

308923

UNIVERSIDAD PANAMERICANA

ESCUELA DE PEDAGOGIA
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



**FUNDAMENTACION PEDAGOGICA DE UN SUPLEMENTO
PERIODISTICO PARA UNIVERSITARIOS, QUE CUMPLA
CON LOS FINES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION**

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PEDAGOGIA
P R E S E N T A :
MARIA DEL CARMEN GUADALUPE VALLE DURAN

DIRECTOR DE TESIS: DRA. ANA TERESA LOPEZ DE LLERGO VILLAGOMEZ

MEXICO, D. F.

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios, por haberme dado el don de la vida y todos los dones que de éste se desprenden. Por haberme iluminado con su gracia y por acompañarme en todo momento.

A mi papá, porque lo adoro y porque sin su amor y su apoyo no lograría lo que estoy consiguiendo hoy; y por ser mi mayor orgullo.

A mi mamá, porque además de haber sido madre, hermana y cómplice, es la mejor amiga que he tenido. Te quiero muchísimo, y gracias por todo.

A Güelu, que desde el Cielo me sigue cuidando.
A mi abue, por su amor y cariño. Te adoro.

A Enrique, Juan Manuel, Luis Miguel y Carlos, por su cariño incondicional y por hacer de mi familia algo increíble.

A mis chiquitos: Juan Manuel, José Miguel, Enrique, Inaki, Carlitos, Camy, María José, Macarena y los que vengan en camino.

A Erica, Ana Gaby, Jorge, Adriana, Manuel e Irma por su amistad incondicional y por su cariño.

A Marveya, Ana Tere, José Luis, Maricarmen, Georgina; al Dr. Kramsky y a todos mis profesores por su ejemplo y sus conocimientos.

A la Universidad Panamericana, por la formación profesional y humana que ahí recibí y por haber pasado en ella los mejores años de mi vida.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO 1: “Los Medios de Comunicación Social, un reto para la Pedagogía”.....	10
1.1 Pedagogía.....	12
1.1.1 Definición.....	12
1.1.2 La Pedagogía como ciencia	17
1.1.3 La Pedagogía como arte.....	19
1.1.4 Objeto de estudio de la Pedagogía	20
1.1.5 Sujeto de estudio de la Pedagogía	21
1.1.5.1 El Educando.....	21
1.1.5.2 El Educador.....	23
1.1.5.3 Binomio educando-educador	26
1.1.6 Campos epistemológicos de la Pedagogía.....	27
1.1.6.1 Teleología Pedagógica	27
1.1.6.2 Axiología Pedagógica.....	27
1.1.6.3 Mesología Pedagógica.....	28
1.1.6.4 Ontología Pedagógica.....	28
1.2 Los Medios de Comunicación Social.....	29
1.2.1 Definición.....	29
1.2.2 Medios de Comunicación Visual.....	34
1.2.2.1 Cine.....	34
1.2.2.2 La Televisión.....	36
1.2.3 Medios de Comunicación Auditiva	41
1.2.3.1 La Radio.....	41

1.2.4 Medios de Comunicación Impresos.....	43
1.2.4.1 La Prensa.....	44
1.2.4.2 La Revista.....	46
1.2.5 Fines de los Medios de Comunicación.....	48
1.2.6 Relación de los Medios de Comunicación Social con la Pedagogía.....	51
CAPÍTULO II. “La Prensa: Historia, Evolución y Trascendencia Social en nuestro País.”.....	57
II.1 Análisis Histórico de la Prensa en México.....	59
II.1.1 Antecedentes históricos: Gutenberg.....	59
II.1.2 Antecedentes históricos de la Prensa en España.....	62
II.1.3 La Prensa en la Nueva España.....	65
II.1.4 La Prensa en el México Independiente.....	69
II.1.5 De la Prensa Revolucionaria hasta nuestros días.....	74
II.2 Trascendencia Social de la Prensa en México.....	76
II.2.1 Repercusiones Sociales de la Prensa en nuestro país.....	77
CAPÍTULO III.: “El Suplemento Periodístico: una forma de expresión para el Universitario.....”.....	83
III.1 Origen del Suplemento Periodístico.....	85
III.1.1 Algunos suplementos periodísticos que circulan en la Ciudad de México.....	86
III.1.2 ¿Qué lleva al editor a producir un suplemento?.....	90
III.1.3 Suplementos existentes enfocados directamente al universitario.....	91

III.2 Finalidad del suplemento periodístico. El deber ser de los medios de comunicación dentro del Suplemento para Universitarios.....	95
III.2.1 Orientar.....	95
III.2.2 Informar.....	96
III.2.3 Entretener.....	96
III.3 Organización del Suplemento Periodístico.....	97
III.3.1 Papel de la publicidad dentro del Suplemento.....	97
III.3.2 Edición.....	99
III.4 Relación del Suplemento Periodístico con los intereses del Universitario.....	101
III.4.1 Definición de adolescencia.....	101
III.4.2 División de la adolescencia para estudio.....	102
III.4.2.1 Esfera psicomotriz.....	103
III.4.2.2 Esfera cognoscitiva.....	104
III.4.2.3 Esfera afectivo-social.....	105
III.4.3 Relación entre el suplemento periodístico y los intereses propios del universitario.....	112
CAPÍTULO IV.: Derivación Práctica.....	115
IV.1 Definición de la derivación práctica.....	116
IV.2 Análisis de los suplementos periodísticos para universitarios.....	119
IV.2.1 Análisis de los suplementos “Caldero” y “Algo más”.....	119
IV.2.1.1 “Caldero”.....	119
IV.2.1.2 “Algo más”.....	125
IV.2.2 Análisis de los suplementos “Juventudes” y “Universitarios”.....	130

IV.2.2.1 "Juventudes".....	130
IV.2.2.2 "Universitarios".....	133
IV.3 Implicaciones Pedagógicas.....	137
CONCLUSIONES GENERALES.....	145
BIBLIOGRAFÍA.....	149

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene por objeto el fundamentar pedagógicamente la necesidad del cumplimiento de los fines de los medios de comunicación social dentro de una publicación para universitarios, con el fin de brindar implicaciones pedagógicas que puedan servir de base a la futura elaboración de un suplemento para universitarios, tomando en cuenta las observaciones y estudios que se llevaron a cabo en esta investigación.

La investigación comienza con un breve recorrido por lo que es la Pedagogía, su definición, la Pedagogía como ciencia y arte de educar, su objeto y sujeto de estudio y sus campos epistemológicos, para poder comprender mejor la tarea que desempeña el pedagogo dentro de la sociedad. En la segunda parte de este capítulo, se hace un breve estudio de lo que son los medios de comunicación social y su importancia dentro de la sociedad, así como su relación con la Pedagogía, para que se pueda comprender mejor cual es la tarea específica del pedagogo dentro de este ámbito de la sociedad y la manera en que se puede valer de estos medios para lograr una tarea educativa eficaz. Del mismo modo, se establecen cuales son los fines de los medios de comunicación, para que podamos situarnos mejor en el objetivo de esta investigación.

El segundo capítulo de la tesis pretende realizar un recorrido histórico de la prensa por nuestro país, ya que la prensa es el cual se realizan las publicaciones para universitarios y además, la que más repercusiones históricas ha tenido en México. Este análisis se llevó a cabo con el propósito de facilitar la comprensión del por qué la prensa ha ayudado tanto a la formación de criterio de las personas y ha determinado el andar de la sociedad desde las épocas más antiguas hasta nuestros

días. De este modo, se pretende comprender por qué es tan importante el cuidar lo que se escribe, ya que podemos favorecer o deformar la formación de valores y de criterio de un amplio número de personas, por el simple hecho de escribir algo que tenga significado e importancia para el universitario.

En el tercer capítulo se abarcan dos aspectos importantes para nuestra investigación, tales como lo que es concretamente el suplemento periodístico, como se conforma, que factores intervienen, el papel de la publicidad, las imágenes, etc., y la segunda parte, que está conformada por el estudio de la etapa evolutiva a la que se dirige dicho suplemento, enfocándonos directamente a las tres esferas que conforman al ser humano: psicomotriz, cognoscitiva y afectivo-social. De este modo, conoceremos mejor la etapa evolutiva con características e intereses propios, lo que se busca, las metas que se establecen, etc., para así poder encontrar una relación entre los intereses del universitario, y los contenidos de los suplementos periodísticos existentes.

En el cuarto capítulo, que corresponde ya a la derivación práctica de la tesis, se realizará un estudio de cuatro de los suplementos existentes dentro de la ciudad de México y que pertenecen: dos, a universidades particulares, y los otros dos, que pertenecen a dos diarios capitalinos. De este modo conoceremos las diferencias y semejanzas que hay entre ambos, así como la manera en que se cumplen los valores trascendentales en ellos, y el cumplimiento de los fines de los medios de comunicación social. De este modo, el análisis servirá de base para la formulación de implicaciones pedagógicas, que pretenden servir de pauta para la elaboración de suplementos posteriores, o brindar criterios de análisis para los revisores de los periodicos, desde el punto de vista educativo.

Esta investigación responde a una inquietud profesional por participar dentro de la sociedad actual, y a una inquietud concebida en la vida universitaria, en la que hubiese sido de agrado el contar con un suplemento que atendiese y diese respuesta a las necesidades propias de la etapa evolutiva. Se espera que sea de utilidad para los profesionales de la educación, y para todos aquellos que deseen participar en los medios de comunicación social.

CAPÍTULO 1

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: UN RETO PARA LA PEDAGOGÍA.

En este primer capítulo de la investigación se pretende establecer una relación entre los medios de comunicación social y la Pedagogía, partiendo de la definición de ésta, como ciencia y como arte, su objeto y sujeto de estudio, la definición del educando y el educador, los campos epistemológicos de la Pedagogía, para así poder comprenderla en una visión general y descubrir cuál es su tarea, de suyo trascendental, en la vida del sujeto, al abarcar todos los aspectos que integran su existencia y su personalidad.

En una segunda parte, se llegará al estudio de los principales medios de comunicación social, para así poder ubicar la relación que guardan con la educación y la participación que ésta tiene con los fines de los primeros, al intervenir directamente en el fin de orientación que tienen los medios.

La Pedagogía puede valerse de ellos para desempeñar una labor educativa eficaz, enseñando al individuo a considerarlos como medios y no como fines en sí mismos, ya que esto deformaría la utilización y el enfoque que se le dé a los mismos.

1.1 PEDAGOGIA

1.1.1 Definición

Ya desde el inicio de la vida del hombre dentro de las primeras comunidades, se hizo necesario seguir un sistema de normas de convivencia que hicieran posible una mejor adaptación entre los miembros que la conformaban. Dentro de las necesidades que el hombre fue cubriendo poco a poco, apareció la educación.

"Las primeras reflexiones pedagógicas surgieron cuando se quiso dar una explicación y una orientación racional a la acomodación de la vida individual a las ordenaciones sociales, y así se ve que las primeras ideas pedagógicas (...) se encuentran en las especulaciones y tratados de Ética y Política."¹

La idea de sistematizar y darle una metodología al hecho educativo surgió desde las sociedades más antiguas, cuando se buscó ordenar la vida individual del hombre, a las normas de convivencia y disposiciones que iba marcando la sociedad. De este modo, como lo hace notar García Hoz, se pueden encontrar algunos esbozos de las ideas pedagógicas en escritos de gran antigüedad.

Luzuriaga define a la Pedagogía diciendo que "es una ciencia del espíritu o de la cultura que estudia el ser de la educación, sus leyes y normas, así como la aplicación de éstas a la vida individual y social, y a la evolución que ha sufrido aquella."² Sin embargo, García Hoz establece que la Pedagogía no agota, en su carácter de ciencia de la educación, el posible conocimiento de los fenómenos educativos. En este sentido, particularmente se concuerda con él, ya que, al tratar con seres humanos únicos e irrepetibles, no se pueden establecer leyes y aplicaciones generales a todos y cada uno de los individuos que se van a educar, pero es necesario que se siga un orden y una metodología dentro del mismo proceso educativo, y que se tenga un conocimiento de lo que es la

¹ GARCÍA HOZ, Víctor, Principios de Pedagogía Sistemática, p.52

² LUZURIAGA, Lorenzo, Pedagogía, p. 25

educación para poder llevarla a cabo, aunque las acciones no sean siempre las mismas, y lo que da resultado con una persona no da el mismo con otra.

Planchard define a la Pedagogía como la ciencia y el arte de la educación, sin embargo, como el autor lo establece, el término "Pedagogía" encierra un contenido muy vasto y, generalmente, confuso. Esta extensión y esta impresión surgen del número y naturaleza de los problemas que presenta la educación.³

Por su parte, Hubert Henz define a la Pedagogía como "la ciencia de la educación. Educación es el conjunto de todas las acciones ejercidas sobre la persona para forjar una personalidad."⁴ Henz concibe la personalidad como la persona actualizada en sus potencias esenciales. Aquí podemos ver que la educación es una actividad y un hecho que sólo se puede dar en seres humanos. En el animal, lo que se da es únicamente un adiestramiento, pero la educación es un término propio y exclusivo del hombre.

Luzuriaga establece que "en realidad, las diversas direcciones de la pedagogía no son más que aspectos o visiones parciales de un sólo objeto: la educación considerada desde distintos puntos de mira. La Pedagogía será así como la integración de las diversas interpretaciones de la educación, las cuales no constituirán mas que partes o capítulos de la misma. No hay, en efecto, mas que una sola pedagogía, la que tiene por objeto el estudio de la educación."⁵

Partiendo de estas definiciones de la Pedagogía, se considera necesario abarcar todos aquellos aspectos que integran el concepto de la misma:

La Pedagogía es la ciencia de la educación, entendiendo el término educación como un proceso permanente, que abarca toda la vida de la persona. No hay una edad específica para recibir la educación, ya que durante toda la vida el hombre es educable.

³ cf. PLANCHARD, Emile., La Pedagogía Contemporánea, p.23

⁴ HENZ, Hubert., Tratado de Pedagogía Sistemática, p.39

⁵ LUZURIAGA, Lorenzo., op.cit., p.13

Es un proceso integral, ya que abarca la interrelación de conocimientos, virtudes, valores morales, espirituales y sociales, modales, normas de urbanidad, hábitos, actitudes, destrezas y habilidades. No se puede polarizar el término educación a la simple adquisición de conocimientos, o de "buenos modales", ya que esto reduciría la amplitud del concepto. La educación abarca todos los aspectos que integran la vida del hombre.

