

***Educación y  
Medios de Comunicación  
en el contexto iberoamericano***

***J. Ignacio Aguaded Gómez  
Julio Cabero Almenara***  
(Dirección)



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA  
SEDE IBEROAMERICANA. LA RÁBIDA.

*Universidad Internacional de Andalucía  
Sede Iberoamericana de la Rábida*



*Universidad de Huelva*



UNIVERSIDAD  
de SEVILLA

*Universidad de Sevilla*



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

*Universidad Nacional de Buenos Aires*

---

**Edita:**  **Universidad Internacional de Andalucía**  
**Sede Iberoamericana de la Rábida**

---

**Colaboran:** *Universidad de Huelva*  
*Universidad de Sevilla*  
*Universidad de Buenos Aires*

---

**Colección:** *«Encuentros Iberoamericanos», n° 1*

**Dirección Colección:** *Juan Marchena Fernández*

**Secretaría Colección:** *Felipe del Pozo Redondo*

---

---

**Educación y Medios de Comunicación**  
**en el contexto iberoamericano**

**Dirección:** *José Ignacio Aguaded Gómez. Universidad de Huelva*  
*Julio Cabero Almenara. Universidad de Sevilla*

**Coordinación:** *Roxana Morduchowicz. Universidad de Buenos Aires*

**Colaboración:** *Marcelino Pérez González*  
*Mª Amor Pérez Rodríguez*  
*Manuel Monescillo Palomo*  
*Julio M. Barroso Osuna*

---

**Educación y Medios de Comunicación en el contexto iberoamericano**

© **De la edición:** *Universidad Internacional de Andalucía.*

*Sede Iberoamericana de la Rábida*

© **De la dirección:** *J. Ignacio Aguaded y Julio Cabero*

© **De los capítulos:** *los autores correspondientes*

**DL:** H-176-95

**ISBN:** 84-7993-010-1

**Diseño y autoedición:** *Anma/Huelva*

**Diseño cubierta:** *ARS/Sevilla*

**Impresión y encuadernación:** *Imprenta Ortega/Huelva*

*Editado en España. Printed in Spain*

*Publicación de carácter internacional*

*1ª edición: octubre de 1995*

# ***La lectura crítica de la prensa en el contexto iberoamericano***

***Roxana Morduchowicz***  
***Universidad Nacional de Buenos Aires***

## ***1. Educación, medios e información***

**V**ivimos en una sociedad en la que el conocimiento se ve mediatizado por los medios de comunicación. Ello supone una dependencia cada vez mayor de los medios para conceptualizar el mundo. Casi todo lo que conocemos nos llega a través de los medios, que construyen una imagen de él y, en virtud de ella, nosotros construimos la nuestra<sup>1</sup>.

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías modifican nuestra forma de captar la realidad, nuestra actitud frente al conocimiento y el modo de concebir el mundo<sup>2</sup>.

Según revelan investigaciones internacionales, la principal fuente de información de actualidad para los niños, suele ser los medios de comunicación (y más recientemente se han agregado, las nuevas tecnologías). De toda la información con que cuenta un alumno en edad escolar, sólo el 20% proviene de la escuela<sup>3</sup>. Dicho de otro modo, existe un 80% restante de información que el alum-

no extrae de la puerta de la escuela, hacia afuera. La familia, los amigos, el barrio, la calle y los medios de comunicación son sus principales fuentes informativas. Y aunque hemos mencionado a los medios en último término, es muy probable que hoy ocupen el primer lugar. Precisamente por ello, queda claro que la educación no puede aceptar el monopolio de la enseñanza por parte de la escuela y del educador tradicional. Debe, por el contrario, propugnar la utilización y el aprovechamiento de todas las formas y recursos que coadyuven al proceso educativo<sup>4</sup>.

Hoy en día el maestro no puede considerarse a sí mismo como la única fuente de conocimiento, ya que el cine, la radio, la televisión, las revistas y los diarios compiten con él. Si bien es cierto que los saberes escolares sistematizados pueden resistir el paso del tiempo (al menos mucho más que los saberes científicos que imparte la Universidad) no es menos imperiosa la necesidad de que el docente integre en su clase informaciones provenientes de otras fuentes.

