El equilibrio implica dos procesos,



la asimilación y la acomodación. A medida que los niños se desarrollan, van integrando diferentes patrones de conocimiento organizado que le permitirán construir una visión del mundo y de él mismo. Piaget ve el desarrollo como una interacción entre la madurez física (organización de los cambios anatómicos y fisiológicos) y la experiencia. Es a través de estas experiencias que los niños adquieren conocimiento y entienden (Piaget, 2007). De aquí el concepto de constructivismo y el paradigma entre la pedagogía constructivista y el currículo.

Piaget no aborda los aspectos culturales y sociales que influyen en niñas y niños. Lev Vygotsky plantea, en *Pensamiento y Lenguaje* (2010), que el desarrollo de los humanos únicamente puede ser explicado en términos de interacción social. El desarrollo consiste en la interiorización de instrumentos culturales (como el lenguaje) que inicialmente no nos pertenecen, sino que pertenecen al grupo humano en el cual nacemos.

Asumía que el niño tiene la necesidad de actuar de manera eficaz y con independencia, y de tener la capacidad para desarrollar un estado mental de funcionamiento superior cuando interacciona con la cultura (igual que cuando interacciona con otras personas). El niño tiene, entonces, un papel activo en el proceso de aprendizaje: aprende a pensar creando, a solas o con la ayuda de alguien, e interiorizando progresivamente versiones más adecuadas de las herramientas “intelectuales” que le presentan y le enseñan activamente las personas mayores (Vygotsky, 2010).

Del mismo modo, destacó la importancia del lenguaje en el desarrollo cognitivo, demostrando que si niñas y niños disponen de palabras y símbolos, son capaces de construir conceptos mucho más rápidamente. Creía, pues, que el pensamiento y el lenguaje convergían en conceptos útiles que ayudan al pensamiento. El lenguaje, como principal vía de transmisión de la cultura y el vehículo principal del pensamiento y la autorregulación voluntaria (Vygotsky, 2010).

En ese sentido, nuestro proyecto es, en relación a las niñas y los niños, una ayuda activa: la participación “guiada” o la “construcción de puentes” de un adulto o alguien con más experiencia. La persona más experimentada puede dar consejos o pistas, hacer de modelo, hacer preguntas o enseñar estrategias, entre otras cosas, para que el niño pueda hacer aquello, que de entrada no sabría hacer solo. Para que la promoción del desarrollo de las acciones autorreguladas e independientes del niño sea efectiva, es necesario que la ayuda que se ofrece esté dentro de la zona “de desarrollo próximo” (Vygotsky, 2010).

Así pues, debemos considerar de niñas y niños su capacidad de adquirir (absorber, plantea Montessori) conocimientos, la adaptación que hacen de dichos conocimientos en el ambiente que los rodea (Piaget) y la interacción social que hacen al ponerlos en práctica con el apoyo (que no imposición) de los adultos (Vygotsky). A esto sólo debemos agregar el papel fundamental que deben tener las niñas y los niños en la participación social. Como lo describe Célestin Freinet en *La formación de la infancia y la juventud* (1972):



Tenemos que realizar aquí una verdadera revolución a la inversa, volver prudente y humanamente –pues no habría que caer en autenticar una nueva explotación de los niños– pero volver, sin embargo, a una participación máxima de los niños en la actividad familiar, escolar e incluso social. No para beneficiarse del trabajo de los niños (muchas veces es más rápido hacer el trabajo uno mismo) sino por la necesidad educativa de esta nueva fórmula de preparación a la vida.

Finalmente, a decir de Montessori (1996), no se puede trabajar para la infancia, como si ésta fuera un objetivo exterior a nosotros: las niñas y los niños son parte fundamental de la vida del adulto, son ellos los constructores de los adultos:

El bien o el mal del hombre maduro tiene una relación muy estrecha con la vida infantil, que lo formó. Sobre el niño recaerán todos nuestros errores y él recogerá los frutos.

Debemos trabajar desde ahora, pues, con las niñas y niños que serán las mujeres y los hombres que educarán a los siguientes niñas y niños...



## Es su derecho .....

La infancia tiene sus propias maneras de ver, pensar y sentir;  
nada hay más insensato que pretender sustituirlas por las nuestras.

**Jean Jacques Rousseau**

**L**as niñas y los niños han sido tratados, hemos visto, como personas en ciernes, como un estado previo, necesario y molesto, de la etapa adulta, cuando se les reconoce como miembros de la sociedad, plenos de derechos y obligaciones por cumplir. Jóvenes responsables que dejaron atrás el estado salvaje mientras se les cuidaba, educaba, rectificaba. Olvidamos fácilmente (al cabo dejamos de ser niñas y niños hace tanto) que todas las niñas y todos los niños, como cualquier otro ser humano, tienen derechos.

Cualquier persona, desde que nace, tiene derechos inherentes a su naturaleza y no depende de acciones humanas o creencias. A estos derechos (la igualdad, la dignidad o la responsabilidad humana) se le conocen como derechos naturales y ningún gobierno o forma de organización social puede negárselos a nadie. Los derechos naturales fueron utilizados por el liberalismo, en plena Ilustración, en contraposición al derecho divino de los reyes.

Los derechos humanos, como complemento de los derechos naturales, son normas básicas sin las cuales no podría vivirse con dignidad en la sociedad. De allí que sean inalienables (no se pierden nunca), indivisibles (no se le puede privar a nadie de ellos) e interdependientes (todos forman un marco complementario).



Al término de la Segunda Guerra Mundial, tras el horror que provocó en el mundo la inmensa crueldad contra grupos minoritarios y prisioneros de guerra, los líderes mundiales vieron la necesidad de crear las Naciones Unidas con el objetivo de promover la paz, la prosperidad y la protección de los derechos humanos. En este contexto, las niñas y los niños de Europa, después de la guerra, se encontraban amenazados por el hambre y las enfermedades. En diciembre de 1946, las Naciones Unidas crean el UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, por sus siglas en Inglés), un organismo dedicado exclusivamente para prestar ayuda a las niñas y los niños.

Más adelante, en 1948, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Las directrices más importantes de este documento para salvaguardar los derechos básicos de todo ser humano se encuentran en varios artículos, entre ellos

Artículo 1: Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos.

Artículo 3: Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

Artículo 5: Nadie será sometido a torturas ni penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Artículo 18: Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.

Artículo 19: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión.

Artículo 26: Toda persona tiene derecho a la educación.

Tras ser aprobada esta Declaración, la Asamblea General recomendó a todos los Estados miembros la publicación del texto, así como su discusión y promoción entre toda la población, incluida la infantil. La importancia que fue adquiriendo el UNICEF hace que, en 1953, éste se convierta en un organismo permanente de las Naciones Unidas: la Asamblea General de las Naciones Unidas reafirma y amplía indefinidamente su mandato.

A principios de 1950 se estimaba que existían 20 millones de casos de frambesia en el mundo. Se trataba de una enfermedad que provocaba desfiguraciones e, incluso, una discapacidad total. Más de la mitad de los casos se registraban en Asia. Se descubrió que, con la invención de la penicilina, la curación se convertía en una posibilidad real.

La campaña en Indonesia para la erradicación de la frambesia era la primera en donde el UNICEF tuvo una labor como organismo permanente de Naciones Unidas. Para 1958, más de 30 millones de casos de cura exitosa se habían documentado y ello sirvió de impulso para campañas posteriores de lucha contra enfermedades como la tuberculosis, el paludismo o el tracoma.

En 1989, las Naciones Unidas reconocieron una serie de factores para proponer una convención especialmente construida para las niñas y los niños. Estas consideraciones describen el estado en que se encuentran éstos dentro de la sociedad:



- Que los niños y niñas son individuos, no son propiedad de sus padres ni del Estado. Su condición debe ser de iguales.
- Que comienzan su vida como seres totalmente dependientes; por ello, debe estar garantizado el derecho que tienen para satisfacer sus necesidades.
- Que son especialmente vulnerables al ser más sensibles a las experiencias negativas, por lo que el abuso físico o mental puede marcarlos de por vida.
- Que la acción o inacción del gobierno afecta más a los niños y niñas que a cualquier otro grupo social; las políticas gubernamentales (en educación o salud, por ejemplo) afectan a los niños y niñas de alguna manera.
- Que rara vez se escucha y considera la opinión de los niños y niñas; se ignora el punto de vista de éstos sobre las cosas que les interesan y afectan.
- Que el desarrollo saludable de los niños y niñas es crucial para el bienestar de la sociedad. Los efectos de las enfermedades, la desnutrición o la pobreza amenazan su futuro y, por tanto, de las sociedades en que viven.
- Que el costo de no ocuparse de las niñas y los niños es enorme para la sociedad, el promover o no su desarrollo, será la contribución o la factura a pagar en todas las sociedades.

Bajo estas consideraciones, el 20 de noviembre de 1989 fue aprobada la Convención sobre los Derechos de los Niños, que entra en vigor el 2 de septiembre de 1990, y en donde se plasmaron una serie de derechos específicos de las niñas y los niños, así como de los y las adolescentes. Actualmente es un acuerdo internacional que los países firman y, una vez ratificado, están obligados a cumplir. Todos los países del mundo lo han ratificado, excepto Somalia (que carece de un gobierno reconocido) y los Estados Unidos de América, quien lo firmó en 1995, pero no lo ha enviado al senado para su ratificación.

De acuerdo con la Convención, las niñas y los niños tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades básicas (supervivencia, protección atención a la salud, alimentos y agua) y a las oportunidades necesarias para alcanzar su máximo potencial (educación, juego, deportes, libertad de opinión y participación en la toma de decisiones). La Asamblea General reiteró, entonces, que la humanidad debe al niño y la niña lo mejor que puede darle. Debido a la importancia de la Convención, el UNICEF se convirtió en garante de la difusión y la vigilancia de los derechos plasmados en ella.

La Convención consta de diez principios que describen de forma general los derechos a los que tiene derecho todo niño (protección, nacionalidad, seguridad social, educación, recreación, protección contra abandono, violencia, discriminación, abuso y, en general, la necesidad de brindarles, para su completo desarrollo físico y mental, amor y comprensión). Con ello, se ha convertido en el tratado de derechos humanos más firmado y ratificado de la historia. Consta de 54 artículos, divididos en cuatro grandes grupos:

- **Derechos relativos a la supervivencia.** Se reconoce el derecho de las niñas y los niños a la vida y las cosas necesarias para existir: alimentación, vivienda, nivel adecuado de vida y atención a la salud.
- **Derechos relativos al desarrollo.** Se establece los requerimientos para desarrollar todo el potencial de las niñas y los niños: educación, esparcimiento,



actividades culturales, acceso a la información, libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.

- **Derechos relativos a la protección.** Se pone énfasis en que las niñas y los niños deben ser protegidos de toda forma de abuso, abandono y explotación, se abarcan cuestiones relativas a la protección de niñas y niños refugiados, que trabajan y las niñas y los niños que han sufrido alguna forma de explotación o abuso.

- **Derechos relativos a la participación.** Se reconoce que todos las niñas y los niños tienen derecho a participar activamente en sus comunidades y sociedades. Se incluyen el derecho a la libertad de expresar opiniones y a influir en los asuntos que afectan sus vidas.

El UNICEF ha sido, desde entonces, el organismo internacional que contribuye a la creación de un mundo donde se respeten los derechos de todos y cada uno de las niñas y los niños. La comunidad internacional le ha dotado de la autoridad necesaria para influir sobre las personas encargadas de tomar decisiones y sobre diversos aliados de las comunidades de base, a fin de plasmar en la realidad las ideas más innovadoras.

Para nosotros resulta primordial la labor del UNICEF, pues ésta le proporciona una de las bases que justifican la existencia de este proyecto periodístico: el reconocimiento pleno de los derechos de las niñas y los niños, así como el acceso a medios de información. El derecho de la infancia a que se oigan y respeten sus opiniones acerca de las cuestiones que les afectan está claramente estipulada en el artículo 12 de la Convención, que sostiene que los Estados partes

garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio el derecho de expresar su opinión libremente en todos los asuntos que afectan al niño, teniéndose debidamente en cuenta las opiniones del niño, en función de la edad y madurez del niño.

Se articulan, de igual modo, una amplia gama de libertades civiles que incluyen la libertad de expresión (artículo 13), de pensamiento y religión (artículo 14), de asociación y reunión (artículo 15) y el acceso a información (artículo 17). Estos derechos de participación buscan que las voces de las niñas y los niños sean tomadas más en cuenta en las iniciativas de desarrollo en las que están directamente involucrados o relacionados.

Resultan particularmente importantes los artículos 13 y 17 de la Convención. El primero, respecto a la libertad de expresión, que incluye la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por niñas y niños. El segundo reconoce la importancia que tienen los medios de comunicación y promueve que niñas y niños tengan acceso a información y material procedente de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tenga por objeto la promoción del bienestar social, espiritual y moral, y su salud física y mental.



México firmó la Convención sobre los Derechos de los Niños el 26 de enero de 1990, fue ratificada el 21 de septiembre y entró en vigor el 21 de octubre de 1990. Su adecuación está inscrita en la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. Los artículos descritos arriba tienen su aplicación en el capítulo décimo tercero, Del Derecho a Participar, en los artículos 38, 39, 40, 41 y 42. Básicamente se trata de una adaptación de los términos utilizados en la Convención y ajustados a los lineamientos y limitaciones marcados en la Constitución.

### Los derechos de las niñas y los niños en los medios de difusión

En 1999, al cumplirse 10 años de la Convención sobre los Derechos de los Niños, el gobierno de Noruega y el UNICEF convocaron y reunieron, en Oslo, a jóvenes que participaban en proyectos de medios de difusión, profesionales y expertos en el tema, para hablar del papel que, en el desarrollo de los derechos de las niñas y los niños, pueden tener los medios de difusión. Esta reunión produjo un texto conocido como *El Desafío de Oslo* que enuncia que

la relación de los niños y los medios de comunicación es el punto de acceso al mundo amplio y polifacético de la niñez y sus derechos a la educación, a la libertad de expresión, al juego, a contar con una identidad, a la salud, a la dignidad, al autorespeto y a la protección; y que la relación entre la infancia y los medios de comunicación desempeña una función importante con respecto a todos los aspectos de los derechos de los niños y a todos los componentes de sus vidas.

Esta reunión se desarrolló en torno a cinco temas:

- Derecho de niñas y niños a tener acceso a los medios de difusión, incluso a los nuevos medios.
- Derecho a la alfabetización y educación en los medios.
- Derecho a participar en los medios.
- Derecho a la protección contra el daño en los medios y la violencia en la pantalla (en medios audiovisuales).
- El papel de los medios en la protección y promoción de los derechos de niñas y niños.

El documento está dirigido a todas las personas relacionadas con la investigación, el desarrollo y la vigilancia entre la relación de las niñas y los niños con los medios, sean gobiernos, organizaciones o profesionales de los medios de difusión; es un llamado a la acción en la importante tarea de la difusión y el cumplimiento de los derechos de las niñas y los niños. Este documento resulta central pues en él desarrolla los desafíos que tienen todos los actores sociales en esta tarea. En él se detalla que



El desafío a los gobiernos consiste en que:

- Acepten que los niños representan una inversión y no un gasto, y un potencial y no una carga; y que hagan todos los esfuerzos posibles para integrar esa convicción en sus políticas, incluso en las que se refieren a los medios de comunicación.
- Cumplan con las obligaciones nacionales establecidas por la Convención sobre los Derechos del Niño y presenten periódicamente al Comité de los Derechos del Niño informes sobre sus políticas y medidas tendientes a garantizar la vigencia de los artículos 12, 13 y 17.
- Garanticen que se asignen suficientes recursos para que los niños y los jóvenes cuenten con acceso a la información.
- Traten de descubrir maneras en las que, sin amenazar la independencia profesional de los medios de comunicación, se brinde respaldo a las iniciativas de esos medios que otorguen mayor acceso a las niñas y los niños, y que estén orientadas a satisfacer sus necesidades y a fomentar sus derechos.
- Reconozcan que la independencia de los medios de comunicación resulta fundamental para la vigencia de la democracia y la libertad, y que la censura y el control de los mismos se oponen al interés superior de los niños y los adultos y, por lo tanto, a la creación de un ambiente eficaz y seguro en el que los medios de comunicación puedan tener un desempeño profesional e independiente.

El desafío a las organizaciones y los individuos que trabajan en pro de los niños consiste en:

- Respetar la independencia de los medios de comunicación como componente imprescindible de las sociedades democráticas.
- Colaborar con los profesionales de los medios de difusión a fin de fomentar y proteger los derechos de los niños y satisfacer sus necesidades.
- Prestar servicios eficaces de enlace con los medios de comunicación a fin de garantizar que éstos dispongan de acceso a fuentes fidedignas de información sobre las cuestiones que atañen a la niñez.
- Facilitar una cobertura periodística objetiva de los temas de la infancia mediante el establecimiento de políticas de enlace con los medios de comunicación que desalienten la distorsión de la información con fines publicitarios y con el propósito de recaudar fondos.

El desafío a los profesionales de los medios de comunicación de todos los niveles y en todos los medios consiste en:

- Concienciar a los profesionales de los medios de comunicación acerca de los derechos de los niños y las maneras en que se les puede proteger y fomentar mediante las prácticas profesionales correctas, o perjudicar como consecuencia de políticas y acciones inapropiadas.
- Trabajar con criterios éticos y profesionales acordes con las prácticas más razonables de los medios de comunicación y elaborar y difundir códigos éticos para esos medios, de manera que se eviten el sensacionalismo, las imágenes estereotipadas (incluso las que se relacionan con los géneros) y la desvalorización de los niños y sus derechos.
- Resistir las presiones comerciales que tienden a que no se dé suficiente prioridad a las cuestiones relacionadas con las niñas y los niños, y al derecho de la niñez a la libertad de expresión, a que se informe sobre la infancia de manera objetiva, y a que se la proteja de la explotación, incluso en lo que se refiere a los menores en su carácter de consumidores.
- Trabajar con el objetivo de estrechar y mejorar la relación entre las niñas y los niños y los medios de comunicación, de manera que los unos y los otros logren una comprensión mayor y más profunda de los aspectos positivos y negativos del poder y el potencial de la relación mutua.



El desafío para los niños, las niñas y jóvenes consiste en:

- Conocer y comprender sus derechos según los establece la Convención sobre los Derechos del Niño, y descubrir y elaborar maneras de ayudar a que se respeten esos derechos; entre ellos, el derecho al acceso a la información y los puntos de vista diversos, y encontrar maneras de fomentar su propia participación activa en los medios de comunicación y en el desarrollo de los mismos.
- Aprender cuanto sea posible sobre los medios de comunicación, de manera que, como consumidores de información, puedan escoger con conocimiento de causa y lograr los mayores beneficios posibles de la diversidad de opciones que ofrecen los medios de difusión.
- Aprovechar las oportunidades de participar en la producción de los materiales que difunden los medios de comunicación y dar respuestas, tanto positivas como negativas, a los productores de esos medios.
- Compartir sus opiniones acerca de los medios de comunicación con quienes puedan ayudar a que se establezcan relaciones positivas entre la niñez y esos medios, como los padres, los docentes, y otros jóvenes y adultos.

El desafío al sector privado, incluidos los propietarios de los medios de comunicación, consiste en:

- Tener en cuenta, cuando se desarrollen nuevos productos y tecnologías de comunicación, el derecho de la niños al acceso y a la participación en los medios, a la educación sobre dichos medios y a la protección contra los contenidos perniciosos.
- Dar prioridad absoluta al interés superior de la niñez en las actividades que se emprendan con fines comerciales y financieros, de manera que los niños de hoy se conviertan en los adultos de una sociedad mundial en la que todas las personas disfruten de protección, respeto y libertad.

El desafío a los padres, docentes e investigadores consiste en:

- Reconocer y respaldar el derecho de la infancia a disponer de acceso a los medios de comunicación, a participar en ellos y a emplearlos como herramientas para su progreso.
- Suministrar a los niños y niñas un ámbito en el que se les proteja y apoye para que puedan, en su carácter de consumidores de medios de comunicación, escoger aquellos que fomenten su desarrollo pleno.
- Estar tan informados como les resulte posible acerca de las tendencias y direcciones de los medios de comunicación y, en la medida de lo posible, ayudar al establecimiento de esas tendencias y direcciones mediante la participación en los grupos de control y los mecanismos de comunicación de resultados, y mediante el empleo de los procedimientos existentes para dar a conocer comentarios o quejas acerca del contenido de los medios de comunicación.

La importancia del trabajo periodístico bajo estas directrices no sólo es dar voz y participación a las niñas y los niños, también lo es el hecho de contrarrestar una imagen comúnmente distorsionada de ellos en los medios de difusión, así como las imágenes que no resultan apropiadas si no existe la mediación o la explicación respectiva (imágenes de violencia o guerra, por ejemplo).

La participación y acceso a los medios de difusión de niñas y niños es, pues, un derecho que tiene además la ventaja de generar en ellos actitudes positivas para su desarrollo, según un estudio hecho por la UNESCO titulado *Outlooks on children and media*:



- Más orgullo, poder y autoestima de los jóvenes como resultado de sentir que sus voces merecen ser escuchadas, que ellos son parte de su comunidad y que han logrado comprender a los demás y a su propia cultura.
- Exhibición en los medios de sus propios sueños cotidianos y de su propia cultura y realidad local, social y étnica.
- Fortalecimiento de la habilidad y la curiosidad, así como una mejora de la comprensión crítica de los medios de difusión.
- Más justicia social, generada al permitir que jóvenes que no obtuvieron buenos resultados en las escuelas tradicionales, basadas en el dogmatismo y la reproducción, participen en la producción audiovisual.
- Mayor interés y participación de la sociedad en sus propios términos, lo que a su vez inspira acciones para mejorar la cobertura de asuntos de la juventud en los medios y en sus propias comunidades.

El trabajo desarrollado por el UNICEF o la UNESCO en favor de la infancia, representa la base de actividades que llevan a cabo distintas organizaciones, grupos o espacios académicos en el tema infantil. Así pues, **rompecabezas** asume y adopta esta labor, y responde al derecho de ejercer las capacidades de opinión, análisis, crítica y propuesta; como también asume el que las niñas y los niños tengan derecho a la información, buscando para ello los canales que más se adapten a sus necesidades. Es un esfuerzo encaminado al desarrollo pleno de niñas y niños, basados en el respeto de su persona y de sus derechos a través de un canal que forme y difunda, junto con ellos, las necesidades e inquietudes que tengan.



## El hermano incómodo .....

¡Los diarios!... ¡los diarios inventan la mitad de lo que dicen!  
¡Y si a eso sumamos que los diarios no dicen la mitad de lo que pasa,  
resulta que los diarios no existen!

### Libertad

**M**arshall McLuhan (*Edmonton, 1911*) es uno de los teóricos más representativos e influyentes del campo de los medios de comunicación. Polémico y visionario, sus posturas le ganaron el mote de ser *el más hippie entre los académicos y el más académico entre los hippies*. El eje central de su pensamiento es afirmar que los medios reestructuran los patrones de la interdependencia social y cada uno de los aspectos de nuestra vida privada.

En *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre* (McLuhan, 1976), describe cómo todos los medios nos vapulean, penetran, transforman. Con ello, modifican elementos de nuestra vida (personales, políticos, económicos, éticos, estéticos, etc.). **El medio es el mensaje**. No es posible, por tanto, entender ningún cambio social y cultural si no conocemos la forma en que dichos medios actúan socialmente. Los medios no sólo nos retratan. Llevan dentro de sí la huella de nuestro conocimiento, nuestras creencias. Por ello, son la prolongación de alguna capacidad física o psíquica del hombre.

Los medios modifican los ambientes sociales en los que nacen (la TV modificó el ambiente acústico de la radio para imponer un nuevo ambiente visual). Al modificar el ambiente, crean en nosotros percepciones sensoriales nuevas y modifican, por ende, nuestra forma de relacionarnos con el entorno (McLuhan, 1998).

Nuestras formas de elaboración de lenguaje, por ejemplo, son difíciles de entender sin saber de qué forma está actuando cierto medio en la comunidad. Si el lenguaje se compone de metáforas, los medios nos dan la oportunidad de poner en juego el conjunto de metáforas, como técnica perceptiva, para ver el todo de una situación a través de otra.

Como vehículos de información y difusión, los medios están estructurados por mecanismos que permiten retomar los datos de dichos ambientes para reestructurarlos de una manera determinada, para tener herramientas en el proceso de nuestra transformación (McLuhan, 1992). Dicho de otra forma, no es más que la toma de posturas frente al entramado social, en todos y cada uno de los ambientes en los que nos desenvolvemos: la casa, el trabajo, la escuela, la calle, el transporte colectivo, etcétera.

Entramos a los medios y las tecnologías a toda hora y salimos de ellos nuevos, modificados. Al terminar de hablar por teléfono, estamos transformados:



hemos recibido información que nos hace cambiar de postura sobre algo o alguien, ya no podemos ser los mismos. Las modificaciones no tienen que venir necesariamente de ver o escuchar la opinión de otros, ya que el uso de las tecnologías implica, en sí mismo, una toma de postura.

Para McLuhan, uno de los medios más importantes por sus características y su rol social es el periódico. A diferencia del libro (cuyo uso lo vuelve una forma confesional privada: muestra un solo punto de vista), el periódico promueve la participación comunal cotidiana que logra, con ello, un intenso sentimiento de interés humano por lo confesional a nivel social. Interés humano en un sentido que va más allá del concepto humanista de preocupación y ayuda al prójimo. Es el interés por saber, por seguir; el relato interior de la comunidad, con todos los rincones oscuros que pudiese tener. La estructura misma del periódico, el formato en mosaico, refleja la discontinua variedad e incongruencia de la vida cotidiana.

El periódico es un medio que exige la participación de quien lo lee y, por ello, es inseparable del proceso democrático. Es un confesionario público que involucra a la sociedad que, día a día, se busca entre sus páginas. Los lectores de periódico buscan, en primer lugar, las notas que hablan de aquello que ya conocen. Para el ser racional, el ver y reconocer su propia experiencia a través de una nueva forma material es algo altamente apreciado. Por medio de ese mosaico, se construye la imagen comunal en sus páginas, y viceversa (McLuhan, 1976).

A diferencia de los libros, la aceleración en la reunión y publicación de notas creó nuevas formas de narrativa (aun antes de la casi destrucción del lenguaje empleado en la inmediatez de los mensajes de texto o los *tuiters*: “*kmo stas q px*”), una unificación formal del lenguaje para hacerlo más fácil de leer y utilizando, como elemento complementario, las metáforas como herramientas inmediatas para la descripción de algún acontecimiento.

Los mitos de comunidades o grupos sociales considerados como analfabetos funcionales se derrumban irremediablemente al comprobar la penetración y aceptación que tienen los medios impresos, y en particular el periódico, en la comunidad. En una cultura que obtiene tardíamente este medio (y donde, al menos, el grueso de la población puede leerlo), actúa como una forma *colectiva* de libro. Es por ello que abundan las publicaciones llenas de relatos de historias fantásticas o insólitas, que todos comparten y difunden (McLuhan, 1969).

Todos los medios, dice McLuhan en *La Galaxia Gutenberg*, son metáforas activas en cuanto a su poder para traducir la experiencia a formas nuevas. Los medios utilizan el lenguaje de forma metafórica para reflejar la experiencia social todos los días, lo que divide a éstos en *medios reconocidos* y *medios amarillistas*. Los primeros son mosaicos de grupos sociales bien específicos cuya mayor función comunitaria es el posicionamiento de éstos en la sociedad. Los segundos, sin negar el posicionamiento del grupo que los edita, también es espejo. No del nivel cultural de un país, sino de las necesidades, gustos y relatos de la comunidad. En los medios, las palabras son sistemas de metáforas y símbolos que traducen la experiencia social; son la técnica de la *claridad*, de la *traducción*.



Se ha visto al periódico como un canal en el que grupos de interés ejercen su influencia mediante la difusión, el señalamiento o la demanda en algún tema. No nos corresponde el juzgar posturas o ideologías detrás de cada medio (incluso los libros, a través de la colección y editorial a la que pertenecen, reflejan la ideología de quien los publica), sino de mostrar las posibilidades del medio como canal de difusión.

En el medio editorial se tiende a desdeñar al periódico porque, se dice, su función como medio es inmediata. Se lamenta lo *insustancial* de la prensa (“un libro esta allí por siempre, un periódico es inútil al siguiente día”). Pero entender la función de un periódico va más allá de la sorda discusión sobre la temporalidad o el uso vulgar del lenguaje (otro tópico que encanta a miembros críticos de la *haute culture*).

Anidar un libro durante 20 años no significa que la función continúe viva, pues al volver a leer ese mismo texto, la experiencia es radicalmente distinta, así como el ambiente que rodea la lectura: ¿En verdad alguien piensa que los problemas comunitarios se resolverían si dejamos los clisés y rebuscadas formas del lenguaje popular fuera de los medios impresos y comenzamos a editar periódicos que sigan a rajatabla los más altos lineamientos de la *alta cultura* en una nueva forma de revolución cultural?

El periódico, sin embargo, es un objeto compuesto exactamente de todo cuanto se refiere a la comunidad. Para McLuhan es gracias a ello, a su imagen comunal, que desempeña una función compleja y con varios niveles de conciencia y participación de grupo como el libro jamás ha sido capaz de lograrlo.

Mientras se trate de convertir en objeto al periódico, difícilmente utilizaremos bien al medio. Mientras más alejado esté de la comunidad (de su lenguaje, de sus costumbres, de sus gustos), menos democráticas serán sus tomas de decisión. Mientras más tratemos de controlar el lenguaje dentro de él, difícilmente será tomada en cuenta la opinión popular. Mientras más lo desaprovechemos, seremos menos libres.



## Escuchar su voz .....

You better free your mind instead  
**The Beatles**

**E**ntender los procesos en que un mensaje es construido, puesto en circulación y percibido es fundamental para la elaboración del contenido que se pretende difundir.

La percepción se entiende habitualmente como el proceso cognitivo inicial por el que se construye conocimiento (*creencias perceptivas*) incitado y fundamentado en nuestro entorno más contiguo. Desde la neurociencia tradicional, se mantiene una tesis realista, en el sentido de que necesitamos contar con un mundo externo a la mente, con una realidad física, objetivo de la percepción. Según la definición dogmática del realismo, los objetos externos y sus propiedades existen con independencia del perceptor; incluso cuando no son percibidos por nadie.

En *Modelos teóricos y neurociencia cognitiva de la percepción*, el problema de la percepción es, a su vez, un problema de lo real, de la realidad. El realismo tiene dos versiones. El realismo directo, cuya propuesta es que el perceptor capta directa e inmediatamente los objetos y sus propiedades. El realismo indirecto, por otro lado, que describe procesos mediadores y afirma que uno de los motivos por los cuales percibimos los objetos y sus propiedades es el concurso de estos mediadores. Este último posicionamiento, en la mayoría de los casos, asume la idea de la representación de la mente. Nos planteamos, entonces, una cuestión dura: ¿qué es la representación? (E.Munar, *et al*, 2009)

La respuesta más obvia a esa pregunta viene de su etimología: para la Real Academia de la Lengua, *re-presentar* es volver a presentar. Cuando es ésa la respuesta, nos imaginamos una cierta reproducción o copia del objeto o de la configuración que de esa reproducción tenemos. Desde una perspectiva más conceptual, se dan respuestas más laxas o circulares, como la que indica que se trata de entidades simbólicas que representan objetos o algunas de sus propiedades.

La representación, el hacer presente algo con palabras o figuras que la imaginación retiene, nos lleva a la categorización. Éste, como sistema de estructuración de la aprehensión lleva a cabo los procesos de interpretación de los símbolos que configuran el lenguaje.

La aprehensión fue consagrada por la filosofía griega para designar aquellas nociones enteramente simples que, por su índole propia, no se hallan en primer término afectadas o no son susceptibles de la verdad y del error lógico.