La educación es un proceso de perfeccionamiento; poner en acto las potencias humanas. "La educación es una modificación del hombre que entraña perfeccionamiento, una realización al máximo de sus posibilidades desde una perspectiva ética."⁶ Jaime Sarramona hace notar en esta cita la dimensión ética de esta idea de perfeccionamiento que se incluye en la definición de educación, ya que, estrechamente ligada a la idea de perfección, está la idea de bien, puesto que ambos términos hacen referencia a lo que verdaderamente conviene para la naturaleza del ser humano.

La educación busca la mejora del individuo, el conocer las limitaciones y capacidades del educando para perfeccionarlo, que desarrolle al máximo sus cualidades y adquiera valores y virtudes, para que, de modo integral, sea mejor cada día.

La educación es también intencional; tiene un fin. Ese fin debe ser valioso para que realmente se de una mejora personal. Únicamente puede hablarse de finalidad educativa con relación a personas, que dirigen al objetivo su atención y esfuerzos.

"La persona humana no es causa de sí misma, sino que es contingente, por tanto, no le es posible establecer por sí misma la finalidad de su ser. Esta finalidad queda determinada, junto con el ser de la persona humana y en el mismo, por la causa primera, es decir, por Dios. Como, además, la finalidad de la educación coincide en definitiva con la finalidad esencial de la persona humana, debe hallarse necesariamente "en la línea del objetivo último del

⁶ SARRAMONA, Jaime. Fundamentos de Educación, p.28

hombre" (Göttler, 1, 42) y solamente le queda al hombre el conocimiento y la realización."⁷

Por lo tanto, la finalidad de la educación está estrechamente ligada al fin último de la persona, que es alcanzar la felicidad. La educación debe llevar al hombre a través de su propio perfeccionamiento, a alcanzar el fin último para el cual está llamado y lograr, de este, modo la felicidad.

La educación también hace referencia al desarrollo de las características específicamente humanas; ya que el proceso educativo se realiza únicamente entre personas, seres humanos con inteligencia, voluntad y libertad. En el desarrollo de estas dos potencias humanas es donde se centra la acción educativa. Sin embargo, el hombre es un ser integral, como se mencionó anteriormente, que además de la inteligencia, la voluntad y la libertad, posee otras cualidades y otras características (físicas y orgánicas) que si dejan de funcionar o están deterioradas ocasionan repercusiones en toda la persona y, por lo tanto, en el mismo proceso educativo.⁸

La educación es también un proceso de socialización: "La educación del sujeto supone su incorporación a la sociedad."⁹ Puesto que el hombre no es un ser aislado, la educación debe actuar para lograr la inserción del sujeto en el medio social que le rodea. No puede hacer a un lado la necesidad que el hombre tiene de vivir en sociedad, y por ello se debe potenciar la socialización del hombre de manera adecuada para que se integre en ella y alcance su perfeccionamiento dentro de esa sociedad. La acción de la educación no puede llevarse a cabo con un hombre aislado del medio social.

Es necesario también definir a la educación como un hecho sistematizado, que sigue una planeación, una realización y una evaluación de las actividades educativas que han intervenido en el educando, para comprobar si, por ese camino, se han alcanzado los objetivos que se plantearon al inicio de la

⁷ HENZ, Hubert., *op.cit.*, *apud.*, p. 43

⁸ *cfr.*, SARRAMONA, Jaume., *op.cit.*, p. 30

⁹ *ibidem.*, p.31

actividad educativa. No se trata de establecer "recetas de cocina", porque cada persona es única e irrepetible y tiene diferentes necesidades, pero es necesario establecer un proceso sistematizado para ver qué necesidades tiene el sujeto, cómo vamos a llevar a cabo el proceso educativo, llevarlo concretamente a la práctica y, por último, confirmar si lo que se pretendía con la educación se llevó a cabo: si se ha alcanzado el fin.

Después de analizar todos aquellos aspectos que integran el concepto de educación, como objeto central de la Pedagogía, se puede llegar a la conclusión de que la Pedagogía efectivamente es la ciencia de la educación, pero requiere al mismo tiempo, del arte de educar. La Pedagogía da cientificidad a la educación. Esto podría traducirse de la siguiente manera: la educación requiere de lineamientos, leyes y postulaciones propias de toda ciencia (es aquí donde la Pedagogía da cientificidad a dicho proceso), pero, al mismo tiempo, necesita poner en práctica estos postulados e hipótesis: llevar al hecho todo aquello que se ha establecido en teoría: es aquí donde se centra el arte de educar. (vid infrax)

Analizando la definición de Luzuriaga que se presentó anteriormente, se observa que habla de la Pedagogía como una integración de los diferentes puntos de vista o aspectos que conforman un mismo objeto, que es la educación. Abarca todos aquellos aspectos que de alguna u otra manera, conforman la actividad educativa.

La Pedagogía mantiene una posición peculiar en relación a las demás ciencias: mientras que éstas parten de una definición más concreta y tienen carácter y un objeto de estudio definido, la Pedagogía continua siendo motivo de discusión cuando se trata de establecer su carácter y su valor científico. Sin embargo, la Pedagogía tiene un objeto de estudio y tiene una metodología y una sistematización que la constituyen como ciencia, teórica y práctica.¹⁰

¹⁰ cf. LUZURIAGA, Lorenzo., op.cit., p. 13

1.1.2 La Pedagogía como ciencia.

La ciencia, el arte y la sabiduría constituyen el saber acerca de la educación. De todos estos saberes, el científico es el que propiamente constituye la Pedagogía.¹¹

La Pedagogía como ciencia nació de una necesidad práctica de la vida. Como se mencionó con anterioridad, existen ya reflexiones pedagógicas en escritos antiquísimos de política y de ética en el pueblo griego.

Que la Pedagogía es una ciencia lo demuestra su propia constitución, ya que toda ciencia se constituye por un objeto propio, por el estudio de una realidad que no pertenece al campo de las otras ciencias.¹² Como toda ciencia, dispone de una serie de métodos para resolver sus problemas. Los métodos de los que se vale son la observación, la experimentación, la comprensión, la interpretación, etc., de la misma realidad educativa. La Pedagogía, al ser una ciencia, también dispone de la unidad y sistema que caracterizan a las demás ciencias.¹³

"La Pedagogía, como todas las ciencias, es puramente teórica, estudia la realidad educativa, individual, o social, de un modo desinteresado, especulativo. Después vienen las aplicaciones."¹⁴ De modo personal, no se coincide con Luzuriaga en este punto de vista, ya que la Pedagogía, además de ser una ciencia teórica, es eminentemente práctica, no puede quedarse solamente en el establecimiento de teorías, sino que, además, debe llevar a la práctica esa teoría, las aplicaciones también dependen de ella, no pueden dejarse a un lado dentro del quehacer pedagógico.

¹¹ cfr. GARCÍA HOZ, Víctor, op.cit., p. 53

¹² cfr. LUZURIAGA, Lorenzo, op.cit., p. 20

¹³ cfr. idem.

¹⁴ idem.

La Pedagogía pertenece a la rama de las ciencias del espíritu, dentro de la división ordinaria de las ciencias, y tiene un valor muy específico dentro de éstas. Pero, a lo largo de la historia de la Pedagogía se ha discutido mucho sobre su valor como ciencia, sin embargo, esta discusión no es ociosa. El mismo Luzuriaga establece que de esta discusión depende "la justificación de la acción educativa autónoma. Si la educación se realiza en vista o sobre el fundamento de la Pedagogía como ciencia se eliminará de aquella la intervención de elementos o factores interesados en fines particulares o parciales (...) Si, por el contrario, la educación no tiene una fundamentación científica estará expuesta a los vientos de todas las ideologías."¹⁵

Es posible ver entonces la importancia de considerar la Pedagogía como una ciencia y el motivo por el cual la educación necesita de una fundamentación científica.

La Pedagogía, en su calidad de ciencia de la educación puede ser tanto teórica como práctica. En este caso, la Pedagogía teórica trata de averiguar el cómo se produce la educación, la manera en que el individuo se educa. Estudia la educación como hecho, explicándola y describiéndola, trata de comprender y establece comparaciones. Pero, no se limita únicamente a describir y analizar; no es meramente descriptiva ni fenomenológica, ya que hay infinidad de formas de estudiar y de llevar a cabo la educación.¹⁶

Como toda ciencia, la Pedagogía tiene diferentes fuentes. Las fuentes principales con las que cuenta son la experiencia inmediata y la mediata. La experiencia inmediata puede ser íntima, "en la que se sienta directamente implicado el pedagogo, como educador responsable o como educado responsablemente"¹⁷, esto debe complementarse con la observación, la experimentación, etc., procediendo con base en unos objetivos previamente

¹⁵ *ibidem.*, p.22

¹⁶ *cf.* HENZ, Hubert., *op.cit.*, p. 17-18

¹⁷ *ibidem.*, p. 21

establecidos de forma ordenada y metódica. La experiencia mediata se nutre con la información que arrojan al pedagogo las conversaciones, las entrevistas, los cuestionarios, etc.

Sin embargo, Henz establece que más importante aún que las fuentes, es el instrumento de la pedagogía científica, es decir, el hombre investigador, el cual debe poseer cualidades específicas, como la capacidad de comprensión, la riqueza y profundidad de sus categorías, su escala de valores, su disposición continua a la autocrítica, la ausencia de prejuicios, exclusivismos ideológicos. Si el investigador educativo no posee estas cualidades, será peligroso para la labor educativa, ya que estará actuando sin objetividad y sometiendo los hechos educativos a un subjetivismo.¹⁸

Como toda ciencia, la Pedagogía tiene una parte teórica (ciencia) y una práctica (arte) de la cual no puede prescindir.

1.1.3. La Pedagogía como arte.

"Dado el carácter práctico de la Pedagogía, es muy corriente definirla no sólo como ciencia, sino también como arte de la educación."¹⁹

García Hoz hace una distinción al respecto, en lo que se refiere a la Pedagogía como ciencia, y la Pedagogía como arte. No es lo mismo la ciencia de la educación que el arte de educar; la ciencia está constituida por el conjunto de verdades y leyes, mientras que el arte se refiere al obrar, a la actuación y la interacción del educando con el educador, el conocimiento y la capacidad para la solución de problemas particulares.

¹⁸ *cf. ibidem*, p. 22

¹⁹ GARCÍA HOZ., Víctor, *op.cit.*, p. 52

Ciencia y arte hacen referencia al conocimiento intuitivo, directo de las cosas particulares y, al mismo tiempo la utilización de este conocimiento para la resolución de problemas concretos que se plantean en la educación.²⁰

A modo de resumen, es posible concluir que la Pedagogía trata de lo que es propiamente la educación, de lo que ésta debe ser y de lo que se debe llevar a la práctica en cuanto a la educación. "Es una ciencia descriptiva, teoría normativa, realización práctica."²¹

Se puede observar que una ciencia como la Pedagogía, necesariamente debe llevar las aportaciones teóricas a la práctica concreta, ya que resultaría en cierto modo inútil establecer y postular diversidad de tratados y leyes, si no son llevados al actuar. La Pedagogía tiene su realización máxima en la práctica, lo que se considera el arte de educar, que es ya propiamente el llevar a la práctica concreta la educación del ser humano. De este modo, todo aquél que lleva a cabo la acción educativa se convierte en un artesano, que va moldeando y formando poco a poco, a base de paciencia y perseverancia, la obra de arte más importante de su vida: un ser humano que va confeccionando su propio perfeccionamiento.

1.1.4 Objeto de estudio de la Pedagogía.

El objeto de estudio de la Pedagogía es, desde luego, la educación del hombre; la cual será, como ya se ha visto, el proceso de perfeccionamiento que le acompañará durante toda su vida.

²⁰ *cfr. ibidem.*, p. 53

²¹ PLANCHARD, Emile., *op.cit.*, p. 26

La educación, objeto de la Pedagogía, como lo establece Luzuriaga, está dirigida a la vida humana en cuanto a todo aquello que esta vida humana incluye, es decir, en su totalidad.²² La educación debe abarcar pues, todos los aspectos que integran la vida del hombre.

El objeto de estudio de la Pedagogía es la educación, y " el objetivo de la educación consiste en el completo desarrollo personal del hombre." ²³

1.1.5 Sujeto de estudio de la Pedagogía

Los sujetos de estudio de la Pedagogía son dos, a saber:

- El educando
- El educador

1.1.5.1 El educando

El educando es el principal destinatario de las acciones educativas; a él se enfocan todos los objetivos y todos los planes, estrategias, etc., que se llevan a cabo dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje y de todo proceso educativo.

El educando es todo aquél que recibe la acción de la educación. Imídeo Nericí habla del educando como el "centro de la escuela" ²⁴ , pero, sin duda, está reduciendo la amplitud del término "educando" al ámbito escolar. No sólo se encuentran sujetos educables dentro de la escuela; todos somos educandos, porque podemos recibir durante toda nuestra vida una educación sobre nosotros, y también llevando a cabo una autoeducación, en la cual seremos educandos y educadores a un mismo tiempo.

²² cf., LUZURIAGA, Lorenzo., op.cit., p. 25

²³ HENZ, Hubert., op.cit., p. 46

²⁴ NERICI, Imídeo., Hacia una Didáctica General Dinámica., p. 87

Como se mencionó, el educando no sólo se encuentra en el aula, también en la sociedad, en la familia, en los medios de comunicación, en todas partes, ya que todos podemos recibir una educación. Tampoco hay una edad específica en la que se deba recibir la acción educativa, por lo tanto, el educando no sólo es un niño, también puede ser un adulto, un adolescente, un anciano. No hay un sexo establecido; el educando puede ser tanto un hombre, como una mujer.

Debe existir un respeto hacia el educando, en cuanto a sus gustos, preferencias, forma de pensar. También hay que entender que cada persona tiene su tiempo, y que requiere de una paciencia especial para poder educarse, ya que no todo el mundo se educa al mismo tiempo.

Además, no es válido etiquetarlo, dejarse llevar por prejuicios, ya que esto le haría un daño, en vez de un bien al individuo. El educando requiere que el educador lo conozca integralmente, para que sea autónomo y ejercite su libertad de manera adecuada.