En este concepto de abrir las puertas del aula para incorporar otras informaciones, saberes cotidianos, a la escuela, se inscribe la necesidad de integrar los medios de comunicación en la educación. Por lo tanto, hasta aquí sabemos que:

1. Existe un cúmulo de información socialmente significativa que los alumnos reciben más allá de la escuela.

2. Los medios de comunicación son importantes fuentes de esta información y ocupan un espacio privilegiado en la vida cotidiana de los alumnos. Ahora bien, ¿cuál es esta información que transmiten los medios? Los medios de comunicación proponen una visión particular del mundo y una lectura de la realidad. Por eso, una educación en medios y nuevas tecnologías, tal como se la concibe en el mundo entero, es una pregunta constante para comprender la manera en que damos sentido al mundo y el modo en que otros (los medios) le dan sentido para nosotros<sup>5</sup>.

Además, en virtud de su carácter y propiedad de instantaneidad, podemos decir que aquello que transmiten los medios es una lectura actualizada de la realidad social. La relación entre los medios de comunicación y la actualidad es tan íntima que, para algunos autores, si un acontecimiento no alcanza a ser recogido por ellos, es como si no hubiera sucedido. La actualidad existe, sólo porque existen los medios para construirla y reflejarla<sup>6</sup>. Mirar un árbol desde la ventana, no constituye comunicación. Mirar el dibujo que representa ese árbol, sí. Algo que ocurre, pero que no es

mostrado públicamente, no existe<sup>7</sup>. Ahora bien, ¿por qué insistimos en la necesidad de que la escuela incorpore la información de actualidad a la enseñanza?

En primer lugar, la información es un bien social que coloca a quien la posee en una posición de privilegio respecto de quien se mantiene al margen de ella. Quien está bien informado se equivoca menos, disminuye riesgos, perfecciona métodos, aumenta su poder, su eficiencia y gana tiempo<sup>8</sup>.

En el mundo, sin embargo, existe un fuerte desequilibrio en la circulación y distribución de la información, lo cual acarrea algunos riesgos de gravedad, producto de la creciente segmentación en los públicos consumidores de la información.

En América Latina, por ejemplo (aún cuando el mismo fenómeno existe en todo el mundo), tenemos por un lado una minoría de la población dotados de los recursos necesarios para acceder a todos los medios: diarios, revistas, radio, televisión abierta, televisión por cable y videocasetera.

En el otro extremo, tenemos una importante masa de población limitada a la televisión abierta y a la radio, con algunos contactos esporádicos con la prensa escrita. De esta manera tenemos un sector de la población separada por una barrera cultural del otro sector.

Hay quienes, por lo tanto, tienen más acceso que otros a una información socialmente significativa, como es la que transmiten los medios de comunicación. Una información de actualidad, saberes vinculados a la práctica social, información de la vida cotidiana; en suma, aprendizajes que permiten al individuo analizar la realidad social, de modo que le posibilite una mejor inserción, orientación y ubicación en la vida diaria.

El fenómeno, que determina que algunos tengan mayor acceso a esta información que otros, se denomina segmentación en el público consumidor. En virtud de que creemos que no existe (o no debería existir) una disociación entre los saberes escolares y los cotidianos, afirmamos que la escuela debe incorporar a estos últimos, a fin de contribuir ella misma, con una distribución más justa y equitativa de la información y el conocimiento.

La gravedad de esta situación reside en que esta desigualdad en el acceso a la información tiende a consolidar las crecientes diferencias que existen en materia de ingresos, de oportunidades educativas y de participación en la sociedad.

*Frente a este fenómeno, la escuela puede (y debe) ser un agente para la mejor distribución de la información, para superar las grandes desigualdades en el acceso al conocimiento que sufren los sectores de menos recursos en una sociedad.*

*Ahora bien, luego de haber revalorizado la información en una sociedad democrática, es necesario hacer una aclaración más. No nos interesa la información por la información misma. La distribución equitativa de la información no es suficiente. Si bien una persona desinformada es una persona incapaz de tomar decisiones adecuadas en los distintos ámbitos de su vida, la información ha de ser cualitativa y no cuantitativa. El bombardeo masivo de informaciones inconexas y descontextualizadas puede provocar un efecto adormecedor.*