Se tomó, pues, la aprehensión como la simple declaración o existencia de los términos del pensamiento, cual los antecedentes necesarios de todo juicio o proposición. Además de este sentido genérico, la palabra aprehensión expresa específicamente lo que hoy se denomina concepto, noción o idea, primer dato y base inexcusable de toda operación intelectual, sin cuyo precedente implícito o expreso no se comprende el ejercicio del pensamiento.

En ese sentido, la categorización dará orden al sistema de pensamiento a través de la memoria semántica, que contiene los significados conceptuales sobre la categoría y las marcas que la componen. En consecuencia, constituye el orden de los gustos y acciones del hombre a través del lenguaje.

El lenguaje, para Saussure, se construye a partir de metáforas. La metáfora se inscribe en el marco de los procesos de conocimiento, se vincula con las estructuras conceptuales que subyacen tanto al lenguaje, como al pensamiento y a la acción. El estudio lingüístico cobra mayor sentido si el plano de la expresión puede vincularse con las estructuras que conforman un sistema conceptual (Saussure, 1985). El estudio de la metáfora es, por lo tanto, un modo de acercamiento a los ordenamientos conceptuales.

Lakoff, en sus *Metáforas de la vida cotidiana* (2002), apunta que el análisis de material léxico y fraseológico que expresa lingüísticamente los conceptos metafóricos, debe constatar las prácticas discursivas que ponen en funcionamiento la lógica y el lenguaje metafórico.

Para el desarrollo de contenidos de nuestro proyecto periodístico, el estudio, comprensión y construcción de metáforas es necesario para la construcción de un lenguaje que le sea propio a las niñas y los niños, que puedan compartir entre ellos y, sobre todo, que los ayude a describir situaciones sociales específicas. Esto nos permitirá, por un lado, conocer las estructuras narrativas de interpretación para la construcción de sentido y, por otro, las acciones que determinan los gustos, intereses y necesidades comunicativas de las niñas y los niños.

Se debe garantizar la posibilidad de crear un lenguaje cercano a ellos, a la vez que se desarrolla una estructura pedagógica que responda a las necesidades de competencia de lectura y escritura propias de su edad. Para ello, recogemos dos propuestas teóricas en el campo pedagógico. De esta forma, estaremos en la posibilidad de crear un lenguaje cercano a ellos, con una estructura pedagógica que parta de las competencias en la lectura y la escritura.

Celestin Freinet (*Gars, 1896*) realizó sus estudios en la Escuela Normal de Niza. En enero de 1920 llegó a Bar-sur-Loup, y en la pequeña escuela del pueblo, tuvo su primera experiencia como educador. En ese contexto, Freinet desarrolla su pensamiento pedagógico y describe las deficiencias de la enseñanza tradicional que llevaba al niño y la niña al verbalismo, al alejamiento de la vida y del medio social, a la repetición memorística. La observación de estos hechos le confirman la necesidad de que la educación parta del interés. Pero, además, considera que no basta con reformar los métodos de la escuela tradicional, si no que es necesario construir este nuevo modelo pedagógico en un contexto social que dé prioridad a la gente de bajos recursos. Un modelo que debía adaptarse a las condiciones sociales de los alumnos.



La propuesta elaborada por Freinet, desarrollada en *Técnicas Freinet de la escuela moderna* (1985), radica sólo en el hecho de dar un papel activo niñas y niños, sino en construir una escuela viva que fuese continuación natural de la vida familiar, de la vida en el pueblo, del medio. De esta manera se va construyendo una pedagogía unitaria, sin escisiones entre la escuela y el medio social. La escuela activa de Freinet parte, pues, de la actividad de niñas y niños, actividad estrechamente vinculada al medio.

Resulta fundamental, para la propuesta de Freinet, el interés. Las actividades escolares deben partir del interés, de las necesidades infantiles y, por tanto, los trabajos deberán estar percibidos por ellos como tareas útiles. Para cultivar el interés y mantenerlo vivo, Freinet busca las estrategias más apropiadas para que ellos sientan la necesidad y la importancia, individual y social, de lo que hacen. La labor del maestro se limitará, en ese contexto, a ayudarlo a avanzar; de ahí que la base de las actividades escolares sea el trabajo individual o por equipo de afinidades, siempre centradas en el interés de la niña y el niño.

La materialización más importante de lo sugerido por Freinet es *El Texto Libre* (1982). Este texto busca fomentar y desarrollar la expresión literaria de niñas y niños, así como promover entre ellos una composición oral o escrita, que se basaba estrictamente en los temas planteados por ellos, y que responden a su propia experiencia y contexto.

La riqueza de temas provenientes de la experiencia infantil lleva a Freinet a desterrar de su clase el manual de lectura. Sobre este tema escribirá en 1928 *No más manuales escolares*. De esta manera, pretendió corregir lo que consideraba uno de los mayores problemas que surgen de la enseñanza concebida desde el punto de vista ajeno a la experiencia: separar la escuela de la vida y aislar a ésta de los hechos sociales y políticos que la condicionan.

Freinet llevó la imprenta al aula. Literalmente, utilizó esta herramienta para la reproducción de los textos libres para lograr la permanencia en clase. La expresión escrita prolonga la expresión oral, permite niñas y niños la experiencia de escribir para ser leído por otros y, a la vez, desmitifica la letra impresa. Estos textos impresos, ilustrados por ellos mismos y expuestos en la clase, constituían los temas de lectura colectiva.

Otras técnicas fueron surgiendo más adelante como complemento a la función del libro de vida y la imprenta escolar, como el fichero escolar, el fichero de cálculo, la biblioteca de trabajo, el diccionario cooperativo. Todas ellas constituyen las bases sobre las que se desarrolló la enseñanza activa y conforman uno de los aspectos más originales de la pedagogía de Freinet. La finalidad de estas técnicas no es la actividad por la actividad, sino de prolongar la vida natural del niño y la niña, la vida social, la vida de la comunidad en el que está situada la escuela.

Sin embargo, este modelo no es el común en el sistema educativo. Muchas niñas y muchos niños terminan su educación básica sin adquirir las herramientas básicas para enfrentar los retos que la sociedad tiene para ellos.

Para Tere Garduño (México, 1949), la educación debe permitir enfrentar los retos cotidianos al ayudar, a niñas y niños, a desarrollar la inteligencia, el fortaleci-



miento de la afectividad y el enriquecimiento de los procesos de sociabilización.

Poder enfrentar estos retos (y, con ello, mejorar la calidad de vida), implica utilizar conocimientos, habilidades, estrategias, actitudes y valores que hagan a niñas y niños capaces de resolver los problemas a los que se enfrentan cotidianamente. Tere Garduño ha denominado a esto *Competencias para la vida*.

Dichas competencias, pues, están formadas por los conocimientos y conceptos que implican la representación individual de la realidad; por las habilidades y destrezas que son el saber hacer, la puesta en práctica de aquéllos; por las estrategias y métodos que se ponen en práctica para resolver los problemas; y las actitudes y valores, que no son otra cosa que la disposición de ánimo para responder a algo porque lo consideramos importante.

Al desarrollar competencias, propone Garduño, niñas y niños son capaces de

- Interesarse por seguir conociendo, por seguir investigando.
- Atreverse a hacer y a aprender cosas nuevas.
- Buscar estrategias exitosas.
- Convivir mejor con los demás valorando y respetando las diferencias y visiones de otros.
- Recuperar saberes valorando lo nuevo y lo ya conocido.
- Integrar diversas disciplinas y áreas del conocimiento.

En *Una educación basada en competencias* (2004) describe como se garantizará en las niñas y los niños la creatividad, la flexibilidad del pensamiento y la capacidad para enfrentarse a nuevas sociedades del conocimiento si se desarrollan sus competencias.

Existe el peligro, previene Garduño, de que las niñas y los niños puedan ser bloqueados en este proceso:

- Afectivamente, cuando se descalifica, se humilla y violenta al niño o niña.
- Cognitivamente, cuando se enseña, dogmáticamente, una sola manera de hacer las cosas.

En este contexto, la propuesta pedagógica desarrollada por Garduño está centrada en 5 ejes de competencias:

- Comprensión del medio natural, social y cultural.
- Comunicación.
- Lógica-matemática.
- Actitudes y valores para la convivencia.
- Aprender a aprender.

Cada una con indicadores o señales de aspectos constitutivos (lo que las niñas y los niños pueden asimilar de cada eje) según el grupo de edad.

Una de las competencias del eje de comprensión del medio natural, social y cultural es la utilización de los medios de comunicación a su alcance y el reconocimiento de la influencia de la comunicación y la información en la sociedad. Esto quiere decir que, las niñas y los niños entre 10 y 12 años, son capaces, entre otras cosas, de



- Explicar las diferencias entre diversos medios de comunicación, y utilizarlos.
- Reconocer cómo influye la información de los distintos medios de comunicación en la vida de la gente.

De igual forma, en el eje de comunicación, el niño y la niña desarrollan la competencia de análisis y elaboración de libros y otras publicaciones. Entre otras competencias,

- Reconoce la estructura de periódicos y revistas, así como los distintos tipos de información que puede encontrar en ellos (noticias, anuncios, fotografías y artículos).
- Distingue en periódicos y revistas las secciones, el lenguaje que se utiliza, las formas de presentación y la periodicidad.
- Es capaz de elaborar periódicos y boletines, así como decidir secciones, índice, paginación y, en general, todos los elementos que aparecen en los periódicos.

Esto nos indica que el periódico, como medio de difusión, no es ajeno a las niñas y los niños. Son capaces, incluso, de analizarlo y elaborarlo como parte de los planes educativos.

Una constante en la opinión de las niñas y los niños respecto al periódico es que no entienden el lenguaje utilizado en ellos. La lectura del periódico debe ser, según lo expuesto hasta ahora, el encuentro de experiencias, así como el reconocimiento y compromiso con la comunidad. La producción de contenidos resulta vital ya que debemos lograr una experiencia comunicativa que involucre a niñas y niños con su contexto social.

En el eje de comunicación, las niñas y los niños son capaces de articular las competencias necesarias para la lectura de diversos tipos de texto utilizando diversas estrategias y, entre otras cosas, pueden

- Predecir, revisar y releer textos para comprenderlos mejor.
- Predecir, analizar y comprender ideas de un texto, pudiendo explicar asuntos no mencionados en él.

Esto nos indica que el problema está en la elaboración de los contenidos, no en la capacidad de las niñas y los niños para comprenderlos. Así como los textos especializados nos son ajenos si no conocemos las metáforas lingüísticas (un texto médico, por ejemplo). Una redacción que esté construida de acuerdo a su nivel de desarrollo en las competencias de lectura y escritura, será perfectamente comprendida por ellos y, por tanto, el acto comunicativo será exitoso.

Una vez ocurrido el acto comunicativo, la situación ya no es la misma para nadie: la lectura modifica a quien genera el mensaje como a quien lo recibe. Es, por tanto, un proceso de flujo y contraflujo, en el sentido de que el receptor se ve modificado por la información que recibe, pero de igual modo el emisor se modifica con la respuesta que obtiene a su mensaje. La lingüística del mensaje es utilitaria, no impositiva.



En conclusión, tenemos tres elementos que son los pilares de este proyecto periodístico:

- El derecho de las niñas y los niños de ejercer las capacidades de opinión, análisis, crítica y propuesta; como lo es también el derecho a contar con medios de información, opinión y propuesta, buscando para ello los canales que más se adapten a sus necesidades.
- El periódico como canal para la concretización, la difusión y la puesta en práctica constante de los derechos niñas y niños; un canal para la participación y el compromiso comunitario. Un medio, finalmente, que apoye el desarrollo de las competencias de lecto-escritura en las niñas y los niños.
- La construcción de un lenguaje periodístico para niñas y niños capaz de responder a dichas competencias, para que la comprensión de aquél consiga que las niñas y los niños tengan un reconocimiento y un compromiso con la comunidad, ejerciendo los derechos que tienen para hacerlo.

Según reporta el UNICEF (2007), Algunas evaluaciones sobre proyectos periodísticos señalan que son muchos los beneficios de la participación de las niñas y los niños en los medios de difusión, algunos de ellos son

- Generación de cambios: La participación de niños y niñas en los medios de difusión puede influenciar a los encargados de formular políticas a escala gubernamental.
- Desarrollo del niño: Contribuye a su desarrollo integral. Además de aprender habilidades técnicas y vocacionales (tales como manejar equipos, expresarse e interpretar guiones), adquieren habilidades prácticas que les permiten desarrollarse y expresar sus opiniones de manera más eficiente mediante la resolución de problemas, la comunicación, la autoexpresión y las habilidades de negociación.
- Mediante las actividades en los medios de difusión, los niños pueden interactuar con otros niños y niñas y aprender de ellos, hacer nuevos amigos y lograr la empatía de sus pares, cualidad esencial para desarrollar conciencia política y sensibilidad social.
- Empoderamiento de los niños y ciudadanía activa: Que se vean reflejados, así como dar participación a las niñas y los niños en los proyectos de comunicación puede desarrollar más su potencial como ciudadanos activos y defensores de sus derechos. Los niños y niñas pueden resultar buenos mensajeros para difundir cómo la violación de sus derechos afecta sus vidas, y la participación en los medios de comunicación puede permitirles convocar al cambio, con sus propias voces. Además, la experiencia los ayuda a expresarse efectivamente en otros foros.
- Como resultado de su participación en los medios de difusión, los niños se sienten valorados y pueden ganar confianza en sí mismos. Esto se debe a que descubren sus propios talentos y reciben el reconocimiento de los adultos y sus pares. El sentimiento de ser útil en una comunidad también puede motivar a los niños a ser más activos en otros terrenos e inspirarlos a asumir nuevos papeles y responsabilidades.



Lograr construir un medio con estas características pero también, y sobre todo, lograr el interés de las niñas y los niños para despertar en ellos la necesidad de tener un compromiso en la defensa de sus derechos, así como en la opinión y la participación frente a los temas sociales es más que un objetivo: es una obligación para con las niñas y los niños. Debemos ser capaces de reconocer, respetar y fomentar la participación de las niñas y los niños en nuestra sociedad.

**Porque también es de ellos.**



## 2. Armar el rompecabezas

### Nuestro contexto .....

Tiene derecho a criticar quien tiene  
un corazón dispuesto a ayudar

**Abraham Lincoln**

**E**stamos acostumbrados a buscar *un público para nuestro producto*, no a producir *un producto con cierto público*. Pareciera una afirmación bastante lógica desde la perspectiva del editor *que sabe lo que el público necesita*; sin embargo, esta visión ha determinado, durante mucho tiempo, los productos editoriales. La estructura editorial responde a la verticalidad social en donde se determina qué es lo que se debe editar.

Foucault da cuenta, en *Las palabras y las cosas* (2008) de esta estructura en el entendido de que es dicha estructura de poder quien determina qué es lo real (como una serie de significados que van determinando lo que es y lo que no debe ser) y, con base en ello, las relaciones de poder que alimentarán dicha construcción. Bordieu, por otro lado, define que el espacio social, como universo abstracto de determinaciones, está delimitado por campos sociales. Esto es, una serie de microcosmos en donde se llevan a cabo apuestas, intereses, procesos y luchas dentro de dichos campos.

Estos espacios, que ponen en juego posiciones y capitales culturales, desarrollan esquemas de valoración. Se determina, entonces, qué es lo que dichos campos producen según el público al cual están dirigidos.



UNICEF pone especial atención sobre el problema que radica en el hecho de que niñas y niños consuman productos de medios de difusión que no han sido creados específicamente para ellos. Las noticias se consideran algo *para* y *sobre* adultos.

En 2003 se llevó a cabo el proyecto **Empowering Children & Media**, realizado por el *Media Monitoring Project* en Sudáfrica (con apoyo del UNICEF). En él, las niñas y los niños participaron en un monitoreo que duró dos semanas. Las conclusiones a las que se llegaron mostraron, entre otras cosas, 10 problemas reconocidos por las niñas y los niños como los más importantes de la cobertura periodística relacionada con ellos:

- A los niños no les gusta ver o escuchar de muerte y asesinatos (15%).
- Los niños deberían ser incluidos en las noticias (13%).
- Los niños son víctimas (12%).
- Los niños no están representados en los medios de difusión (10%).
- Los niños tienen derecho a la protección, la educación, las cosas necesarias para vivir y la atención de la salud (9%).
- Los niños disfrutan de los deportes y el entretenimiento (9%).
- El maltrato infantil es horrible (4%).
- Los niños advierten la delincuencia (3%).
- Ayudar a los niños y a las personas necesitadas es bueno (2%).
- Los delincuentes no deben quedar sin castigo (2%).

Además de encontrar estos problemas (e interés en tratarlos, finalmente), la cobertura relativa a las niñas y los niños raramente figura en la capacitación de los periodistas porque, en general, éstos se ocupan de temas adultos, en un mundo adulto, para una audiencia adulta. Es raro encontrar reportajes sobre la forma en que nuevas políticas sociales o fiscales pueden afectar a las niñas y los niños. Aún más raro es que algún periódico pida comentarios a las propias niñas y niños sobre cuestiones de actualidad.

Nuestro objetivo es, pues, informar a las niñas y los niños de los acontecimientos más importantes, así como tratar de explicar la forma en cómo éstos les afectan. De igual modo, abrir el espacio para la opinión que ellos tengan respecto a lo que ocurre a su alrededor.

### La necesidad editorial

Verónica Ochoa, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, llevó a cabo un estudio llamado *Periodismo para niñas y niños: el discurso de los suplementos de la prensa de la ciudad de México*. El objetivo de este trabajo fue “caracterizar a los suplementos para niños producidos por la prensa industrial de la Ciudad de México, tanto en forma como en contenido”.

El desarrollo de éste se centró en tres aspectos principales:

1. Los tópicos de los cuales se ocupan.
2. La forma que adopta el discurso periodístico al interior de los suplementos.



### 3. Las características más relevantes del lenguaje con el que se les presentan a las niñas y a los niños dichos temas.

Las conclusiones a las que Ochoa llegó coinciden con el problema planteado aquí: un problema de lenguaje, más precisamente de conceptualización. Es muy frecuente, nos dice la investigadora, al revisar los diversos textos que se han escrito sobre *periodismo para niños* o *periodismo infantil* encontrar que ambos términos se usan indistintamente.

La diferencia principal radica, puntualiza, en quiénes son los sujetos productores de los mensajes. Mientras que en el periodismo infantil son las niñas y los niños quienes seleccionan, redactan e ilustran los temas, en el periodismo para niñas y niños son las personas adultas quienes lo hacen. Pero esto tiene otras implicaciones mucho más profundas e importantes: mientras que en el primero son los propios niñas y niños quienes hacen el papel de traductores bilingües que decodifican lo que Lotman llama *semiosfera a sus semejantes*, en el segundo son las personas adultas quienes desde su propia semiosfera traducen su universo simbólico a las niñas y a los niños a través de los suplementos, lo cual se refleja inevitablemente en la selección y la presentación de los tópicos.

Ochoa ve también una inclinación por hacer del periodismo para niñas y niños una actividad de entretenimiento, pues es éste el tópico prioritario en la mayoría de los suplementos (actividades, juegos, tiras cómicas etc.) y éste estuvo enfocado casi siempre a vender ya sea un producto, una idea o los contenidos de los medios de comunicación electrónicos, especialmente de la televisión.

Otro aspecto descrito en este estudio es en cuanto a los tópicos de los suplementos para niñas y niños del Distrito Federal es que no establecen un vínculo entre el texto y el contexto inmediato político, social, económico y cultural del país o del mundo.

### La oferta para niñas y niños

Además de los suplementos para niñas y niños (que, por tener ese carácter, no son tomados en cuenta), existen esfuerzos de fomento a la lectura que utilizan el formato de periódico, como **El Morbito**, que plantea que es un

periódico para ojos curiosos, publicación mensual dirigida a niños, niñas y jóvenes, pero que también busca atrapar a todo aquel lector que, sin importar su edad, se resiste a aceptar que la buena literatura debe prescindir de las imágenes e ilustraciones que nos cautivaban cuando éramos pequeños.

El Morbito pretende reivindicar la literatura en la cual ilustración y texto forman un conjunto indivisible. Una lectura en la que las imágenes potencian el significado de las palabras, en vez de ser meros comparsas prescindibles. Y qué mejor manera de hacerlo que mediante ese formato en que palabra e imagen conviven de manera natural: el periódico.



**El Morbito** lo deja claro desde su concepción misma: el formato del periódico es mucho más fácil y barato para distribuir literatura para niñas y niños. Su intención es de fomento a la lectura y nada más.

Tenemos dos periódicos como referentes inmediatos. El primero es el periódico **El Tentero**, “periódico quincenal de distribución gratuita con un tiraje, en un principio, de 30 000 ejemplares (en agosto de 2012 llegaron a 40 000) tamaño oficio (35.5 x 21.5 cm) dirigido al público infantil”. En 16 páginas **El Tentero** plantea las mismas secciones que tienen los diarios “dirigidos al público adulto”, pero

las noticias son simple y sencillamente chistosas, lúdicas, que provocan la risa, pero mostrando, de manera implícita, la importancia de tener perspectivas diferentes del mundo, logrando, como consecuencia, el despertar o reforzamiento del sentido crítico, potenciando la imaginación e incrementando el hábito de la lectura desde una edad en la que es crucial mostrar y demostrar que leyendo se alcanza una mejor vida en todos los sentidos.

El contenido de este medio es, básicamente, inventado. En rigor, una nota periodística describe hechos reales; en el caso de **El Tentero**, podemos decir que se utiliza el formato de las notas y otros recursos periodísticos para redactar textos literarios. El esfuerzo es, en esencia, el incremento del hábito de lectura. Sencillo en su propuesta editorial y en su propuesta gráfica, **El Tentero** es un medio que corre el riesgo de mantener el estereotipo del niño y la niña que debe divertirse porque eso es lo que le corresponde: “A los grandes les va a sorprender que los niños tengamos nuestro propio periódico, con noticias divididas en secciones pero mucho más divertidas que las de los periódicos esos aburridos con puras noticias feas y que a veces ni nos interesan.” La idea de proteger a las niñas y los niños de las “noticias feas” con “notas” inventadas sólo lleva a victimizar a las niñas y los niños, a negarles el derecho de conocer lo que pasa en su entorno y, por ende, a opinar y tomar una postura de él.

El segundo es **Mi Primer Diario**, publicación catorcena editada por la Secretaría de Educación Pública (SEP), a través de la Administración Federal de Servicios Educativos en el Distrito Federal y la Dirección General de Innovación y Fortalecimiento Académico. De distribución gratuita y tiraje de 500,000 ejemplares, tiene un formato de 58 x 62.5 cm y 8 páginas.

Aunque en un principio publicaban pequeñas notas (de no más de 70 golpes) de política o economía, este periódico define en los hechos su línea como un periódico de capsulas informativas con datos sobre el edificio más alto del mundo, los inventos más locos o la edad de los osos polares. La enorme cantidad de recursos con los que dispone la SEP para la edición de este periódico es claramente utilizada con fines de divulgación y nada más. El contenido es la traducción escrita de una clase de primaria y el lenguaje oficial de gobierno: lenguaje formal, paternal y superficial. No hay profundidad, análisis ni elementos para que las niñas y los niños puedan relacionar cualquier dato publicado con su contexto social (“Bacterias para hacer computadoras. Investigadores británicos de la Universidad de Leeds y científicos japoneses de la Universidad de Agricultura y



Tecnología aseguran que podrán construirse computadoras con bacterias que generan pequeños imanes parecidos a un disco duro”).

## La diferencia: casos de éxito

### Periódicos en la Escuela

La Asociación Mundial de Periódicos (WAN, por sus siglas en inglés) es una organización internacional que representa a 18.000 periódicos, 71 asociaciones de prensa nacionales, ejecutivos de periódicos de 100 países, 13 agencias de noticias y nueve grupos de prensa regionales e internacionales. Esta asociación ha definido un conjunto de 30 ideas para atraer a nuevos lectores jóvenes, basadas en experimentos realizados en todo el mundo. En 2006, WAN anunció un programa de cinco años para apoyar los proyectos de *Periódicos en la Escuela*, financiado con 1,74 millones de dólares del gigante noruego *Norske Skog*, el segundo productor mundial de papel de periódico y el tercer productor mundial de papel para revistas.

Los programas de *Periódicos en la Escuela* están diseñados para hacer que las publicaciones impresas formen parte de la jornada escolar en todo el mundo. El nuevo programa se centrará en la zona de los Balcanes y Asia, con la producción de material de capacitación para docentes en los idiomas locales. La idea es usar las publicaciones como una forma de mejorar las actividades de alfabetización, el conocimiento general y las habilidades analíticas, y apreciar mejor el valor de la libertad de expresión, la tolerancia y los valores democráticos.

### Zona europeo-árabe: revistas estudiantiles en los estados árabes y Europa

La UNESCO puso en marcha el proyecto denominado *Euro-Arab Neighbourhood: Students build Bridges* en el marco del programa **Diálogo con el Mundo Islámico**. El proyecto comenzó en diciembre de 2003. En ocasión de un taller en Alemania, expertos de ministerios de educación, organizaciones públicas, editoriales y escuelas de Dinamarca, Egipto, Alemania, Jordania, Líbano, Libia, Palestina, Qatar, Sudán, Siria, Túnez y Ucrania sentaron las bases para una red sólida y perdurable de revistas estudiantiles. La meta del proyecto era promover el diálogo europeo-árabe entre los jóvenes mediante la cooperación en revistas estudiantiles. El diálogo entre ciudadanos europeos y árabes es requisito fundamental para la convivencia pacífica en comunidades con diferentes culturas y religiones. Para atacar los prejuicios lo antes posible y promover una mejor comprensión, es primordial el intercambio entre los jóvenes de Europa y los estados árabes. Pueden participar en este proyecto todo tipo de escuelas y jóvenes de cualquier edad interesados en la cooperación periodística.

### El Centro Kuleana para los derechos del niño

El Centro Kuleana para los Derechos del Niño de Mwanza (Tanzania) considera que los medios de difusión y los periodistas son aliados importantes. La



mitad de los 800.000 habitantes de Mwanza son jóvenes, incluido un número importante de niñas y niños de la calle. Tras la inauguración del centro en 1992, las niñas y niños de la calle comenzaron a exponer sus opiniones en afiches pegados en los muros de la ciudad. Actualmente, la revista-afiche *Mambo Leo* figura en todas las escuelas.

Kuleana se acercó a los editores de periódicos regionales y les planteó el siguiente desafío: “Éstos son sus niños: ¿qué van a hacer sobre su situación?” Al principio, la cobertura de niñas y niños de la calle fue sensacional. A medida que los medios de difusión ganaron confianza, comenzaron a investigar las causas subyacentes y las condiciones que los llevan de zonas rurales a las calles en primer lugar. Las estaciones de radio dedicaron espacios de 15 minutos para niñas y niños de la calle, con premios para los ganadores de las competencias. En los periódicos nacionales en inglés y swahili aparecieron artículos de forma periódica. El centro trabajó con la *Asociación de Mujeres de los Medios de Difusión de Tanzania* para mejorar la cobertura de la violencia contra niñas y niños.

Rakesh Rajani, cofundador y ex director ejecutivo del Centro Kuleana, afirma que los medios de difusión pueden generar oportunidades para que el público, incluidos las niñas y los niños, se comprometa con sus derechos como “ciudadanos responsables”.

¿Por qué estos casos de éxitos no se reproducen en México? ¿Qué nos impide contar con programas, apoyos e, incluso, medios que promueven la participación de las niñas y los niños en su comunidad? ¿Por qué no vemos alianzas de medios de difusión con organizaciones en el trabajo con la niñez?

No vemos, en ninguno de los casos de éxito expuestos, elementos económicos de los países en los que se desarrollan que puedan esgrimirse como razón por la cual no se pueda desarrollar un proyecto como al que proponemos. No vemos, tampoco, un trabajo aislado de los medios en la comunidad. Los apoyos mutuos han sido, en todos los casos, un elemento que permite el desarrollo social y la participación de niñas y niños en los asuntos que les competen y afectan. No vemos, pues, razones para no pensar en la necesidad y la viabilidad de **rompecabezas**.

### Un periódico impreso, y después digital

Las nuevas tecnologías están dando paso a nuevos esquemas (o ciclos) de producción editorial. Existe ya una producción especial para dispositivos digitales como los **e-readers**, los **smartphones** o las **tabletas digitales**. Esto abre el mercado a nuevos lectores digitales (no siempre lectores de productos impresos) que ven en este tipo de dispositivos un acceso más fácil y amigable a la lectura.

El papel del editor, en ese sentido, debe replantearse ante la necesidad de incorporar las nuevas tecnologías en la labor editorial. Sería un error pensar en la desaparición del **editor tradicional** (como la inutilidad de la discusión de la desaparición del libro impreso); debemos pensar en un editor más completo,



que incorpora, al soporte tradicional herramientas que le abren otros mercados en donde desarrollar su producción editorial.

Para ello, el editor debe adquirir nuevos hábitos en el uso de las nuevas tecnologías: desde el uso y la edición de páginas web (para ofrecer novedades, adelantos); el conocimiento en el uso y alcance de las redes sociales más comunes, como Twitter y Facebook, como herramientas para la difusión de sus materiales.

La elección de plataformas digitales para la edición es una opción que se amplía con la aparición de nuevas tecnologías. Tal es el caso de la **ePub** (*electronic publication*): un formato redimensionable de código abierto para archivos de libro electrónico que se adapta a los diferentes tamaños de las pantallas de los múltiples lectores de libros electrónicos del mercado.

A diferencia del ciclo impreso de edición, en donde el contenido es producido en un soporte físico (papel) que pasa por varias etapas (la elaboración de un original; la corrección y edición del texto; la ilustración de la obra y su digitalización posterior; el proceso de producción de la obra: compra de papel, impresión y empaquetado) hasta llegar a un punto de venta, en el ciclo digital de edición, los contenidos se producen para un medio digital, por lo que las etapas, a pesar de tener sus similitudes (la elaboración del texto y de las imágenes –aunque éstas trabajadas especialmente para este formato–), tienen la necesidad de formatearse en cierto software que le permita adaptarse a los lectores electrónicos y contar con una extensa gama de herramientas digitales que soportan dicho producto (redes sociales, internet, etc). El mercado, sin embargo, está limitado a la conexión y acceso que los usuarios de estas tecnologías tienen.

De acuerdo con cifras del Consejo Nacional de Población (Conapo) para 2010 existían 28.1 millones de hogares. Según un estudio realizado por el Centro de Investigaciones y de Estudios Avanzados (Cinvestav) del Instituto Politécnico Nacional, llamado *White Paper 2011*, de los hogares descritos, sólo 8.4 millones cuentan con al menos una computadora pero carecen de conectividad por falta de recursos económicos, mientras que el 40% restante se encuentra en el alfabetismo tecnológico total.

A pesar de que en la década pasada se incrementó de 11.8 a 29.8% el número de hogares con una computadora, únicamente 75% están conectadas a Internet, por lo que sólo 30 de cada 100 mexicanos tienen acceso a la red.

Se estima que hasta 2010 había 32.8 millones de usuarios de Internet en el país. Sin embargo, 75% lo usan de vez en cuando, ya sea un día a la semana o al mes, lo que implica que Internet no es una herramienta esencial para este sector de la población en sus labores cotidianas o para realizar búsquedas de información, pues sólo 35% se conecta diariamente.

Estos datos describen el limitado acceso a internet que existe en el país. El servicio de conexión (uno de los más caros de los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE) es aun inaccesible para la mayoría de la población. Nuestro público destinatario es, por ende, mayoritariamente lector de papel. El hecho de plantear un periódico de distribución gratuita, además, garantiza que niñas y niños de bajos recursos no tengan, por ello, problemas de acceso a él.