En cuanto al educando, dentro de la acción educativa, es muy importante que se tomen en cuenta los siguientes aspectos:

- Etapa evolutiva por la que atraviesa,
- sexo (ya que hombre y mujer son diferentes y tienen necesidades educativas específicas),
- nivel sociocultural,
- escolaridad,
- aspectos psicológicos (personalidad, comportamientos, habilidades y actitudes, estructura del aprendizaje, nivel intelectual) antecedentes biológicos (bases genéticas, herencia, etc.)

Todos estos aspectos constituyen las tres esferas que se consideró que el educador debe conocer de su educando, ya que éstas esferas engloban todos los aspectos del educando que se mencionaron en líneas anteriores:

- cognoscitiva
- afectivo-social
- psicomotriz

Estas tres esferas se complementan unas a otras para así poder hablar de una integralidad en el ser humano. Si el educador se polariza únicamente a alguna de ellas, estará limitando el proceso educativo y parcializará el desarrollo propio de la persona. Por este motivo, se considero importante establecer de manera concreta la forma en que estas tres esferas se relacionan y complementan entre ellas.

1.1.5.2 El educador

Fonética y morfológicamente, educador procede del verbo latino *"educare"* (alimentar, criar), pero semánticamente recoge también otro verbo latino, *"educere"* (sacar de dentro a fuera).²⁵ Se puede entender que el educador lleva a cabo la acción educativa sobre el sujeto, pero al mismo tiempo saca de él una personalidad, la actualización de las potencialidades humanas. Es una transmisión de información, pero al mismo tiempo es una recepción, un conocimiento de las posibilidades y limitaciones del sujeto, y que éste se deje conducir.

El educador es todo aquél que lleve a cabo la acción educativa sobre otro; cualquier persona que coadyuve al proceso de mejora de una persona sin importar la edad, el nivel social, habilidades, etc.

²⁵ *cf.* DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN., Tomo 1., p. 511

Dentro de este concepto podemos incluir al padre de familia, al profesor, por supuesto al pedagogo (que es educador de educadores), etc.

"El educador debe ser ante todo una persona que posea vocación para su misión, que se sienta llamado a ella por un interés "desinteresado" (...)"²⁶

Es importante que el educador sienta una inclinación natural por el ejercicio de su misión; debe, además, poseer unas características especiales para poder llevarla a cabo, como lo son la sociabilidad y el gusto de estar con las personas, debe tener un especial interés por sus educandos en particular, debe amar su profesión y buscar actualizarse cada día en ella, debe ejercitarse en la empatía para poder ponerse en el lugar del otro y así poder comprenderlo. Además, debe tener una gran capacidad de observación y de análisis, debe ser alegre y tener buen humor, guardar un equilibrio emocional, de manera que inspire confianza y tranquilidad al educando; debe ejercitarse en la justicia y en la imparcialidad, no dejarse llevar por sus preferencias y siempre permanecer en un plano neutral; tener tacto en el trato con el educando; ejercitarse en la paciencia y ser abierto para que el educando se acerque a él y le confíe sus problemas.²⁷

Todas estas cualidades que se mencionan en torno al educador no son aspectos con los que se nace; se deben ejercitar para poder llevarse a la práctica. Algunas pueden formar parte ya de la personalidad del educador, pero otras deberán de adquirirse y el que tenga a su cargo la educación deberá ejercitarse para su adquisición.

Se puede pensar que, por las cualidades que reúne esta especie de "perfil" del educador es un ser casi irreal, ya que todas estas características y virtudes nos hacen pensar en un ser perfecto; pero, como el que educa se educa al mismo

²⁶ LUZURIAGA. Lorenzo., op.cit., p. 212

²⁷ cfr. ídem.

tiempo a través de la interacción que hay entre él y el educando, también está llevando a cabo un proceso de perfeccionamiento en sí mismo y por ello debe luchar e ir perfeccionándose en el ejercicio de su profesión.

Por todo lo expresado anteriormente, es indispensable el sentido de ética dentro del deber ser del educador, ya que el educando le abre su intimidad y no puede jugar con ello, ya que al entrar en contacto con la intimidad del otro, adquiere un gran compromiso con él.

Sin embargo, es necesario tomar en cuenta un aspecto importante: nadie puede dar lo que no tiene, y por ello es necesario que el educador empiece por su propia persona. No se puede provocar un cambio si no se empieza por uno mismo: los educadores deberán conocerse bien y formarse una personalidad madura que verdaderamente les lleve a lograr el cambio deseado en el educando y en sí mismos.

Debemos desechar la idea de que el educador, como imparte educación a los demás y se encarga del desarrollo de sus potencialidades, no necesita educarse también a sí mismo; al contrario, el educador sigue perfeccionándose mientras busca el desarrollo integral de los demás, ya que la educación es, como ya se explicó, un proceso que nos acompaña durante toda nuestra vida.²⁸

Hay dos tipos de agentes educativos: los primarios, que son padres-familia y profesores-escuela, que ejercen la acción educativa de manera directa, y los educadores secundarios, como lo son los amigos, la sociedad, y dentro del cual los medios de comunicación social juegan un papel verdaderamente importante,²⁹ es por ello que, más adelante se hablará de ellos y de su importancia dentro de la Pedagogía.

²⁸ *cfr.* SARRAMONA, Jaume., *op.cit.*, p. 135

²⁹ *cfr.* *idem.*

1.1.5.3 Binomio educando-educador

La relación entre ambos es fundamental para la labor educativa, debe existir una total interacción de ambos, ya que no sólo el educando recibe la información por parte del educador, sino que también él está transmitiendo una información al educador. La acción educativa es recíproca entre ambos. Los dos aprenden uno del otro, por ello es muy importante la comunicación entre ambos, que haya mutua confianza. El educador debe aprender a exigir al educando, y lograr que la persona responda de acuerdo a sus circunstancias y a aquello que se le pide, sin caer en un autoritarismo, o lo que sería en sentido contrario, que el educador cayese en un permisivismo tal, que en lugar de hacer un bien a la persona, la perjudique.

"Cada educando debe ser guiado para que rinda el máximo dentro de sus posibilidades reales y sin apelar al estímulo de las comparaciones, que tanto humillan al ser humano, o de las competiciones, que tanto deforman los sentimientos altruistas".³⁰

El educador debe, por lo tanto, vigilar que la acción educativa no sea perjudicial para el educando y que la autoridad y la exigencia no sean deformadas para que se logre el objetivo de la educación. De este modo, habrá una retroalimentación positiva entre ambos.

La relación entre el educando y el educador es constante y debe ser muy estrecha para así poder lograr los fines que se han establecido dentro del proceso educativo.

³⁰ NERICI, Imideo., *op.cit.*, p. 24

1.1.6 Campos epistemológicos de la Pedagogía

La Pedagogía cuenta con la ayuda de tres diferentes campos de acción, y se ayuda de ellos para su tarea educativa. Dichos campos son los siguientes:

1.1.6.1 Teleología Pedagógica

Etimológicamente, teleología viene de *"teleos"*, fin, y *"logos"*, estudio o tratado. Nos proporciona el conocimiento filosófico de aquello que se pretende alcanzar, y para ello es necesario que se conozca el fin último del hombre y aquellos fines secundarios de los que el hombre se vale para alcanzar dicho fin último.³¹

1.1.6.2. Axiología Pedagógica

La axiología se desprende de *"axios"*, valor; *"logos"*, estudio o tratado.

Los valores son leyes que dirigen la acción educativa y atraen a la persona hacia su fin. El educador debe transmitir una serie de valores al educando, para que éste los haga propios y se acerque cada vez más a su fin último. La formación de una jerarquía de valores forma parte importante del proceso de perfeccionamiento del individuo.

³¹ cfr. NASSIF, Ricardo., Educación, p. 75.

1.1.6.3 Mesología Pedagógica

El término mesología se desprende etimológicamente de los vocablos "*mesos*", que se refiere a los medios, y "*logos*", estudio o tratado. Por lo tanto la mesología es el estudio de los medios. En cuanto a la Pedagogía, proporciona los medios, concretos y visualizados con los que se cuenta para alcanzar el fin. Esto medios se dan en tres dimensiones:

1. *Individual*: los que van directamente a la persona.
2. *Grupal*: los que se refieren a la organización educativa, a la institución como medio para llevar a la persona a su fin.
3. *Docente*: los medios a los que hace referencia la didáctica, que se enfoca a la relación entre educando y educador y el propio proceso de enseñanza-aprendizaje.

1.1.6.3 Ontología Pedagógica

La palabra ontología viene de los vocablos "*ontos*", que hace referencia al ser, y "*logos*", que significa tratado o estudio. Da a la Pedagogía los elementos necesarios para conocer la esencia de la educación. Responde al concepto (qué), al educando (quién), al para qué se quiere educar, y al lugar donde se llevar a cabo la educación (dónde).

Proporciona la información que como pedagogos se necesita acerca de las comunidades educativas, como lo son la familia, la escuela, la Iglesia, el Estado, el medio ambiente, la comunidad etc. Además, también proporciona el conocimiento del educando en sus tres esferas (biológica, psicológica y social),

y brinda así mismo el soporte filosófico indispensable para saber quién es el hombre, debido a que él es el sujeto de educación.

Del concepto de hombre que se tenga, dependerá la forma en que se lleve a cabo la educación.

A la ontología pedagógica, al estudiar las agencias educativas que influyen en el proceso de perfeccionamiento del educando, le compete el estudio de los medios de comunicación social, ya que, dentro de las agencias mencionadas, se incluyen dichos medios como elementos que intervienen de manera muy directa en la educación del individuo.

I.2 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

I.2.1 Definición.

¿Qué es la comunicación?

Comunicación es un término que se desprende del vocablo latino *communicatio*, que significa hacer común, entrar en razón, participación, intercambio.⁴²

En el sentido que se confiere a la comunicación en el ámbito de las relaciones humanas, ésta juega un papel determinante, ya que es el elemento primordial de toda relación entre individuos. Significa hacer partícipes de lo que uno ha

⁴² cfr. GRAN ENCICLOPEDIA RIALP, Tomo 6., p. 119

vivido a las personas que le rodean. Implica involucrar a otra persona, y por ello mismo, la comunicación es un acto libre y humano.

La comunicación es un proceso dinámico, permanente e intencional, de influir en los demás con actitudes, ideas, creencias, valores, etc. con el fin de obtener una respuesta a cambio.

Es un proceso, porque se lleva a cabo durante toda la vida del sujeto; es dinámico ya que siempre está en movimiento e interacción constante entre el emisor, el receptor y el mensaje. Es permanente, porque mientras exista el hombre, siempre existirá la comunicación, ya que forma parte de la naturaleza misma del hombre; y es intencional porque requiere de la intervención de las facultades humanas (inteligencia, voluntad y libertad) y el hecho de "querer" poner en común algo con nuestros semejantes.

Los elementos que constituyen el proceso de la comunicación son tres:



Diferentes autores han establecido modelos que explican el proceso de la comunicación, por ejemplo, están Shannon y Weaver,³⁴ que establecen el siguiente modelo:



³⁴ cfr. RICCI BITTI, Pio, et al., La Comunicación como Proceso Social, p. 25

Mucho antes de que Shannon y Weaver diseñaran su modelo, Aristóteles ya había diseñado el suyo, de manera más sencilla:



que podría traducirse en el modelo tradicional de comunicación:



Estos modelos tratan de explicar de que manera se lleva a cabo el proceso, y también, los autores han tomado en cuenta factores que intervienen en la comunicación. Factores tan importantes como las barreras que impiden que se lleve a cabo, la presencia de la retroalimentación o "feedback", los canales por los que se transmite, etc.

Dentro de las barreras, podríamos mencionar el ruido, las diferentes acepciones de las palabras entre emisor y receptor, las deficiencias técnicas en el canal de comunicación, o las mismas deficiencias físicas tanto en emisor como en receptor (sordera, ceguera, etc.)³⁴

Todas estas barreras afectan, de un modo o de otro, el proceso de comunicación.

A continuación se explicará en que consisten los medios de comunicación social.

³⁴ *cf.* MORAGAS, Miquel de., *Teoría de la Comunicación*, p. 23

La comunicación de masas o colectiva se dirige a grupos, auditorios grandes, generalmente anónimos y heterogéneos. Para llevar a cabo este tipo de comunicación es necesario un conocimiento específico del receptor, es decir, del público al que se pretende llevar, así como la utilización de un lenguaje concreto.

La forma de comunicación social de nuestro tiempo se caracteriza por dirigirse, no al individuo aislado, sino al grupo indiferenciado que es la masa; el receptor lo constituye ésta y no el hombre individual.³⁵

Los medios de comunicación social pueden entenderse como "el conjunto de instrumentos que mediante diversas formas de transmisión, impresas, orales o visuales, difunden información masiva, y generalmente regular, de todos los elementos de conocimiento, juicio, cultura y recreo."³⁶

El amplio grupo que conforma los medios de comunicación social está integrado por la radio, la televisión, el cine, la prensa, las revistas, el cartel, el disco, etc.

Los medios de comunicación social, en la actualidad, al poner en contacto a toda la sociedad, en su conjunto, de manera que todos los hombres puedan conocer en un momento dado todo lo que sucede en todas partes, han conseguido, en la segunda mitad del siglo XX, la casi total liberación, pues los medios modernos de comunicación social no relacionan a un individuo con otro, sino a toda la sociedad, a grupos sociales amplios o a sectores profesionales de presencia activa en la vida social.³⁷

³⁵ cfr., GRAN ENCICLOPEDIA RIALP, Tomo 6., p. 119

³⁶ DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN., Tomo 1., p. 287

³⁷ cfr., CASTELLANOS, José, México engañado. Por que la Prensa no Informa., p. 24

"El conocimiento de la realidad social, económica y política transformó radicalmente la vida de la comunidad, y sin duda alguna que no podrán repetirse ni copiarse modelos del pasado, porque se ha transformado de fondo el papel que cada hombre desempeña en el contexto social."³⁸

Los medios de comunicación social desempeñan un papel decisivo en la sociedad actual, ya que hasta este siglo se dio el despegue de dichos medios. En épocas anteriores no se contaba con la tecnología con la que se cuenta en la actualidad, y tenían que pasar muchos meses para que una noticia llegara, desde su lugar de origen hacia otro punto en el mundo.