*No está más informado un individuo por leer cinco diarios al día, escuchar múltiples emisoras de radio o conectar con distintos canales de televisión, sino cuando es capaz de aceptar o rechazar el mensaje, global o parcialmente, pero siempre de manera crítica<sup>9</sup>. Por eso, el rol de la escuela no se limita sólo a la distribución equitativa de la información, sino, y fundamentalmente, a fomentar y promover la recepción crítica de la misma. No nos interesa simplemente el monto (quantum de la información), sino la calidad de la recepción.*

*Acceder a la información significa también conocer las múltiples lecturas que sobre ella existen, aprender a relacionarlas, compararlas e interpretarlas. En realidad, valoramos una información que le permita al individuo impedir posibles restricciones a su participación social y amplíe el espacio público y participativo de la población en su conjunto.*

*En suma, hasta aquí podemos caracterizar los principales motivos para la incorporación de los medios de comunicación en la escuela:*

- 1. El gran caudal de información que reciben los alumnos desde los medios de comunicación, lo cual convierte a los medios en un factor determinante en el proceso de adquisición de conocimientos.*

- 2. La necesidad de contribuir a una distribución más equitativa y justa de la información entre los sectores que menos acceso a ella tienen.*

- 3. La necesidad de un contrapeso escolar que ayude al alumno a analizar, jerarquizar e interpretar la información de los me-*

dios y a descubrir las múltiples maneras que utilizan los medios para representar la realidad.

*En definitiva, una educación para el uso de los medios de comunicación está directamente relacionada con la formación ciudadana o cívica de los alumnos. Ya que un niño o un joven mejor informado, receptor crítico de los mensajes que recibe, y que sabe cómo utilizar esa información para participar en la toma de decisiones en su comunidad, es sin duda, más democrático, y expresa un mayor compromiso social. Y esto es, efectivamente, lo que esperamos de los alumnos como ciudadanos.*

## **2. Dos actitudes**

*Tras esta primera aproximación a los medios y la educación, en el marco de una cultura democrática, queda claro que una utilización de los medios de comunicación en la escuela, no supone, de ninguna manera, una cuestión valorativa en torno a qué es bueno y qué es malo respecto de los medios y las nuevas tecnologías.*

*Desde hace más de treinta años, la incorporación de los medios de comunicación en la enseñanza, suele moverse entre dos polos: la calificación de los medios como perversos en y por sí mismos considerados o la aceptación ciega del modo de producción comunicativo<sup>10</sup>.*

*Ambas orientaciones parecen inconducentes. La primera supone una actitud defensiva: es necesario proteger a los niños de las influencias negativas (y aun diabólicas) de los medios de comunicación. Por eso, la actitud con respecto a la utilización de los medios en la escuela, por parte de quienes consideran los medios como agentes perversos es siempre de defensa y protección. Sin duda, una actitud que genera una desconfianza absoluta respecto de los medios. La segunda posición, de aquéllos que aceptan ciegamente a los medios, conduce a una idealización que en nada se relaciona con la criticidad que proponemos respecto del receptor. Pensar que los medios son la democratización del saber y permiten el acceso a todo lo que existe, sin cuestionamientos ni interrogantes, es también inefectivo para la promoción de la recepción crítica que la incorporación de los medios en la escuela busca profundizar. Esta posición convierte a los medios, idealizados, en un fin en sí mismos.*

A lo largo de la historia, las posturas apocalípticas han sido tan frecuentes como las integradas<sup>11</sup>. Si tomamos a la televisión, por ejemplo, los apocalípticos han hablado de una industria homogeneizadora, de una cultura degradada, de una masificación alienadora. Suelen considerarla como la principal causante de los males de las épocas.

En el extremo opuesto, figuran las posturas integradas según las cuales, la televisión debe ser considerada como una oportunidad para la democratización del saber y de la cultura, para la amplificación de los sentidos, para la potenciación del aprendizaje. La televisión, en este caso, representa la cultura de la opulencia y la diversidad, la cultura de la libertad y de las opciones múltiples<sup>12</sup>.