Pensar, pues, en una plataforma digital para nuestro periódico significaría un acceso mínimo a los lectores que buscamos. No podemos, sin embargo, ignorar a quienes pueden tener acceso a internet y desechar la herramienta y las posibilidades que ofrece una página web, como los contenidos multimedia y otras herramientas diseñadas para dispositivos móviles. Serán complementos que se desarrollarán a la par de la edición en papel. El uso de las redes sociales, por otro lado, será vital para la difusión de nuestro producto por estos canales.

Del mismo modo, es necesario que niñas y niños tengan conocimiento de las problemáticas infantiles en otros lugares del país y del mundo. Se debe promover que entren en contacto con ellos para, así, abrir y mantener un foro de discusión infantil que les de la oportunidad de conocer y compartir soluciones a sus inquietudes. Contribuiremos, pues, a fortalecer los lazos y el sentido de pertenencia y apoyo entre los mismos niños y niñas.

El periódico **rompecabezas** contará, para ello, con una página en internet que permita fomentar, establecer y mantener el contacto entre niñas y niños en todo el mundo. Mediante las herramientas específicas de internet, no sólo se tendrá acceso digital a la información del periódico, también a actividades, juegos y foros en los que niñas y niños puedan discutir y compartir experiencias (para estos foros se deberá contar con todas las herramientas de seguridad necesarias para la participación infantil, así como el aval de sus padres).



## 3. Nuestra propuesta editorial

### ¿rompecabezas? .....

If we cannot be free,  
at least we can be cheap!

**Frank Zappa**

**S**egún la Real Academia de la Lengua Española, rompecabezas es un

Juego que consiste en componer determinada figura combinando cierto número de pedazos de madera o cartón, en cada uno de los cuales hay una parte de la figura.

McLuhan (1998) menciona que cada uno de los artefactos del hombre es en realidad una especie de palabra, una metáfora que traduce la experiencia, de una forma a otra. El periódico, en este caso, es un medio que por su forma (distribuido como un *mosaico*) permite entrar en contacto con múltiples experiencias, *piezas* que poco a poco van formando el todo.

Edgar Rubin (*Copenhague, 1886*) introdujo en la psicología de la Gestalt (corriente surgida en Alemania a principios del siglo pasado: el término *Gestalt* se entiende generalmente como “forma” o “estructura”) los conceptos de *figura* y *campo* para analizar aspectos de la percepción visual.

Bajo este principio, todas las situaciones comprenden una área de atención (la *figura*) y una área mucho más vasta de inatención (el *campo*). Las figuras surgen del campo y retroceden a él en todo momento. En el orden de las cosas, el campo viene primero, y la figura surge después.

Para entender nuestro contexto social (el *campo*), es necesario analizar cada uno de los elementos que lo componen (las *figuras*): los gustos, las relaciones sociales, el rol social que jugamos, etc. Debemos ver las piezas por separado para, después de juntarlas, poder mirar el todo que nos conforma.

Pero el rompecabezas también es un juego, un juego de armar. Por ello, no hay mejor definición para describir el desarrollo y la conformación de la identidad y el rol social de una niña o un niño que el de *estar constantemente construyendo su propio rompecabezas*. En las páginas del periódico encontramos las piezas con las que armamos cierto contexto social, mientras nos armamos a nosotros mismos, pues nosotros también somos una pieza social.



De allí que nuestro logotipo sea



**un rostro infantil con forma de pieza de rompecabezas.**

Las niñas y los niños son piezas fundamentales en el armado social y son ellos, al armar cada nota de diario (que no es otra cosa que una pieza social), que comprenden su contexto social y toman una postura frente a él.

### **Lo que las niñas y los niños quieren**

Hemos descrito las bases teóricas y los referentes que hemos tomado en cuenta para fundamentar nuestra propuesta. Una segunda etapa que llevamos a cabo para construir nuestro proyecto está basado en el método etnográfico para la sistematización de recolección de datos. Esto es, necesitamos la etnografía para definir un estado de las cosas en el ámbito de la recepción de los medios de difusión por parte de las niñas y los niños.

Puesto que es un método cualitativo de investigación, debemos tener un acercamiento con nuestros sujetos de investigación (las niñas y los niños lectores). Dicho acercamiento debe ser reflexivo, basado en la observación de los hábitos de lectura y recepción de medios de difusión. Se ha elaborado, también, el desarrollo operativo mediante el diseño de una entrevista por escrito sobre los conocimientos que tienen niñas y niños sobre el periódico (como medio de difusión), así como lo que les gustaría encontrar en un medio dirigido especialmente para ellos.

Este método, en esta etapa, nos ha servido para realizar la estructuración del producto, basados en los gustos, conocimiento y necesidades expresadas por las niñas y los niños que respondieron este cuestionario. Reiteramos: tenemos las bases teóricas que, además, hemos complementado con un acercamiento etnográfico para realizar una propuesta editorial que responda más a las necesidades de las niñas y los niños y sea capaz de construir, junto con ellos, este medio.

Un niño escribió, al contestar esta encuesta:

Me gusta más ver accidentes como el periódico Metro, es que me aburro con los otros: que los senadores... y eso es aburrido

Esta respuesta sobresale de todas no porque la niña o el niño que contestó le guste la violencia o la nota roja. esto nos habla de la falta de opciones para niñas



y niños. A falta de un medio producido especialmente para ellos (y que no les resulte aburrido, como enterarse de lo que hacen los senadores del país), las niñas y los niños se acercan a productos que, independientemente del perfil o ética periodística que éstos tengan, no están editados para ellos.

Los resultados de este cuestionario, nos hablan de niñas y niños sin opciones, ávido de productos que respondan a sus gustos y necesidades, y con enormes ganas de participar en un medio que sientan como propio.

Estos son los datos que recuperamos de este acercamiento etnográfico:

## antecedentes

Se entregaron 150 encuestas para este estudio. La encuesta fue realizada a tres grupos de 50 niñas y niños, cada uno, de entre 10 y 12 años de edad.

Se seleccionaron tres escuelas para la aplicación de ésta:

1. **Escuela Activa Paidós.** Es una escuela privada ubicada en la colonia La Candelaria, delegación Coyoacán. El perfil socioeconómico de los alumnos que asisten a ella es, en promedio, de clase media baja a clase media alta (según el perfil de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública A.C., AMAI).

2. **Colegio Decroly.** Escuela privada. Colonia Roma, delegación Cuauhtémoc. El perfil socioeconómico es de clase media a clase media alta (AMAI).

3. Escuela **Tierra y Libertad.** Escuela pública. Colonia San Miguel Teotongo, delegación Iztapalapa. El perfil socioeconómico es de clase baja a clase media (AMAI).

Las características de los rangos descritos, y definidos por AMAI son:

**Clase Media Alta.** Este segmento incluye a aquellos que sus ingresos y/o estilo de vida es ligeramente superior a los de clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura. Generalmente viven en casas o departamentos propios algunos de lujo y cuentan con todas las comodidades.

**Clase Media.** Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.

**Clase Media Baja.** Este segmento incluye a aquellos hogares que sus ingresos y/o estilos de vida son ligeramente menores a los de la clase media. Esto quiere decir, que son los que llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Los hogares pertenecientes a este segmento son, en su mayoría, de su propiedad; aunque algunas personas rentan el inmueble y algunas viviendas son de interés social.

**Clase Baja.** Este es el segmento medio de las clases bajas. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de primaria en promedio (completa en la mayoría de los casos). Los hogares pertenecientes a este segmento son propios o rentados (es fácil encontrar tipo vecindades), los cuales son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas.

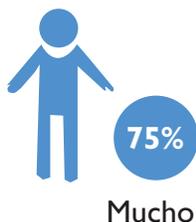
La muestra escogida se encuentra cursando desde cuarto hasta sexto año de primaria y es el público meta inicial del periódico.

La encuesta fue presencial y las niñas y los niños tuvieron tiempo libre para contestar todas las preguntas.



### a. Interés en estar informado

Tu interés por estar informado de lo que sucede en el país y el mundo es



Mucho



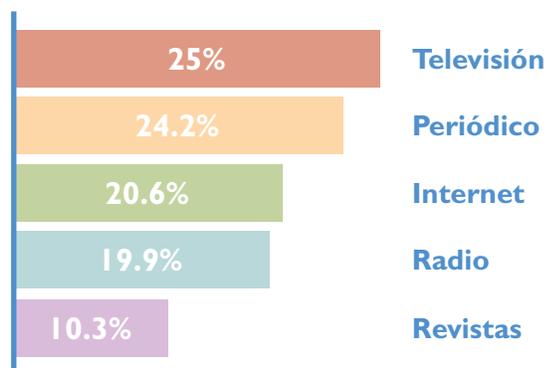
Poco



Nada

### b. Acceso a medios de difusión

Tú te enteras de las noticias por medio de...



### c. Conocimiento del medio

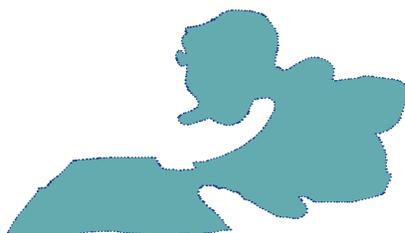
¿Conoces el periódico?



Sí

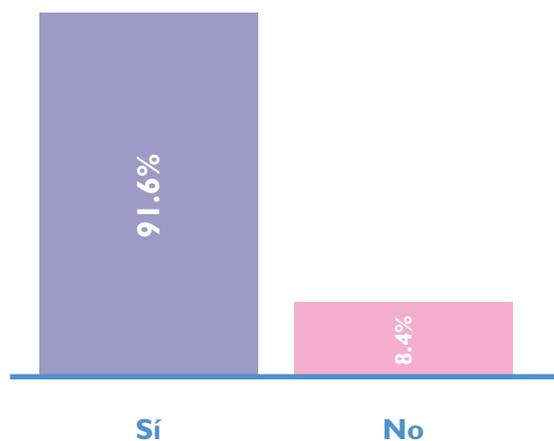


No



### d. Acercamiento al medio

¿Has leído alguna vez un periódico?





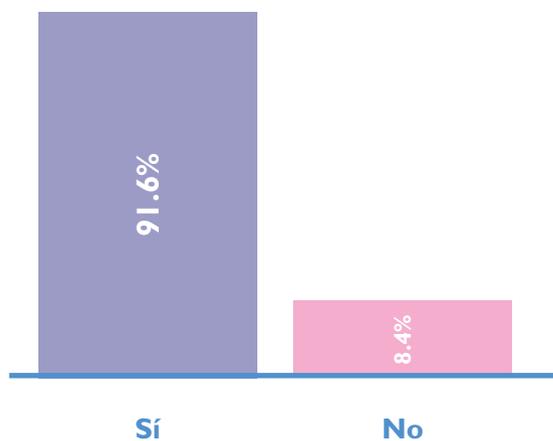
## e. Búsqueda en el medio

¿Qué te gustaría encontrar en un periódico para niñas y niños?

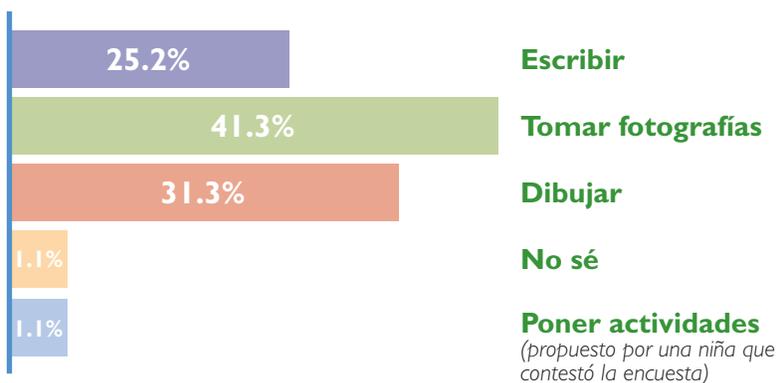


## f. Participación en el medio

¿Te gustaría participar en un periódico para niñas y niños?



¿Qué te gustaría hacer para el periódico?





Lo que más les ha gustado en un periódico



Lo que les gustaría ver en un periódico



Lo que no quieren ver en un periódico





## Elementos necesarios para la construcción de rompecabezas

Podemos concluir, basados en los resultados que se desprenden de este estudio,

- Que las niñas y los niños quieren estar informados de lo que ocurre en su contexto social pero, sobre todo, de lo que les interesa.
- Que, después de la televisión, el periódico es el medio más recurrido para adquirir información.
- Que el periódico es un medio completamente conocido por ellos.
- Que las secciones más comunes de los periódicos son las más mencionadas por las niñas y los niños para formar parte de un periódico para niñas y niños.
- Que las niñas y los niños quieren, abrumadoramente, participar en este medio de difusión ya sea escribiendo, sacando fotografías o dibujando.
- Que el esquema de participación dentro del periódico (la realización de un suplemento semanal realizada por los propios niñas y niños) fomenta la sociabilización y el trabajo en equipo. esta idea de trabajo conjunto es, además, bien recibida por ellos.
- Que las niñas y los niños no quieren saber de notas violentas, de muertes, ni accidentes (*“no sería bueno que este periódico trajera noticias violentas”*, nos escribió, a modo de comentario, una niña).

Del mismo modo, el estudio nos arroja elementos de mercado que no podemos pasar por alto:

- El periódico es un producto altamente conocido y, por tanto, de gran aceptación.
- El público meta al que está dirigido este proyecto es amplio y con una alta demanda del medio.
- El esquema de distribución (gratuito) garantiza su consumo regular.
- La participación de las niñas y los niños en este periódico permite la continuidad y el interés constante en él.

De esta forma, tenemos cuatro elementos fundamentales que describen la participación de los niños en este periódico, diferencia esencial que justifica todo este proyecto:

### I. Nuestro público objetivo

#### ¿por qué niñas y niños de entre 10 y 12 años?

Gracias al plan de distribución, el perfil socioeconómico de nuestro público objetivo abarca (según categorías de la AMAI), de la clase baja a la clase alta. Nos parece importante, además, que nuestro público meta cuenten con el concepto desarrollado por Tere Garduño de competencias para la vida.



Las competencias (conocimientos, habilidades, destrezas, estrategias, métodos, actitudes y valores: herramientas frente a lo cotidiano) las desarrollan niñas y niños a su propio ritmo; sin embargo, hay un común desarrollo de acuerdo a las edades de éstos.

De acuerdo al desarrollo de competencias que las niñas y los niños entre 10 y 12 años tienen, su relación con los medios es completa: ya son capaces de saber diferenciar entre diversos medios; de reconocer la influencia que éstos tienen en su comunidad y en la vida de la gente; de analizar el periódico (y otras publicaciones), así como de reconocer los elementos que lo conforman (secciones, notas, artículos, caricaturas, etc.).

Por ello, y a pesar que desde temprana edad pueden tener relación con los medios impresos, es en este periodo cuando el análisis que niñas y niños hacen es más profundo, de igual modo que la conciencia que pueden tener del impacto y la utilidad de éstos en la comunidad.

La importancia que tiene la relación de niñas y niños con medios impresos desde edad preescolar la cubrimos con la edición mensual de suplementos dirigidos especialmente a otras edades (ver página 106, suplementos).

## 2. La agenda infantil

**rompecabezas** debe crear su propia información. No depender de los acontecimientos sociales en los que, si bien están relacionados con ellos de manera directa o indirecta, no son los actores centrales. Debemos abordar (y, en algunos casos, crear) la agenda propia de la infancia de acuerdo a los problemas, necesidades y gustos que las niñas y los niños tienen. Así pues, la información publicada responderá a este principio y cada sección abordará, en específico, la agenda infantil en el ámbito nacional e internacional.

¿Qué significa esto? Que **rompecabezas** debe no sólo difundir y traducir cada semana, a niñas y niños, reportes e investigaciones realizados en México y el mundo relacionados con la infancia, sino generar y difundir, además, las noticias del día a día que resulten de importancia para ellos. Un ejercicio periodístico especializado en la infancia. La traducción de lo que acontece socialmente, de cómo afecta esto a niñas y niños y, sobre todo, de los intereses que éstos tienen.

## 3. El derecho y la participación de los niños

Hemos mencionado la importancia que tienen los artículos 13 y 17 de la Convención sobre los derechos de los niños referentes a la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo; así como la promoción del acceso a la información a través de los medios y su participación en ellos.

En el proyecto **rompecabezas**, las niñas y los niños tendrán una participación activa en dos niveles:

**I. Como lectores.** Al tener acceso a la información publicada semanalmente, las niñas y los niños se forman un criterio y una postura frente a los acontecimientos de su comunidad, del país y del mundo.



Como hemos mencionado, esto contribuye a ofrecer elementos para que niñas y niños puedan resolver situaciones cotidianas a través de una postura analítica y crítica. Leer un periódico, por supuesto, no genera esta condición *per se*. Sin embargo, el ejercicio cotidiano de leer este periódico, de conocer otras posturas frente a la realidad, constituyen lo que McLuhan refiere a crear un profundo compromiso con la comunidad que *lo refleja* en sus páginas.

Debemos aprovechar el enorme interés que las niñas y los niños muestran en estar informados (75% de los encuestados dice estar *muy interesado*), así como en las rutas trazadas por el interés general (buscarse, como grupo, en información cultural, del mundo, del país, de los deportes, de su comunidad o, por qué no, de las actividades y juegos para resolver).

**2. Como colaboradores.** Debemos canalizar el rotundo 91.6% de interés que niñas y niños mostraron en participar en un proyecto editorial. De entrada, con sus cartas y correos electrónicos, contribuyen a marcar camino, a denunciar y a compartir sus experiencias.

Pero eso no es todo. A los niños les interesa tomar fotografías (41.3%), dibujar (31.3%), escribir (25.2%) o proponer actividades (1.1%); y les interesa ver publicado todo ello. Vamos a invitar, y sugerir, a niñas y niños para que escriban, dibujen o saquen fotografías de lo que les interesa, pero también de los problemas nacionales e internacionales de la agenda infantil.

La construcción de la agenda infantil es un trabajo conjunto con niñas y niños, organizaciones especializadas en la defensa de los derechos infantiles, académicos y organismos internacionales interesados en el tema. A través de consultas, foros y entrevistas, se armará esta agenda infantil para el periódico **rompecabezas** (no es, ni mucho menos, un manual que determine las acciones de gobierno, ni las pautas de nadie: es una pauta que recoge intereses y necesidades de niñas y niños, como guía en la línea editorial del proyecto). Así, se garantizará espacio en cada sección para publicar las colaboraciones de niñas y niños que quieran hacerlo, dependiendo del tema que aborden. Cabe aclarar que en este periodo, se estarán recibiendo colaboraciones que formarán parte de la reserva que el periódico tendrá para garantizar la constante publicación de éstas.

La dinámica en la participación de las niñas y los niños es la siguiente:

1. La primer colaboración deberá ser entregada, vía correo electrónico, correo postal o entrega personal, junto con el formato de Políticas de privacidad de datos y materiales, firmado por sus padres o tutor, que dé consentimiento para la colaboración de las niñas y niños (ver la sección *aspectos legales*).

2. Las colaboraciones posteriores serán entregadas por cualquiera de las vías ya mencionadas sin ningún otro formato.

3. Las colaboraciones no se considerarán lucrativas, por lo que no se dará pago por ellas.

4. Se dará el crédito correspondiente a la niña o niño en cada una de sus colaboraciones.

Del mismo modo, la participación total de niñas y niños se verá reflejada en el suplemento *Ármalo tú*, en donde se invitará a un grupo de niñas y niños



tomado al azar para que sean editores del suplemento. Ellos mismos tomarán la decisión de qué textos publicar, qué fotos, qué ilustraciones y qué formatos tendrán. Con ello se fomenta la participación, como foro de opinión, pero también el trabajo en equipo, la autoestima y el desarrollo de capacidades (negociar, resolver problemas, escribir, dibujar, etc.).

Para ello, se tramitará un permiso ante la SE del DF para mandar invitaciones, basados en nuestro mapa de distribución, a las escuelas elegidas por la dirección del periódico, para que las hagan llegar a los papás de los niños de 5<sup>o</sup> y 6<sup>o</sup> explicándoles el proyecto y solicitando su aprobación para que los niños participen.

El grupo elegido (10 niñas y niños) serán los editores del suplemento. Estarán presentes en las oficinas del periódico, acompañados siempre por los adultos asignados por la escuela y/o padres y tomarán las decisiones necesarias para la edición del suplemento, apoyados por el equipo de **rompecabezas**.

#### 4. El Consejo Consultivo Infantil

En el entendido de que debemos dejar de ser adultos produciendo para niñas y niños, a ser adultos produciendo junto con niñas y niños, el periódico **rompecabezas** debe involucrar, también, la opinión y revisión de éstos en cuanto al contenido que se pretende publicar. Si queremos responder a los gustos y necesidades de las niñas y los niños; además de (si queremos) estar seguros de que los contenidos publicados son entendidos plenamente por ellos, deben tener una participación en la toma de decisión editorial.

Así pues, el Consejo Consultivo Infantil es la instancia encargada de dictaminar los contenidos que rompecabezas pretende publicar. Es, en la práctica, un consejo editorial. Está formado por diez niñas y niños que dictaminarán el armado final del periódico, previo a ser enviado a pre prensa. De esta forma, aseguraremos que los contenidos (de texto e imagen) sean claros y cumplan su objetivo. Nos permitirá, de igual forma, hacer las correcciones necesarias cuando alguno de los contenidos lo requiera. Las niñas y niños hacen una lectura de la edición, intercambian opiniones y dictaminan, junto a la dirección y especialistas, el número por publicarse. Este consejo será rotativo cada mes.

En paralelo, es importante tener el apoyo de especialistas pedagógicos una instancia de consulta antes de que los textos lleguen a los niños para su revisión a través de un Consejo Editorial Consultivo (una revisión *de pertinencia*). El lenguaje y estructura, recordamos, es periodístico. El tener la opinión de especialistas nos da la seguridad de que el mensaje responde al nivel y desarrollo de nuestro público objetivo. Este apoyo debe ser intercambio y diálogo final entre periódico, especialista y niños, con profundo respeto a las ideas infantiles.

Este Consejo tendrá la posibilidad, si así lo determina, de participar en foros y campañas, fuera del periódico, que difundan los derechos plasmados en la Convención sobre los Derechos de los niños, así como sus propios planteamientos frente a los problemas en su comunidad.



## Una alianza estratégica

Desde su creación, el Instituto de Investigaciones Pedagógicas, A.C. (IIPAC) ha desarrollado proyectos e investigaciones que se han vuelto referente nacional en el ámbito de la educación. Reconocido como institución de investigación por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), lo mismo ha participado en la elaboración de un curriculum de competencias docentes, proyectos de aula, propuestas interculturales para niños migrantes, una guía para evaluar el desarrollo infantil, talleres de integración familiar, la Consulta Infantil y Juvenil, así como la edición de materiales pedagógicos de gran relevancia.

Ha colaborado, para ello, con organismos internacionales como el UNICEF, la UNESCO o el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE); a nivel nacional con la Secretaría de Educación Pública (SEP), la Secretaría de Educación del Gobierno del Distrito Federal (SE), el IFE, la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), el Instituto Politécnico Nacional (IPN) o el Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE).

El IIPAC es miembro de la Federación Internacional de Movimientos de la Escuela Moderna (FIMEM), una red de educadores de todo el mundo que comparte estrategias innovadoras en el campo de la pedagogía (actualmente Tere Garduño, presidenta del IIPAC, es responsable para América Latina y fue presidenta de la FIMEM de 2008 a 2012). Cada dos años, se lleva a cabo el Reencuentro Internacional de Escuelas Freinet (RIDEF, por sus siglas en francés), un espacio de intercambio y reflexión de representantes académicos que trabajan, en sus respectivos países, inspirados en la pedagogía Freinet. El IIPAC ha participado en ellos e, incluso, organizó el encuentro en Metepec, Puebla, en 2008.

Desde 2007 fundó, junto con otras escuelas Freinet de varios estados del país, el Movimiento por una Educación Popular Alternativa (MEPA). Un movimiento de cooperación educativa en el marco de una escuela laica, científica, democrática e integradora. Un espacio que busca conjuntar los esfuerzos de todas las personas y grupos que, independientemente de su financiamiento (público o privado), ejerzan una acción pedagógica comprometida con la transformación de la enseñanza y con el fomento de la autonomía.

Entre otros muchos objetivos, el MEPA busca, además, el

Pugnar por la creación y la ampliación de los espacios de comunicación que existen en los medios masivos de manera que éstos propicien y apoyen la construcción de una nueva cultura en educación.

Reconocemos, pues, la importancia del trabajo que lleva a cabo el IIPAC a nivel nacional e internacional (dentro y fuera de todos los ámbitos y movimientos a los que pertenece). No es casualidad, por ello, que este proyecto tenga raíz en los postulados teóricos de Freinet, así como en el desarrollo de la propuesta pedagógica de Tere Garduño, para estructurar los contenidos que se publicarán en **rompecabezas**.



De allí que sea de gran importancia que nuestro periódico colabore con el IIPAC.

La alianza que **rompecabezas** tendrá con el IIPAC está planteada en varios niveles:

1. El IIPAC será miembro del Consejo Editorial Consultivo, cuya función principal es la de vigilar que el contenido de rompecabezas responda a los fundamentos pedagógicos que lo componen.

2. Los diez niñas y niños que conformarán el Consejo Consultivo Infantil serán nombrados por el IIPAC y la dirección del periódico.

3. El IIPAC será mediador en la conformación de un mecanismo de participación infantil en el periódico **rompecabezas** de los países miembros de la FIMEM.

4. rompecabezas difundirá las actividades y proyectos que el Instituto desarrolle a favor de las niñas y los niños, así como de los miembros de la FIMEM.

5. Del mismo modo, **rompecabezas** apoyará en la elaboración de talleres, actividades y proyectos editoriales tendientes al desarrollo y participación de las niñas y los niños.

### Participación de niñas y niños de otros países

Una de las estrategias pedagógicas que lleva a cabo el IIPAC es la correspondencia entre niñas y niños de México con otros países (integrantes de la FIMEM, como España, Francia o Brasil). Esto abre canales de comunicación entre las niñas y los niños que viven distintos contextos sociales y distintas perspectivas, lo que les permite conocer perspectivas de primera mano sobre lo que otras niñas y niños viven en otras partes del mundo.

Esta estrategia puede ser utilizada por **rompecabezas** para hacer más grande el intercambio de experiencias de niñas y niños de distintos países. La publicación de experiencias de niñas y niños de España o Brasil haría más enriquecedor el proceso comunicativo de nuestro público lector. Este contacto se abrirá por medio de la página web del periódico, del mismo modo que ésta servirá de puente en el intercambio de ideas entre niñas y niños.

## a. objetivos del proyecto .....

**rompecabezas** es un proyecto periodístico semanal cuya *visión* es consolidarse como la opción y el referente mundial como medio de difusión de las niñas y los niños para ser partícipes de lo que ocurre en el mundo y en su comunidad.

La *misión* de **rompecabezas** es convertirse en foro de opinión y análisis; canal de defensa de los derechos de las niñas y los niños, constructor de contenido periodístico junto con ellos y que responda a sus competencias de lectura y escritura.

El *objetivo* principal es crear un medio de difusión que sea un esfuerzo encaminado al desarrollo pleno de las niñas y los niños, basado en el respeto de su persona así como de sus derechos, a través de un canal que forme y difunda sus necesidades, que sea puente para su desarrollo y bienestar social.



Nuestras *metas* a corto plazo son

- Que las niñas y los niños se involucren en las soluciones de los problemas de su comunidad.
- Desarrollar en ellos la capacidad de análisis y expresión, tomando conciencia de su papel dentro de la sociedad.
- Tener una fuerte demanda y participación en el periódico como foro de reflexión.
- Alcanzar la mayor cobertura de distribución posible.
- Lanzar la versión en internet, generando contenidos multimedia y para dispositivos móviles.
- Consolidar el equipo de trabajo.
- Lograr el equilibrio y generar utilidades que den estabilidad al proyecto.

Nuestras *metas* a largo plazo son

- Que las niñas y los niños se conviertan en actores dentro de las tomas de decisión en la comunidad.
- Sentar las bases para que las niñas y los niños se conviertan en adultos más comprometidos con la sociedad y el entorno en el que viven.
- Aumentar el tiraje y distribución del periódico.
- Replicar el proyecto a nivel nacional.
- Poner en marcha la agencia de noticias de contenidos periodísticos para niñas y niños.
- Gestionar y producir otros medios de difusión en la defensa de los derechos y compromisos de y para las niñas y los niños.

### **Secciones del periódico**

**Mi país:** noticias e información nacional.

**El mundo:** noticias e información internacional.

**Lo que me gusta:** cultura, pasatiempos, arte.

**Las reglas del juego:** deportes.

**La vida:** ecología y naturaleza.

**Nuestros derechos:** difusión de derechos de las niñas y los niños en el mundo.



## b. plan de costos

La gestión de los distintos procesos editoriales al interior de este periódico para el correcto funcionamiento de las áreas es uno de los elementos más importantes es el aprovechamiento de los recursos para satisfacer nuestras necesidades. La decisión al conformar el equipo de trabajo, y los recursos materiales para llevar a cabo nuestra labor, están basados en el principio de convertirnos en recursos sustentables que cumplen con las necesidades de hoy, sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para cumplir con sus propias necesidades. Tomamos en cuenta aspectos clave que deben procurarse, entrelazarse y reforzarse entre sí: Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Protección del Medio Ambiente.

### El equipo

Los recursos humanos requeridos en el proyecto son:

- Director.
- Directora adjunta.
- Gerencia general.
- Coordinador general de edición.
- Coordinador de redacción.
- Coordinador de arte y diseño.
- Coordinador de publicidad y distribución.
- Coordinador administrativo.
- Jefe de sistemas.
- Editores (5).
- Diseñadores gráficos (6).
- Ilustradores (6).
- Iconógrafo (1).
- Personal administrativo (3).
- Ingeniero en sistemas (1).
- Ventas (5).
- Asistentes (3).
- Distribuidores (100).

Total: 139

*En oficina, trabajan 39 personas, los 100 distribuidores se reparten en el mismo número de puntos en la ciudad para repartir 500 ejemplares cada uno.*



## Organigrama de rompecabezas por nivel de autoridad

De acuerdo al nivel de responsabilidad y funciones, los niveles de autoridad (toma de decisiones) son los siguientes:

- Director.
- Directora adjunta.
- Gerencia general.
- Coordinador general de edición.
- Coordinador de redacción.
- Coordinador de arte y diseño.
- Coordinador de publicidad y distribución.
- Coordinador administrativo.
- Jefe de sistemas.
- Editores.
- Diseñadores gráficos.
- Ilustradores.
- Iconógrafo.
- Personal administrativo.
- Ingeniero en sistemas.
- Ventas.
- Asistentes.
- Distribuidores.

Donde ■ es Máxima; ■ es Muy alta; ■ es Alta; ■ es media alta; ■ es media; y ■ es baja

## Los puestos

**Director.** Encargado de definir la línea editorial y criterios de imagen de todas las versiones del periódico. Jerarquiza temas a desarrollar en la edición y coordina las páginas de opinión. Abre y mantiene contactos y relaciones externas del periódico.

**Directora adjunta.** Responsable de la definición y aplicación de los planes y políticas de comunicación externa e interna de la empresa. Gestiona apoyos y donativos. Encargado de los aspectos legales de la compañía.

**Gerencia general.** Planea, administra y define la distribución del capital, el presupuesto y los activos de la empresa.

**Coordinador general de edición.** Gestiona, a través de las Coordinaciones, el proceso de la edición, desde la redacción del material hasta la salida a imprenta.

**Coordinador de redacción.** Responsable de la distribución del contenido a los editores de sección. Es el contacto con agencias de noticias y la elabora propuestas de reportajes. Define, junto al Coordinador de Arte, la jerarquización de



notas en las páginas.

**Coordinador de arte y diseño.** Responsable del cuidado de la imagen del periódico. Coordina y delega el diseño de planas, las ilustraciones, infografías, fotografías y otros elementos gráficos. Define, junto al Coordinador de redacción, la jerarquización de notas en las páginas.