Actualmente, se cuenta con satélites espaciales, amplias redes de telecomunicación, las nuevas tecnologías invertidas en cine, radio y sobre todo la televisión. Un ejemplo muy concreto de los alcances de los medios de comunicación en la actualidad se puede apreciar en la información que llegó a nuestro país, cuando sucedió el conflicto del Golfo Pérsico. Los televidentes observaron, en el momento justo en el que sucedía, el ataque a la ciudad de Tel Aviv, así como la explosión de los misiles justo en el momento en el que éstos hacían impacto.

En épocas anteriores no se pensó que esto pudiese llegar a ser posible, pero se puede ver que ya es una realidad, y la riqueza educativa que todos estos medios de comunicación suponen es impresionante. Es tarea del pedagogo hacer un uso correcto de ellos, ya que, al llegar a un número tan amplio de personas, se puede llevar a cabo una labor educativa de alto nivel.

Para comprender un poco más el alcance de los medios de comunicación y su función específica dentro de la sociedad, se explicará cuáles son los medios de comunicación social que más trascendencia tienen en la sociedad.

³⁸ *ibidem*, p. 21

1.2.2 Medios de Comunicación Visual.

Son aquellos a los que se tiene acceso gracias al sentido de la vista. Dentro de este grupo se encuentran los siguientes medios:

1.2.2.1 Cine

La palabra cinematografía viene, etimológicamente, del griego *kineo*, mover, y *grafein*, describir.³⁹

La cinematografía es el arte de hacer películas; consiste en proyectar sobre una pantalla una serie de fotografías impresas sobre una cinta de celuloide, mediante la técnica y la iluminación de un aparato, llamado cinematógrafo, y la sucesión de dichas fotografías es tan rápida que es capaz de crear la ilusión óptica del movimiento.⁴⁰

El cine se denominó "séptimo arte" por el crítico francés, de origen italiano Riccioto Canudo, y ha constituido el medio de entretenimiento más extendido popularmente en el siglo XX, hasta la difusión de la televisión.

El cine ha alcanzado límites insospechados, y las producciones actuales son muestra clara de que el cine que se produce en la última década de nuestro siglo es, técnicamente, excelente. Pero los avances tecnológicos no son determinantes para calificar una película como buena o como mala.

³⁹ *cfr.* GRAN ENCICLOPEDIA RIALP, Tomo 5, p. 627

⁴⁰ *cfr.* HONHENBERG, John., *Los Medios Informativos*, p. 30

Ciertamente, los efectos especiales, la musicalización, la fotografía, nos hacen disfrutar de una película; pero lo cierto es que el cine actual está atravesando una crisis ética de gran importancia. ¿A qué se debe esto?

Sencillo: el cine de nuestros días enfrenta dos preocupaciones fundamentales, como lo son la supervivencia y la internacionalización. Para sobrevivir ante la superioridad y comodidad de la televisión como entretenimiento popular, el cine ha ido disminuyendo la rigidez de las reglas éticas que orientaban a los productores.⁴¹ Ciertamente es que, debido a su gran influencia sobre las masas, el cine siempre estuvo sometido a fuertes censuras; pero también es cierto que, con el surgimiento de las nuevas democracias y las corrientes en pro de la libertad de expresión artística han acabado con la censura y han dado lugar a la exposición de temas que, buscando siempre la novedad, tratan acerca del alcoholismo, las drogas, desviaciones psicológicas, aberraciones sexuales, pornografía, odios de razas y erotismo.⁴²

El cine cuenta con diferentes géneros artísticos, entre los que podemos destacar:

- Cine de arte
- Acción
- Musical
- Comedia
- Suspenso
- Drama
- Terror
- Cine de animación (dibujos animados)
- Cine infantil
- Cine educativo.

⁴¹ *cfr.* TREJO DELARBE, Raul., *La sociedad ausente*, p.36

⁴² *cfr.* *ibidem.*, p. 633

La función del pedagogo o la influencia de la Pedagogía dentro del medio cinematográfico se puede visualizar desde la perspectiva de que el profesional de la educación puede encargarse de la revisión de guiones, y analizar su contenido educativo, ver la forma en que se manipula con ciertos mensajes la forma de pensar del sujeto; puede llevar a cabo el diseño de guiones cinematográficos con alto nivel formativo; puede valerse del cine para llevar a cabo aprendizajes significativos, al estudiar, junto con el educando, los contenidos y puntos de vista más importantes de algunas películas, etc. De algún modo, vigilar que no se caiga en pornografía, manipulación, erotismo, y otros medios de llamar la atención de las personas que únicamente malforman el criterio del sujeto y lo alejan de su fin.

A continuación, se definirá otro medio de comunicación visual de gran importancia, que ha representado, desde su creación, la gran competencia para el cine.

1.2.2.2 La Televisión

El proceso de la televisión consiste en la transmisión de imágenes simultáneas y su correspondiente reproducción simultánea a distancia, por medios electro-mecánicos. La escena es captada por una cámara especial, que contiene el dispositivo de exploración mediante el cual se descompone la escena en las llamadas líneas. Las variaciones luminosas que acusa cada línea explorada se convierten en variaciones eléctricas, y estos impulsos modulan la onda portadora de radiofrecuencia con que se realiza la transmisión inalámbrica.

Aun cuando la línea se subdivide a su vez en numerosos líneas, la fotocélula de la cámara recoge las variaciones luminosas a lo largo de una línea cada vez, comenzando por el margen superior y avanzando hasta el margen inferior.

Para que estas líneas puedan recomponerse fielmente en la estación receptora, debe emitirse una determinada pulsación eléctrica a cada final de la línea. Así mismo, debe emitirse otra señal recibida para dar noticia de que la exploración de cada imagen completa o cuadro ha quedado integrada. Los impulsos eléctricos de limitación se llaman "señales de sincronismo". Las variaciones de luz y sombra de cada línea de la imagen están representadas por señales de video o video-señales.⁴³

En nuestro país, la televisión comenzó a funcionar entre los años de 1951 y 1952.⁴⁴ La programación que se transmitía no era continua: se transmitía un programa a determinada hora, y el siguiente programa pasaba al aire algunas horas después. Poco a poco, esto se fue actualizando, y se establecieron las programaciones continuas y la aparición de nuevos canales de televisión.

Actualmente, son dos las cadenas de televisión existentes en México: *Televisa*,⁴⁵ que es la de mayor difusión y que cuenta con varias empresas filiales dedicadas a la telecomunicación. En diciembre de 1996 se lanzó al mercado un nuevo sistema de televisión, por parte de esta empresa. Dicho concepto recibe el nombre de "SKY Entertainment Services" y consiste en lo que se conoce como sistema DTH o Direct to Home. Es un sistema de televisión pagada via satélite con calidad de video y audio 100% digital, directa al hogar, a través de una pequeña antena parabólica y un receptor digital que decodifica las señales. La calidad digital es equiparable al *laser disk*, en cuanto al video, y al *compact disk*, hablando del audio.

Con este sistema, las personas que lo posean podrán disfrutar de más de 150 canales de todo el mundo. Es posible imaginarse la gran influencia que tendrá en todas las familias el recibir señales de tan diferentes lugares y de tan diversos contenidos.

⁴³ *cf.* GRAN ENCICLOPEDIA RIALP., Tomo 22., p. 152

⁴⁴ *cf.* *ibidem.*, p. 161

⁴⁵ *cf.* TRFIO DEI ARBE, Raul., *op.cit.*, p. 47

Televisa también contaba con el sistema Cablevisión, mismo que actualmente ya no pertenece a dicha empresa y que está quedándose en el pasado debido a la entrada del sistema DTH (la tecnología de este concepto es infinitamente superior al de televisión por cable).

Los canales abiertos pertenecientes a Televisa son los siguientes:

- Canal 2 (XEW TV)
- Canal 4 (XHTV)
- ECO
- Canal 5 (XHGC)
- Canal 9 (XEQ)

La segunda cadena de televisión que cuenta con gran importancia es **Televisión Azteca** (antes Imevisión). Esta cadena no cuenta con la difusión y magnitud con la que cuenta Televisa, sin embargo, poco a poco se va abriendo camino en las telecomunicaciones. Suele asociarse a TV Azteca con el sistema **MVS Multivisión**, sin embargo, no quiere decir que MVS pertenezca a TV Azteca. Únicamente le vende señales para que sean transmitidas vía aérea (por el sistema Multivisión), o para la reproducción de dichas señales a través del sistema Direct TV, que también es un DTH (competencia directa de SKY).

Los canales pertenecientes a TV Azteca son:

- Canal 13 (XHDF)
- Canal 7 (TV7)

Existe también el canal independiente, propiedad del Instituto Politécnico Nacional, que es el Canal 11, cuyo enfoque es básicamente cultural. Es importante mencionar que existen también otros canales independientes, como el canal 22 y el canal 40.

Además, cada estado de la República cuenta con su canal de televisión propio que se transmite únicamente en dicho estado.

La publicidad juega un papel determinante dentro del medio televisivo, ya que es una importante fuente de ingresos para las cadenas de televisión. El espacio publicitario tiene un precio especial dependiendo del horario en que se desea que se transmita el comercial, siendo el más económico el horario matutino, y el más caro el horario nocturno.⁴⁶

Es importante mencionar que la televisión evoluciona día a día, sobre todo desde el lanzamiento de los satélites de comunicación al espacio. Estos satélites permiten que la información se transmita de manera más rápida e inmediata a cualquier punto del globo terráqueo. La transmisión vía satélite se efectúa enviando señales desde las estaciones espaciales al satélite, que a su vez las remite a otras estaciones terrestres desde donde son distribuidas por las redes de televisión. Actualmente, se cuenta con el sistema DTH, que es de tecnología mucho más avanzada.

Aunque los servicios regulares de televisión existen desde 1935, su auténtico desarrollo puede decirse que comienza una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial.

Una vez restablecidos los servicios regulares y acelerada la producción de televisores, el medio comienza a crecer. La competencia que suscita el nuevo medio, hace que se reestructuren los fines de los otros medios de comunicación y sus medios de trabajo. La televisión cumple con los fines de los medios de comunicación social que son: informar, orientar y entretener; pero, además, presenta la información de un modo más atractivo que los demás medios.

⁴⁶ *cf. ibidem.*, p. 51

La prensa ofrece un tipo de información más profunda, reelaborada, de explicación. La radio se reserva a un tipo de información de urgencia, rápida, lo más instantánea y actual. La televisión ofrece una información mas elaborada, de gran actualidad, gracias a las innovaciones tecnológicas y los satélites espaciales, además de los efectos especiales.⁴⁷

El educador debe estar consciente de la importancia de la televisión como agente que ejerce una enorme influencia en el educando. En casi todos los hogares del mundo hay un televisor, y sus mensajes, algunas veces nocivos, otras benéficos, bombardean al telespectador continuamente. Por este motivo, el educador debe conocer las posibilidades educativas que este medio le ofrece. La labor del pedagogo debe extenderse del trabajo en el aula al trabajo en los medios, y así podrá elaborar guiones para programas de televisión, diseñar los programas y planes de estudio de las telesecundarias, incluso, podría analizar los contenidos de los comerciales publicitarios, para ver que, tantos mensajes subliminales se encuentran en ellos para evitarlos y así no ejercerán una influencia negativa.

Las posibilidades educativas de la televisión son muchas, y el educador debe valerse de ella como un recurso didáctico muy importante, por el numero tan grande de espectadores que tienen acceso a ella y que estan recibiendo influencia de ella. Debe trabajar para que esa influencia sea mas formativa que deformadora.

A continuación, se explicará el segundo tipo de medios de comunicacion social existentes, y que también tienen una importante participación en la vida de la sociedad.

⁴⁷ *cfr.*, SCHILLER Herbert, El imperialismo yanqui en la comunicacion de masas . p. 71

1.2.3 Medios de Comunicación Auditiva.

Son aquellos a los cuales tenemos acceso mediante el sentido del oído, es decir, se escuchan.

1.2.3.1 La Radio

La primeras transmisiones realizadas a través de la radio se atribuyen a Marconi, y es a él a quien se le conoce como el inventor y realizador de dicho medio de comunicación social.

La radio consiste en un sistema especial de comunicación mediante la generación, transmisión y recepción de un cierto tipo de ondas electromagnéticas, las cuales tienen longitudes de onda comprendidas entre 1 mm., que son las ondas EHF (Extremely High Frequency), y 30 km, como lo son las ondas VLF (Very Low Frequency).⁴⁸

Los objetivos fundamentales de la radio, al igual que los de los otros medios de comunicación son: informar, orientar y entretener. Todo esto presenta "unas organizaciones muy complejas en cuanto a personal: técnicos, artistas, periodistas, locutores, músicos, administrativos, etc., así como en cuanto a unas bases económicas importantes capaces de sustentar al personal y hacer frente al equipo e instalaciones necesarias."⁴⁹

⁴⁸ cf., GRAN ENCICLOPEDIA RIALP., Tomo 19., p. 618

⁴⁹ ibidem., p. 628

La transmisión por radio es muy extensa y capaz de llegar a un número inimaginable de personas. La radio se encuentra presente de manera constante en la vida de los individuos, ya que la mayoría de ellos cuenta con un aparato de radio en la casa, en la oficina, en el auto, etc. Casi siempre estamos escuchando la radio y recibiendo la información que proviene de ella.

Subsiste gracias a la publicidad; tiene, en este sentido, un aspecto económico determinado que delimita la estructura de la radiodifusión.

En nuestro país, la radio se maneja por medio de compañías independientes, a las cuales el Estado les concede o vende por tiempo determinado la señal. Entre las principales emisoras de radio de nuestro país se encuentran:

- Grupo Radiópolis
- Grupo Radio Centro
- Grupo Acir

que distribuyen sus estaciones en los cuadrantes conocidos como FM (frecuencia modulada), y AM (amplitud modulada).

La Pedagogía puede intervenir en la radio de manera muy directa, ya que hay infinidad de programas de radio que son escuchados por infinidad de personas, y que no dejan una buena formación en ellas.

Los programas de radio tienen un amplio auditorio y la información que difunden o la ayuda que pretenden brindar (como es el caso de los programas de "consejo", o que pretenden "solucionar" la problemática de las personas) muchas veces deforman la conciencia y dejan mucho que desear.

Para cubrir esas lagunas el pedagogo debe actuar de manera directa, promocionando programas y transmisiones que tengan un fin concreto: dejar algo valioso a la persona que los escucha; algo que les oriente en su vida, que les forme un criterio, que no los haga desertar de su propio proceso de perfeccionamiento y les deje una honda huella para su vida.