Las actitudes extremistas, suelen confluir llevando a resultados similares. Por eso, la actitud más adecuada con respecto a los medios de comunicación, es la aceptación crítica, el equilibrio entre el optimismo ingenuo y el catastrofismo estéril, un equilibrio que asuma la ambivalencia del medio, sus posibilidades y limitaciones y sus contradicciones internas<sup>13</sup>.

### **3. Los medios, objeto de estudio**

En este contexto, está claro que nuestro principal objetivo será, entonces, tomar los medios como objeto de estudio, para aprender a descubrirlos, analizarlos, leerlos, cuestionarlos. De esto trata, precisamente, la recepción crítica.

Aprender a desmitificar y a desacralizar los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, requiere fundamentalmente, aprender a tomar distancia de los medios y reconocer, precisamente, su carácter de mediadores.

Educar para una reflexión crítica supone ayudar a tomar distancias respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia (de la televisión, la radio y el diario), comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de las historias, y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en los medios y la realidad del mundo fuera de ellos<sup>14</sup>.

Tomar distancia para comprender que los medios de comunicación no son espejos de la realidad. Aprender que alguien «lee» el



hecho producido (con sus subjetividades, intenciones y su propio contexto) y lo convierte en noticia para el receptor.

Por eso, afirmamos que la objetividad periodística no existe. Ella sólo sería posible si los periodistas fuesen taquígrafos de la realidad. Como esto es impracticable, al receptor resta descubrir cuál y cómo se produce esa construcción de la realidad, para que el espectador o lector comprendan que lo que reciben es una representación del hecho y no, el hecho tal cual se produjo.

Se trata, entonces, de renunciar a la idea de la falsa transparencia y comprender que los medios son una construcción de la realidad, de la que percibimos sus representaciones. Aprender a desafiar el criterio de naturalidad, saber que los medios no son un espejo natural de la realidad, que no presentan la realidad: la representan; esto es recepción crítica.

En este marco, entonces, la idea es profundizar la comprensión del funcionamiento y rol de los medios en la sociedad actual, cómo producen la información que transmiten, cuáles son sus prioridades y a quién tienen en cuenta en sus mensajes. Se trata de enseñar cómo operan los medios, de qué modo están organizados, cómo construyen las representaciones de la realidad y cómo estas representaciones son percibidas por quienes las reciben.

En suma, si quisiéramos sintetizar los ejes y principios básicos que aborda una educación en medios, que los toma como objeto de estudio y conocimiento, podríamos enumerar: la desnaturalización de los medios, la representación que construyen de la realidad y la comprensión de los mecanismos de producción de la información.

En realidad, una propuesta de educación en medios tiene como principal objetivo que docentes y alumnos adquieran una comprensión acabada de cuestiones nada simples en torno a los medios, antes de comenzar a tratar aspectos evaluativos de cada uno de ellos. Una formación respecto de los medios es antes bien un proceso de investigación y exploración, que de valoración/evaluación.

En este proceso de investigación y exploración el «me gusta/no me gusta» y el «es bueno/es malo» dará su lugar al quién, cómo, con qué criterios y para quién se produce la información. El proceso de construcción y representación de la realidad es el que nos preocupa. Precisamente porque comprendiendo estos procesos, podremos en una segunda etapa valorar y juzgar. La evaluación, entonces, será punto de llegada y no de partida.

#### **4. Con la prensa escrita**

*La recepción crítica que busca una educación en medios tiene denominadores comunes que son, precisamente, los que presentamos en las páginas precedentes: aprender a desmitificar los medios, descubrir de qué modo operan, quién, cómo y para quién producen la información. Sin embargo, cada medio de comunicación, en virtud de la especificidad que le es propia y que no comparte con los medios restantes, establece sus estrategias y sus mecanismos a la hora de promover la recepción crítica respecto de sus mensajes.*

*En el caso del periódico, mencionaremos aquí sólo algunos de estos múltiples mecanismos que cualquier lector puede seguir en el proceso de aprender a leer críticamente un diario. Ya vimos con algún detalle aquello que significa una recepción crítica respecto de los medios en general. A partir de aquí, nos abocaremos a la prensa escrita.*