**Coordinador de publicidad y distribución.** Se encarga de la promoción y posicionamiento del periódico y la venta de espacios de publicidad. Define el mapa de distribución, coordina a los distribuidores, así como las cantidades para cada punto de distribución.

**Coordinador administrativo.** Encargado de la aplicación de presupuestos en cada una de las áreas definidos por la Gerencia general.

**Jefe de sistemas.** Es el encargado del diseño y manutención de la red de cómputo del periódico. Administra el servidor y brinda apoyo técnico a todas las áreas.

**Editores.** Generan el contenido de notas, reportajes y entrevistas del periódico, de acuerdo a la distribución de trabajo realizada por la Coordinación de redacción.

**Diseñadores gráficos.** Encargados de formar las planas y brindar los apoyos requeridos por el Coordinador de arte y diseño.

**Ilustradores.** Creadores de las ilustraciones en notas, reportajes, entrevistas, infografías y cualquier contenido que lo requiera.

**Iconógrafo.** Realiza búsquedas fotográficas según las necesidades de la Coordinación de arte y diseño.

**Personal administrativo.** Responsable de generar los materiales y órdenes necesarios para pagos a proveedores y adquisición de material.

**Ingeniero en sistemas.** Encargado del soporte técnico de los equipos, las redes y el servidor del periódico.

**Asistente de la Dirección y Dirección Adjunta.** Apoyo en las tareas de la oficina de la Dirección y la Dirección adjunta.

**Asistente de la Gerencia general.** Apoyo en las tareas de la oficina de la Gerencia general.

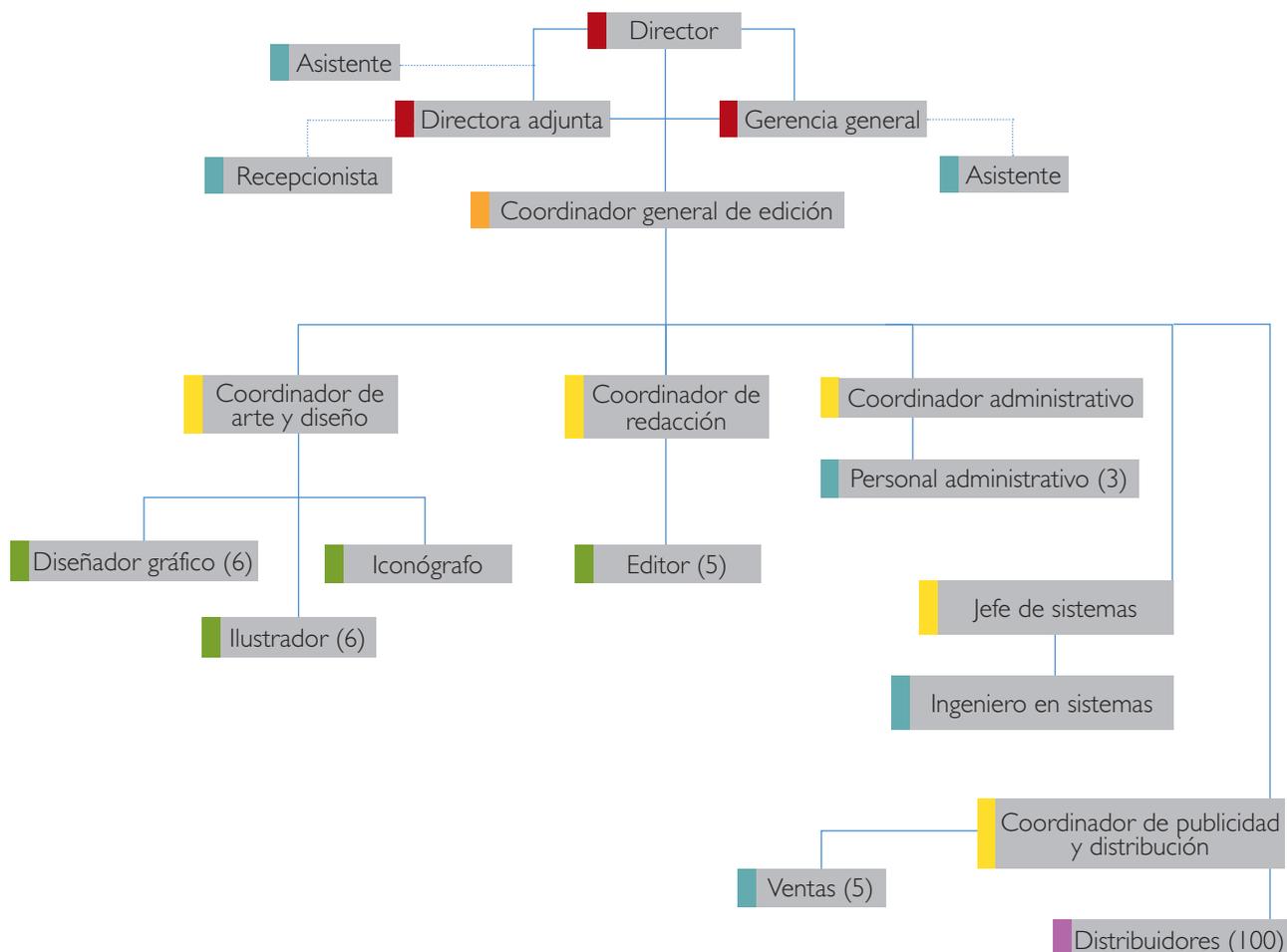
**Recepcionista.** Recibe y administra correspondencia, recibe a las visitas y administra las llamadas telefónicas entrantes.

**Ventas.** Personal encargado de la venta y promoción del periódico para espacios de publicidad.

**Distribuidores.** Personal en puntos móviles de distribución. Encargados de distribuir, de mano en mano, los periódicos a niñas y niños.

## Organigrama

De acuerdo a los puestos y funciones descritos anteriormente, la estructura del periódico queda de la siguiente forma:



## Salarios

Los salarios propuestos están basados en el principio constitucional del **artículo 123**, respecto a que toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil, deben ser suficientes para satisfacer las necesidades del orden material, social y cultural. Guardan relación directa con las responsabilidades de cada puesto y serán de la siguiente forma (sueldo mensual\*):

- Director \$35,000.00
- Director adjunto \$35,000.00
- Gerencia general \$35,000.00
- Coordinador general de edición \$30,000.00
- Coordinador de redacción \$25,000.00
- Coordinador de arte y diseño \$25,000.00
- Coordinador de publicidad y distribución \$25,000.00
- Coordinador administrativo \$25,000.00



- Jefe de sistemas \$23,000.00
- Editor \$23,000.00
- Diseñador gráfico \$ 23,000.00
- Ilustrador \$23,000.00
- Iconógrafo \$17,000.00
- Personal administrativo \$15,000.00
- Ingeniero en sistemas \$17,000.00
- Ventas \$15,000.00
- Asistentes \$15,000.00
- Distribuidores \$3,500.00

\* Los Sueldos son brutos.

A éstos hay que agregarles el registro y alta para seguridad social (IMSS) y otras prestaciones (vales de despensa, apoyo para transporte, uniformes y apoyo de lunch para distribuidores) en todos los puestos.

*Nota: se contratará, además, el servicio de seguridad y de limpieza con el mismo esquema y prestaciones que los puestos ya descritos.*

## Recursos Materiales

Para el desarrollo de la edición de este periódico se requieren los siguientes recursos materiales:

- Oficinas administrativas.
- Servicio de luz, agua, gas, teléfono, internet.
- Equipo de cómputo con especificaciones especiales para cada área de trabajo (direcciones, coordinaciones, asistentes).
- Periféricos. Tabletas gráficas para ilustradores, scanner; impresoras láser; copiadoras.
- Servidor de red.
- Equipo electrónico.
- Consumibles para impresión.
- Equipo mobiliario. Escritorios, archiveros, mesas de trabajo, etc.
- Red telefónica.
- Equipo telefónico.
- Papelería.
- Insumos de cafetería.
- Equipo de seguridad.
- Jardinería.
- Biblioteca.
- Insumos para el equipo de distribución. Uniformes, contenedores, sombrillas, etc.
- Insumos de limpieza.
- Transporte para distribución.



## Costos

Los costos de equipos y gastos se deben plantear en costos aproximados debido a que éstos pueden variar continuamente:

39 equipos de cómputo

Equipo: iMac 27 pulgadas: 2.9GHz

Intel Core i5 quad core de 2.9 GHz

Memoria de 8 GB (dos de 4 GB)

Disco duro de 1 TB

precio: \$29,999.00

total: \$1,169,961.00

Equipo complementario para Ilustradores y Dirección

Equipo: Tableta gráfica Intuos5 de Wacom- mediana

precio: \$6,000.00

total: \$42,000.00

Licencias de software

(aproximado): \$38,000.00

Estaciones de trabajo (30)

precio: \$5,499.00

total: \$164,970.00

Escritorios ejecutivos (9)

precio: \$9,788.00

total: \$88,092.00

Archiveros (39)

precio: \$1,099.00

total: \$42,861.00

Impresora multifuncional TASKalfa 205c (1)

precio: \$43,923.00

Gasto mensual de papelería (compra de papel, plumas, lápices, carpetas, toner, folders, blocks, pegamento, cinta adhesiva, marcadores, discos grabables, tijeras, cutters, gomas, separadores, clips, etc)

(aproximado) \$5,000.00

Gasto de servicios (renta, luz, agua, teléfono, etc)

(aproximado) \$30,000.00

Gasto de cafetería (café, agua, papel higiénico, azúcar, té, etc)

(aproximado) \$2,000.00



### Gasto de inversión inicial aproximado

\$1,716,807.00

Gasto mensual aproximado

Sueldos: \$409,500.00

Impresión: \$504,000.00

Gastos mensuales: \$45,000.00

### Gasto mensual total aproximado:

\$958,500.00

## Plan de producción

**rompecabezas** tendrá un tiro de 50, 000 ejemplares semanales, por lo que su impresión se hará en rotativa. Los elementos que se toman en cuenta para calcular el costo de de producción son:

- Tamaño tabloide (28 x 43 cm)
- Papel Diario Nacional de 45gr
- 24 páginas
- Selección color (4 x 4 tintas)
- Entrega en paquetes flejados

El costo aproximado de impresión por ejemplar es de \$2.50.00 c/u; el costo de impresión semanal es de \$126,000.00; y el costo mensual de impresión es de \$504,000.00

## Factibilidad y prospección del proyecto

**rompecabezas** tiene un esquema de financiación mixto. Esto quiere decir que los recursos que obtenga vendrán de donaciones y la venta de espacios de publicidad.

De acuerdo a los cálculos realizados sobre las necesidades de recursos humanos y materiales, el proyecto será capaz de alcanzar el punto de equilibrio para comenzar a generar utilidades a partir del primer año de existencia.

El costo inicial de arranque del proyecto, que incluye la adquisición de recursos materiales básicos, una parte del equipo de trabajo y el costo de impresión para el primer mes es de \$1,716,807.00 pesos, aproximadamente. El gasto mensual, por otro lado, será de \$958,500.00 pesos aproximadamente. Cabe aclarar que parte de ese costo será adquirido por la venta de publicidad en ese periodo, así como de los donativos que se reciban. No se ha reunido, aun, la cantidad completa necesaria para cubrir el costo inicial.



## Plan de financiamiento

### Esquema mixto de financiación

**rompecabezas** es un periódico de distribución gratuita. Esto garantiza un público lector fijo con acceso a los 50 000 ejemplares editados cada semana. Haciendo un cálculo conservador, estos ejemplares pueden ser compartidos con tres personas más, por lo que el impacto de lectura y acceso a nuestro proyecto es de 150 000 lectores, aproximadamente.

El esquema de financiamiento de este periódico es mixto. Es decir, se venden espacios de publicidad (ver página 109), a la vez que se buscan Convenios de Colaboración con organizaciones interesadas en desarrollar y mantener este tipo de proyectos. De cada uno de éstos, se firma el convenio para recibir un apoyo en especie o en efectivo. Los convenios delimitarán el intercambio que se dará a cambio del apoyo. Estos pueden ser:

- Difusión y cobertura de las actividades del grupo o institución.
- Participación en foros y eventos de éstos.
- Colaboración en la elaboración de materiales de difusión.

### Plan de apoyos económicos y en especie

Los apoyos económicos para **rompecabezas** serán gestionados con particulares, Instituciones de Asistencia Privada (IAP), Organizaciones No Gubernamentales (ONG), redes de organizaciones especializadas en el tema (como la Red por los derechos de la infancia en México), instituciones bancarias, médicas o deportivas, medios de comunicación; organismos gubernamentales como el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), el Sistema Nacional Para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), el Instituto Federal Electoral (IFE), el Instituto Nacional de Migración (INM), el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CeNSIA), el Instituto Nacional de Pediatría (INP); y organismos internacionales como el UNICEF, el Fondo Mundial, Save the Children o la Fundación Bill y Melinda Gates, entre otros.

Todos los apoyos económicos y en especie de organismos y personas especializados en el trabajo, el estudio, la prevención o la difusión de distintos temas relacionados con la infancia (salud, educación, derechos humanos) constituyen, a la vez, una oportunidad de intercambio y alianzas (cuando sea posible) de información y difusión de las actividades que se llevan a cabo en el país a favor de las niñas y los niños.

Los apoyos estarán determinados en razón de las necesidades materiales que el proyecto tenga para garantizar su publicación constante.

Las cantidades a solicitar están definidos de acuerdo al perfil y capacidad económica de cada institución o grupo:

- IAP y ONG: hasta 400,000.00 pesos
- Instituciones públicas: hasta 600,000.00 pesos
- Organismos internacionales: desde 600,000.00 pesos (o su equivalente en dólares)



*(En estos momentos, la Agencia Mexicana de Información, AMI, está dispuesta a financiar parte de los gastos del proyecto (la impresión) y a firmar un convenio de colaboración para difundir contenidos generados por AMI en rompecabezas, y viceversa. De igual modo, ya ha habido un acercamiento con el UNICEF para que estudien el proyecto y consideren la posibilidad de apoyar con financiamiento).*

## c. aspectos legales

Para la edición de **rompecabezas**, se requiere hacer los siguientes registros y trámites:

- Certificado de Reserva de Uso Exclusivo del Título, ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). El artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor señala que es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza. La obtención de la reserva de derechos al uso exclusivo requiere presentar los formatos RD-01-02 (utilizado para todos los procedimientos de reserva) y el formato específico para publicaciones periódicas (RD-06), en el cual deberá de asentar de manera clara y tal como se pretende exhibir el título materia de reserva, tanto en la parte destinada para asentar dicho título, así como en el espacio destinado para la representación gráfica.

- Certificado de Licitud de título y de contenido ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. En este caso, los documentos requeridos son:

- Solicitud original y copia, si requiere acuse de recibo, firmada por la persona responsable de la publicación o acreditada por la misma (titular de los derechos de la publicación o editor(a) responsable, en su caso, representante, apoderado(a) o persona autorizada para realizar el trámite. Si existen varias personas titulares o editores(as) responsables, nombraran a un(a) representante común).

- Copia del certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título o renovación vigente, expedido por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

- Documentos que acrediten la personalidad del(a) titular de los derechos del medio impreso.

- Copia de identificación del(a) editor(a) responsable quien deberá ser persona física y radicar en territorio nacional.

En caso de que otorgue representación:

- Poder notarial, escrito de autorización o carta poder (certificada ante fedatario público o ratificada ante este órgano).



- Copia de identificación oficial de la persona que otorga la representación.
- Copia de identificación oficial de la(s) o las persona(s) que acepta(n) la representación.
- Comprobante de pago de derechos.
- Traducción fidedigna y verídica, en caso de que la publicación se edite en idioma distinto al español.
- Cinco ejemplares del último número publicado.
- En caso de no cubrir los datos requeridos en el “Directorio” de la publicación (título de la publicación, fecha de impresión y periodicidad, nombre completo del editor(a) responsable, número del Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título que expide el Instituto Nacional del Derecho de Autor, número del (o los) Certificado(s) de Licitud de Título y Contenido (en trámite), domicilio de la publicación, nombre y domicilio de la imprenta y nombre y domicilio del distribuidor), carta compromiso en la que se especifique a partir de qué edición su publicación incluirá estos datos completos.

Así pues, la redacción del aviso legal contenido en el directorio quedará de la siguiente forma:

**rompecabezas** es una publicación de grupo monoworks que se edita semanalmente.

Año 0, número 1. Número de Certificado de Licitud de título (en trámite). Número de Certificado de Licitud de Contenido número (en trámite). Número de Certificado de Reserva de Uso Exclusivo del Título: Reserva +++. Domicilio: Silos 45, colonia villacoapa. C.P. 14390, México, D.F. Teléfono: 55556666. Impresión: Talleres Gráficos Golum. San Lorenzo 56, colonia Granjas México; C.P. 15653, México, D.F. teléfono: 56778765. Editor responsable: Raúl Tena. Periódico de Distribución Gratuita. El contenido reflejado en los artículos publicados es responsabilidad exclusiva de sus autores. Prohibida la reproducción parcial o total sin los permisos correspondientes.

## Aquisición de contenidos

Dado que estamos hablando de productos intelectuales, creativos, que raramente son tangibles (como lo es el producir un frasco de mermelada), el contrato debe dar justa retribución a la originalidad creativa que acompaña a los productos editoriales.

En ese sentido, las obras que se deben proteger, pueden ser:

- Según el autor (si es conocido: la mención del nombre o firma que lo identifica; si es anónimo, cuando por voluntad del autor no desea que se le mencione o no es posible identificarlo; si es seudónimo, cuando se divulgan bajo un nombre o firma que no revela la identidad del autor).
- Según la comunicación (si son divulgadas: cuando son hechas del conocimiento público por vez primera en cualquier forma o medio; si son inéditas, cuando no han sido divulgadas aun; o las publicadas, que han sido ya editadas o puestas a disposición del público anteriormente).
- Según su origen (si son primigenias: creadas desde su origen sin estar basadas en otra obra preexistente y son completamente originales; o derivadas, resultado de la adaptación traducción o transformación de alguna obra preexistente).
- Según los creadores que intervienen (individuales, colaborativas o colectivas).



Entendiendo el contrato de edición como el *acuerdo de voluntades* entre el autor de una obra intelectual o artística y el editor, por medio del cual el primero está obligado a entregar una obra al editor, quien se obliga por su propia cuenta a reproducirla, distribuirla y venderla, así como a pagar al primero una remuneración denominada regalía, a diferencia de un contrato de licencia que, según el **Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual** señala que licencia es *Permiso. Autorización*. Es un documento donde consta la facultad de obrar con mayor o menor amplitud; es decir la iniciativa o libertades concedidas en un asunto, acto u operación. En el caso editorial, la autorización de hacer uso de alguna obra intelectual de un autor.

El contrato de edición debe formalizarse por escrito y expresar estos mínimos requisitos:

- Si la cesión del autor al editor tiene carácter exclusivo.
- Su ámbito territorial.
- La remuneración del autor.
- El plazo en que el autor deberá entregar el original de su obra al editor.

Con la firma del contrato, el editor asume las siguientes responsabilidades:

- Reproducir la obra en la forma convenida, sin introducir ninguna modificación que el autor no haya consentido.
- Distribuir la obra en el plazo y las condiciones acordadas.
- Asegurar la explotación continua de la obra y su difusión comercial conforme a los usos habituales en el sector profesional de la edición.
- Pagar al autor la remuneración estipulada.

Al firmar el contrato el autor asume las siguientes responsabilidades:

- Entregar al editor el material preparado para la reproducción dentro del plazo establecido.
- Responder ante el editor de la autoría y la originalidad de la obra y del ejercicio pacífico de los derechos que le ceda.

En nuestro proyecto, debemos hacer usos del término definido por Nieto Cargado respecto a la *empresa informativa*, definida como el conjunto organizado de trabajo, medios económicos y materiales, y relaciones comerciales, para difundir hechos, juicios, opiniones e ideas, a través de medios de comunicación social. Lo que se pone en venta es el mensaje informativo (producido generalmente por el mismo periódico), así como opiniones (artículos de opinión, columnas, etc.), imágenes (fotografías e ilustración) y, éstos, son un producto intelectual de quienes colaborarán en el periódico. Es importante, por ello, celebrar contratos con nuestros colaboradores a fin de que estén protegidos sus derechos y sea patente el reconocimiento a su obra.



Además de producir sus propios contenidos, rompecabezas podrá adquirir contenidos a través de

- Agencias de Noticias. En este caso, todos los contenidos comprados a Agencias de noticias deberán ser adaptados a los lineamientos de redacción contenidos en el Manual de estilo y políticas editoriales de este periódico.
- Colaboradores externos. Serán peticiones especiales de contenido (texto o imagen) que, por carga de trabajo o logística deben ser producidas por profesionales externos. La solicitud de estos contenidos deberán contener los lineamientos descritos en el Manual de estilo y políticas editoriales de este periódico.

## Modelo de Contrato de contenidos (obra por encargo)

El contrato para la adquisición de contenidos está dirigido a profesionales externos que colaboren en **rompecabezas** con artículos de opinión, reportajes, fotografía o ilustración y tendrá la siguiente redacción:

**CONTRATO DE OBRA POR ENCARGO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE** (*nombre del colaborador*), **AL QUE EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ EL (LA) COLABORADOR (A)**, Y POR LA OTRA **MONOWORKS, S. DE R. L. DE C. V., REPRESENTADA POR** (*nombra del representante legal*), **A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ EL EDITOR. AMBOS DENOMINADAS EN ESTE DOCUMENTO LAS PARTES, CONFORME A LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:**

### DECLARACIONES

#### I. De EL (LA) COLABORADOR (A):

- a) Ser de nacionalidad mexicana (*en caso de tener nacionalidad extranjera, los documentos que demuestren su estancia legal en el país*), con domicilio en (*domicilio del colaborador*), y encontrarse en pleno uso y goce de sus facultades y derechos y por lo mismo no tiene impedimento legal alguno para contratar y obligarse conforme a derecho.
- b) Que su Registro Federal de Contribuyente es: (*RFC del colaborador*).
- c) Que es su voluntad realizar (**contenido solicitado**) (mismos que en adelante serán denominadas como EL MATERIAL), que serán publicadas en el periódico impreso **rompecabezas**, así como en las versiones digitales y/o cualquier otra que pertenezca a este periódico o al Grupo **monoworks** y crea pertinente EL EDITOR, por encargo y remuneración de éste, y que no tiene impedimento legal alguno para celebrar el presente instrumento.
- d) Que cuenta con la capacitación, elementos técnicos, físicos suficientes y necesarios para llevar a cabo el encargo objeto del presente contrato, en los términos y condiciones que requiere EL EDITOR y que se establecen en el presente instrumento.

#### II. De EL EDITOR:

- a) Ser una empresa constituida conforme a derecho, según se desprende de la Escritura Pública Número (*escritura del Grupo monoworks*) otorgada ante la fe del Licenciado (*nombre del notario*), Notario Público número (X), de la Ciudad de México.
- b) Que las facultades de su apoderado no han sido revocadas ni limitadas de ninguna forma, por lo que se encuentra plenamente facultado para contratar y obligar legalmente a su representada, lo que se desprende de la escritura pública número (X).



c) Que entre su objeto social se encuentra, entre otros, la edición, publicidad, impresión, traducción, adquisición, enajenación, importación y distribución de toda clase de publicaciones periódicas, libros y revistas.

d) Que su Registro Federal de Contribuyentes es: *(RFC de monoworks)*.

f) Que es su deseo encargar la realización de EL MATERIAL a EL (LA) COLABORADOR (A), para lo cual está de acuerdo en sujetar su voluntad al tenor de este instrumento.

g) Que señala para efectos del presente contrato como domicilio el ubicado en *(domicilio de rompecabezas)*.

Hechas las declaraciones anteriores, ambas partes convienen en ajustar su voluntad al tenor de las siguientes:

## CLÁUSULAS

**PRIMERA.- PERSONALIDAD.-** LAS PARTES expresamente reconocen la personalidad con la que se ostentan para todos los efectos legales a que haya lugar, reproduciendo como contenido de la presente cláusula, las anteriores declaraciones.

**SEGUNDA.- OBJETO.-** El objeto del presente contrato lo constituye el desarrollo de **(contenido solicitado)** (en lo sucesivo EL MATERIAL) que serán publicadas en el periódico **rompecabezas**, que EL (LA) COLABORADOR (A), se compromete a realizar para EL EDITOR, por encargo y remuneración de este último.

En virtud de lo anterior, EL (LA) COLABORADOR (A) se compromete a elaborar dicho material de manera personal y no a través de terceros, garantizando a EL EDITOR que el trabajo no contiene nada obsceno, censurable, indecente o de carácter difamatorio o escandaloso, y comprometiéndose a sacar en paz y a salvo a EL EDITOR de cualquier reclamación de terceros que pudieran presentarse por dichas causas.

Del mismo modo, EL (LA) COLABORADOR (A) se obliga a realizar EL MATERIAL de acuerdo a los lineamientos que EL EDITOR le entregará oportunamente, así como tantos cambios como sean necesarios para que el material encargado sea terminado a satisfacción de EL EDITOR, sin que esto signifique una remuneración adicional a la ya pactada entre LAS PARTES en la Cláusula OCTAVA de este contrato.

**TERCERA.- GARANTIA DE ORIGINALIDAD.-** Tratándose de material creado por EL (LA) COLABORADOR (A), para EL EDITOR, este se considera y se tiene por **inérito y original**.

En virtud de lo anterior, EL (LA) COLABORADOR (A), desde este mismo acto manifiesta estar conforme en responder en todo momento de la autoría y originalidad de EL MATERIAL, objeto del presente contrato, su título y de los vicios ocultos del mismo, así como de cualquier reclamación que surgiera por su explotación comercial o cultural, por lo que será el único y directo responsable de toda controversia que se suscite por la originalidad y titularidad del material entregado.

Asimismo se obliga a responder ante las autoridades correspondientes en caso de suscitarse controversia alguna respecto de los derechos autorales de las obras preexistentes (las creadas por autores distintos al colaborador) que se hayan incluido en el material, tales como: textos, dibujos, fotografías, diseños, o cualquier otro material complementario, por cualquier vía y a sacar en paz y a salvo a EL EDITOR.

**CUARTA.- DERECHOS.-** EL (LA) COLABORADOR (A) desde este mismo acto reconoce que en virtud de que EL MATERIAL que se obligó a realizar mediante el presente instrumento,



fue por encargo y remuneración de EL EDITOR, a éste último, le corresponde la titularidad de los derechos patrimoniales del mismo, así como todas las potestades relativas a la reproducción, distribución y comercialización de los

ejemplares resultantes de éste. En virtud de lo anterior, EL EDITOR podrá utilizar EL MATERIAL que EL (LA) COLABORADOR (A), le proporcione como resultado del cumplimiento del presente contrato, en cualquier tipo de soporte material, de tecnología presente o futura, sin ninguna limitación, conforme estime necesario y convenga a sus intereses, y haciendo las modificaciones, adecuaciones o transformaciones que requiera, así como realizar la inclusión de EL MATERIAL en cualquier tipo de publicación que realice EL EDITOR a través del Grupo **monoworks**.

**QUINTA. CORRECCIONES.-** En caso de que el material encargado no cumpla con las especificaciones correspondientes EL (LA) COLABORADOR (A), desde este acto se compromete a realizar las modificaciones que le sean indicadas por EL EDITOR, y a entregar las mismas de conformidad a las fechas previstas por EL EDITOR, sin que por ello tenga derecho a retribución adicional alguna por tal concepto.

En el entendido de que si EL (LA) COLABORADOR (A) no realiza las correcciones solicitadas en el tiempo establecido, se rescindirá el contrato.

**SEXTA.- DERECHOS MORALES.-** EL EDITOR se obliga a respetar los derechos morales que le corresponden a EL (LA) COLABORADOR(A), mencionando su nombre en cada uno de los ejemplares o reproducciones que de EL MATERIAL en cuestión se realicen.

En ejercicio de la facultad que le confiere a EL (LA) COLABORADOR (A), la vigente Ley Federal del Derecho de Autor, de que le sea otorgado el reconocimiento en las participaciones que realice, él mismo desde este acto, solicita a EL EDITOR, que su nombre en la obra denominada: **(nombre del contenido solicitado)**, sea incluido de la siguiente forma: *(nombre del colaborador como solicite aparecer)*.

**SÉPTIMA.- VIGENCIA.-** Ambas partes acuerdan desde ahora que la vigencia del presente instrumento comprende el término previsto por el artículo 29 fracción I de la vigente Ley Federal del Derecho de Autor.

**OCTAVA.- PAGO UNICO.-** EL EDITOR pagará a EL (LA) COLABORADOR (A), como contraprestación por el cumplimiento del objeto de este contrato, un pago único por la cantidad de **\$0000.00 (CANTIDAD PESOS 00/100 M.N.)** más I.V.A., mismo que se realizará cuando EL (LA) COLABORADOR (A), haya entregado la totalidad del material encargado, a entera satisfacción de EL EDITOR, y de conformidad a las instrucciones comunicadas previamente por el mismo, por escrito.

Todos los pagos se harán vía transferencia bancaria a la cuenta que EL (LA) COLABORADOR (A) indique previamente y por escrito a EL EDITOR, una vez que EL EDITOR haya aprobado EL MATERIAL y contra entrega del recibo correspondiente, el cual deberá cumplir con los requisitos fiscales vigentes.

En virtud de este pago, EL (LA) COLABORADOR (A) renuncia a cualquier derecho para reclamar cualquier compensación directa o indirectamente relacionada con los derechos derivados de EL MATERIAL encargado, independientemente del número de soportes materiales o ejemplares que se produzcan, de las ediciones o del destino que se le dé a EL MATERIAL encargado, así como a las transformaciones o modificaciones que del mismo se realicen para su explotación e intereses comerciales.



Cualquier retraso o incumplimiento que sea atribuible a EL (LA) COLABORADOR (A), en la realización y/o entrega de EL MATERIAL contratado, o en las fechas de entrega especificadas por EL EDITOR, podrá ser sancionada con una penalización del 10% por día de retraso, si así lo considera EL EDITOR, sobre el saldo total. Las prórrogas de fechas en el cronograma de entregas, sólo podrá realizarse por EL (LA) COLABORADOR (A), siempre y cuando se haya notificado previamente y por escrito a EL EDITOR, y éste mismo haya autorizado por escrito la nueva fecha de entrega.

**NOVENA.- TERMINACION ANTICIPADA.-** Durante la vigencia del presente contrato, EL EDITOR, en cualquier momento podrá dar por terminado anticipadamente este instrumento, sin ningún tipo de responsabilidad, y sin necesidad de resolución judicial, en los siguientes supuestos:

a) **SIN REMUNERACIÓN** para EL (LA) COLABORADOR (A), cuando a juicio de EL EDITOR, el material encargado no cumpla con las especificaciones incluidas en el presente instrumento y/o con las características y especificaciones que por escrito le haya indicado este último.

b) **CON REMUNERACIÓN** para EL (LA) COLABORADOR (A), cuando el proyecto sea cancelado por EL EDITOR.

En ambos casos, EL EDITOR conservará la facultad de decidir si otorga una cantidad por concepto de compensación a EL (LA) COLABORADOR (A), o la facultad de adquirir los derechos mediante un pago único.

**DÉCIMA. CONFIDENCIALIDAD.-** EL (LA) COLABORADOR (A) se compromete formalmente a mantener en estricta confidencialidad la existencia y los detalles del proyecto de colaboración, así como la información relacionada con el pago recibido y cualquier otra información que EL EDITOR le comunique que es confidencial. Esta información la podrá tratar únicamente con EL EDITOR y/o cualquier asesor o funcionario nombrado expresamente por EL EDITOR dentro o fuera de la compañía hasta el momento en que este último dé permiso por escrito de discutir el proyecto más libre o ampliamente. Dicho permiso deberá especificar el grado en el cual podrá ser discutido el proyecto con cada persona involucrada. Siendo que EL MATERIAL encargado ha sido creado de manera exclusiva para EL EDITOR, EL (LA) COLABORADOR (A) no deberá utilizar todo o parte del material para la creación de otro.