La responsabilidad es muy grande para los locutores de radio, y les hacen falta bases firmes para dirigirse al auditorio con un criterio recto, pensando en hacer un bien y no sólo en imponer sus puntos de vista, muchas veces deformados. El pedagogo puede actuar brindando capacitación y orientación, prestar su ayuda para elaborar las estructuras de los programas, para seleccionar los temas, para analizar los contenidos de los que van a hablar, y, sobretodo, elaborando programas educativos que logren aprendizajes significativos y que no se despeguen del fin de la educación: conducir al hombre en su proceso de perfeccionamiento.

Se dará paso ahora a explicitar lo que son los medios de comunicación impresos, que tienen una gran relación con el objetivo de esta investigación, ya que son el medio del que se pretende valer para ejercer la acción educativa.

1.2.4 Los Medios de Comunicación Impresos.

Son aquellos que se distribuyen de manera escrita entre la población, y sin duda, también son a los que más fácil acceso se tiene en cualquier nivel sociocultural.

Dentro de este Grupo podemos encontrar:

1.2.4.1 La Prensa

Es el medio de información y comunicación colectiva de mayor tradición. El término "prensa" está asociado a la invención de la imprenta por Gutenberg, que fue utilizada en un primer momento para la impresión de libros y, posteriormente, se empleó para la publicación de periódicos.⁵⁰

El diálogo social, el intercambio libre de puntos de vista diversos que buscan entre sí la armonía de pareceres, en lo referente a los problemas que forman parte del bien común de la sociedad, es en cierto modo el fin más profundo de la acción social de la prensa. Su ejercicio exige una preparación profesional específica y una capacitación, ya que la relación *promotor-receptor* de noticias establece un intercambio de perfeccionamiento mutuo extraordinariamente rico y diverso.⁵¹

La prensa tiene un doble carácter social y público. Social, en tanto que se constituye como instrumento del diálogo colectivo, que se desarrolla en el interior de una sociedad; público, porque su trascendencia social da a las consecuencias de su acción diaria una tal referencia general acerca de los problemas que preocupan a la comunidad, que forzosamente necesita una intervención moderadora y vigilante de la autoridad, respetando siempre la libertad de prensa, aunque sin permitir que se viole la moral pública y se genere un daño irreversible en la sociedad.⁵²

⁵⁰ *cf.*, RIVERS, William., Periodismo: Prensa, Radio y TV., p.31

⁵¹ *cf.*, GRAN ENCICLOPEDIA RIALP., Tomo 18., p. 68

⁵² *cf.*, idem.

En este aspecto, el pedagogo podría ser muy útil, brindando elementos de juicio para determinar si se está atacando u omitiendo alguno de estos elementos; también, escribiendo artículos relacionados con la educación, con la formación de valores en el individuo, analizando temas de actualidad y buscando lo positivo de ellos que pudiese ejercer una influencia educativa en el lector.

Puede diseñar suplementos de prensa, con una misión educativa y con una orientación hacia la ayuda directa a la persona que los lee. Por otro lado, en relación al educando, debe enseñarle a leer entre líneas la información, a juzgar lo que lee, aceptar lo bueno y rechazar lo que le hace daño, buscar y defender la verdad, motivarles a escribir, a participar en los diarios expresando su punto de vista sin miedo. Es una lucha, sin duda alguna, difícil, pero que logra prestar mucha ayuda. Es una manera importante de ejercer la educación, al tener en cuenta el número tan amplio de lectores que tiene, y que muchas veces se dejan influir por lo que algún autor malintencionado, o vendido a diversos intereses alejado totalmente de la naturaleza del hombre.

En el segundo capítulo de esta investigación se realizará un estudio histórico de la evolución y trascendencia social que este importante medio de comunicación social ha tenido en nuestro país. Al ser el medio de comunicación de mayor antigüedad en el mundo, tiene una riqueza y una evolución que se consideró importante analizar, para evaluar de este modo, su gran trascendencia dentro de la historia de México, y las consecuencias de su acción. Por estos motivos, no se profundiza más en el estudio de la prensa, por el momento, ya que se tocará con mayor profundidad en el siguiente capítulo.

1.2.4.2 La Revista

Es una modalidad de la prensa periódica, con la diferencia de que la revista se publica en espacios de tiempo mayores, ya sea de forma semanal, mensual, bimestral, trimestral. La revista hace referencia a temas más especializados, no tan generales como lo hace el periódico, sino que hay más especificidad dentro de ellas.

La revista debe de comunicar saberes técnicos, científicos o de cualquier otro tipo; esto depender de la especialización de la revista. O. Groth la define como "un instrumento cultural destinado a comunicar, en un periodo limitado o ilimitado, el saber de los hechos que caen con presencia progresiva en los mundos presentes de los lectores."⁵³

La comunicación dentro de la revista no está sujeta, como ya se había mencionado, a una periodicidad regular, y está sujeta a lo que interesa a los lectores, es por ello que podemos encontrar revistas especializadas en diferentes aspectos:

- Interés general
- Culturales
- Deportivas
- De entretenimiento y espectáculos
- Educación
- Hogar
- Decoración
- Aquellas que se especializan en cualquiera de las ramas del saber y la ciencia (medicina, geografía, arquitectura, comunicaciones, descubrimientos, etc.
- Femeninas.

⁵³ ibidem, Tomo 20., apud., p. 225

Sin duda, este último grupo, en casi la mayoría de las estadísticas es el que mayor número de ejemplares vende, y es el más desarrollado últimamente. Este fenómeno tiene su raíz en el acceso masivo de la mujer a la vida laboral y a su consideración como un cliente potencial de gran poder adquisitivo; de modo que no sólo se ha promocionado un cierto tipo de publicación femenina, sino todo un mercado que gira a su alrededor.⁵⁴

Las revistas especializadas en cualquier tipo de saber pueden adquirirse por medio de la suscripción, o su compra directa en el puesto de revistas. La desventaja que se le ve a este tipo de medio de comunicación es que su precio no es accesible a todo tipo de población.

La lectura de la revista, para determinado sector de la sociedad representa un lujo, o el hecho de dejar de comprar lo básico, para poder así disfrutar de un momento de distracción, prestando atención a la lectura de algún artículo.

Los precios de la revista dependen, en gran parte, del giro de la misma. Hay historietas y revistas de entretenimiento de bajo costo que están al alcance de todo sector, pero aquellas que pudiesen ejercer una acción educativa eficaz por la profundidad y seriedad de sus contenidos, están lejos del alcance de muchos sectores de la sociedad.

Por la variedad de sus contenidos, la revista es un medio de comunicación entretenido, que ejerce una gran influencia en la sociedad, aunque sólo algunos sectores puedan acceder a ella.⁵⁵

⁵⁴ *cfr.* RIVERS, William., *op.cit.*, p. 25.

⁵⁵ *cfr.* TREJO DELARBE, Raúl., *op.cit.*, p. 115.

La acción del pedagogo dentro de la revista es muy similar a la que ejercería dentro de la prensa, y por esta razón, se consideró reiterativo mencionar la gran amplitud que tiene el campo en el que puede influir educativamente la Pedagogía, dentro de los medios de comunicación impresos.

Existen otros medios de comunicación impresa como el cartel, el folleto, el volante, que pueden ejercer también una influencia, de menor magnitud que el periódico y la revista, dentro de la sociedad, pero, por esa misma razón, se prefirió no tocarlos y hacer más énfasis en aquellos que influyen más en la formación del pensamiento del hombre.

1.2.5 Fines de los Medios de Comunicación.

Los podemos englobar en tres:

- Informar
- Orientar
- Entretener

⇒ **Informar:** Porque los medios de comunicación ponen en contacto a seres de los más diversos puntos de la geografía y los pone al tanto de aquello que sucede en otra parte. Su misión principal es la de relatar los hechos más importantes y de mayor trascendencia para la humanidad.⁵⁶ Consiste en el relato de sucesos, novedades, descubrimientos, acontecimientos increíbles. puntos de vista de diferentes autores, etc.

⁵⁶ cfr., RIVERS, William., op.cit., p. 45

Esta es básicamente su función de información.

⇒ **Orientar:** Esta función hace referencia a la formación de criterio en el sujeto que entra en contacto con ellos. Es por esto que los medios de comunicación representan una fuente de transmisión de ideologías de gran importancia para la humanidad.⁵⁷

El sujeto escucha, ve, lee, se acerca, se pone en contacto con los puntos de vista de los diferentes autores y comunicadores de todo el mundo, y esa lectura, o el mismo hecho de escuchar, de ver, le van dejando una profunda huella en su ser.

Lo mueven a la acción, lo sensibilizan o lo violentan. Es por ello que la responsabilidad del comunicador es muy grande, y es aquí donde el pedagogo debe de buscar influir. Al ser un medio de orientación tan importante, debe de aportar elementos de juicio válidos, debe formar criterios rectos, debe aportar una visión integral del hombre que le permita conocerse y descubrir qué es aquello que lo denigra o que lo enriquece.

Los medios de comunicación son una realidad que nos bombardea constantemente y que nos influye casi inconscientemente. Es por eso que el pedagogo debe saber utilizarlos para el perfeccionamiento del educando y el suyo propio.

⇒ **Entretener:** Los medios de comunicación son un elemento de esparcimiento y distracción para el individuo, ya que lo distraen, lo hacen pasar un rato agradable de descanso, y al mismo tiempo conoce algo nuevo y diferente.

⁵⁷ cfr. ídem

Dentro del entretenimiento están las secciones de sociales, deportivas, los programas musicales en la televisión, los programas de radio dedicados al entretenimiento, las revistas femeninas, las caricaturas para los niños, los crucigramas y pasatiempos, etc.

Todo medio de comunicación debe conocer estos fines y apegarse a ellos. En la actualidad, parece que se ha olvidado el fin de orientar, ya que se ha dado una libertad de prensa tal, que se difunden ideas negativas, deformantes de todo tipo, que hacen daño a la formación del individuo.⁵⁸

Como todo el mundo tiene acceso a la información, se ha descuidado la orientación, se han mezclado ideologías hedonistas y falsas creencias, se han perdido los valores, se ha abusado del erotismo y la pornografía, se promueve la libertad como el máximo valor, al grado de que ha imperado el libertinaje. Se han atacado las más importantes instituciones sociales como lo son la familia y las creencias religiosas. Se ha dado paso a una cultura de la muerte, y los medios de comunicación social obedecen a intereses muy específicos que van manipulando a la sociedad (como, por ejemplo, el control natal, la utilización del divorcio como medio de solución al matrimonio en crisis, el aborto, el adulterio).

El pedagogo debe hacer conciencia de lo importante que es la utilización de los medios dentro de su labor, y valerse de ellos para llegar a más personas. Nuestra sociedad vive determinada por los medios de comunicación, entonces es hora de que nos introduzcamos en ellos, nos actualicemos en sus técnicas y procedimientos, y saquemos provecho de eso para educar a la sociedad para el bien común y para lograr el perfeccionamiento del individuo dentro de la sociedad, a la que pertenece por naturaleza y de la cual no puede desprenderse.

⁵⁸ *Idem*, p. 57

1.2.6 Relación de los Medios de Comunicación Social con la Pedagogía.

Jaume Sarramona incluye a los medios de comunicación como parte de la "escuela paralela" que influye en la educación del individuo. Como se expresó anteriormente, el sujeto vive bombardeado por estos medios y le influyen de manera continua. "Bajo la denominación de "escuela paralela" se abarca un conjunto de influencias educativas que el sujeto recibe fuera del marco escolar y familiar. De manera más concreta, con esta denominación se abarca al conjunto de los medios de comunicación de masa que actúan sobre el conjunto de la sociedad (Porcher, 1974) (...) Así se explica la calificación de escuela paralela, aunque muchas veces su influencia puede ser de contraposición."⁵⁹

Con esta cita, se puede corroborar la idea de que los medios de comunicación no siempre influyen de manera positiva en el individuo, y por ello el educador debe estar alerta.

El educador no sólo debe ver en estos medios unos agentes educativos, sino que, además debe considerarlos, según Sarramona, como objetos de estudio para la educación, debido al gran impacto que causan en el proceso formativo del hombre: "se convierten en objetos de estudio cuando se trata de fomentar su uso crítico, cuando se incorporan al currículum escolar, etc."⁶⁰

Es importante que el educador aprenda a analizar el mensaje que emiten los medios de comunicación; hay que analizar el grado de estructuración pedagógica que estos mensajes tienen, ya que pueden ser poco eficaces para la formación del sujeto, o pueden presentar diferentes niveles de estructuración pedagógica, o incluso carecer de ella. Un mensaje menos estructurado

⁵⁹ apud. SARRAMONA, Jaume, op.cit., p. 223

⁶⁰ idem.

pedagógicamente, de acuerdo a los fines de la educación por sí mismos, puede tener un impacto muy superior al estructurado; esto puede deberse tanto a la inadecuación de la estructuración misma, como a las circunstancias que rodean a la recepción del mensaje. Por este motivo, más que establecer si hay o no una estructura pedagógica, debería analizarse dicha estructura es explícita o no. Según el mismo autor, cabe suponer que todo mensaje que genera un efecto educativo es capaz de desencadenarlo, entre otras cosas, porque contiene la estructura latente para hacerlo; lo que sucede es que, hasta no determinar cuál es dicha estructura, solamente se está tratando de una petición de principio.

He aquí la importancia de esclarecer desde un principio la estructura pedagógica de los mensajes que se transmiten para poder establecer juicios de valor y descubrir las leyes que permitan optimizar los resultados que arroja la transmisión de algún mensaje.⁶¹

Cuando se quiere hacer referencia al impacto que causan en el individuo los medios de comunicación, aunque en la mayoría de los casos se tienda a generalizar, es importante no olvidarse de que existen diferencias individuales entre las personas que determinan el grado de influencia del medio de comunicación. Las personas tienden a leer, observar y escuchar los mensajes que tienen una relación con su propio punto de vista y tienden a evitar aquellas que se le oponen.