*La lectura crítica del periódico busca, tal como señalamos, aprender cómo construye el medio sus informaciones, cómo transforma un hecho en noticia, dónde está la intencionalidad del texto, por qué presenta las informaciones de una manera y no de otra, qué hace a este periódico diferente de otros de la misma ciudad o región, qué informaciones suele priorizar y por qué, en qué lector piensa el periodista cuando arma sus notas. Éstos son sólo algunos de los múltiples interrogantes que pueden llevar al lector a convertirse en un receptor crítico, capaz de descubrir el perfil del diario que lee. De eso precisamente se trata: comprender cuál es la identidad del diario, cómo es y quién es el periódico que lee.*

*Descubrir la identidad del periódico, permitirá a los alumnos ubicarse ellos mismos como lectores, sabrán por qué eligen ese diario y aprenderán a fundamentar reflexivamente su decisión. Porque un lector crítico es aquél capaz de fundamentar sus gustos y preferencias sobre la base de juicios claros y a partir de criterios de análisis categorizados<sup>15</sup>.*

*Ahora bien, la lectura crítica del diario se fundamenta en un principio fundamental: la necesidad imperiosa de trabajar con el periódico completo. No pocos docentes aseguran enseñar a leer el diario utilizando exclusivamente sus noticias. Sin embargo, el periódico es mucho más que la suma de informaciones y todo cuanto hay en él forma parte de su identidad. La base de la lectura*

*crítica del periódico está en utilizar todo el diario. El recorte periodístico descontextualiza la información. Si el profesor recurre sólo a las noticias sueltas, las extrae de su contexto (el periódico mismo) y las analiza fragmentadamente.*

*¿Por qué esta noticia fue publicada en la primera plana?, ¿por qué la han incluido en la sección política?, ¿por qué es más extensa que otras que parecen más importantes?, ¿con qué otras noticias del periódico se relaciona?, ¿por qué este diario incluyó más notas deportivas que económicas en su primera plana?, ¿por qué las noticias policiales (sucesos) son más extensas que las políticas? En suma, todas esas preguntas que no pueden responderse con el recorte de la información. Las noticias sueltas no permiten analizar su extensión, su ubicación en la página o su relación con otras informaciones del periódico. Como dijimos, el recorte periodístico descontextualiza la información.*

## **5. Los tres procesos**

*Los periódicos de todo el mundo cuentan con tres mecanismos para trazar su perfil y definir su identidad. Estos mecanismos convierten a cada diario en único y son precisamente los que obligan al lector a preguntarse por aquello que lee y a diferenciar ese mensaje del que podría leer, sobre el mismo hecho, en otro periódico. Porque ningún periódico es igual a otro. La objetividad no existe y ningún periódico puede llamarse a sí mismo neutro. Si los medios construyen representaciones y lecturas de la realidad, está claro que existirán tantas lecturas o representaciones del hecho, como diarios la construyan. Es deber del lector crítico, aprender a distinguirlas.*

*¿Cuáles son, entonces, los mecanismos que utilizan los periódicos para definir el perfil y construir así su lectura de la realidad? Cada diario selecciona determinadas informaciones para publicar. Las jerarquiza, ubicándolas en un espacio más o menos prioritario, y les da un tratamiento específico y particular<sup>16</sup>.*

*Estos tres procesos -selección, jerarquización y tratamiento de la información- son únicos para cada periódico y en las decisiones que cada uno de ellos tome cada mañana o cada tarde, estará dibujando su perfil y trazando su identidad.*

*Ninguna decisión es arbitraria. Nada en un periódico está li-*

brado al azar. Todo encuentra una explicación. Cada elemento que se incluye y cada decisión que se toma fueron cuidadosamente estudiados antes de ingresar a las páginas del diario. Un equipo de profesionales con ideas para transmitir, intenciones, subjetividades y propósitos decide cada veinticuatro horas, qué noticias publicar, dónde ubicarlas y cómo tratarlas.