Las obligaciones a que se refiere esta cláusula subsistirán durante la vigencia del presente contrato y por un plazo de 7 (siete) años más contados a partir de la terminación del mismo.

**DÉCIMA PRIMERA.- JURISDICCIÓN.-** Ambas partes acuerdan que en caso de existir controversia alguna respecto de la aplicación o cumplimiento del presente contrato, se someterán expresamente al procedimiento de avenencia previsto en el artículo 217 de la Ley Federal del Derecho de Autor. En caso de que la controversia continuara, acudirán ante los tribunales competentes de la Ciudad de México, Distrito Federal, renunciando desde ahora a cualquier fuero de domicilio o vecindad.

Leído que fue por ambas partes y estando de acuerdo en su contenido y alcance, no habiendo vicio alguno que impida su celebración y legal cumplimiento, las partes lo firman en tres ejemplares el (*fecha de la firma del contrato*).

EL EDITOR monoworks, S. de R. L. de C.V. (FIRMA)

EL(LA) COLABORADOR (A) (FIRMA)

TESTIGO (*Nombre del testigo*) (FIRMA)

TESTIGO (*Nombre del testigo*) (FIRMA)



## Modelo de cesión de derechos de autor de niñas y niños

Para el INDAUTOR, el registro y cesión de derechos de obras creadas por niñas y niños, deben realizarlo los padres, el tutor o quien ejerza la patria potestad sobre el menor, acompañando a la solicitud el acta de nacimiento del menor o, en su caso, la declaración de la tutela.

El modelo de cesión de derechos, por tanto, tendrá la siguiente redacción:

**CONTRATO DE CESIÓN DE OBRA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE** (*nombre del padre o tutor*), **AL QUE EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ EL(LA) TUTOR(A)**, Y POR LA OTRA **MONOWORKS, S. DE R. L. DE C. V., REPRESENTADA POR** (*nombre del representante legal*), **A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ EL EDITOR**. AMBOS DENOMINADAS EN ESTE DOCUMENTO **LAS PARTES**, CONFORME A LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

### DECLARACIONES

#### I. De EL (LA) TUTOR (A):

- a) Ser de nacionalidad mexicana (*en caso de tener nacionalidad extranjera, los documentos que demuestren su estancia legal en el país*), con domicilio en (*domicilio del colaborador*), y encontrarse en pleno uso y goce de sus facultades y derechos; y por lo mismo, no tiene impedimento legal alguno para contratar y obligarse conforme a derecho.
- b) Que su Registro Federal de Contribuyente es: (*RFC del colaborador*).
- c) Que es el padre, tutor o quien ejerce la patria potestad del menor (*nombre*), que cuenta con los documentos legales para comprobarlo y que no tiene impedimento legal alguno para celebrar el presente instrumento.
- d) Que es voluntad del menor (*nombre*) colaborar con (*material a publicar*) (mismos que en adelante serán denominadas como EL MATERIAL), que será(n) publicado(s) en el periódico impreso **rompecabezas**, así como en las versiones digitales y/o cualquier otra que pertenezca a este periódico o al Grupo **monoworks** y crea pertinente EL EDITOR., sin una remuneración económica por dicho MATERIAL.
- e) Que EL TUTOR(A) cede los derechos de reproducción a EL EDITOR a través del presente instrumento.
- f) Que EL EDITOR dará el crédito correspondiente a EL MATERIAL con el nombre del menor (*nombre*), respetando en todo momento el derecho que el menor tiene para registrar EL MATERIAL como suyo ante las instancias correspondientes.

#### II. De EL EDITOR:

- a) Ser una empresa constituida conforme a derecho, según se desprende de la Escritura Pública Número (*escritura del Grupo monoworks*) otorgada ante la fe del Licenciado (*nombre del notario*), Notario Público número (X), de la Ciudad de México.
- b) Que las facultades de su apoderado no han sido revocadas ni limitadas de ninguna forma, por lo que se encuentra plenamente facultado para contratar y obligar legalmente a su representada, lo que se desprende de la escritura pública número (X).



c) Que entre su objeto social se encuentra, entre otros, la edición, publicidad, impresión, traducción, adquisición, enajenación, importación y distribución de toda clase de publicaciones periódicas, libros y revistas.

d) Que su Registro Federal de Contribuyentes es: *(RFC de monoworks)*.

f) Que es su deseo encargar la realización de EL MATERIAL a EL (LA) COLABORADOR (A), para lo cual está de acuerdo en sujetar su voluntad al tenor de este instrumento.

g) Que señala para efectos del presente contrato como domicilio el ubicado en *(domicilio de rompecabezas)*.

Hechas las declaraciones anteriores, ambas partes convienen en ajustar su voluntad al tenor de las siguientes:

## CLÁUSULAS

**PRIMERA.- PERSONALIDAD.-** LAS PARTES expresamente reconocen la personalidad con la que se ostentan para todos los efectos legales a que haya lugar, reproduciendo como contenido de la presente cláusula, las anteriores declaraciones.

**SEGUNDA.- OBJETO.-** El objeto del presente contrato lo constituye la reproducción de **(contenido solicitado)** (en lo sucesivo EL MATERIAL) que serán publicadas en el periódico **rompecabezas**, que el menor *(nombre)*, a través de EL(LA) TUTOR(A), se compromete a entregar a EL EDITOR, para su reproducción.

**TERCERA.-** EL EDITOR, reconoce como **inédito y original** el material cedido por el menor *(nombre)*. En virtud de lo anterior, EL(LA) TUTOR(A) se compromete a no entregar ningún material que signifique la copia de ningún personaje, marca o logotipo cuyo registro pertenezca a terceros.

**CUARTA.- DERECHOS.-** EL(LA) TUTOR(A) desde este mismo acto reconoce que le corresponde a EL EDITOR la titularidad de los derechos de reproducción de EL MATERIAL, así como todas las potestades relativas a la distribución y comercialización de los ejemplares resultantes de éste. En virtud de lo anterior, EL EDITOR podrá utilizar EL MATERIAL que EL(LA) TUTOR(A), le proporcione como resultado del cumplimiento del presente contrato, en cualquier tipo de soporte material, de tecnología presente o futura, sin ninguna limitación, conforme estime necesario y convenga a sus intereses, comprometiéndose a no hacer modificación, adecuación o transformación alguna. Así mismo, podrá realizar la inclusión de EL MATERIAL en cualquier tipo de publicación que realice EL EDITOR a través del Grupo **monoworks**.

**QUINTA.- DERECHOS MORALES.-** EL EDITOR se obliga a respetar los derechos morales que le corresponden a EL(LA) TUTOR(A), mencionando el nombre del menor en cada uno de los ejemplares o reproducciones que de EL MATERIAL en cuestión se realicen. En ejercicio de la facultad que le confiere a EL(LA) TUTOR(A), la vigente Ley Federal del Derecho de Autor, de que le sea otorgado el reconocimiento en las participaciones que realice el menor *(nombre)*, desde este acto, solicita a EL EDITOR, que el nombre del menor en la obra denominada: **(nombre del contenido)**, sea incluido de la siguiente forma: *(nombre del menor como solicite aparecer)*.

**SEXTA.- VIGENCIA.-** Ambas partes acuerdan desde ahora que la vigencia del presente instrumento comprende el término previsto por el artículo 29 fracción I de la vigente Ley Federal del Derecho de Autor.

**SÉPTIMA.-** EL(LA) TUTOR(A) renuncia a cualquier derecho para reclamar cualquier compensación directa o indirectamente relacionada con los derechos de reproducción derivados de EL MA-



TERIAL, independientemente del número de soportes materiales o ejemplares que se produzcan, de las ediciones o del destino que se le dé a EL MATERIAL.

**OCTAVA.- JURISDICCIÓN.-** Ambas partes acuerdan que en caso de existir controversia alguna respecto de la aplicación o cumplimiento del presente contrato, se someterán expresamente al procedimiento de avenencia previsto en el artículo 217 de la Ley Federal del Derecho de Autor. En caso de que la controversia continuara, acudirán ante los tribunales competentes de la Ciudad de México, Distrito Federal, renunciando desde ahora a cualquier fuero de domicilio o vecindad.

Leído que fue por ambas partes y estando de acuerdo en su contenido y alcance, no habiendo vicio alguno que impida su celebración y legal cumplimiento, las partes lo firman en tres ejemplares el (*fecha de la firma del contrato*).

**EL EDITOR monoworks, S. de R. L. de C.V. (FIRMA)**

**EL(LA) TUTOR(A) (FIRMA)**

**TESTIGO (*Nombre del testigo*) (FIRMA)**

**TESTIGO (*Nombre del testigo*) (FIRMA)**

## d. flujo de trabajo

### Procesos de trabajo (armado)

Proveedor	Insumo	Proceso	Producto	Cliente
Director/Coordinador general de edición	Primera plana	Decisión y distribución de contenidos para primera plana	Primera plana	Coordinador de Arte y diseño
Coordinador de redacción	Contenidos	Distribución de contenidos por sección	Plan de distribución de notas	Coordinación general de edición
Redactor	Nota	Redacción de nota	Nota periodística para niñas y niños	Jefe de sección
Jefe de sección	Nota terminada	Formación de nota	Nota formada	Coordinador de arte y diseño/ Diseñador gráfico
Ilustrador	Nota terminada	Ilustración de nota	Ilustración para nota	Coordinador de arte y diseño/ Diseñador gráfico
Diseñador gráfico	Nota/ ilustración	Formación de notas	Plana armada	Coordinador de Arte y diseño
Coordinador de Arte y diseño	Planas armadas	Salida a preproducción	PDF finales	Coordinación general de edición



### Procesos de trabajo (Aprobación de contenidos)

Proveedor	Insumo	Proceso	Producto	Cliente
Director/Coordinador general de edición	PDF finales	Aprobación de contenidos	Comentarios y correcciones	Consejo Consultivo
Consejo Consultivo	Comentarios y correcciones	Corrección de la edición	PDF finales	Coordinación general de edición

### Procesos de trabajo (Impresión)

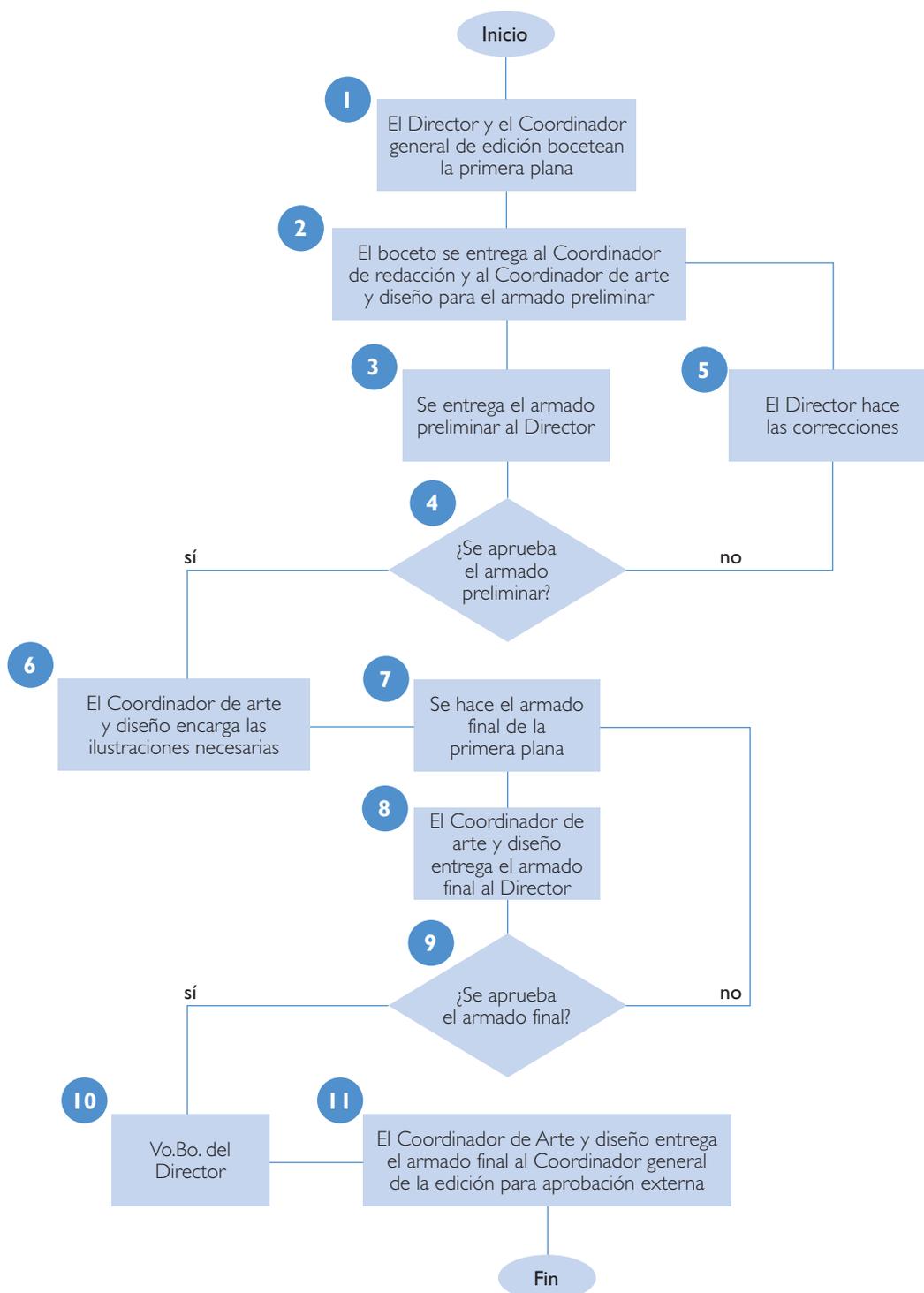
Proveedor	Insumo	Proceso	Producto	Cliente
Coordinación general de edición	PDF finales	Entrega de edición para impresión	Archivo y serpetin	Imprenta
Impresor	Archivo y serpetin	Impresión	Periódico impreso	monoworks

### Procesos de trabajo (distribución)

Proveedor	Insumo	Proceso	Producto	Cliente
Distribuidor	Periódico impreso	Distribución mano en mano	Entrega física	Niñas y niños

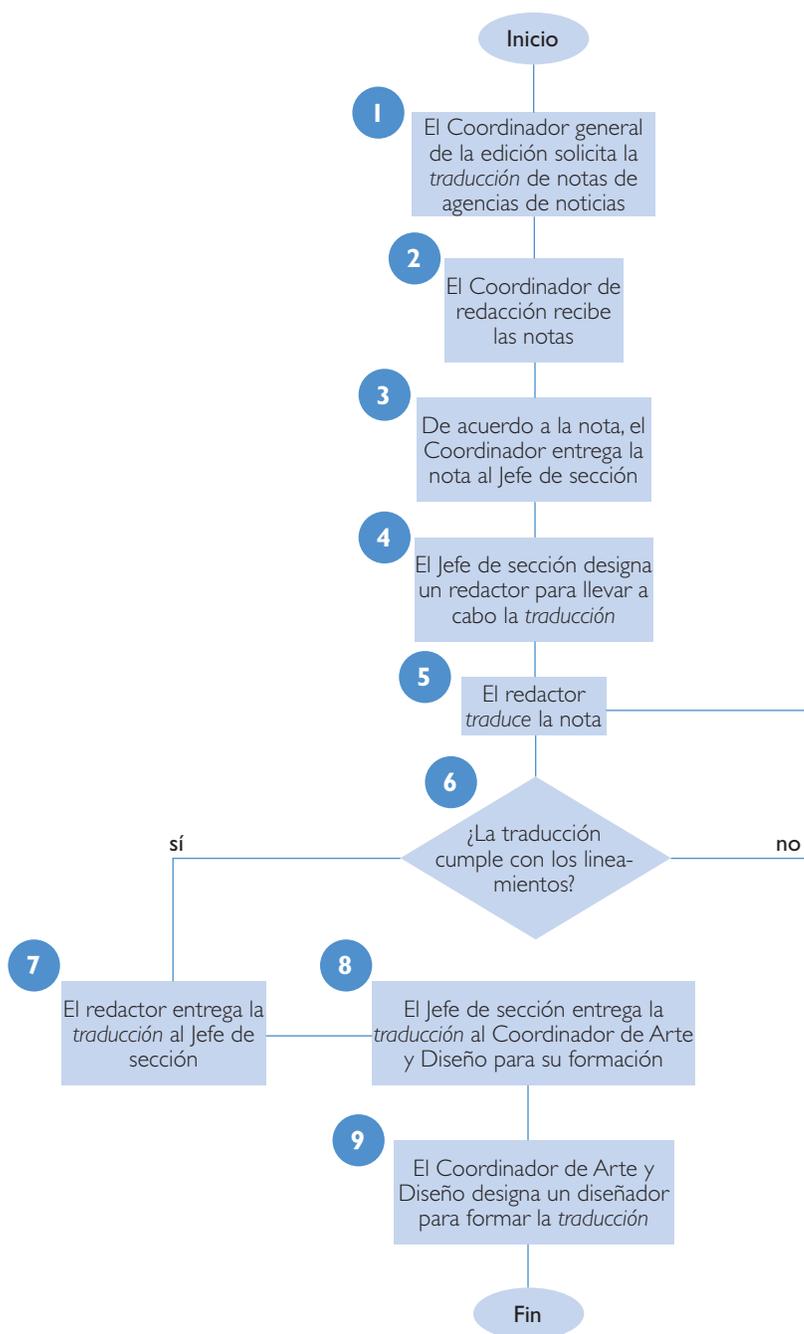


## Flujograma de armado de primera plana





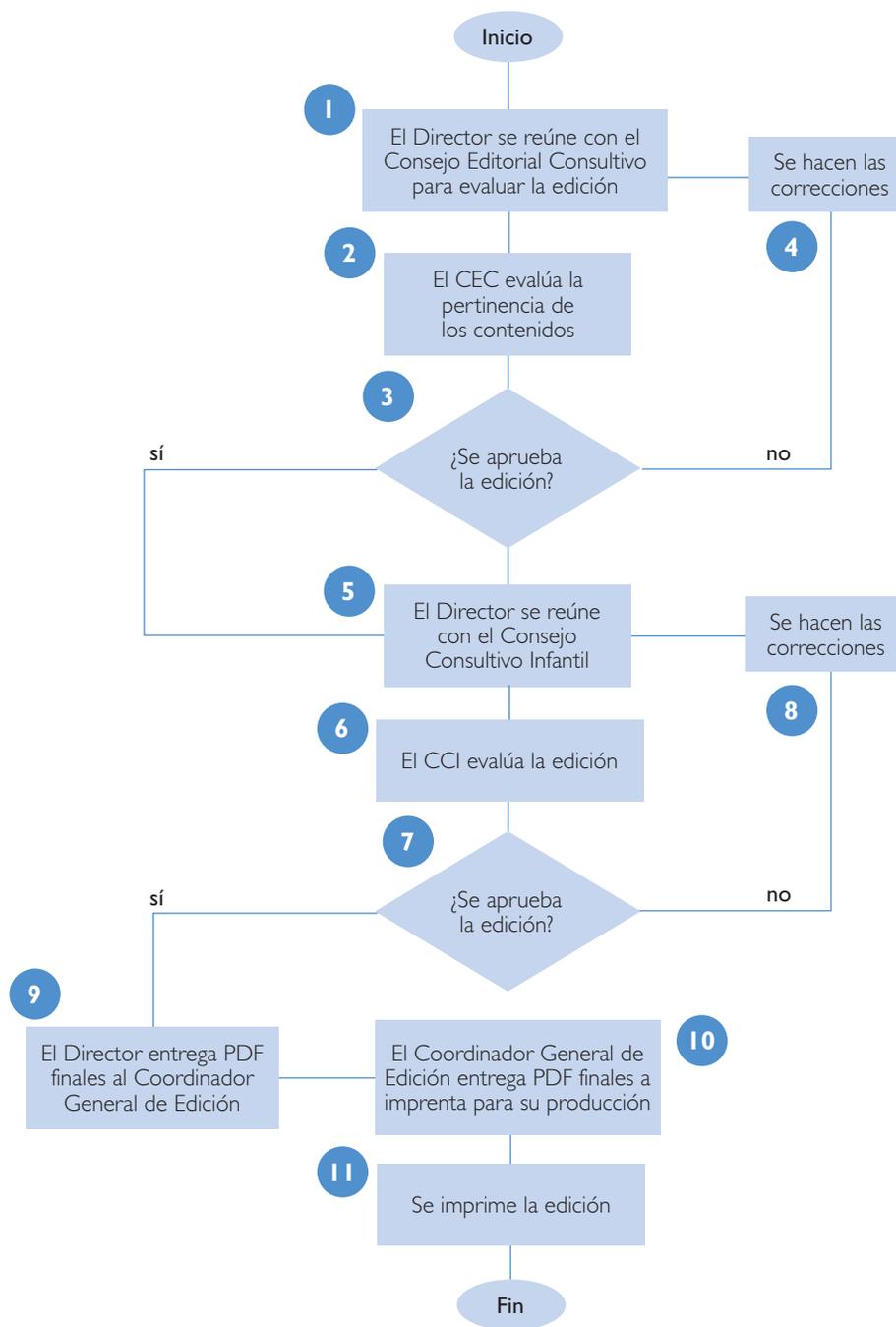
## Flujograma de la traducción\* de notas compradas a agencias de noticias



\* Se utiliza el término *traducción* para referirse a la adecuación del lenguaje de notas externas a la redacción para niñas y niños utilizado en el periódico

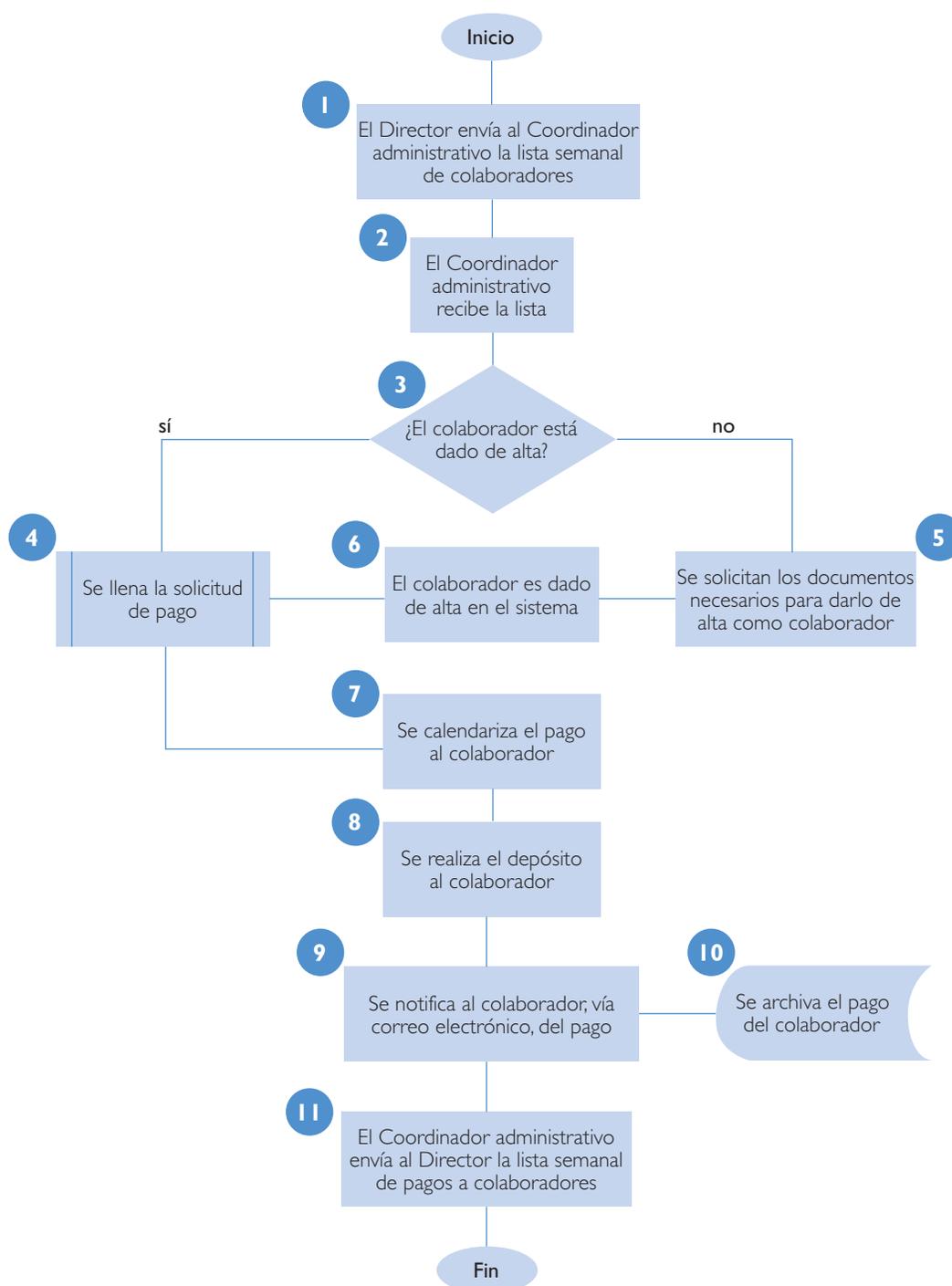


## Flujograma para aprobación de contenido



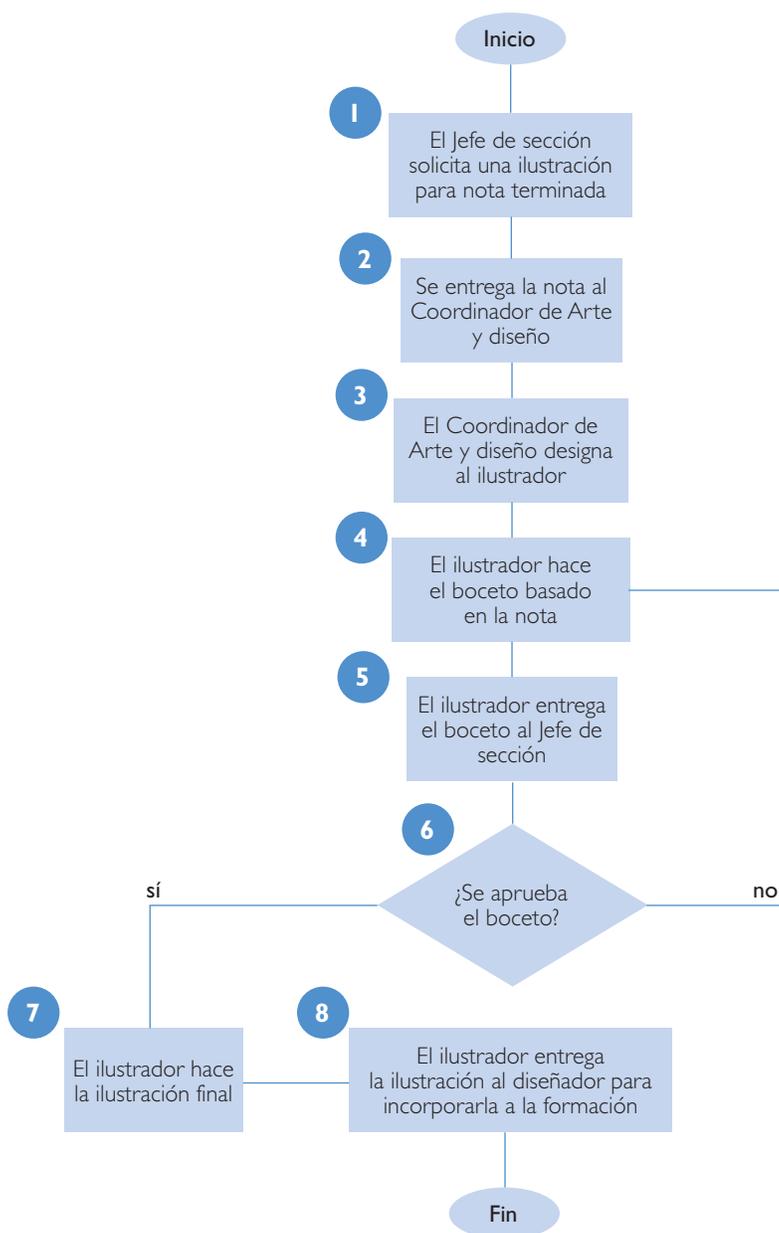


## Flujograma del pago a colaboradores externos





## Flujograma de solicitud de ilustración para nota





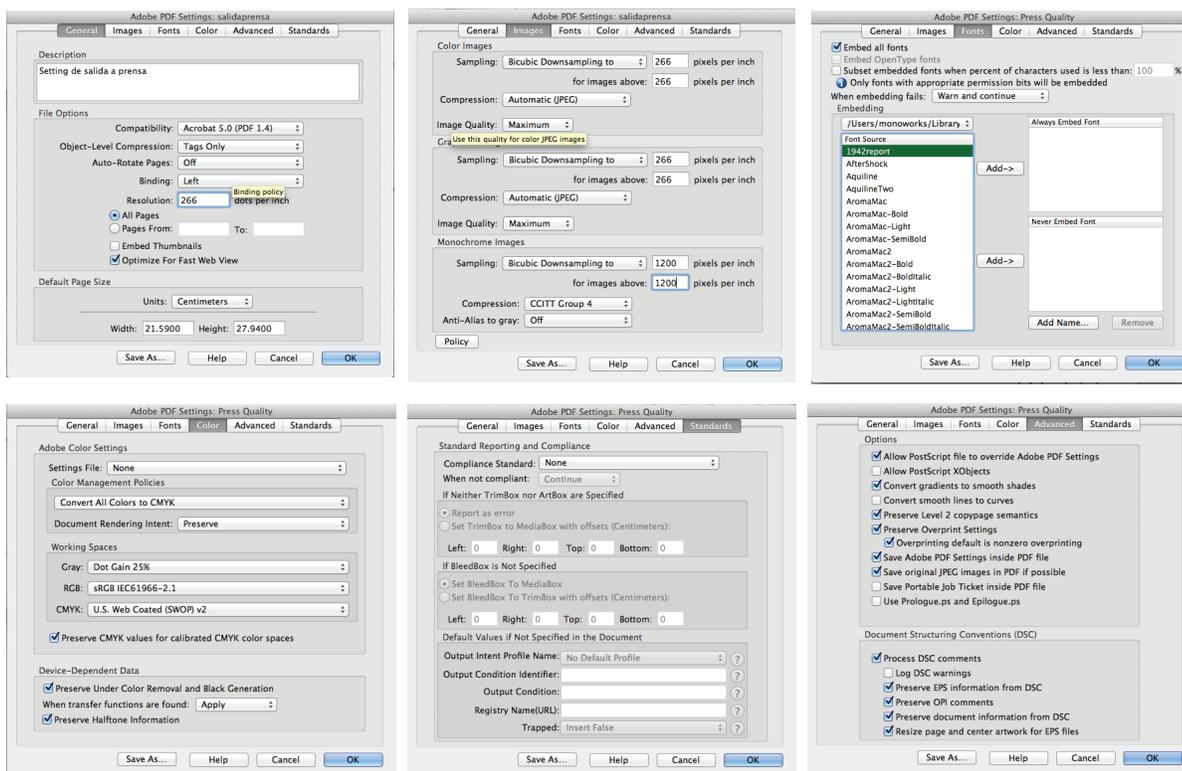
## Preparación de archivos para prensa

Para el proceso de impresión, se prepararán archivos PDF (Portable Document Format), pues resulta conveniente para nuestros flujos de trabajo el tener archivos que sean

- Independientes de la plataforma y aplicación.
- Que puedan sustituir páginas independientes.
- Que tengan incluidas imágenes, gráficos y fuentes en un sólo archivo (sin necesidad de empaquetarlos).
- Que comprima los datos para mejorar el desempeño del flujo.