También hay personas que interpretan el mensaje de manera diferente a los demás, hasta el punto de que el impacto causado depende del nivel de coherencia de sus propias actitudes, creencias y valores.⁶² Las variables más significativas que se toman en cuenta para determinar el grado de influencia son la edad, el nivel de escolaridad, el sexo, el lugar de residencia, el nivel

⁶¹ *cf.*, *ibidem.*, p. 224

⁶² *cf.*, *ibidem.*, p. 225

sociocultural, etc., es por ello que el estudio de las consecuencias de los medios de comunicación ubica su centro de interés en el receptor más que en el emisor. "(...) No interesa tanto lo que la comunicación hace al individuo como lo que el individuo hace de la comunicación." (Dieuzeide).⁶³

Este punto de vista conduce, sin duda, a formar un criterio de análisis en el educando, de manera que se le lleve a sacar provecho de los mensajes que recibe y discriminar lo que es bueno, lo que realmente le sirve para su formación, y lo que le causa daño. De manera personal, se coincide con el pensamiento del autor en este aspecto, pero también es importante considerar la labor del educador dentro del ámbito de la comunicación de masas, para que las personas que menos acceso tienen a la educación, o que pertenecen a un nivel sociocultural inferior, reciban mensajes objetivos. El pedagogo, como educador de educadores, debe transmitir a aquellos que tienen a su cargo la transmisión de mensajes informativos, la concientización de la trascendencia social que su trabajo como comunicadores tiene para el mundo.

Se debe hacer notar que un mensaje mal estructurado puede deformar toda una conciencia y restarle objetividad en el momento de emitir un juicio de valor acerca de lo que está recibiendo.

Hacen falta criterios de objetividad dentro de los medios de comunicación, y al ser una escuela paralela, la pedagogía debe estudiarlos e influir en ello, ya sea como educador de educadores (capacitando, formando en los valores, en la verdad, en la sensibilización, a los que trabajan dentro de los medios), o valiéndose de ellos como medios educativos importantes, o formando el criterio del educando para que aprenda a discriminar y analizar la información que recibe.

⁶³ apud. *idem*.

Debe conocer cuales son los medios de comunicación, en qué consisten, cómo funcionan y valerse de ellos dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. Debe utilizarlos como recursos didácticos eficaces para lograr aprendizajes significativos en el educando.

Los medios de comunicación de masas tienen un efecto eminentemente reforzador de predisposiciones ya existentes en el individuo, pero cuando se carece de valores, de ideologías, de creencias, o estas mismas no están bien fundamentadas, su efecto manipulador o paradigmático las crea o las modifica.⁶⁴

Un elemento importante que debe tener en cuenta el educador es la mediatización a la que se ven sometidos estos medios por los propios "líderes de opinión", los cuales, influidos por diferentes factores o intereses, manipulan la información o la deforman, al servir como intermediarios entre el emisor y el receptor, e incluso llegan a modificar completamente el contenido original.⁶⁵

⇒ ¿Por qué es importante que se tenga en cuenta esto? Porque el educador de educadores debe detectar a estos líderes y ejercer su labor educativa sobre ellos, para evitar que se deforme la realidad o que ésta se manipule hasta el grado de deformar los criterios.

Otro aspecto a tomar en cuenta es el efecto, que Sarramona denomina "narcotizador", de los medios de comunicación. Este efecto se produce no sólo por la cantidad y el ritmo de la información transmitida, sino por la naturaleza misma de la información. En casos de extremo se ha llegado a afirmar que dicho efecto ocasiona un influjo tal en la persona, al grado de que ya no quiere

⁶⁴ *cf.* *idem.*

⁶⁵ *cf.* *idem.*

participar en la vida de la sociedad, considerándose lo suficientemente informado por lo que el medio de comunicación le arrojó.

Esta situación es muy grave, ya que se está negando la oportunidad de discriminar y analizar. Los medios de comunicación, desgraciadamente, manipulan y falsean la información, se venden a diversos intereses y no están llegando a la raíz misma del problema, al análisis de las causas y las consecuencias de los hechos, al modo en que el sujeto puede interpretarlas y el grado en que una mala interpretación puede afectar una conciencia.

Hay que enseñar al sujeto a leer entre líneas, a escudriñar en lo profundo del mensaje, a indagar qué tanta verdad y qué tanta mentira hay detrás de un programa de televisión, de un artículo del periódico, de un programa de radio. Hay que inculcarle la capacidad de análisis para no resultar sorprendido, y hay que trabajar en los medios de comunicación para educar a los trabajadores de los medios, desde los más altos empresarios hasta los puestos más bajos.

Es importante hacer notar que la rebeldía frente a los mensajes que emiten los medios es necesaria. Rebeldía que debe estar enfocada al no ceder ante los puntos de vista que, al ser muy contundentes, nos pueden parecer veraces. Las personas que trabajan en medios de comunicación suelen transmitir mucha fuerza en lo que escriben o hablan frente a una cámara o un micrófono, y por ese motivo, podemos llegar a pensar que lo que dicen es cierto.

Se debe tener una formación sólida y una gran fuerza de criterio para no caer en las redes que muchas veces se tienden. La información suele estar algunas veces, desgraciadamente, al servicio de intereses políticos o económicos que se alejan demasiado de la naturaleza constitutiva del hombre. Se deberá estar

preparados para contraatacar, para defender la verdad, para ser rebeldes y no aceptar todo lo que se recibe.

El individuo debe encauzar su rebeldía, característica de su personalidad, en pro de la verdad y de la defensa de los más altos valores del ser humano. La rebeldía positiva hará frente contra la influencia negativa de los medios. El análisis objetivo del mensaje y de las lecturas nos ayudan a descubrir lo que es verdad y lo que es mentira, lo que atenta contra la moral, la naturaleza del hombre; y debe también aceptar y promover aquellos mensajes verdaderos, porque no todo es oscuro, al contrario, hay muchas cosas valiosas que se difunden y que ayudan a la persona en su formación. Desgraciadamente, el concepto de rebeldía está malinterpretado, y se ha encauzado en la lucha contra la moral y los valores; pero la rebeldía también es defender, pelear y difundir lo que es valioso, los altos ideales, las grandes hazañas que han contribuido al bien de la humanidad. Hay mucho por hacer dentro de los medios, y es necesario buscar la manera de influir en ellos. Es un gran reto que debemos enfrentar.

El acceso a los medios de comunicación, para trabajar en ellos puede ser difícil, pero no imposible; hay que saber venderlos. Esto puede sonar utópico, pero si el pedagogo no se abre camino, será más difícil que pueda tener acceso a estos medios y, si por el contrario, busca el modo de acceder, puede desarrollar una gran tarea y ayudar a un número muy grande de personas. Es por esto que se considera, de manera personal, que los medios de comunicación social son un reto para la Pedagogía.

CAPÍTULO II

LA PRENSA: HISTORIA, EVOLUCIÓN Y TRASCENDENCIA SOCIAL EN NUESTRO PAÍS.

El estudio histórico de la prensa en México permitirá situarse ante la relevancia que ha tenido durante toda nuestra historia, ya que, en gran parte, la prensa ha sido uno de los transmisores de ideas más importantes en el mundo y no sólo en nuestro país.

La prensa juega un papel determinante en la historia de un país, y es por eso que el pedagogo necesita influir en este medio de comunicación, de manera que, vigilando que se cumpla con los fines para los que el periódico ha sido creado, se ayude al individuo en su proceso de perfeccionamiento.

II.1 ANÁLISIS HISTÓRICO DE LA PRENSA EN MÉXICO.

II.1.1 Antecedentes históricos: Gutenberg.

La necesidad de información ha sido una de las grandes constantes que se han seguido desde la aparición del hombre, ya que es uno de los elementos fundamentales de cualquier tipo de vida social. La inquietud y curiosidad del público, ha dado fuerza a la vocación de tantos y tantos narradores que, desde los antiguos griegos, los trovadores de la Edad Media e incluso, los narradores africanos, llevaban a cabo una función de comunicación entre los pueblos de gran importancia.¹

En las culturas prehispánicas también se pueden observar sistemas de comunicación muy especiales, ya que las noticias eran difundidas entre los pueblos por corredores que, portando la información en pergaminos especiales, se trasladaban, en carrera, desde el lugar donde acontecía el suceso, y lo iban entregando a otro corredor, en otro poblado, y éste lo entregaba a otro, y así sucesivamente, hasta llegar a su destinatario final.

“El deseo de conservar el relato de los grandes acontecimientos o de describir los mundos desconocidos, de Homero a los cronistas del final de la Edad Media, de Herodoto a Marco Polo, han dado a luz obras que, *mutatis mutandis*, están emparentadas con nuestros reportajes.”² Cuando algún suceso cobraba relevancia, surgía la necesidad de ir relatándolo, escribiéndolo tal cual se había

¹ cf. ALBERT, Pierre., Historia de la Prensa, p. 13

² idem

llevado a cabo, sin alterar ningún hecho ni añadiéndole nada. El hombre siempre ha tenido la necesidad de poner al alcance de sus semejantes aquello que para él es importante, o que tiene una trascendencia social. Es por ello que se han ido registrando, desde tiempos muy remotos, sucesos de cualquier tipo, desde los grandes descubrimientos científicos y tecnológicos, hasta las más sangrientas batallas; se han registrado también fenómenos naturales, acontecimientos que parecen increíbles, hazañas de los más intrépidos hombres y mujeres que han cruzado la frontera de lo que parecía imposible. Esta necesidad ha ido de la mano del hombre desde siempre. No se puede prescindir de la necesidad de estar siempre informados de lo que sucede alrededor.

En tiempos remotos, las correspondencias privadas constituían, para las comunidades organizadas, los hombres de negocios y los miembros de las clases dirigentes, una fuente periódica de información y difusión de noticias que desbordaban el marco restringido de las relaciones interpersonales o profesionales.³ Como expresa Pierre Albert, en un principio la difusión de los sucesos se llevaba a cabo a través de las correspondencias, sin que existiese un medio específico que tuviera a su cargo el registro y difusión de los acontecimientos, sin embargo, en el estrecho marco de las relaciones profesionales o personales, se contaba con este pequeño recurso, como lo fue la correspondencia, para poder estar informados de lo que sucedía.

A partir del siglo XV, una serie de factores políticos, económicos e intelectuales aunaron sus efectos para incrementar totalmente el afán de información y la sed de noticias entre los pueblos de occidente. El Renacimiento y la Reforma son algunos ejemplos de estos acontecimientos que despertaron el interés del público. Los grandes descubrimientos científicos y territoriales ampliaron el estrecho

³ *cfr. ibidem*, p.14

horizonte europeo, junto con los progresos de los intercambios bancarios y comerciales, que provocaron un desarrollo paralelo de los intercambios de noticias. Esto trajo como consecuencia que los nuevos estados modernos exigiesen, para su administración, la creación de nuevas redes de información.⁴ “Los grandes conflictos que desgarraron occidente en el siglo XVI alimentaban corrientes y necesidad de información.”⁵

A partir de entonces se constituyen los primeros servicios de correos estatales: en 1464 en Francia, durante el reinado de Luis XI; en 1478 en Inglaterra, en la época de Eduardo IV; en 1502 en el Imperio, siendo entonces emperador Maximiliano, que contó con la colaboración de Franz von Taxis.⁶

La verdad sobre el descubrimiento de la imprenta constituye todavía hoy un misterio y aparece envuelto en una nebulosa que acaso no se llegue a despejar. Está comprobado que las primeras estampaciones practicadas por el hombre fueron tabelarias o xilográficas, pero no se puede precisar aún la época en la que surgió y se inició esta técnica. Al parecer, las primeras obras que se produjeron fueron naipes, a la vez que imágenes de santos, ya que en el Museo de Bruselas se conserva una xilografía de 1418, que representa a la Virgen rodeada de cuatro santos, que es la más antigua que se conoce. Por esta fecha se empezaron a grabar planchas con textos en letras góticas, a imitación de los códices de aquella época, como *Donatos*, *Ars Moriendi*, *Biblia Pauperum* y otros. El trabajo y el tiempo que se invertían para grabar estas planchas fue, sin duda, lo que indujo a buscar un medio de lograrlas con mayor facilidad y rapidez. Pero la verdad de cómo, cuándo y por quién fue lograda esta aspiración no ha sido suficientemente aclarada.⁷

⁴ *cfr. idem.*

⁵ *idem.*

⁶ *cfr. ibidem*, p. 15

⁷ *cfr. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESPASA-CALPE*, p. 543

“Sobre sus primeros pasos hay mucha historia y mucha leyenda, y es difícil saber lo que corresponde a una y a otra.”⁸ Son varios los nombres y los países que pelean el privilegio de haber sido los descubridores de la imprenta, pero todos los indicios parecen desembocar en tres nombres: en primer lugar se reconoce a Johannes Gutenberg (sic), a quien se debe la idea de las letras sueltas, que admiten todas las combinaciones imaginables; le sigue en importancia Peter Schäffer, que fue quien concibió los punzones para hacer las matrices y fundirlas en serie y, finalmente, Johan Fust, que aportó el capital para llevar a buen término la genial empresa de la imprenta.⁹ Los tres eran alemanes. Hasta el año de 1460 en que se publicó el famoso *Catholicon* (Diccionario latino), no se tiene un dato veraz de la fecha del descubrimiento de la imprenta, al declarar Gutenberg en el colofón, que aquél libro “había sido impreso y confeccionado sin ayuda de cálamo, estilete ni pluma, sino por el admirable concierto, proporción y armonía de los punzones y tipos”.¹⁰

Gutenberg no sólo ideó los tipos móviles, sino también, para completar su obra, inventó la prensa de madera, inspirada en la que entonces se usaba para prensar uvas. Dicha prensa sobrevivió y estuvo en uso hasta casi mediados del siglo XIX.¹¹

II.1.2 Antecedentes históricos de la Prensa en España.

Johannes Gutenberg terminó de imprimir su *Biblia*, la cual fue su primera obra impresa, en el año de 1455. Poco después de este suceso, en toda Europa se difundió el invento que iba a transformar de manera radical la producción de

⁸ *idem.*

⁹ *cf. idem.*

¹⁰ *idem.*

¹¹ *cf. idem.*

libros. "Del tradicional manuscrito se pasó a un procedimiento que permitía reproducir con facilidad centenares e incluso miles de copias."¹²

De este modo, se volvió mucho más sencilla la tarea de reproducir hojas informativas y así los sucesos de gran trascendencia, como noticias de todo tipo llegaron a un número mayor de personas y de forma más rápida.