En la información que seleccionan para publicar, en el espacio y el lugar que le asignan y en la forma en que la redactan, está el perfil del diario. El desafío del lector crítico es preguntarse por estas decisiones, por estos mecanismos, por este modo particular que tiene cada diario de representar la realidad: ¿qué países suelen ser noticia en este diario?, ¿qué personajes aparecen con mayor frecuencia?, ¿por qué rara vez hay informaciones de tal o cual región del mundo?, ¿por qué nunca incluyen noticias sobre...?, etc. Éstos son algunos de los interrogantes vinculados al mecanismo de selección. ¿Por qué esta noticia aparece en la primera plana?, ¿por qué siempre está... en una página impar?, ¿por qué los temas educativos nunca aparecen en la parte superior de la página? Son preguntas que ayudan a descubrir la jerarquización de la información. ¿Por qué esta noticia incluye fotografía?, ¿por qué la tipografía del titular es tan destacada?, ¿cuáles son las noticias más extensas en este diario?, en la redacción de la información ¿aparecen todos los datos que necesitamos para comprender la noticia que leemos?, ¿por qué está redactada de esta manera? Son los interrogantes que guían el análisis del tratamiento de la información.

En suma, la selección, la jerarquización y el tratamiento orientan al lector hacia uno de los más importantes descubrimientos que debe hacer respecto de un periódico: su prioridad informativa. Luego de esta investigación, como decíamos en un principio, vendrá la valoración. Y el lector podrá decidir si la prioridad del diario coincide con la que él mismo le daría a esas informaciones.

Pero éste será el segundo paso. Antes, para poder decidir, deberá conocer, y para conocer, deberá explorar.

## **6. En síntesis**

La educación en medios que proponemos se basa, esencialmente, en un conocimiento acabado de los medios de comunicación. Un ciudadano democrático necesita de la información para

comenzar a entender la realidad social de la que participa. Sin embargo, como vimos, la información por la información misma no es suficiente. Lo que realmente interesa es la capacidad que un individuo tiene para analizar, preguntar, relacionar, comparar e interpretar esa información. Para que luego pueda él mismo construir su propia opinión. Por eso, la educación en medios que describimos en las páginas anteriores está directamente relacionada con la formación democrática de los niños. Una formación fundamental en Iberoamérica, una Región que sabe lo que significa carecer de democracia.

Ahora que los países viven democráticamente, el objetivo sigue igualmente vigente. Porque los años de democracia son importantes, pero no suficientes. Un ciudadano democrático se construye, se forma. Y la utilización de los medios de comunicación en la escuela tiene, como vimos, mucho que aportar.

### **Notas bibliográficas**

<sup>1</sup> FONTCUBERTA, M. (1992): «Medios de comunicación, telemática y educación», en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 14. Madrid.

<sup>2</sup> PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.

<sup>3</sup> CORZO TORAL, J.L. (1989): *Leer periódicos en clase*. Madrid, Popular.

<sup>4</sup> FUENZALIDA, V. (1986): «Importancia del enfrentamiento crítico a los medios en el plano educativo», en *Medios, Educación. Comunicación*. Buenos Aires.

<sup>5</sup> DEL RÍO, P. (1992): «Qué se puede hacer con lo audiovisual en la educación», en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 14. Madrid.

<sup>6</sup> VERÓN, E. (1983): «Sociosemiótica, medios de comunicación y cambios sociales», en *Medios, Educación y Comunicación*. Buenos Aires.

<sup>7</sup> BIASUTTO GARCÍA, M. (1994): «Noticia y mensaje: lectura e interpretación de los medios», en *Comunicar*, 4. Huelva, Grupo Pedagógico Andalus «Prensa y Educación».

<sup>8</sup> LANDI, O. (1987): *El discurso político, lenguaje y acontecimientos*. Buenos Aires, Hachette.

<sup>9</sup> FONTCUBERTA, M. (1993): *La noticia*. Barcelona, Paidós.

<sup>10</sup> MASTERMAN, L. (1994): *Media Education in 1990s' in Europe*. Council of Europe Press, The Netherlands.

<sup>11</sup> ECO, U. (1977): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.

<sup>12</sup> FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Paidós, Barcelona.

<sup>13</sup> Ídem nota 12.

<sup>14</sup> Ídem nota 2.

<sup>15</sup> GENEVIÈVE, J. (1993): *Conferencia pronunciada en el VII Congreso Nacional de El diario en la escuela*, Argentina.

<sup>16</sup> MORDUCHOWICZ, R. (1992): «*Ventanas de papel: el diario en la escuela*». Buenos Aires, Aique.