La versión que utilizarán los archivos de salida es la Acrobat 5 (1.4) que incluye colores CMYK y SPOT, así como transparencias, utilizadas en la formación del periódico. No requerimos versiones posteriores dado que el trabajo en layes, así como un trabajo con dimensiones mayores o archivos con más seguridad no están contemplados. El equipo para el servicio de impresión, por otro lado, trabaja con esta versión para la filmación de las placas para rotativa.

Dado que es un periódico a color con una buena calidad de impresión se pretende tener una relación de 266 dpi de resolución de imagen con 133 lpi. Para ello se ha preparado un Setting (*salida a prensa*) para la creación de archivos PDF para salir a prensa, según los lineamientos necesarios para resolución de imagen, tipografía, etc.





## e. manual de contenido editorial .....

### La escritura pictográfica

Vivimos en una cultura visual, dominada por completo por el ojo. A diferencia de la cultura fonética (prealfabética), la experiencia es *lineal* y *adicional*, nunca *casual*. Esto se debe a que toda forma de comunicación occidental sigue una secuencia lineal que se refleja, por ende, en las formas de organización social.

Nuestra civilización, a decir de McLuhan (1969), se levanta sobre el alfabetismo debido a que éste es un sistema uniforme basado en el sentido visual. Las culturas orales, prealfabéticas, accionan y reaccionan a un mismo tiempo. La cultura visual aporta al hombre los medios necesarios para reprimir sus sentimientos y emociones. Actuar sin reacciones, sin implicación, es la ventaja peculiar del letrado hombre occidental, Nuestra civilización es *causa y efecto*, no *experiencia y compromiso*.

La escritura pictográfica, empleada en la escritura maya o china, es una extensión del sentido visual que permite acumular y acelerar el acceso a la experiencia, a diferencia del alfabeto fonético que, valiéndose de unas pocas letras, fue capaz de abarcar todos los lenguajes. Separación de signos y sonidos de su significado semántico que ha implicado, por ello, la separación de lo imaginativo, emocional y de los sentidos: una experiencia mutilada, uniforme.

La función básica de los medios, según McLuhan (1976), es reunir y despachar información. La forma es la que cambia según el soporte en el que esté contenida ésta. Por ello, necesitamos una concepción más *integral* entre el texto y la imagen. No bajo el concepto de que una complementa a la otra (como entes separados), sino bajo la lógica de un discurso integrado en texto e imagen. Mucho antes de que Gutenberg creara la *línea de impresión* (el discurso en línea a través de tipos móviles), ya se habían hecho una gran cantidad de impresiones en papel por medio de grabados en madera. La forma más popular de esta clase de impresión en *bloque* (imagen y texto pensados como unidad) era la *Biblia Pauperum* o Biblia de los Pobres. Esta impresión de estampas precedieron la impresión tipográfica. Estas estampas baratas y populares (desdeñadas por la gente instruida, como hoy se desdeñan las historietas o el periódico) estaban integradas en su lectura: se leían en voz alta, se cantaban o se representaban. De este modo, la oratoria, la música, la literatura y el dibujo se *integraban* en una pequeña estapa.

Las cualidades estructurales de integración de la estampa, promueve que el lector se involucre con *su experiencia* para darle sentido a ésta. Es una forma de expresión con enorme participación que se adapta perfectamente a la forma de mosaico del periódico (descrita con anterioridad).

Volvemos a la máxima de McLuhan de que el medio es el mensaje. debemos ocuparnos del medio tanto como del contenido de éste. De este modo, debemos tener una propuesta a la manera del artista macluhiano: el artista



es el hombre en cualquier campo, ya sea científico o humanista, que capta las implicaciones de sus acciones y del nuevo saber de su época. es quien tiene un conocimiento integral.

**rompecabezas**, pues, está formado por piezas de un todo a la manera de las estampas: mensajes integrados que promueven la experiencia y la implicación. Por ello no presentamos, separados, un manual de imagen y diseño, y un manual de redacción. Ambos son parte de un discurso integral y ambos se reflejan en cada elemento del periódico.

Para términos prácticos (de escritura lineal, occidental), desarrollamos los elementos de uno y otro.

### Referentes para las políticas editoriales

La actividad del periodismo enfocado a las niñas y los niños siempre debe realizarse tomando en cuenta la perspectiva de ellos. Debido a la poca protección que tienen en los medios, es necesario seguir normas éticas más estrictas al hacerles llegar información de cualquier tipo y darles voz.

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) integró los derechos de niñas y niños a sus directrices. El documento Los Derechos del Niño y los Medios de comunicación: Directivas y principios para informar sobre temas relacionados con el niño ha sido aprobado por organizaciones de periodistas de 70 países. El propósito de éste es ayudar a niñas y niños a que los periodistas tomen en serio sus opiniones.

Las normas de conducta ética establece que los medios de difusión, al publicar información referente a niñas y niños,

1. Procurarán normas de excelencia en términos de precisión y sensibilidad a la hora de informar sobre temas relativos a los niños.
2. Evitarán la programación y publicación de imágenes que introduzcan en el espacio del niño una información que les resulte perjudicial.
3. Evitarán el uso de estereotipos y presentación sensacionalista para promover material periodístico que involucre a niños.
4. Analizarán cuidadosamente las consecuencias de la publicación de todo material relativo al niño y que reste importancia al daño causado a los niños.
5. Se cuidarán de identificar visualmente o de cualquier otra manera al niño, a menos que se demuestre que es por razones de interés público.
6. Darán al niño, siempre que sea posible, el derecho a acceder a los medios de comunicación para expresar sus propias opiniones sin alicientes de ningún tipo.
7. Garantizarán la verificación independiente de la información proporcionada por el niño y tendrán especial cuidado en garantizar que la verificación se lleve a cabo sin poner en peligro al niño que ha proporcionado la información.
8. Evitarán el uso de imágenes de niños con connotaciones sexuales.
9. Emplearán métodos correctos, abiertos y claros para obtener fotografías y, siempre que sea posible, obtenerlas con el conocimiento y consentimiento del niño o de un adulto, tutor o responsable del niño.
10. Verificarán las credenciales de toda organización que diga hablar en nombre del niño o representar los intereses del niño.
11. No pagarán al niño por material relacionado con el bienestar del niño, ni a sus padres o tutores, a menos que pueda demostrarse que se hace en interés del niño.



A decir del UNICEF, los medios no sólo deben informar de manera justa, honesta y precisa sobre la experiencia de la niñez, sino también dar espacio para las opiniones diversas, coloridas y creativas de los propios niños. Ya sea en las noticias y actualidades o en el complejo mundo de las artes, todos los profesionales de los medios, y las organizaciones para las que trabajan, tienen la responsabilidad de reconocer los derechos del niño y reflejarlos en su trabajo.

## Política editorial

1. **rompecabezas** se define como un periódico independiente, de producción informativa para niñas y niños, defensor y difusor de sus derechos de acuerdo con la Convención sobre los Derechos de los Niños, aprobada el 20 de noviembre de 1989 por las Naciones Unidas. Se apega a los principios de pluralidad y libertad democrática establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. En ese sentido, da voz a toda tendencia, excepto aquellas que denigran, ofenden y hacen apología de la violencia.

2. **rompecabezas** generará la información que les interesa a niñas y niños de acuerdo a la agenda infantil de México y el mundo, establecida con anterioridad o generada por este periódico y presentará, cada semana, información que sea lo más completa y entendible posible, reflejando el contexto social, de manera que ayude niñas y niños a entender la realidad y a formarse su propio criterio.

3. **rompecabezas** no tolera cualquier tipo de presión que venga de personas, partidos políticos, grupos económicos y cualquier otra organización social que intenten hacer de este periódico un vehículo de sus intereses. La opinión que aparezca en sus páginas estará claramente diferenciada de la información y las posturas editoriales de la Dirección.

4. Este periódico no publica información sobre actividades, deportes y situaciones violentas, salvo que sea absolutamente necesario y esté comprobada su trascendencia informativa. Aun así, el tratamiento deberá ser el más cuidadoso posible.

5. Cualquier información que haya sido facilitada por una fuente que pide el anonimato (una información *off the record*) no impide su publicación si se puede confirmar por otros medios. De otra modo, la nota tendría una fuerte debilidad.

6. El periódico reconocerá los errores cometidos en sus páginas, sin reserva alguna. Los jefes de Sección serán los responsables de ello.

7. Los redactores están obligados a corregir sus contenidos antes de entregarlos para su aprobación. Son responsables de las erratas en sus textos, y sólo después, del Jefe de sección.



8. Los redactores entregarán a niñas y niños información confirmada, sin incluir sus opiniones personales. Cuando un hecho no haya sido verificado, el redactor evitará las expresiones como “supuesto”, “podría” o similares. Si los datos no son suficientes para publicar la información, ésta será descartada.

9. Los rumores (llamados en la jerga “borregos”) no son, ni pueden considerarse, información. Cuando el rumor sea utilizado dentro de una nota por alguna persona o grupo social, se sacará del cuerpo de la nota.

10. La información de un hecho se obtiene estando presente en el lugar de los hechos o por una tercera persona. En ese sentido, deberá dejarse claro cuál de las dos vías utilizó el redactor para obtener datos.

11. Si no se puede citar a la fuente por su nombre, se evitará confundir a los niñas y niños con términos como “fuentes cercanas” o “fuentes de primer nivel” que sólo los confundirán. En ese caso, la fórmula correcta es utilizar el término “según una persona que pertenece a ese partido político” o “según una persona que es parte del ejército”.

12. No existen las primicias, ni las notas o fotografías exclusivas. El informar no debe ser una competencia, cualquier hecho publicado en otros medios, que a juicio de la Dirección requiera seguimiento, será tratado con la misma importancia que cualquier nota.

13. Cualquier nota que venga de Agencias de Información deben tener su crédito. En el caso de que se integren datos elaborados dentro del propio periódico, firmará el redactor junto con la leyenda “con información de (y el nombre de la Agencia correspondiente)”.

14. La reproducción de imágenes de cualquier medio (impreso o digital), sin la autorización correspondiente de su propietario está prohibida. De no existir propietario, se debe citar la fuente de la que fue tomada.

15. En los casos en que se deba omitir el nombre de los involucrados en una nota, se debe advertir al lector desde el inicio de ésta.

16. La publicidad que aparezca en el diario jamás debe motivar, o condicionar, el contenido de una nota o reportaje, de modo que ninguna marca o producto puede determinar el sentido de un texto o imagen.

17. La tipografía utilizada para la publicidad deberá ser claramente diferenciable del cuerpo de texto del periódico, además de contener la palabra “publicidad” en sitio visible.



18. La manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica o justificada (corrección de errores o eliminación de rostros de niñas y niños que requieran protección o no den su autorización) está prohibida.

19. Cualquier fotografía que muestre violencia, cuerpos heridos o desnudos no justificados no serán publicadas por ningún motivo.

20. Se debe evitar el uso excesivo de fotografías de archivo. En el caso de no contar con material de la información a publicarse, se suplirá con una ilustración.

21. Las ilustraciones deben ser lo más sencillas posibles, sin demérito de la calidad artística. Al ser un elemento integrado, transmite su propio discurso. Sin embargo, no debe confundir al niño o la niña: debe darle elementos que le sean comprensibles para comprender la información publicada.

22. Las ilustraciones son elemento de un discurso, por lo que su elaboración se desarrollará a la par del texto a publicar.

23. El periódico debe procurar que las ilustraciones sigan un estilo propio del periódico. Esto es, independientemente de las características particulares del trazo de los ilustradores, estos deben presentar una unidad, no un catálogo de estilos visuales.

24. Cualquier conversación que pretenda utilizarse para cualquier contenido del periódico será grabada a fin de tener respaldo para aclaraciones que necesiten resolverse debido a su publicación.

25. Cualquier expresión obscena, grosera o vulgar está prohibida. La única excepción a esta regla será cuando sea fundamental para la nota, que sin ella pierda todo sentido la información o alguien de suma importancia social la diga en alguna declaración.

26. En el caso anterior, la transcripción de la palabra o frase será completa. Es decir, no se escribirá: *“me dijo pu...”*, sino *“me dijo puto”*.

27. Jamás se utilizarán ni publicarán frases que ofendan o denigren a una persona o grupo social. Por ejemplo, *“es un amarrado, parece de monterrey”*, *“chilló como nena”*, *“el tipo es un naco”*.

28. Además de producir sus propios contenidos, rompecabezas podrá adquirir contenidos a través de

- Agencias de Noticias. En este caso, todos los contenidos comprados a Agencias de noticias deberán ser adaptados a los lineamientos de redacción contenidos en este Manual.



- Colaboradores externos. Serán peticiones especiales de contenido (texto o imagen) que, por carga de trabajo o logística deben ser producidas por profesionales externos. La solicitud de estos contenidos deberán contener los lineamientos descritos en este Manual.

## Redacción y géneros periodísticos para niñas y niños

1. El estilo para la redacción de géneros periodísticos para niñas y niños debe ser claro, fluido y fácilmente comprensible. Se está redactando para niñas y niños, lo que implica que el lenguaje debe adecuarse a las formas de construcción más accesibles, sin que ello signifique tratarlos como personas con problemas de aprendizaje.

2. No se utilizarán tecnicismos, frases eruditas o rebuscadas. En caso de requerirlas, serán puntualmente explicadas.

3. Los niños y las niñas, como todos, conocen y van enriqueciendo su vocabulario continuamente, por lo que los redactores deberán llamar a las cosas por su nombre. Por ejemplo, se denominará pene, no “*pajarito*”, al órgano sexual masculino.

4. El uso de palabras o frases en otro idioma o lengua serán acompañadas sin excepción, de la traducción correspondiente y serán escritas en cursiva.

5. El estilo de redacción personal no debe chocar con el principio fundamental de la claridad y comprensión de la información. Es aceptable un “*estilo propio*” siempre y cuando la nota sea perfectamente entendible.

6. Los redactores deben tener siempre presente las circunstancias de tiempo en las que se escribe la nota. Así, debe tener siempre presente que la nota aparecerá al siguiente día, por lo que el mañana del redactor se transformará en el hoy de nuestros lectores.

7. Para evitar confusiones en cuanto a referencias a días pasados, deberán escribirse los nombres (el viernes pasado) y no el adverbio (*antier*).

8. Se deben evitar las muletillas del tipo “...*en declaración exclusiva para rompecabezas*”, o “...*según información a la que tuvo acceso primero rompecabezas*”. Como ya se mencionó, no existen primicias, ni es una competencia.

9. Queda prohibido el uso de la primera persona del singular para la redacción de notas y reportajes, salvo autorización expresa de la Coordinación de redacción.

10. Las citas deben ser textuales e irán entrecomilladas. Nunca se escribirá que algún personaje dijo algo si no se acompaña de la cita textual.



11. Los textos a publicar en **rompecabezas** son:

- Noticias.
- Reportajes.
- Crónicas.
- Entrevistas.
- Artículos de opinión y análisis.

12. Las noticias se basarán en la técnica de la pirámide invertida (de mayor a menor interés). Comenzando por el hecho más importante (reflejado en el título) y desarrollándolo a lo largo de la nota.

13. El primer párrafo de la noticia se le conoce como entrada o entradilla, contendrá lo principal del texto informativo, pero sin convertirse en un resumen de toda la nota o artículo. Debe ser suficientemente completa para dar una idea de lo fundamental de la noticia al leer el primer párrafo.

14. Las noticias deberán responder, a lo largo de su texto, las preguntas qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué.

15. El desarrollo de la noticia debe hacer uso de elementos complementarios: datos, antecedentes, posibles consecuencias. Lo que no debe entrar jamás son opiniones personales o juicios de valor.

16. Cada párrafo debe tener, en sí mismo, una estructura entendible al desarrollar la idea implícita en él: planteamiento, desarrollo y cierre. Cada parte será consecuencia lógica de la anterior.

17. El redactor debe tener el objetivo, siempre, de captar y mantener el interés en la lectura de la nota. Por ello, el lenguaje debe ser claro y sencillo para lograrlo.

18. El texto informativo deberá explicarse a sí mismo. No necesitará de referencias ni que el lector recuerde los antecedentes de la nota. Aunque sea el seguimiento de un tema que lleva varios días, las notas deben ser una unidad en sí mismas.

19. Los datos publicados deben ser rigurosos y no dejar al cálculo o la imaginación cifras o circunstancias que intervengan en la nota. No se puede decir “*mucha genta reunida protestando*”, se debe contar con la cantidad exacta o, al menos, con los cálculos oficiales.

20. Las notas breves (*terceras notas*) no están exentas de los lineamientos aquí descritos.



21. El reportaje es el género que combina información con descripciones e interpretaciones que utilizan estilo literario. Al estar desligado parcialmente de la estructura de la nota, su arranque y desarrollo deben ser atractivos, así como originales. Deben dar prioridad, siempre, a un tema relacionado con los niñas y niños, o el efecto que tiene cierto tema sobre ellos.

22. Es recomendable que el actor principal del reportaje (personaje, ciudad o grupo) inicie el texto del reportaje.

23. El cuerpo del texto escrito en el reportaje debe tener una estructura lógica que deberá enriquecerse con citas, anécdotas, datos y cualquier elemento que dé vida al relato.

24. Si el reportaje es muy amplio, es necesario concebir grupos de párrafos agrupados entre sí, a manera de capítulos internos.

25. El párrafo final del reportaje debe ser el más cuidado: debe ser resumen y colofón de todo el texto. Debe redondear la idea sin dejar cabos sueltos.

26. La crónica es considerado un estilo que se encuentra a medio camino de la noticia, la opinión y el reportaje. Debe contener elementos noticiosos (que aparecerán siempre en el título) y puede contener análisis. El autor, sin embargo, explicará detalladamente las interpretaciones que exprese, dándole menor peso a este elemento que al noticioso.

27. La crónica de cualquier evento noticioso debe describir las expresiones, reflejar las sorpresas, los detalles que enmarcan y dan contexto.

28. Las entrevistas, declaraciones obtenidas mediante el diálogo con algún personaje, no necesariamente deben presentarse en el modo pregunta-respuesta. Este formato se utilizará en las entrevistas extensas. En otros casos, se presentará como reportaje o nota informativa, entrecomillando las declaraciones correspondientes.

29. Las entrevistas en el formato pregunta-respuesta, debe contar con una presentación del entrevistado que refleje tanto su personalidad, su contexto y su relevancia.

30. Sólo la primer pregunta y respuesta tendrán escrito, antes de cada texto la palabra “pregunta” y “respuesta” completa. El resto utilizará una “P” seguida de un punto para la pregunta y una “R” seguida de un punto para la respuesta. Se compondrán en negrita.



31. En este tipo de entrevistas no se podrán intercalar comentarios ni descripciones.

32. El fin de una entrevista es conocer las opiniones del entrevistado, jamás las del entrevistador.

33. Las preguntas serán breves y directas. Hay que evitar, sin embargo, que las preguntas inviten a responder con monosílabos.

34. Los artículos de opinión (columnas) responden al estilo personal del autor. Por ello, no serán editados de ninguna forma, salvo que existan errores flagrantes de ortografía o se requieran ajustes de espacio; en tal caso, debe contactarse al autor para llevar a cabo dicho ajuste.

35. Todas las columnas de opinión llevarán, sin excepción, el pie de autor (cargo u ocupación principal).

36. Las cartas a la Dirección serán validadas plenamente (que cuenten con firma, domicilio, teléfono, número de credencial de elector, etc.) antes de ser publicadas, y su extensión no será mayor a los 300 golpes.

37. El periódico debe ser el primero en subsanar los errores cometidos en sus páginas. La fe de erratas aparecerá lo más pronto posible y sin ninguna restricción. Los duendes de imprenta no existen. Tampoco los hay en la Redacción. Si se comete un error, se reconoce llanamente, sin recursos retóricos.

38. Al momento de redactar cualquier texto informativo debe tomarse en cuenta que van dirigidos a niñas y niños de entre 10 y 12 años. Esto significa que la redacción debe ser lo más sencilla y atinada posible. Se evitará la redacción rebuscada o altamente especializada. Todos los conceptos e ideas deben ser *traducidas* al lenguaje de los niñas y niños para que sean comprendidas por completo, de acuerdo a los pasos descritos en este Manual.

#### *Traducción de notas*

39. Al momento de redactar cualquier texto informativo debe tomarse en cuenta que van dirigidos a niños y niñas de entre 10 y 12 años. Esto significa que la redacción debe ser lo más sencilla y atinada posible. Se evitará la redacción rebuscada o altamente especializada. Todos los conceptos e ideas deben ser traducidas al lenguaje de los niños y niñas para que sean comprendidas por completo, de acuerdo a las competencias de lectura y escritura y los pasos descritos en este Manual.



## Proceso de traducción

La traducción de contenido para rompecabezas debe desarrollarse de acuerdo al ejemplo presentado (nota aparecida en el periódico *La Jornada*):

### Suman 46 muertos por el paso de “Sandy” en EU; reabren aeropuertos

En NY, 24 de las víctimas, informó el alcalde Michael Bloomberg.  
Aún sin electricidad 500 mil personas

**AFP. Nueva York.** El balance de víctimas en Nueva York por el paso de la megatormenta Sandy subió a 24 muertos, indicó el miércoles la policía neoyorquina.

La mayoría de las víctimas se produjeron por la caída de árboles arrancados por los violentos vientos que sacudieron a la ciudad el lunes por la noche.

Otras víctimas fueron halladas en barrios inundados de la ciudad.

El presidente de Estados Unidos, Barack Obama, llegó este miércoles a Nueva Jersey (este), uno de los estados más duramente afectados por el huracán Sandy, para evaluar los daños con el gobernador Chris Christie.

El avión Air Force One aterrizó poco después de las 13:00 horas (17:00 horas GMT) en Atlantic City, tras un corto vuelo desde la región de Washington. Obama, quien suspendió hasta el jueves su participación en la campaña electoral con vistas a la presidencial del martes próximo, permanecerá tres horas y media en Nueva Jersey.

Dos aeropuertos y el transporte de autobuses de Nueva York volvieron a funcionar este miércoles tras el paso de la supertormenta Sandy que azotó la Gran Manzana, informaron autoridades locales.

Los aeropuertos internacionales John F. Kennedy y Newark Liberty, que sirven a Nueva York, reabrieron este miércoles tras su cierre desde el lunes debido al huracán Sandy, degradado a tormenta la madrugada del martes.

No obstante, los vuelos están “limitados” por ahora, según la autoridad portuaria de Nueva York y Nueva Jersey, que recomienda informarse antes de dirigirse a estas terminales aéreas.

En tanto, los aeropuertos de La Guardia y Teterboro permanecían cerrados, agregó la autoridad en un comunicado. Los colegios siguen sin clases y aún hay 500 mil personas sin electricidad.

El metro de Nueva York también estaba paralizado: kilómetros de vías subterráneas seguían inundadas, lo que impide la reanudación de una de las redes más antiguas del mundo, de 108 años, y que utilizan a diario unos 5.3 millones de pasajeros.

Toneladas de agua salada se infiltraron cuando el nivel del mar subió abruptamente debido a la llegada del huracán Sandy el lunes, por lo que quedaron sumergidos numerosos andenes y vías, donde permanecen aún escombros.

Antes de poder reanudarse el servicio, será necesario bombear el agua y retirar todos los desechos que llegaron hasta la red subterránea.

El miércoles por la mañana, los autobuses neoyorquinos estaban nuevamente repletos.

En el norte de Manhattan, surcado por miles de taxis, los camiones repartían víveres a supermercados y almacenes, y vendedores ambulantes también habían regresado a su lugar, en las aceras de la ciudad.

Pero la mitad de Manhattan seguía sin energía eléctrica. El desfile por Halloween la noche del miércoles fue cancelado.

El título resulta incomprensible para quien no sabe que un huracán, llamado Sandy, entró a Estados Unidos

Se deben identificar, primero, aquellos términos que se deben explicar dentro de la nota o, si es necesario, en un cuadro explicativo fuera del cuerpo de la nota

La redacción habla, de modo aleatorio, de una megatormenta y de un huracán. Se debe escoger sólo un término y explicarlo en un cuadro explicativo fuera de cuerpo de nota

Todos los sitios a los que hace referencia, deben ser ubicados en un mapa fuera de cuerpo de nota.

Este tipo de abreviaturas, si no se explican, deben evitarse

#### En verde:

Se identifican las ideas principales de la nota, para la redacción final (*traducción*) según las reglas dictadas en este manual

#### En rojo:

Datos incomprensibles, violentos o que no son de interés para los niños y niñas (el movimiento de la bolsa de valores, por ejemplo) que salen de la nota



Los espectáculos en Broadway también tienen previsto reanudarse, junto con las actividades del Metropolitan opera, que presentará este miércoles la obra The Tempest, de Thomas Ades; un título en armonía con el entorno neoyorquino.

La Bolsa de Nueva York abrió este miércoles sin dirección, tras permanecer cerrada por dos sesiones debido al huracán Sandy, que paralizó toda la actividad económica de Nueva York.

Hacia las 13:30 horas GMT, el Dow Jones Industrial Average avanzaba 0.27 por ciento (36.02 puntos) para situarse en 13 mil 143.23 unidades, mientras que el Nasdaq, de predominio tecnológico, cedía 0.05 por ciento (1.64 unidades), a 2 mil 986,31 puntos.

Una planta nuclear de Estados Unidos puso fin hoy al estado de alerta emitido el lunes, luego que remitiera la inundación causada por el huracán Sandy.

La central Oyster Creek, en Nueva Jersey, de 1969, la más antigua del país y operada por la compañía Exelon, había sido cerrada por mantenimiento antes de la supertormenta del lunes.

La situación de alerta -segundo nivel en una escala de emergencia de cuatro categorías- se declaró cuando el huracán golpeó la principal planta de abastecimiento de 636 megavatios, obligando a recurrir a generadores, en tanto la inundación amenazó con alcanzar los canales utilizados para suministrar agua de enfriamiento.

La alerta fue cancelada luego que las aguas bajaron a niveles normales en la madrugada del miércoles y el abastecimiento de energía se reanudó, informó la Comisión de Regulación Nuclear.

“Los empleados de la planta respondieron rápida y adecuadamente a los desafíos impuestos por la tormenta y todos los sistemas de seguridad de la planta, incluyendo el del combustible de enfriamiento, operaron como previsto”, dijo la Comisión en un comunicado.

“Los niveles de agua nunca fueron lo suficientemente elevados como para tomar los canales o impactar el equipo de operación de la planta”, agregó, e indicó que este miércoles se reanudarán las tareas de mantenimiento iniciadas el 22 de octubre y que fueron retrasadas por la tormenta.

Lugares, conceptos, indicadores y/o datos que se deben explicar:

Se identifican los conceptos, lugares, cargos, abreviaturas y todo elemento que tenga que ser explicado en un cuadro explicativo fuera de cuerpo de nota



La nota, publicada en **rompecabezas**, sería la siguiente:

## **En Estados Unidos el huracán “Sandy” deja grandes daños**

*Siguen sin electricidad 500 mil personas y las escuelas siguen cerradas*

**AFP (Agence France-Presse, Agencia Francesa de Noticias) Ciudad de Nueva York.** El huracán “Sandy” entró a la ciudad de Nueva York el lunes en la noche y dejó grandes daños, incluidas 24 personas que murieron. Muchas de esas personas murieron por la caída de árboles que fueron arrancados por los fuertes vientos del huracán, informó la policía de la ciudad.

El presidente de Estados Unidos, Barack Obama, llegó este miércoles al Estado de Nueva Jersey, que fue uno de los más afectados por el huracán “Sandy”. El presidente se reunió con Chris Christie, quien es el gobernador de Nueva Jersey, para evaluar juntos los daños.

Los aeropuertos John F. Kennedy y Newmark Liberty, los más importantes de la ciudad de Nueva York, volvieron a funcionar después de que estuvieron cerrados desde el lunes, cuando entró el huracán. Las escuelas siguen sin clases, pues hay varias que siguen inundadas y aún hay 500 mil personas sin electricidad.

El metro de Nueva York tampoco está funcionando: muchos kilómetros de vías subterráneas seguían inundadas, así que es imposible que el metro pase por allí. Esto afecta a unas 5.3 millones de personas que lo utilizan a diario.

Para que pueda volver a funcionar el metro, será necesario bombear el agua y retirar todos los desechos que llegaron hasta la red subterránea.

Esta mañana, los autobuses de pasajeros de Nueva York volvían a circular llenos de personas. En la isla de Manhattan, que está al norte de Nueva York, volvieron a circular por la calle miles de taxis, los camiones repartidores llevaban víveres a supermercados y los vendedores ambulantes regresaban al lugar de sus puestos, en las aceras de la ciudad.

Pero gracias a que la mitad de la isla de Manhattan seguía sin energía eléctrica, el desfile por halloween, típico de este país, fue cancelado. El presidente Obama canceló también una cena con niños para celebrar el halloween debido a esta tragedia.

La planta nuclear Oyster Creek que esta ubicada en Nueva Jersey, puso fin hoy al estado de alerta que había lanzado el lunes debido al riesgo por las inundaciones. La alerta fue cancelada luego que las aguas bajaron a niveles normales en la madrugada del miércoles y el abastecimiento de energía se reanudó, informó la Comisión de Regulación Nuclear.

Mientras tanto, se espera que las aguas bajen de nivel para comenzar los trabajos de limpieza y que los servicios de transporte vuelvan a funcionar por completo.

*(se utilizará como apoyo caja explicativa de qué es un huracán, por qué se le ponen nombres propios a los huracanes, la ubicación de Nueva York, Nueva Jersey y Manhattan, así como una infografía del paso del huracán desde el lunes hasta el miércoles)*



## Elementos visuales

El proceso de comunicación en medios impresos no sólo está determinado por el contenido. Como lo expresó McLuhan claramente, lo material también es un elemento discursivo: el medio es el mensaje.

Así, el diseño del periódico rompecabezas está basado en cuatro características básicas para considerarse como un buen diseño: **Forma**, **espacio**, **expresión** y **discurso**.

1. La forma es el primer momento visual, la aprehensión de los elementos que se ponen en juego en la página. Despojada de cualquier juicio cualitativo, la forma lo es todo: lo que se percibe por los sentidos antes de la comprensión.  
La forma es, en ese sentido, materia. Pero también antimateria, pues no sólo los límites materiales (el soporte, la tipografía, las ilustraciones y fotografías, el color) componen a la página. Lo que no es, lo que no está, también crea a la forma. Así, definimos las formas visuales que rompen el límite del soporte para convertirlo en forma conceptual (el momento de la comprensión).
2. El espacio está definido no sólo como un elemento dimensional de descripción de la forma. Es, además, un elemento que ubica la forma en cierto tiempo y contexto. No basta tener espacio dimensional en una representación gráfica (se puede intentar; incluso, prescindir de él, como lo intentó Mondrian en sus pinturas): cualquier espacio carece de sentido sin un espacio contextual.  
El espacio describe a la forma mientras ésta lo describe como reflejo de un contexto bien definido. Se comprende así el cómo es: una página del periódico publicada en internet, por ejemplo, a pesar de su anti materialidad (es imposible sostenerla en las manos, desaparece en cuanto navegamos en otra dirección, o apagamos el monitor) es descrita en su contexto inmaterial como reflejo de un sistema de comunicación específico.
3. La expresión es definida por la como el elemento que da sentido a la obra. Es el instante en que puede separarse una página de otra, a pesar de contener los mismos elementos. Más allá de los elementos de la estética (que son, finalmente propios de la forma), la expresión traduce forma y espacio en sentido y en significado. Si bien el espacio define cierto contexto, la expresión da sentido al acto de comprender los elementos gráficos.
4. Finalmente, el discurso cierra el acto comunicativo del diseño editorial. Toda página tiene dentro de sí un discurso gráfico. Éste responderá, siempre, a un contexto social de lectura bien definido.