Segovia, en 1477, fue la primera ciudad en la Península que llevó a cabo el arte de imprimir: la primera obra que se publicó hacia referencia a un sínodo diocesano. Como podemos observar, las obras que se imprimieron en este siglo y en los siguientes eran de índole religiosa, desde catecismos y misales, hasta imágenes de santos y de pasajes bíblicos. Poco después, en 1477, se imprimió en España una hoja de noticias, la cuál representó el género informativo que preparó la fórmula más perfecta del periódico.¹³

Al no consolidarse algunos intentos que habían tenido lugar con anterioridad, corresponde a la *Gaceta de Madrid* el honor de ser la primera publicación española que apareció con regularidad en el siglo XVII. El encargado de llevar a cabo la promoción e dicha gaceta fue Juan José de Austria, el cuál dejó a cargo de la tarea de dirigir su oficina de información a Francisco Fabro Bremundán, el cuál, para llevar a cabo la tarea que le habían encomendado, editó una obra periódica que llevaba inicialmente el título de *Relación o Gaceta de algunos sucesos particulares, así políticos como Militares, sucedidos en la mayor parte del Mundo hasta fin de Diciembre de 1660*.¹⁴

¹² ALBERT, Pierre, *op.cit.*, p. 150

¹³ *cf.*, *idem.*

¹⁴ *cf.*, *ibidem.*, p. 185

A partir del tercer número pasó a denominarse *Gaceta Nueva* y, finalmente, desde el año de 1663 apareció la *Gaceta ordinaria de Madrid*. La creación de la Gaceta de Madrid constituye la aportación más notable que el siglo XVII dio al periodismo español.¹⁵

Posteriormente, en 1737, se publicó el *Diario de los Literatos*, que trataba acerca de las novedades bibliográficas españolas y europeas. En febrero de 1758, por iniciativa del periodista español Mariano Nipho, aparece por primera vez el *Diario noticioso*, que con el tiempo cambió su título por el de *Diario de Madrid*. Constituyó un medio divulgativo con unos rasgos específicos que lo distinguían de otras producciones impresas.¹⁶

Sin embargo, el fenómeno periodístico en España aún estaba poco desarrollado debido a que, entre otros factores, había un cierto rechazo entre la sociedad española hacia la prensa, motivado por la defensa de los presupuestos de la Ilustración que hacían los más importantes periódicos de la época; esto lleva a concluir que muy pocas personas leían la prensa. El periódico siempre ha representado o ha dado apoyo a más de una corriente ideológica, y en aquella época, la Ilustración, con la defensa de los valores de libertad, igualdad y fraternidad, unidos a la lucha contra la Iglesia católica, era la que inspiraba el pensamiento de más de un periodista. La sociedad española, católica por excelencia, miraba con recelo todas estas manifestaciones de ideas liberales y por ello, no leía el periódico o lo hacía en forma clandestina.

Comenzó a surgir entonces un gran temor por parte de las autoridades al terrible contagio de las ideas y comportamientos que se llevaban a cabo en Francia, y esto

¹⁵ *cfr. ibidem*.

¹⁶ *cfr. ibidem*, p. 186.

ocasionó que se decretara una supresión de la prensa en 1771, afectando a todas las publicaciones, excepto las de carácter oficial.¹⁷ Como es lógico, este temor de contagio se extendió hasta las colonias que España poseía en América, ya que, al empaparse de las ideas de libertad de la Revolución Francesa y el pensamiento ilustrado, irían cocinando poco a poco la idea de independizarse.

España controlaba todas las lecturas que llegaban a la Nueva España, y sólo era permitido el uso de textos religiosos y la circulación de hojas informativas que habían aprobado la dura censura a que eran sometidas las publicaciones que circulaban, ya que persistía el miedo de que se difundiesen las ideas revolucionarias. Los libros ilustrados que llegaron a la Nueva España y que inspiraron el pensamiento independiente, fueron introducidos a modo de contrabando y adquiridos por las personas de manera ilegal y oculta.

II.1.3 La Prensa en la Nueva España.

A pocos años de la Conquista de la Gran Tenochtitlán por Hernán Cortés, entre 1519 y 1521, se inició la actividad impresora en la ahora ciudad de México. Entre 1532 o 1535, no se precisa claramente la fecha, se imprimió la *Escala espiritual para llegar al cielo* de San Juan Climaco.

“Por encargo del primer Obispo de México, Fray Juan de Zumárraga, Juan Pablós imprimió la *Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*.”¹⁸ Juan Pablós era de origen italiano, y había firmado un contrato

¹⁷ *cfr. ibidem*, p. 187

¹⁸ *ibidem*, p. 150

con impresor sevillano Juan Cromberger para establecer una sucursal de su taller en México. Como se mencionó anteriormente, la imprenta en América se convirtió, ante todo, en un instrumento de la evangelización, del cual se valieron los frailes para llevar a cabo su hermosa misión dentro de la Nueva España. La mayoría de los impresos, durante los siglos XVI y XVII, consistieron en catecismos, doctrinas, cartillas, diccionarios y gramáticas de las lenguas indígenas. Es admirable la labor que realizaron los frailes para poner al alcance de todos los indígenas la doctrina aún en su lengua natal, y facilitar también el aprendizaje de la lengua castellana, realizando diccionarios en diferentes dialectos. Esto implicó, por tanto, el aprendizaje previo de los mismos por parte de los misioneros.

Sin embargo, a lo largo del siglo XVII había un número muy reducido de ciudades que tenían imprenta. En 1640 se incorporó a este pequeño grupo la ciudad de Puebla de los Ángeles. Para el siglo XVIII la existencia de imprentas en América se hizo más común: para 1720 Oaxaca ya contaba con ella, y posteriormente Guadalajara y Veracruz en 1794.¹⁹

Desde 1524 la corona española gobernaba América con la ayuda del Consejo de Indias. Como es sabido, se controlaba severamente todo tipo de lecturas que llegaban a la colonia, y aún así, se añadieron nuevas limitaciones:

- 1531: Real Cédula de Carlos V, que prohibía enviar libros profanos y de aventuras al continente americano.
- 1556: Real Cédula de Felipe II, confirmada posteriormente por otra Real Cédula de Felipe IV, que adoptó medidas tendentes a controlar las publicaciones que tratasen de los territorios americanos.²⁰

¹⁹ *cfr.*, *ibidem*.

²⁰ *cfr.*, *ibidem*, p. 152

Pese a la prohibición que se establecía en dichas cédulas, lo cierto es que llegaron publicaciones de todo tipo al Nuevo Mundo, incluyendo libros profanos y de aventuras, y estos fueron consumidos con avidez.

La primera hoja informativa que surgió en América fue impresa por el mismo Juan Pablós en México, con el título de “*Relación del espantable terremoto de Guatemala*”²¹ en 1541. A partir de esta primera manifestación de periodismo se prosiguió esta actividad con mayor intensidad a lo largo del siglo XVII, debido a que se publicaron diversas hojas volantes, que aparecían para informar acerca de acontecimientos de particular relieve. Entre ellas podemos encontrar la *Relación de las exequias de Felipe II* (1600); *Gaceta General de los sucesos de ese año* (1666); *Primera relación general de las noticias de un aviso procedente de Cádiz* (1692); *Traslado de un testimonio auténtico sobre un endemoniado en la Villa de Orizaba* (1695).²²

El primer periódico de Iberoamérica fue la *Gaceta de México*, en 1722, cuyo editor, el sacerdote Juan Ignacio de Castorena y Ursúa, llegó a sacar seis números de esta publicación de carácter mensual. Pertenecía a las publicaciones de carácter oficial, ya que había sido autorizada por el Virrey Don Baltazar de Zúñiga, y consistía en una crónica del virreinato.

Dos nuevas publicaciones surgieron con el mismo nombre: “la *Gaceta de México* (1728-1742) de Juan Francisco Sahagún de Arévalo y la *Gaceta de México* (1784-1809) de Manuel Antonio Valdés. Éste último fue el periódico de más larga duración de la época colonial y cambió su nombre en los años de la Emancipación

²¹ idem

²² cf. idem.

por el de *Gaceta del Gobierno de México* (1810-1821) al servicio de las autoridades españolas.”¹⁰

Como se puede observar, la actividad periodística en la Nueva España fue muy nutrida en varias ciudades consideradas como centros políticos y administrativos, a pesar de la censura tan severa por la que tenían que pasar. Por mencionar algunos de los periódicos más importantes que surgieron en el Nuevo Mundo, dentro de las capitales virreinales o sedes de capitanías generales y audiencias a lo largo de toda América, se pueden encontrar en 1722, la *Gaceta de México*, en 1729, la *Gaceta de Goathemala*, para 1743, aparece la *Gaceta de Lima*, en 1764 surge la *Gaceta de La Habana*, en 1785, la *Gaceta de Santa Fe de Bogotá*, 1792, *Primitias de cultura de Quito* y en 1801, *El telegrafo mercantil* en Buenos Aires.¹¹

La actividad periodística comenzó a madurar y a convertirse en toda una empresa al servicio del lector, y constituía un sector muy influyente. El *Diario de México* comenzó a funcionar y a otorgar suscripciones a aquellos que quisiesen pagarlas, y llegó a tener 507 abonados, demostrando con ello que era un sector muy restringido. Pero esto demuestra la madurez que fue adquiriendo la prensa en toda América, y ya no solo abarcaba temas religiosos, sino que hablaba de sucesos de toda índole y llegaba a más personas. La prensa constituía desde entonces un modo de transmisión de ideologías muy fuerte e influyente, y estas ideas, sin duda, fueron las que motivaron el espíritu de los jóvenes mestizos, que habían tenido acceso a una educación más elevada y que podían darse el lujo de leer artículos y contenidos informativos más elevados. Las ideas independentes llenaron el alma del mestizo y le imprimieron un sentimiento de nacionalidad, que los llevó a la lucha armada para conseguir la emancipación de la corona. La prensa estuvo siempre presente en los momentos de lucha, dispuesta a transmitir e informar

¹⁰ *ibidem*, p. 173

¹¹ *cf. ibidem*, p. 154

acerca de todos los acontecimientos que se iban sucediendo, y difundiendo mas y mas todo tipo de ideologías. Es por ello que la prensa tiene y ha tenido siempre un papel trascendental dentro de la sociedad, y una función educativa impresionante (vid *infra*).

II.1.4 La Prensa en el México Independiente.

“Las circunstancias especiales por las que pasaba la Península Ibérica, invadida por los franceses, y la inquietud de la Regencia española por los síntomas de revuelta que afectaban a la corona en América, determinaron la Real Orden del 30 de abril de 1810, por la que se ordenaba a los virreyes, presidentes y demás autoridades la reimpresión de gacetas de la Regencia para dirigir la opinión pública.”²⁷

Como se puede observar, en este año se llevó a cabo el movimiento de Independencia en nuestro país, algunos meses después de la Real Orden.

Fese a todos los intentos de la corona española por impedir que circularan publicaciones prohibidas en la Nueva España, las ideas ilustradas habían llegado al corazón de más de un súbdito, y se habían levantado en armas clamando libertad. España se preocupó más por protegerse de los franceses, que habían invadido físicamente su territorio, y no se percató de la invasión ideológica que el país vecino había realizado a sus colonias en América. Los movimientos de independencia se fueron sucediendo uno a uno.

²⁷ *ibidem*, p. 157

“La prensa (...), portadora de principios ideológicos revolucionarios, fue la avanzada de la Revolución Francesa, de la Revolución Americana y de la lucha por la Independencia en nuestro país.”²⁶

No se puede ignorar el poder que la prensa ha tenido siempre entre los habitantes de un país o los integrantes de alguna sociedad. Para cualquier tipo de creencia e ideología hay siempre un periódico o publicación que satisfaga sus intereses. Este es el caso de Miguel Hidalgo, el cual había estudiado en varios colegios y había tenido acceso, de alguna forma, la cual no nos toca averiguar en ésta investigación, a los libros ilustrados y a las ideas francesas. Si unimos esto al hecho de que España estaba en cierto modo “distraída” de lo que sucedía en América al tener sus problemas con los franceses, y que la independencia norteamericana se había llevado a cabo, es lógico imaginar lo que sucedió en nuestro país: se inició el movimiento de independencia contra la Península.

Una vez iniciado el movimiento de independencia, el 10 de noviembre de 1810 las Cortes en Cádiz aprobaron la libertad de imprenta mediante el *Decreto del 10 de noviembre de 1810*. Era la primera vez que España y sus posesiones tenían un sistema en el que se reconocía la libertad de expresión como un derecho de los ciudadanos; sin embargo, las autoridades virreinales aplicaron con cautela dicha resolución en un momento en el que parecía generalizarse el movimiento insurreccional. La ya conocida *Gaceta de México*, se transformó en *Gaceta del Gobierno* hasta la consumación de la independencia.²⁷ A pesar de que el gobierno ejercía una especie de control en lo que se publicaba, y de que la *Gaceta de México* adquirió un carácter oficial, podemos destacar que, durante la lucha de Independencia, a comienzos del siglo XIX se produjo en América un leve

²⁶ CASTELLANOS, José., *México engañado. Por qué la Prensa no Informa*, p. 22

²⁷ *cf.*, ALBERT, Pierre., *op.cit.*, p. 158

desarrollo de lo que se podría llamar una prensa de provincias: en México surgieron el *Jornal Económico Mercantil de Veracruz* (1805) y el *Semanario Patriótico* (1809) de la ciudad de Guadalajara.²⁸

Hacia el final de la lucha y la consumación de la Independencia, la libertad de expresión era un derecho solemnemente proclamado. La diversidad de tendencias políticas en Iberoamérica se reflejó en la vida de la prensa, la cual adquirió un componente político, ideológico muy fuerte hasta 1870. La prensa avanzó hacia un periodismo informativo. "El periódico con un compromiso político explícito está por su misma naturaleza sometido a los vaivenes, a los cambios (...)"²⁹, y también está destinado a desaparecer junto con su promotor, cuando este deja de tener relevancia en la vida social. Sin embargo, existieron otro tipo de periódicos, que supieron unir a su compromiso político una buena organización empresarial, y supieron darle un compromiso informativo y una cierta independencia a su actitud, han tenido una trascendencia que le ha permitido llegar hasta nuestros días.

José Castellanos ha hablado del servicio que, con su nacimiento, el periodismo prestó a la sociedad. Ese servicio fue verdaderamente invaluable, ya que durante muchos años, aún después de la independencia, fue la tribuna política la que circulaba por las calles y encabezaba la luchas frente a quienes tenían el poder en sus manos.³⁰

²⁸ *cf.* *ibidem*, p. 160

²⁹ *ibidem*, p. 163

³⁰ *cf.* CASTELLANOS, José., *op. cit.*, p. 22

Efectivamente, la libertad de prensa permitió que se manifestaran las ideas de cualquier índole en los periódicos, y éstas ideas sirvieron de inspiración a muchísimos movimientos en contra de los que tenían el poder.