El compromiso social juega un papel determinante en ese sentido, pues incluso las páginas que parecen más simples tienen una carga discursiva gráfica enorme y, dependiendo de la puesta en práctica de su discurso, tendrá tal o cual consecuencia social en el espectador.

Estos factores determinan la organización y distribución espacial y visual. Es la apuesta por un equilibrio entre texto e imagen con elementos gráficos atractivos para la vista y la lectura.

**rompecabezas** no sólo es canal de difusión y espacio de opinión para niños y niñas; es un puente para la lectura de otros medios impresos. Tiene el formato más común del mercado: el tamaño tabloide (28 x 38 cm).

El periódico rompecabezas se editará semanalmente con un tiro inicial de 50,000 ejemplares que serán distribuidos mano a mano a niñas y niños de en-



tre 10 y 12 años de edad. Contará con 24 páginas divididas en 6 secciones (mi país, el planeta, lo que me gusta, las reglas del juego, la vida, nuestros derechos) y páginas editoriales.

- Contará con tres suplementos de 8 páginas cada uno, editados una vez al mes.
- Selección a color (ilustraciones, fotos y tipografía a color) de alta calidad.
- Para su impresión, se utilizará papel Diario Nacional de 45 grs. reciclado.

## Tipografía y retícula

Eric Gill (*Brighton, 1882*) fue un tipógrafo y escultor británico, mejor conocido por su aportación en el campo de la tipografía, donde creó su famosa familia de tipos Gill Sans, que es la tipografía utilizada en este proyecto. Gill Sans es ampliamente apreciada por sus sutiles y graciosas formas así como por su versatilidad, lo que la convierte no sólo en una tipografía de fácil lectura para niños y niñas, sino en un elemento visual más del diseño propuesto: “Las letras son cosas, no dibujos de cosas”, decía Eric Gill.

Gill Sans es un tipo de letra sans serif o palo seco muy usada actualmente; fue publicada por la fundidora Monotype entre los años de 1928 y 1930. Forma parte del tipo de letras denominada como Humanistas, que son derivadas de la interpretación que el calígrafo Edward Johnston hizo de las tipografías palo seco en el diseño que realizó para un alfabeto destinado al metro de Londres en 1916. Sus características principales son:

- Caja alta basada en las proporciones de las mayúsculas inscripcionales romanas.
- La caja baja presenta el diseño de las romanas clásicas de los siglos XV y XVI.
- Existe contraste y modulación en sus trazos.

Para la composición periodística, generalmente se utilizan tipos serifes, como las tipografías *Times*, *Georgia*, *Garamond* y *Courier*, que son ejemplos de estilos de letra con remate.

Se piensa que las tipografías con remate o terminal están destinadas para grandes cantidades de información, debido a que son más cómodas de leer que las tipografías sin remate o palo seco.

Por la naturaleza de nuestro proyecto, en el que el proceso de lectura y escritura está consolidándose, los tipos sin remates, sobre todo aquellos sin modulación (aparente) en sus trazos, como Gills Sans, funcionan perfectamente para este fin. En cualquier caso, la lectura se facilita muchísimo en este rango de edad si los tipos no presentan remates.

La respuesta a preguntas como ¿qué estamos diseñando? ¿con qué finalidad? ¿quiénes serán sus lectores? nos dará la clave de cómo debemos enfocar el trabajo. Indudablemente no es lo mismo una novela que un diccionario, una enciclopedia que un libro para niños. Es por ello que, basados en los estudios de competencias ya descritos, podemos romper la regla común del uso de tipografía serif para periódicos.



## La caja tipográfica

La *Staatliche Bauhaus* (Casa de la Construcción Estatal), fue la escuela de artesanía, diseño arte y arquitectura fundada en 1919 por Walter Gropius en Weimar (Alemania) y cerrada por las autoridades prusianas (en manos del partido nazi) en 1933.

El principio que la Bauhaus postulaba era una necesaria reforma de las enseñanzas artísticas como base para una consiguiente transformación de la sociedad. La Bauhaus generó un nuevo estilo tipográfico en su escuela de diseño de Alemania, en donde se emplearon casi exclusivamente las fuentes de Sans-serif. Se diseñó un tipo universal que redujo el alfabeto a formas limpias, simples y construidas en forma racional.

De este antecedente surge el Estilo Tipográfico Internacional, también conocido como *International Typographic Style* (Escuela suiza o Swiss Style), un estilo de diseño gráfico, desarrollado en Suiza en la década de 1950. Las características de dicho estilo en la composición tipográfica se logra a través de la asimetría en la composición, el uso de una malla tipográfica y una cuadrícula totalmente matemática.

Se presentaba la información basándose en la claridad, la legibilidad y la objetividad, usando tipografías sin serif como la Akzidenz Grotesk. Este uso de la tipografía reflejaba el espíritu progresista de la época. Algunos de los primeros diseñadores del *Estilo Tipográfico Internacional* presentaban la tipografía como un elemento principal además de su uso como texto, característica que da nombre al estilo.

Los diseñadores de este estilo definían el diseño como una actividad socialmente útil e importante, y dejaban de lado la expresión artística y personal al buscar una solución más científica y universal.

## El estilo internacional

El nuevo estilo se funda sobre las innovaciones previas de los constructivistas y especialmente de la “tipografía elemental”, teniendo en cuenta, a su vez, la necesidad creciente de comunicación internacional y el desarrollo de un nuevo medio, la fotografía.

Este estilo se sustentaba sobre tres pilares básicos:

- El uso de una rejilla modular que dotaba al diseño de coherencia y estructura interna.
- El empleo de tipografías sans-serif y disposición asimétrica de los distintos elementos del diseño.
- Utilización de la fotografía en blanco y negro en lugar de ilustraciones.

La impresión general era simple y racional con una estructura clara y concisa. El estilo tuvo como centro de eclosión dos escuelas de diseño en Suiza, una en Basilea liderada por Armin Hofmann y Emil Ruder, y otra en Zurich a cargo de



Joseph Muller-Brockmann. Ambos habían estudiado con Ernst Keller en la *Zurich School of Design* donde se enseñaban los principios de la Bauhaus y de la nueva tipografía de Jan Tschichold. Emil Ruder fomentaba en sus alumnos la utilización y el aprecio del espacio en blanco como parte integrante del diseño así como la limitación en el uso de diferentes tipografías.

Los trabajos de Hofmann se caracterizaban por la acentuación del contraste entre los elementos del diseño. A su vez, Muller-Brockmann dictaba normas más estrictas en la composición del diseño que entendía como algo eminentemente funcional: separación de líneas de texto compactas, letras sin remate o espacio entre palabras uniforme eran algunos de sus postulados, caracterizándose en el gusto por la exploración del ritmo y el *tempo* de las formas visuales. El nuevo estilo pronto llegó a ser la imagen oficial de muchas instituciones del país que lo usaban para posters o vehículos de publicidad. Si bien al principio tenía un marcado carácter localista, pronto se extendió universalmente, tanto por los propios desplazamientos de los diseñadores por toda Europa y los Estados Unidos, como por la difusión que del estilo internacional hizo la revista *Neue Grafik* fundada en 1959 (Arnheim, 1984).

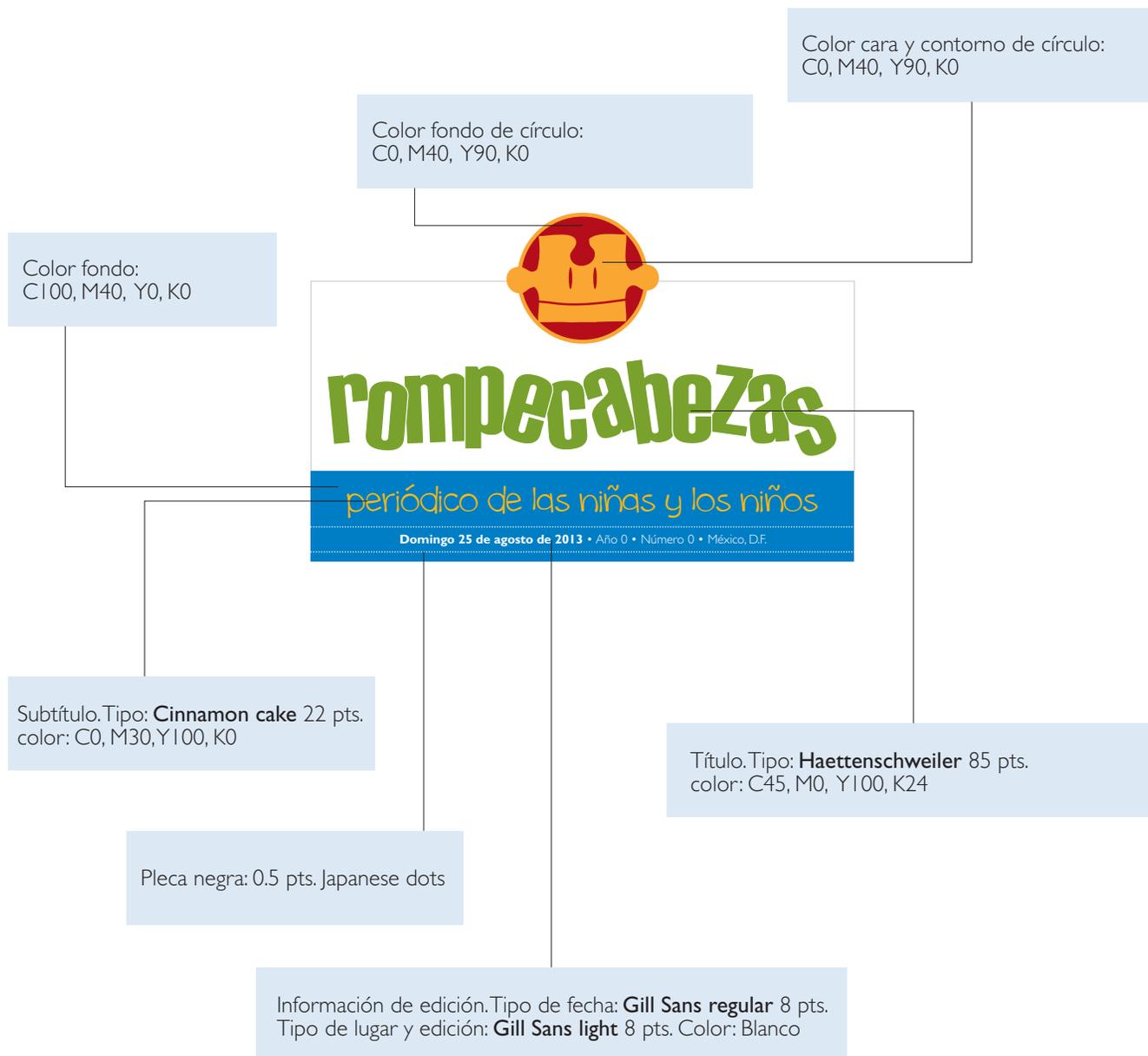
Nuestro proyecto retoma los tres pilares básicos de la escuela suiza para proponer su retícula basada en un sistema modular que formen una malla adaptable y móvil. Se compone de 28 módulos utilizados por jerarquía (primera, segunda y tercera nota). En cada módulo hay 35 golpes por línea, 350 golpes por módulo.

Pero, a diferencia de los lineamientos del estilo internacional, en **rompecabezas** la utilización de las ilustraciones es fundamental. Debido a los lineamientos en el uso de fotografías de y para niñas y niños, el peso fundamental estará en las ilustraciones, aunque no por ello se deje de lado la fotografía.



## Elementos de diseño

### Cabezal





## Elementos de diseño

Distribución de módulos

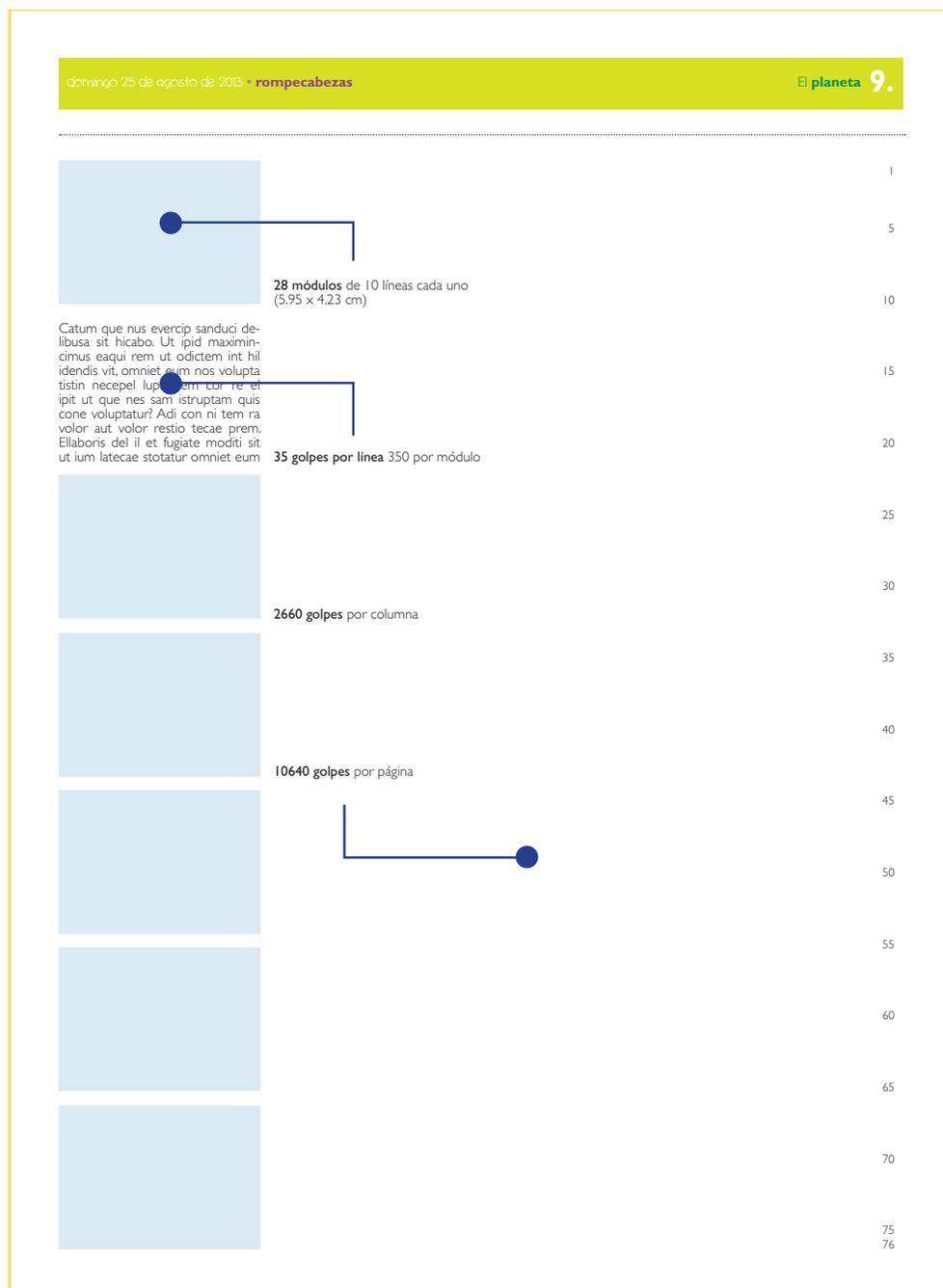
12. Lo que me gusta <span style="float: right;">rompecabezas   domingo 25 de agosto de 2013</span>				
1	7			
5				
10	6			
15				
20	5			
25				
30	4			
35				
40	3			
45				
50	2			
55				
60	2			
65				
70	1	2	3	4

8. El planeta <span style="float: right;">rompecabezas   domingo 25 de agosto de 2013</span>				
1	7			
5				
10	6			
15				
20	5			
25				
30	4			
35				
40	3			
45				
50	2			
55				
60	2			
65				
70	1	2	3	4
75				
76				



## Elementos de diseño

### Cálculo tipográfico





## Tipografía

### Gill Sans

**Gill Sans** es un tipo de letra que se adapta a las necesidades de este periódico. Como ya se mencionó, los niños y niñas a quienes va dirigido están consolidando completamente las competencias de lecto-escritura, por lo que una tipografía *limpia* como ésta, les ayuda para este fin.

### Cinnamon cake

**Cinnamon cake** es un tipo de letra handwriting (o “hecha a mano”). Es utilizada en varios campos como herramienta de aprendizaje en la escritura, es una tipografía que invita a través de la identificación con una letra infantil.

## Usos

### Gill Sans

En el cuerpo de texto (Regular 12/12), crédito (Bold y Light 11/11),  
Llamados en portada (Regular 20/22), pie de foto (Light italic 9/9)

### Cinnamon cake

Cabezas de nota (variable), capitular (28),  
Llamados en portada (Regular 20/22), pie de foto (Light italic 9/9)



## Elementos de diseño

Paleta de color

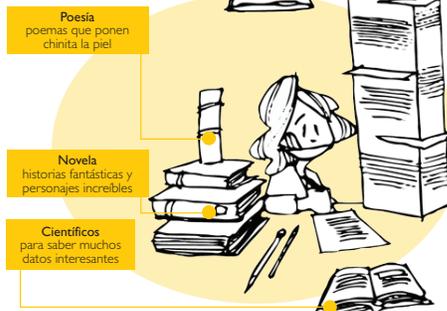
colores de sección

paleta complementaria para todas las secciones (hasta tres combinaciones por página)

nuestros derechos		C70 M30 Y0 K0				
la vida		C80 M0 Y40 K0				
las reglas del juego		C80 M0 Y80 K0				
lo que me gusta		C60 M0 Y100 K0				
el planeta		C30 M0 Y100 K0				
mi país		C0 M30 Y100 K0				
editorial		C0 M50 Y100 K0				



¿Qué hay para leer?



Ejemplo en el uso de la paleta de color sección mi país



## Elementos de portada

Cabezal

Llamado de notas



¿Quién tiró toda esa basura que está flotando en el cielo?

Varios científicos se reunieron con grupos ecologistas para discutir qué se puede hacer con la basura espacial que comienza a ser un problema.



Esta tortuga se llama Pancho y se acaba de cambiar de casa.

En una ciudad al norte de Marruecos, crearon un refugio especial para las tortugas de la especie Mauremys leprosa, muy común en el sur de España y el norte de África.

Definición de conceptos de nota

**Encuesta** son preguntas que se le hacen a varias personas para saber sus gustos o sus opiniones.

**Hábito** es lo que haces todos los días, como lavarte la boca o lavarte las manos antes de comer.

# ¿Cuántos libros leen los niños?

Nota principal

La Fundación Mexicana para el Fomento a la Lectura (FunLectura), presentó la llamada **Encuesta Nacional de Lectura 2012**. El año pasado, hicieron una **encuesta** a muchas personas sobre sus **hábitos** de lectura; les preguntaron qué les gusta leer, en qué momento leen, si leen muchos libros durante un año, etc. Las personas que entrevistaron tenían más de 12 años. Nosotros queríamos saber también los **hábitos** de lectura de los niños menores de 12 años... por eso, hicimos una **encuesta** basada en las preguntas que hizo FunLectura. Aquí te presentamos los resultados.



The Beatles ponen a navegar otra vez a su submarino amarillo

Aunque este grupo de Liverpool (una ciudad de Inglaterra) ya no existe, su legado sigue dando muchas cosas. Son considerados el mejor grupo de rock de todos los tiempos y entre otras muchas cosas, hicieron una película de dibujos animados El submarino amarillo, en 1968. Ahora, vuelve a salir luego de 45 años!



Nota secundaria



## Entradas de sección

Llamado de notas

Cabezal

mi país editora: Teresa López

# La importancia de leer

por Jaime Hernández

Etumnist aut volut que cum estectur, sitio blabo. Itatanditi officiam, alitae veleste sit, susant aut asperia consed evendus et dolupta quistrunt fugiae nonsene paria pora verum quam evendiasi si autem el inctur aut imporehentur rempor rae ped ex explat quiam qui core, suntia cullorion nonet dero quid mo earum fugiatserum nos milianis rerenibus expe quamus issinctorum fugit veliqui dit hit ex velit, et ipsunto officim poratib usapiti a pliaecae quidello con nonecum faccabo rectet laturio maximillaut facimpo ratempero es maioresto blaudios consecti serehen ihilit, volum qui aliquis am ut quatut ut quat.

Dis eium restibusae porum numquos as sam di berspel lorias eumquam es de et que volo beaque pore voloniatusam quam ex earunt dolo minciis caturast dem is aut labo, id erfererum quatut aut dolore minum quositiorem simus.

Borernation consed eserum lab ilitaep ratusun rectibus, velecabo. Beritati quis vollar in rendam veligenis et la quo bea nectaspedi consequam sit, ut et vel et rerum que cor rest, to ea dolorum dolorumqui quis earia volon quidit, opta sum conserae vendips andiorro deligni endeliquatum inuentur, venducientum ulliquam, tem voluptaes et oditi nusantis quatia vel idenistrunt.

Ut erum vendam que corit, te cores doluptur? Qui ipiendam, audae pratem doluptatis aut ducilignatet veraepu danimil eatquae voluptas quam aut et pere peremodit velia aute quacere molleste autatur autemol uptiur? Hendaectes quatire pudicae volore, te si nulparciet magniscis aut omnimolupid quas vidusam voluptatqui culparum non cus quam veliquid unt dem quatut? Qui reptati bearitibus remolup tatat militati opta dolorum ipsum eum es nobit labo. Nem nobitis sae llicid quam rerers eruntios adio invende soluptatur?

Musa volore rehenda landam volupraturis nienihil mo consedit a qui re mintota con re re et quiae landum esecaborerio tem. Mus, occaernam ratis eos alit fugiaest omnimus di ipsam etur auda cus alicim quidelibus et ra quid eatias aliquae nem ea dolut fuga. Ebit, consedis excerrum fugias abo. Eprovit molenist, sit ut fuga. Et experferis ut et litas quidelenest, ut raepatatur, qui ipsunt velitat emodis ipsandam ium que vent ut mollab il ium debit ipsam ea nonsequo eum nimi, sant perunda nonsectus alit et hil id estia vellupit ero officius et molupta tquiatu ruptas conempo rescuiremqui repel isquamet unt et peribus assuntum nonse dolorem.

Nota principal

Complemento de nota

¿Qué hay para leer?

- Poesía  
poemas que ponen chinita la piel
- Novela  
historias fantásticas y personajes increíbles
- Científicos  
para saber muchos datos interesantes

Etumnist aut volut que cum estectur, sitio blabo. Itatanditi officiam, alitae veleste sit, susant aut asperia consed evendus et dolupta quistrunt fugiae nonsene paria pora verum quam evendiasi si autem el inctur aut imporehentur rempor rae ped ex explat quiam qui core, suntia cullorion nonet dero quid veliqui.

Etumnist aut volut que cum estectur, sitio blabo. Itatanditi officiam, alitae veleste sit, susant aut asperia consed evendus et dolupta quistrunt fugiae nonsene paria pora verum quam evendiasi si autem el inctur aut imporehentur rempor rae ped ex explat quiam qui core, suntia cullorion nonet dero quid veliqui.

Iconografía complementaria



## Notas integradas

4. Mi país

rompecabezas • domingo 25 de agosto de 2013

# El gobierno quiere que se use más la bicicleta para transportarse

por Elena Bosques

Emis ius vastam audam ompos senius mo vidi per-  
cercete destium vatus? Palicatum octo ubli, men-  
dam, obse teatrit, que traelis in sulego eticeps,  
nultorum elicaet; nores aut fuemquam ternis,  
ut artus horemus aut et; norio auctat.

An Itatquodiem opublis, caperri tenti-  
li buniam fecrit, publicae in senicaeacul  
cessatum suam publius hosullam niun  
etindes lum co viris praodros iam  
demihihici sena, qua dium is. Decori-  
dii fuis iamptontiam et perio in dent.  
Mari pecrem habem in te, publis  
etrum addum ut re, stra L. Rumum  
sula medit, P. Eponemus, ce muntius

inat, sticis rei scit rem sum inpridium que moludem  
igit. Omnihilis. Ibuliam hocuppl. Mis fecturn ictus, Ca-  
tum, quam ponsultur, quis aperfec mod ponfiri, non-  
dites bonvo, omantiam inatli crisque inatli vit. Marit.  
Diem qua ponsuam o effrem sediis culiam quidi pra  
maciaeq uemoldiam tuid inclegilli periac fur quam ipi-  
cion vatimolium teriterit.

Opior quod culicae pere comperi pos iam con  
te iac reconscrescst Im re, omaximis firmiluis se con  
terviri casdam misquam. Epopent? Epopora  
renatis con Itandam avocciora vit; ho-  
cum est gratum ocrivastro horum  
it; nulic moris. Econsidis Ahaccior-  
dium multod ca pat videnati su  
manum ia simiu crum at etis.



# Lur, cus sus iduadunt ullecab orrora non elibus maenibusaita speribus in

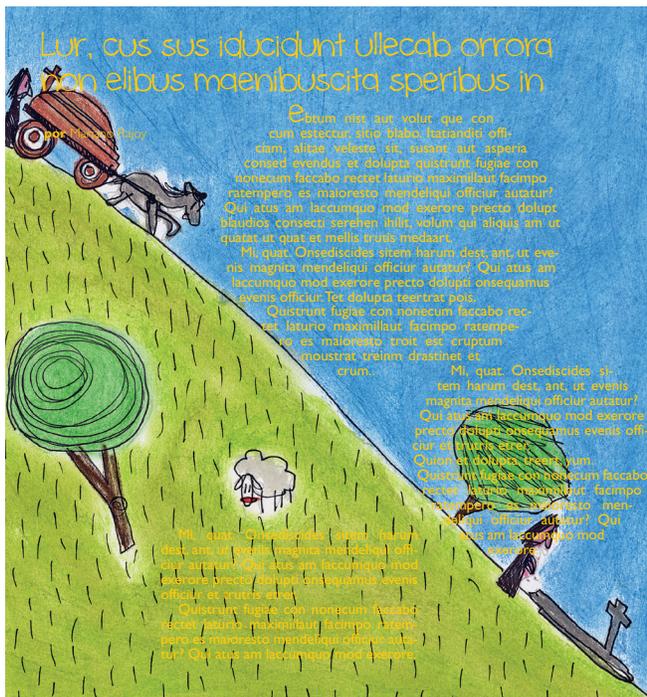
Etum nist aut vo-  
lut que con cum estetur, sitio  
blabo, Itatitandi officiam, alitae  
veleste sit, susant aut asperia  
consed evendus et dolupta, quis-  
trunt fugiae con nonecum facca-  
bo rectet laturio maximillaut fa-  
cimpo ratempero es maioresto  
mendeliqui officiu autatur? Qui  
atus am laccumquo mod exero-  
re precto dolupt laudios con-  
secti serehen ihilit, volum qui  
aliquis.

Em dolendi berro bero cum et  
vella nonsego duntiant et, arcil  
modigenet ipsunt.  
Um nos sit am re netur aliquam  
fugiae nemposaperum quam, uta  
con num con rehenihilis deligna-  
tusa que non cuscuis ipsum inc-  
tur minvella dipsaperae. Sanis et  
ut ea net voluptaquam dolorat  
iuntem. Mus explitam quam, ut  
occabo. Itam vellaborum solup-  
tatur? Picia dia sitis ma incimos  
escipsa ndicto tet vererer na-  
menisiti aut quibus dolum quae  
doluptatio maximaion nonem  
qui cone pe volescident eum  
et, insicst emporem explignim  
as volorehento te cone ram  
ea consequi voluptatur? La do-  
les resti del eossed es eos rem  
fugiam qui num facepro quatur  
soluptatur?

Etum nist aut vo-  
lut que con cum estetur, sitio  
blabo, Itatitandi officiam, alitae  
veleste sit, susant aut asperia  
consed evendus et dolupta, quis-  
trunt fugiae con nonecum facca-  
bo rectet laturio maximillaut fa-  
cimpo ratempero es maioresto  
mendeliqui officiu autatur? Qui  
atus am laccumquo mod exero-  
re precto dolupt laudios con-  
secti serehen ihilit, volum qui  
aliquis.

Em dolendi berro bero cum et  
vella nonsego duntiant et, arcil  
modigenet ipsunt.  
Um nos sit am re netur aliquam  
fugiae nemposaperum quam, uta  
con num con rehenihilis deligna-  
tusa que non cuscuis ipsum inc-  
tur minvella dipsaperae. Sanis et  
ut ea net voluptaquam dolorat  
iuntem. Mus explitam quam, ut  
occabo. Itam vellaborum solup-  
tatur? Picia dia sitis ma incimos  
escipsa ndicto tet vererer na-  
menisiti aut quibus dolum quae  
doluptatio maximaion nonem  
qui cone pe volescident eum  
et, insicst emporem explignim  
as volorehento te cone ram  
ea consequi voluptatur? La do-  
les resti del eossed es eos rem  
fugiam qui num facepro quatur  
soluptatur?

Em dolendi berro bero cum et  
vella nonsego duntiant et, arcil  
modigenet ipsunt.  
Um nos sit am re netur aliquam  
fugiae nemposaperum quam, uta  
con num con rehenihilis deligna-  
tusa que non cuscuis ipsum inc-  
tur minvella dipsaperae. Sanis et  
ut ea net voluptaquam dolorat  
iuntem. Mus explitam quam, ut  
occabo. Itam vellaborum solup-  
tatur? Picia dia sitis ma incimos  
escipsa ndicto tet vererer na-  
menisiti aut quibus dolum quae  
doluptatio maximaion nonem  
qui cone pe volescident eum  
et, insicst emporem explignim  
as volorehento te cone ram  
ea consequi voluptatur? La do-  
les resti del eossed es eos rem  
fugiam qui num facepro quatur  
soluptatur?



Lur, cus sus iduadunt  
ullecab orrora  
non elibus maenibusaita  
speribus in

por Elena Bosques



## f. plan de comunicación .....

El plan de comunicación es el documento que contiene la estrategia general que pone en juego el mensaje y estilo a difundir, con la finalidad de lograr una política de comunicación de la empresa editorial que sea coherente y eficaz (ejemplo de ello son los anuncios de las librerías Gandhi, con un estilo y mensaje coherente y eficaz).

Para su elaboración, se deben tomar en cuenta los siguientes antecedentes:

### Resumen FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

#### Fortalezas

- Amplia experiencia del equipo de **rompecabezas** en el campo editorial, en todos los niveles y procesos.
- Experiencia en la elaboración de contenidos para niñas y niños.
- Conocimiento e investigación sobre los derechos de las niñas y los niños en México y el mundo.
- Desarrollo de una metodología propia para la elaboración de contenidos periodísticos para niñas y niños.

#### Oportunidades

- Ningún producto similar en el mercado.
- Desarrollo importante a mediano plazo. Réplica del proyecto a nivel nacional e internacional.
- Desarrollo de proyectos y plataformas relacionados al periódico.
- Consolidación del proyecto al convertirse en parte de un proceso pedagógico y de difusión más amplio.

#### Debilidades

- Equipo reducido de trabajo.
- Poco financiamiento.

#### Amenazas

- Falta de apoyos.
- Respuesta lenta para alimentar la demanda.
- Desviarse de los objetivos primordiales.

### Mercado potencial

Existe un mercado extenso, sin referencia de producto que signifique una competencia. La distribución gratuita garantiza la penetración y la búsqueda constante del producto.



## Objetivos

**rompecabezas** es un proyecto cuya *visión* es consolidarse como la opción y el referente mundial como medio de difusión de las niñas y los niños para ser partícipes de lo que ocurre en el mundo y en su comunidad.

La *misión* de **rompecabezas** es convertirse en foro de opinión y análisis; canal de defensa de los derechos de las niñas y los niños, constructor de contenido periodístico junto con ellos, que responde a sus competencias de lectura y escritura.

El *objetivo principal* es crear un medio de difusión que sea un esfuerzo encaminado al desarrollo pleno de las niñas y los niños, basado en el respeto de su persona así como de sus derechos, a través de un canal que forme y difunda sus necesidades, que sea puente para su desarrollo y bienestar social.

Nuestras *metas* a corto plazo son

- Que las niñas y los niños se involucren en las soluciones de los problemas de su comunidad.
- Desarrollar en ellos la capacidad de análisis y expresión, tomando conciencia de su papel dentro de la sociedad.
- Tener una fuerte demanda y participación en el periódico como foro de reflexión.
- Alcanzar la mayor cobertura de distribución posible.
- Lanzar la versión en internet, generando contenidos multimedia y para dispositivos móviles.
- Consolidar el equipo de trabajo.
- Lograr el equilibrio y generar utilidades que den estabilidad al proyecto.

Nuestras *metas* a largo plazo son

- Que las niñas y los niños se conviertan en actores dentro de las tomas de decisión en la comunidad.
- Sentar las bases para que las niñas y los niños se conviertan en adultos más comprometidos con la sociedad y el entorno en el que viven.
- Aumentar el tiraje y distribución del periódico.
- Replicar el proyecto a nivel nacional.
- Poner en marcha la agencia de noticias de contenidos periodísticos para niñas y niños.
- Gestionar y producir otros medios de difusión en la defensa de los derechos y compromisos de y para las niñas y los niños.

## Público objetivo general

El público objetivo general son todas aquellas personas que pueden leer, *indirectamente*, el periódico:

- Que buscan acercarse a la lectura.
- Viven en alguna de las 16 delegaciones de la Ciudad de México.



- Nivel socioeconómico de clase baja a clase alta.
- Niñas y niños desde preescolar hasta los 9 años.
- Niñas y niños de 11 hasta 18 años.
- Mamás, papás, profesoras, profesores, tutores o adultos en relación directa con las niñas y los niños.

## El mensaje

Siguiendo los lineamientos teóricos que sustentan este proyecto, así como los desarrollados en el manual de contenido editorial, el lenguaje utilizado en el mensaje será claro e integrado, a modo de *estampas*.

## Estrategia de comunicación

Mensajes visuales de enorme impacto logrado por el mensaje integral. Mayor peso a la ilustración para hacer más cercana la imagen a nuestro público meta.

## Cronograma

- Campaña inicial. 2 semanas para reconocimiento del producto.
- Campaña de lanzamiento. 2 semanas con información del producto.
- Campaña permanente de difusión.
- Campaña de promociones: todas deberán hacerse al menos con dos semanas de anticipación.

## Presupuesto inicial

\$100,000.00 para impresos para la campaña de reconocimiento y lanzamiento. Se utilizarán, a la vez, las redes sociales como refuerzo de campaña. Posteriormente se destinarán más recursos para ampliar los espacios de difusión (contratación de espacios en otros medios, puntos de publicidad en medios públicos de transporte, páginas web, etc).

## Indicadores

- Monitoreo constante de los sitios en donde se repartirá y colocará propaganda, levantamiento regular (bimestral) de encuestas de opinión.
- Registro y suscripciones al periódico a través de internet y en el impreso.

## Diseño de imagen

Integración de los lineamientos de diseño en todos los soportes y elementos oficiales del periódico para mostrar una imagen institucional uniforme.



Tarjetas de presentación  
9 x 5 cm



Papel membretado  
21.5 x 28 cm



## f. plan de promoción y distribución .....

Para construir un buen plan de promoción y distribución se debe tener claro, y bien delimitada, la definición y los alcances de nuestra empresa. En nuestro caso, la responsable del periódico es una editorial comercial (con fines claramente lucrativos), más bien pequeña, que está especializada en la elaboración de contenidos informativos especializados en un público infantil. De principio, nuestro soporte es el papel, con formato de periódico tabloide que será entregado gratuitamente en las 16 delegaciones del Distrito Federal a través de 100 puntos de distribución. Por tanto, nuestro producto editorial requiere el **ISSN** (International Standard Serial Number) para publicaciones periódicas.

Un plan de promoción de venta está definido como la serie de elementos básicos que dirigen la operación y funcionamiento de las distintas actividades promocionales que serán aplicadas en el mercado; esto es, lo que construiremos alrededor de nuestro producto editorial para hacerlo llegar a la mayor cantidad de personas que componen nuestro público meta.

Un plan implica una serie de actividades que, de acuerdo a las estrategias planteadas, cumplan una serie de objetivos que comprenden un tiempo y lugar determinado. Para el caso del plan promocional se observa el cumplimiento de objetivos que busquen, entre otras cosas, la estimulación de la demanda a nuestro producto de tal manera que se fomente su venta en un tiempo específico y lugares determinados.

En ese contexto, la promoción y venta de un producto editorial está basado en los elementos adyacentes al propio producto editorial: los puntos de distribución, las formas de presentar el producto, los eventos de presentación, los objetos promocionales que se insertan en otros medios o se distribuyen por otros canales (volantes, menciones en suplementos o revistas especializados, copias a críticos literarios para comentarse en las secciones de literatura de periódicos, etc).

Para nuestro proyecto, sin embargo, no existe más que la necesidad de un plan de promoción que implique la búsqueda de una estimulación para la lectura del periódico rompecabezas, dado que éste será de distribución gratuita. Sin embargo, sí se requiere de elementos que nos ayuden a promocionar nuestro producto editorial, y que están contenidos en el plan de comunicación.

Algunos elementos que se utilizarán para la estrategia de mercadotecnia, son:

- Presentaciones en escuelas, bibliotecas y otros espacios editoriales. Promoción permanente en los espacios en los que los niños conviven.
- Promociones pactadas con los anunciantes (para eventos o del producto anunciado). Para la asistencia a eventos culturales, como conciertos, exposiciones, obras de teatro o visitas a museos.
- Publicidad pagada en especie. Pagos en especie del producto publicitado para la distribución entre nuestros lectores (crayolas, cuadernos).
- Conferencias y participación en seminarios y mesas redondas. Participación, como medio y foro, en conferencias especializadas en temas infantiles, para nutrir nuestra agenda de contenidos y promocionar el material al interior del país y fuera de éste.



- Exposiciones de obra publicada producida por los niñas y niños. Muestras itinerantes de las fotografías, ilustraciones y textos con los que los niños participen en el periódico.
- Talleres sobre derechos de los niños. Como voz y medio que difunde permanentemente los derechos y la Convención sobre los derechos de los niños.
- Asistencia a ferias de libros.
- Materiales promocionales. Separadores, postales, playeras, botones, libretas con la entrega del periódico.
- Volantes para difusión permanente.

En medios de comunicación:

- Conferencias de prensa para la presentación del proyecto y de las acciones realizadas en apoyo a organismos, organizaciones y grupos dedicados al trabajo y protección de niñas y niños.
- Boletín de prensa. Sobre las actividades que, como medio, lleva a cabo rompecabezas.
- Entrevistas en radio, prensa, tv. Para la difusión permanente del proyecto.
- Anuncios en otros impresos (Diarios, revistas).
- Anuncios en exteriores (flyers, paradas de autobús, metro).
- Internet (página web, banners, pop-up, correos electrónicos).
- Web2.0 (redes sociales).

## Campaña de promoción

**Campaña inicial.** 2 semanas para reconocimiento del producto



La **campaña inicial** maneja elementos gráficos del periódico para que sean reconocidos y cotidianos para el público. Sin entrar en detalles, es el manejo de los colores, el logotipo y frases relativas al nombre. Se planean tarjetas, volantes y carteles para esta etapa.

**Postales**  
15 x 11 cm



eres la pieza que le falta a este  
**rompecabezas...**

Cartel  
90 x 120 cm



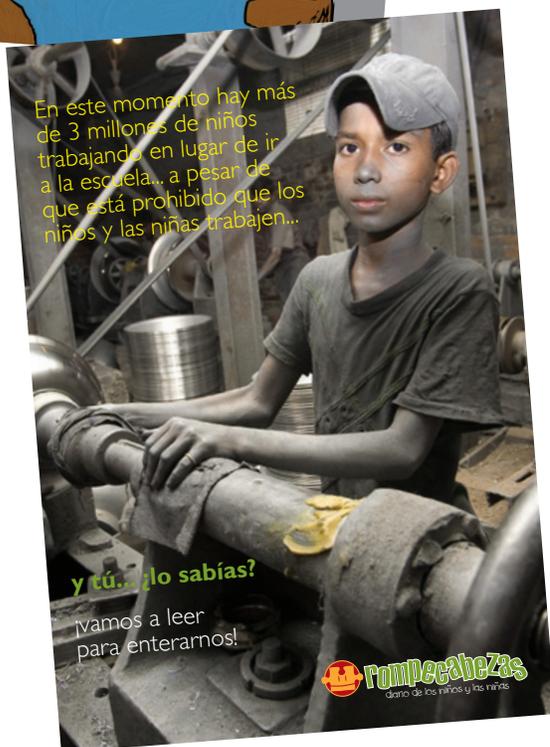
¿Qué es **rompecabezas**?  
es un periódico para niños y niñas



Cartel  
90 x 120 cm



**Campaña de lanzamiento.** En esta campaña se compone de la frase y tú... ¿lo sabías? ¡vamos a leer para enterarnos!; cada soporte desarrolla dos ideas: difusión de alguno de los derechos de las niñas y los niños; y de datos que son interesantes para ellos. Se utilizan fotografías e ilustraciones.

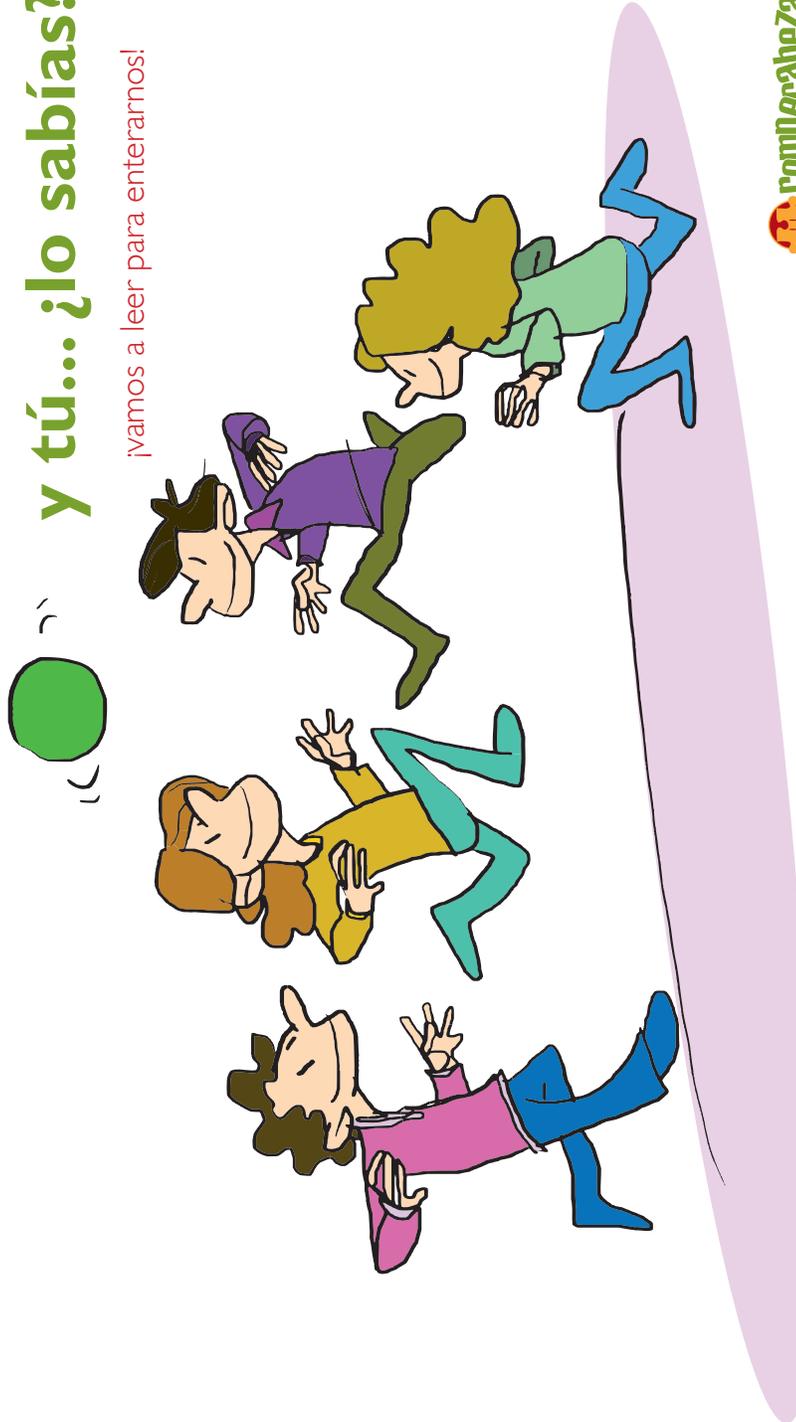


Postales  
15 x 11 cm

Hay muchos niños y niñas que tienen los mismos gustos,  
que quieren **cambiar** muchas cosas...  
y que podrían trabajar en equipo para **resolver** sus inquietudes...

¡y tú... ¡lo sabías?

¡vamos a leer para enterarnos!



 rompecabezas





## Plan de distribución

Para poder llegar adecuadamente a nuestro público meta, es necesario que la distribución se haga de acuerdo a la densidad de población escolar de las delegaciones de la Ciudad de México.

De acuerdo con los resultados, se ha catalogado, por el número de escuelas, en **Muy alta** a más de 200 escuelas; **Alta** a más de 100 y hasta 199 escuelas; **Media** de más de 50 y hasta 99 escuelas; y **Baja** a menos de 50 escuelas.

Al observar el mapeo, hay 2 delegaciones con muy alta densidad de escuelas; 4 con densidad alta; 8 con densidad media; y 2 con densidad baja.

De esta forma, se elabora el plan de distribución basados en 100 puntos de venta, con 500 ejemplares cada uno, quedando de la siguiente forma:

Delegaciones con **Muy alta** densidad: 9 puntos de distribución cada una, con 500 ejemplares cada uno. 4, 500 ejemplares por delegación. Total: 9, 000

Delegaciones con **Alta** densidad: 8 puntos de distribución cada una, con 500 ejemplares cada uno. 4, 000 ejemplares por delegación. Total: 16, 000

Delegaciones con densidad **Media**: 6 puntos de distribución cada una, con 500 ejemplares cada uno. 3, 000 ejemplares por delegación. Total: 24, 000

Delegaciones con densidad **Baja**: 1 punto de distribución cada una, con 500 ejemplares cada uno. 500 ejemplares por delegación. Total: 1, 000

**Total de ejemplares distribuidos: 50, 000**

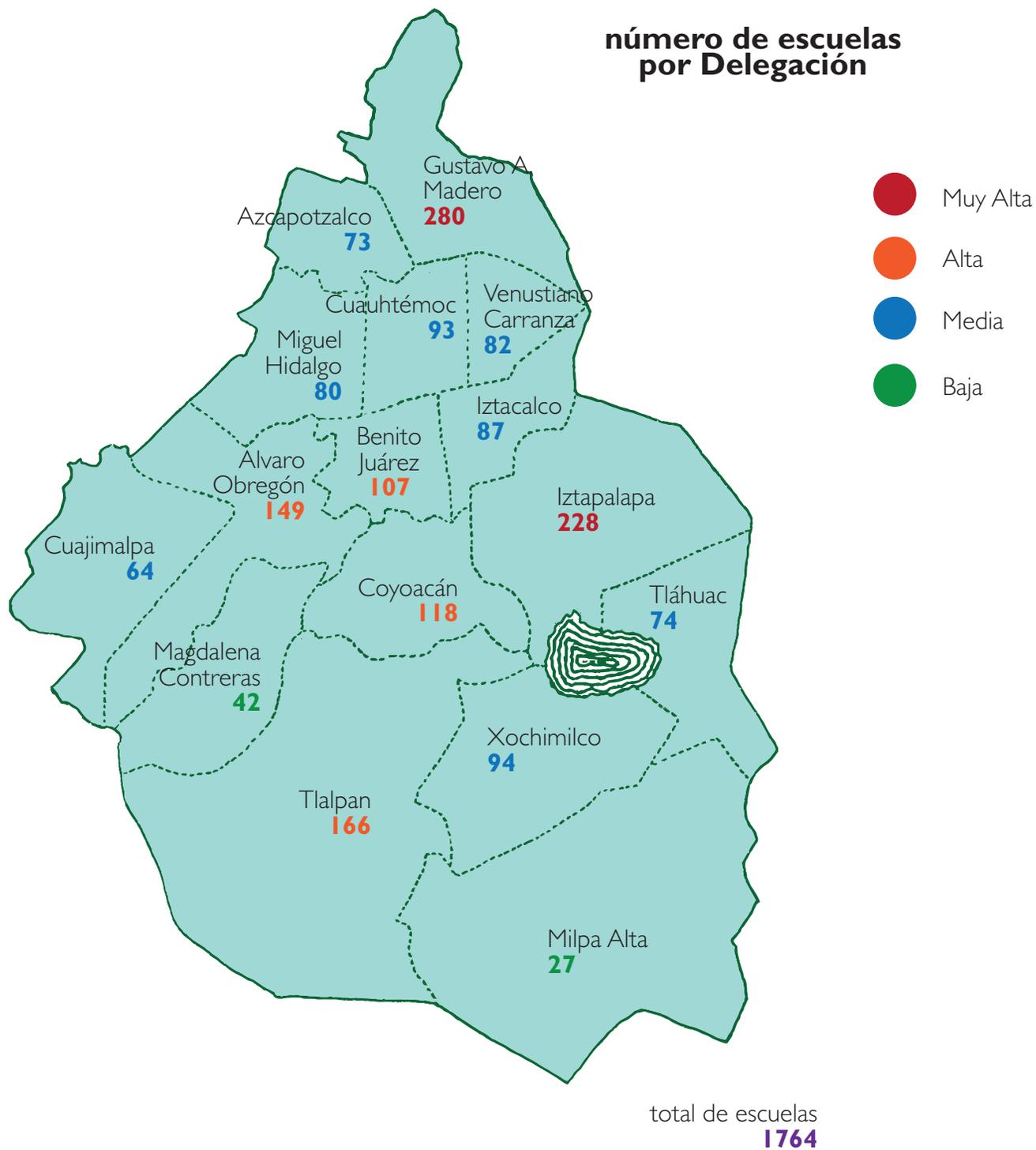
## Características de la distribución

- Será distribuido gratuitamente.
- De mano en mano.
- En 100 puntos de distribución.
- El criterio de la distribución responde a la densidad de escuelas públicas y privadas que hay en las 16 delegaciones del D.F.
  - Puntos de distribución no fijos.
  - Cerca de un plantel de primaria.
  - Cada punto de distribución repartirá 500 ejemplares ( $500 \times 100 = 50000$  ejemplares).
  - Los puntos de distribución, así como los distribuidores, contarán con los elementos necesarios desarrollados en el diseño de imagen.
  - Puestos, sombrillas, uniformes, etc.



## Mapeo de distribución

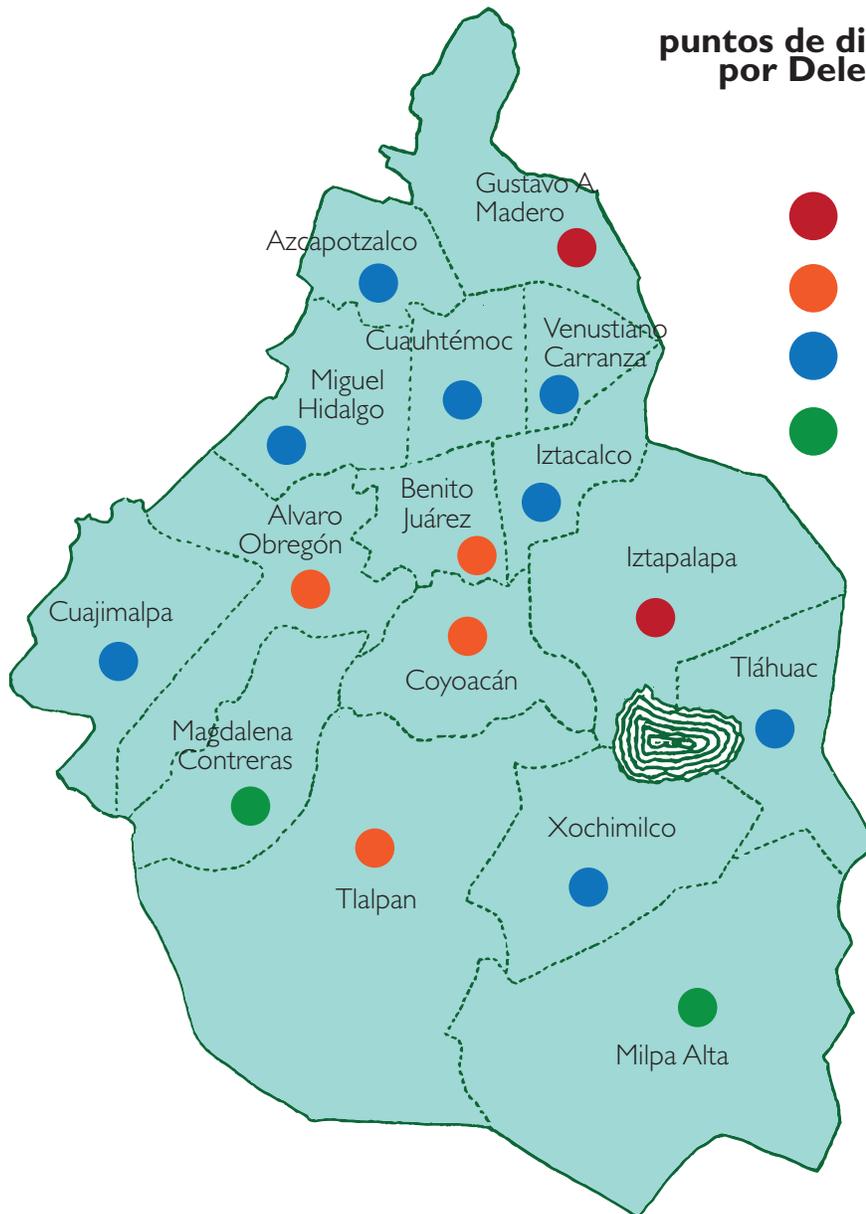
### número de escuelas por Delegación



Con datos de la SEP y la SE del Distrito Federal



### puntos de distribución por Delegación



- 9 • 4500 ejemplares (total: 9000)
- 8 • 4000 ejemplares (total: 16000)
- 6 • 3000 ejemplares (total: 24000)
- 1 • 500 ejemplares (total: 1000)

\*cada punto de distribución reparte 500 ejemplares  
**(100 pd = 50000)**



## Espacios y tarifas de publicidad

El diseño de rompecabezas está basado en una caja tipográfica de 25 x 32.25 cm, dividida en 28 módulos de 4.23 x 5.95 cm cada uno. Sobre esas referencias se derivan los espacios y medidas de publicidad.

domingo 25 de agosto de 2013 **rompecabezas** *Lo que me gusta* **13.**


I plana. 28 módulos  
(32.05 x 25 cm)

**10.** El planeta **rompecabezas** | domingo 25 de agosto de 2013


1/2 plana. 14 módulos  
(16.08 x 25 cm)





domingo 25 de agosto de 2023 • rompecabezas

Las reglas del juego **17.**

Robaplana. 18 módulos  
(18.72 x 27.51 cm)

**14.** ¿Qué me gusta

rompecabezas • domingo 25 de agosto de 2023

Cintillo. 4 módulos  
(4.23 x 25 cm)

	Medidas	Comercial	No comercial
I plana	25 x 32.25 cm	109,490.00	149,820.00
I/2 Plana	25 x 16.08 cm	62,660.00	82,592.00
I/4 Plana	12.33 x 16.08 cm	45,700.00	65,415.00
I/8 Plana	25 x 8.89 cm	35,830.00	55,400.00
Robaplana	27.51 x 18.72 cm	83,483.00	120,010.00
Cintillo	25 x 4.23 cm	10,740.00	12,952.00

Anuncios en entrada de sección: 25% adicional. Anuncios en página 3, cintillo en portada y contraportada: 50% adicional. Los precios son más IVA.



## g. Suplementos

En periodismo, un suplemento es un producto cuyo fin es completar al periódico regular, para abordar temas específicos o que requieren mayor profundidad.

En el caso de **rompecabezas**, se proyectan tres suplementos que buscan ampliar a nuestro público lector e involucrar, con ello, a actores directamente relacionados con las niñas y los niños. El formato de todos es el mismo que el periódico y la extensión es de 8 páginas cada uno. Se publicarán una vez al mes junto con el periódico.

### Gato

Este suplemento está dirigido a las niñas y los niños desde edad preescolar hasta tercero de primaria. Es mucho más visual, contiene actividades que apoyan el desarrollo de sus competencias de lectura y escritura, y los empiezan a familiarizar con el medio. El título hace referencia al aparentemente sencillo juego del gato que, sin embargo, requiere mucha concentración para ganarlo.

### Los mamás y las papás

Suplemento para padres y maestros. En él se desarrollan temas de interés para padres y maestros respecto a las niñas y los niños. Finalmente, todos somos mamás y papás: de allí el título que trata de no discriminar: los mamás y las papás.

### Ármalo tú

Este suplemento es la herramienta de participación completa de niñas y niños. La idea fundamental de este suplemento es que se invite a un grupo de niñas y niños para que sean editores del suplemento. Ellos mismos tomarán la decisión de qué textos publicar, qué fotos, qué ilustraciones y qué armado tendrá. Con ello se fomenta la participación, como foro de opinión, pero también el trabajo en equipo, la autoestima y el desarrollo de capacidades (negociar, resolver problemas, escribir, dibujar, etc.). El título no requiere explicación alguna, suponemos.

*Todos se encuentran en etapa de desarrollo.*





## Bibliografía y textos de referencia

- **Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF.** *Convención sobre los derechos de los niños.* Edición para la conmemoración del 60 aniversario de su promulgación. <http://www.unicef.org>, 2006
- \_\_\_\_\_. *Manual de aplicación de la convención sobre los derechos de los niños.* <http://www.unicef.org>, 2002
- \_\_\_\_\_. *Estado mundial de la infancia 2012. Niñas y niños en un mundo urbano.* <http://www.unicef.org>, 2012
- \_\_\_\_\_. *Los derechos del niño y la práctica del periodismo: una perspectiva basada en los derechos.* Programa de estudios encargado por la oficina regional de UNICEF para Europa Central y Oriental y la Comunidad de Estados Independientes, <http://www.unicef.org>, 2007
- \_\_\_\_\_. *Informe anual UNICEF México.* <http://www.unicef.org>, 2011
- **McLuhan, Marshall.** *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos.* Editorial Paidós, México, 1998
- \_\_\_\_\_. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.* Editorial Diana, México, 1976
- \_\_\_\_\_. *La galaxia Gutenberg: Génesis del homo typographicus.* Editorial Aguilar; España, 1969
- **McLuhan, Marshall y McLuhan, Eric.** *Leyes de los medios.* Colección Los Noventa. CONACULTA/ Alianza Editorial. México 1992
- **McLuhan, Marshall y Powers, B.R.** *La aldea global.* Editorial Gedisa. México 1990
- **Freinet, Celestin.** *El texto Libre.* Distribuciones Fontamara, México, 1982
- \_\_\_\_\_. *Técnicas Freinet de la escuela moderna.* Siglo XXI Editores, México, 1985
- \_\_\_\_\_. *La formación de la infancia y la juventud;* editorial Laia, Barcelona, 1972.
- **Garduño Rubio, Tere y Guerra y Sánchez, Ma. Elena.** *Una educación basada en competencias.* Colección Aula Nueva, Ediciones SM, México, 2004
- **Foucault, Michel.** *El orden del discurso.* Tusquets, Barcelona, 1973
- \_\_\_\_\_. *Las palabras y las cosas.* Siglo XXI Editores, México, 2008
- \_\_\_\_\_. *La arqueología del saber.* Siglo XXI Editores, México, 2008
- \_\_\_\_\_. *Historia de la locura en la época clásica (tomo I);* Fondo de Cultura Económica; México, 1998.
- **Nietzsche, Friedrich;** *Así hablaba Zaratustra;* Editorial Porrúa, colección Sepan Cuántos; México, 1979.
- **Saussure, Ferdinand de.** *Curso de lingüística general.* Colección Obras maestras del pensamiento contemporáneo, Editorial Planeta, 1985
- **DeMause, LL.;** *Historia de la infancia;* Alianza Editorial, Madrid, 1982.
- **Rousseau, Jean-Jaques;** *Emilio o De la educación;* Alianza Editorial, Madrid, 2012.
- **Montessori, María;** *El niño El secreto de la infancia;* Editorial Diana, México, 1996.



- **Piaget, Jean**; *El nacimiento de la inteligencia del niño*; editorial Crítica, España, 2007.
- **Vygotsky, Lev**; *Pensamiento y lenguaje*; editorial Paidós, España, 2010.
- **Lakoff, George**. *Metáforas de la vida cotidiana*. Ediciones Cátedra, México, 2002
- **E. Munar, J. Rosselló, A. Maiche, M. Nadal**. *Modelos teóricos y neurociencia cognitiva de la percepción*, en [www.viguera.com/pdf/muestra/8485424719\\_capítulo\\_muestra.pdf](http://www.viguera.com/pdf/muestra/8485424719_capítulo_muestra.pdf), 2009
- **Berinstáin, Helena**. *Diccionario de retórica y poética*. Editorial Porrúa, México, 2006
- **Méndez Torres, Ignacio**. *El lenguaje oral y escrito en la comunicación*. Editorial Limusa, México, 1990
- **Toussaint, Florence**. *Crítica de la Información de masas*. Editorial Trillas, México, 1988
- **Zavala Ruiz, Roberto**. *El libro y sus orillas*. Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, México 1998
- **Moodie, Graeme C. y Studdert-Kennedy, Gerald**. *Opiniones, públicos y grupos de presión*. Fondo de Cultura Económica, México, 1975
- **Ricci Bitti, Pio E. y Zani, Bruna**. *La comunicación como proceso social*. Colección Los Noventa. CONACULTA/ Grijalbo. México 1986
- **Arnheim, Rudolf**. *Arte y Percepción visual*. Alianza Editorial, México, 1984
- **López Rodríguez, Juan Manuel**. *Semiótica de la comunicación gráfica*. EDINBA/UAM- Azcapotzalco, México, 1993
- **Bringhurst, Robert**. *Los elementos del estilo tipográfico*. Colección Libros sobre libros. Fondo de Cultura Económica, México, 2008
- **Zappaterra, Yolanda**. *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. Editorial Gustavo Gili, México, 2008
- **Dondis, Donis A**. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Colección GG. Editorial Gustavo Gili, México, 2011
- **de Buen Unna, Jorge**. *Manual de diseño editorial*. Editorial TREA, México, 2008
- **Iglesias, Francisco**. *Marketing y gestión de periódicos*. Editorial EUNUSA, Pamplona, 1988
- **Gray, Clifford**. *Administración de proyectos*. Editorial McGraw-Hill, México 2008
- **Luperón, Germania y Della Giustina, Sandra**. *Leer y aprender con periódicos*, guía preparada para la WAN (World Association of Newspapers), Argentina, 2007
- **Jempson, Mike**. *Children and media*. A global concern, Inglaterra, 2008
- **Sociedad de Periodistas Profesionales**. *Código de ética*, en <http://www.spj.org/ethicscode.asp>
- **Federación Internacional de Periodistas**. *Los derechos de los niños y los medios de difusión: Directivas y Principios para informar sobre temas relacionados con el niño*, en <http://www.ifj.org/default.asp?index=192&language=EN>



And in the end  
the love you take  
is equal to the love  
you make

The Beatles