En México, tras una etapa en la que el periodismo fue en gran medida literario, debido a la dictadura de Santa Anna, entre 1834 y 1845, dispuso de una prensa que era políticamente liberal e informativa, y muestra de ello son el periódico *El siglo XIX*, que circuló desde 1841 hasta 1896, y el *Monitor republicano*, que circuló desde 1844 hasta 1896 también.³¹

Dicho cambio, de una prensa política a una de carácter más informativo se debió, en gran parte, al gran despegue tecnológico y los nuevos sistemas de comercialización. En los años cuarenta de llevó a cabo la renovación tecnológica de la prensa en nuestro país y en otros países de América. Una muestra de ello es el periódico mexicano *El siglo XIX* mencionado anteriormente; dicho periódico llegó hasta 1896, y organizó su contenido en secciones, con un sentido moderno del periodismo.³²

Durante los primeros tiempos de este tipo de periodismo fue necesario que se llevara a cabo un cambio, ya que la prensa no presentaba los hechos en sí, sino las opiniones de los escritores de la prensa. Entonces se hizo necesario que se transformaran los sistemas de comunicación y que se revolucionara la tecnología de la impresión, para que la prensa se profesionalizara y dejara de transmitir las opiniones de los escritores, para asumir una función eminentemente informativa, utilizando como medio para lograr este cambio la transmisión de la noticia.³³

³¹ *cf.* ALBERT, Pierre., *op.cit.*, p. 164

³² *cf.* *idem.*

³³ *cf.* CASTELLANOS, José., *op.cit.*, p. 22

Aparece así la profesión del periodista, aquí ya no se trata de un político que hace de una hoja de papel un medio para la transmisión de sus ideas o para la búsqueda de posiciones, sino que se convirtió en un investigador de los fenómenos sociales contemporáneos comunicándolos. Ya no se trataba de inducir a los ciudadanos a seguir tal cual el pensamiento de periodista, sino que se le dieron a conocer los hechos, a fin de que él, utilizando su independencia y de acuerdo con su preparación y experiencia, se formara un criterio autónomo, y en función de dicho criterio normara su actuación en la sociedad.³⁴

De este modo “el periodismo vino a proporcionar a los hombre elementos de juicio que le ayudaban a una participación responsable y creciente en la vida social.”³⁵

Sin embargo, este cambio en el estilo periodístico duró poco tiempo y no permitió que los grandes periódicos crecieran y perduraran hasta nuestros días. En el último tercio del siglo XIX surgieron muchos diarios que aún se publican, o que se han publicado hasta fecha reciente, no sólo en México sino en todo el mundo. Otros muchos periódicos desaparecieron como consecuencia de cambios políticos y sociales, así como la presión del poder político.

Durante el Porfiriato (1876-1911) y la Revolución (1910-1917), se terminó en México con los grandes periódicos y nace una prensa nueva. Es significativo que el más antiguo de los diarios importantes en nuestro país, que circula hasta nuestros días sea precisamente de 1916. Tal es el caso de *El Universal* (1916) y el *Excelsior* (1917). Fue hasta la caída del Porfiriato que se establecieron diarios que han

³⁴ cf. idem.

³⁵ ibidem. p. 23

representado una corriente social viva. *El Imparcial* tuvo muchísima fuerza en nuestro país, surgió en 1896, pero desapareció posteriormente.⁶⁶

II.1.6 De la Prensa Revolucionaria hasta nuestros días.

Europa conquistó de nuevo América a principios del siglo XX, pero, en esta ocasión, la conquista se realizó por la vía demográfica. Millones de europeos, de todas partes, vinieron a establecerse en América, principalmente hacia los Estados Unidos y hacia los países de América del Sur.

Se inició entonces una dependencia de los países europeos hacia los del Nuevo Continente; esta situación afectó también a la prensa. La presencia de agencias informativas norteamericanas "reflejaba ese tránsito de una dependencia cultural y económica de los países europeos (...) a una dependencia creciente de los Estados Unidos."⁶⁷ Sin embargo, la quiebra de la política de acuerdos entre las grandes agencias informativas con la irrupción en toda América de la *United Press*, la *Associated Press* y la *International News Service*, determinaron la ampliación del horizonte informativo. Esto llevó de la mano al hecho de que se imitara en casi toda Iberoamérica el modelo informativo de los Estados Unidos. El periódico se organizó por secciones, e intentó conservar la actualidad política con una cierta imparcialidad.

⁶⁶ cfr. ALBERT, Pierre., op.cit., p. 168

⁶⁷ ibidem, p. 172

El periódico se volvió más informativo.³⁸ Sin embargo, algunos países como el nuestro carecieron de una prensa libre, que hasta 1927, cuando la Revolución se consolidó, la prensa estuvo sometida a limitaciones y restricciones.

Es importante establecer que fue relevante el hecho de que algunas empresas periodísticas, fieles a las ideologías, perteneciesen a una familia importante. En nuestro país, el coronel José García Valseca inició, en 1926 su actividad como empresario periodístico, y esto le permitió crear una tupida red de publicaciones que circularon por toda la República, muchas de ellas llevaban por título *El Sol*.³⁹

En toda América, la tendencia predominante ha sido la propiedad privada en cuanto a los medios informativos, especialmente la prensa. A pesar de las abundantes dictaduras por las que han atravesado los países latinoamericanos, incluido el nuestro el poder ha intentado controlar la prensa sin suprimir la propiedad privada de los periódicos, aunque si se han podido llevar a cabo expropiaciones y suspensiones de periódicos, ya sea por cualquier tipo de causas. Esto ha sido terrible verdaderamente, ya que en el camino se han quedado infinidad de periódicos importantes, algunos por decisión del Gobierno, y otros porque simple y sencillamente fracasaron.⁴⁰

En México, hasta el año de 1986, se conto con 308 diarios que circulaban diariamente en nuestro país, tomando en cuenta por supuesto, los diarios de los Estados que conforman la República. Se consideró innecesario enlistar cada uno de estos diarios, ya que lo que interesa a ésta investigación es, principalmente la trascendencia que la prensa ha tenido en nuestro país y no los nombres de los

³⁸ cfr., *idem*.

³⁹ cfr., *ibidem*, p. 174

⁴⁰ cfr., *ibidem*, p. 175

periódicos que circulan en él. Sin embargo, a modo de ejemplo, podemos decir que hoy en día entre los periódicos de mayor difusión y mayor tiraje se encuentran:

- El Universal
- El Heraldo de México
- La Prensa
- Reforma
- Excélsior
- El Sol de México
- Esto
- Ovaciones

entre otros, que no se mencionan por lo antes explicado.

II.2 TRASCENDENCIA SOCIAL DE LA PRENSA EN MÉXICO.

Después de este análisis histórico de la prensa a través de su paso por nuestro país, pasaremos a analizar su trascendencia social en México.

El término “trascendencia” hace referencia a la importancia o consecuencia de algo.⁴¹

⁴¹ *cf.* DICCIONARIO LAROUSSE ILUSTRADO, p. 1019

Después de observar esta definición, podemos comprender que, con la palabra trascendencia social, se hace referencia a la importancia que ha tenido la prensa para la sociedad, así como sus consecuencias dentro de la misma. Se verá ahora cuáles son esas consecuencias:

II.2.1 Repercusiones sociales de la Prensa en nuestro país.

La influencia más directa que se puede observar de la prensa en la vida de nuestro país se da, sin lugar a dudas, en los periodos que conciernen a la Independencia y la Revolución. En un momento en el que la censura parecía ser intraspasable, las ideas de libertad, igualdad y fraternidad llegaron a los mestizos los cuales, teniendo también el ejemplo de la Independencia de los Estados Unidos iniciaron, con base en ese pensamiento, el movimiento que llevó a la Nueva España a alcanzar su independencia de la Península.

Lo mismo sucedió en la Revolución, y en otros muchos de los momentos históricos por los que México ha pasado. Si no fuese tan poderosa la influencia del periodismo, no se establecerían censuras ni restricciones sobre él. Es por eso que durante el Porfiriato y el gobierno de Antonio López de Santa Anna, la prensa fue severamente censurada, y se limitaba a la transmisión de opiniones por parte de los escritores. La misión informativa de la prensa fue reconocida en periodos posteriores.⁴²

⁴² Idem., CASTELLANOS, Jose., op.cit., p. 25

La prensa ha acompañado los momentos mas importantes de la historia de la nacion; a presenciado y difundido lo que acontece dia con dia en el pais, ha relatado uno por uno los momentos dificiles, las guerras, los fenómenos naturales, el hambre, la pobreza, la incertidumbre, las alegrías, los espectaculos, los deportes, las finanzas, las grandes hazañas, los descubrimientos de la ciencia y la tecnologia. Gracias al periódico estamos informados de lo que sucede desde la primera hora del día, ya que se reparte a los voceadores y suscriptores desde las primeras horas de la mañana e incluso, en muchas ocasiones, se hacen ediciones especiales y se han llegado a difundir dos ejemplares con noticias diferentes un mismo dia.

Es tan importante la misión de orientar, informar y entretener que la prensa tiene, que es por ello que el pedagogo debe tener un especial interés por trabajar en ella. Si olvidamos alguno de estos fines, se pueden cometer graves errores. El periódico es un medio de comunicación que esta al alcance de toda la población, ya que no cuesta mucho y diariamente circula un ejemplar nuevo. En cualquier rincon del pais se puede comprar un periódico y los que prefieren recibirlo en casa, se suscriben a él. Hay periódicos para todo tipo de ideologías, y esto no se debe perder de vista dentro de la labor pedagogica, ya que hay periódicos que, a la vez de informar ayudan al lector a formarse un criterio especifico, y hay muchos otros que se dedican a informar únicamente, transmitiendo una serie de mensajes que el lector no tiene por qué recibir. Es necesario cuidar lo que se lee, y ver si el periódico que se ha elegido realmente satisface la necesidad de información que personalmente se tiene.

Como hay periódicos de cualquier tipo y hay infinidad de ideologías dentro de los medios de comunicación, es por ello que existe tambien lo que se conoce como prensa de "derecha" o de "izquierda" . Con estos terminos se denomina la orientacion especial que el periódico adquiere o sigue desde el momento de su fundacion. Emil Dovifat ha establecido que "todo periodico, ya se rotule neutral.

apolítico, por encima de lo político, independiente o cosa parecida, da a sus lectores una determinada orientación. Quien niegue este hecho, niega el periódico mismo; y además, nunca llegará a ajustarse a esa autenticidad subjetiva que se requiere de todo periódico; así haría de su misión una rígida por lo seco y pobre de su estilo notarial.⁴³

Se podría afirmar que la tendencia o inclinación ideológica que tiene un periódico es como la "sal", lo que le da sabor, lo que le deja notar hacia qué lado se inclina. El hombre no puede desprenderse de aquello en lo que cree, y por eso es que existe la prensa de derecha o de izquierda. La clasificación de los medios en este sentido, no implica que se tenga el propósito deliberado de deformación de los sucesos para ponerlos al servicio de una idea, un partido político o un grupo.⁴⁴

Entonces, es necesario distinguir la verdad de un hecho y la manera en la que el profesional jerarquiza esta realidad. Una vez hecho esto será posible también que el lector tenga elementos de juicio que le permitan distinguir la filosofía de cada periódico para no resultar sorprendido después.

El lector escoge el periódico que va a leer con base en su propia ideología, o puede preferir un periódico más neutral o menos tendencioso que otros. Los que marcan la ideología de un periódico son, sin duda, los mismos periodistas, ya que ellos dan una cierta inclinación o un carácter de neutralidad a lo que escriben y comunican a sus lectores. Es por ello que deben estar plenamente conscientes de la trascendencia que tiene su opinión dentro de la sociedad, y deben de cuidar mucho lo que escriben ya que contribuyen a la formación de criterio entre los lectores. No se pretende con ello establecer que deben pasar censura todos y cada

⁴³ apud, CATELLANOS, José, op.cit., p. 32

⁴⁴ cf. ibidem, p. 33

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

uno de los artículos que se publican, pero si es necesario que el lector cuente con elementos de juicio para discernir entre lo que es verdad y lo que es amarillismo.

El periodista debe hacer un relato de la realidad con criterio objetivo, presentándola tal cual es, no deformándola y exagerando lo que ha sucedido.

Existen hoy en día infinidad de periódicos sensacionalistas que explotan el morbo de la gente y que hacen de la labor informativa una manera segura de ganar dinero a costa del interés, como se ha mencionado, morboso de algunas personas. Hay otros periódicos, de corte más conservador, que tampoco hacen un relato claro de la realidad ya que exageran la censura en algunos casos.

Existen periódicos marcadamente marxistas, que inspiran las ideas que han dado a luz grandes movimientos populares y así, la prensa influye, de manera constante dentro de una sociedad. El periódico cambia junto con la sociedad, junto con el país. Un periódico es distinto todos los días; jamás se repiten las noticias, sólo se continúan; ¿podemos ver entonces, como profesionales de la educación, todo lo que se puede hacer dentro del periódico ?.

La labor del periodista es determinante, ya que cuando el no tiene la capacidad de decodificar la información que ha recibido del medio circundante, puede ocurrir que, en el momento de sintetizar y transmitir esa información, deforme el hecho, y en vez de informar, desoriente.⁴⁵

⁴⁵ *ífr. ibidem*, p. 29

Acerca de la responsabilidad profesional que el periodista tiene, Jorge Fernández establece que "quien indaga o presencia el hecho, quien describe y redacta la información debe saber, primero, comprender al hombre, comprender a la sociedad, comprender la naturaleza del hecho que se está presenciando (...), su eventual influencia social para poder entonces traducir, limpio de prejuicios, la visión de lo desconocido por él en su contenido intrínseco, en su entraña permanente, en lo que significa como acontecimiento humano de interés colectivo."⁴⁶

Entonces, se puede comprender que sería recomendable una labor interdisciplinaria ente el pedagogo y el periodista, ya que el profesional de la educación puede ayudarle a comprender al hombre y a la sociedad y le orientará (como también lo pueden hacer otros humanistas, tales como el filósofo, el sociólogo, etc.) a dar una dirección recta a lo que escribe. En sentido contrario, el periodista dará al pedagogo los hechos que suceden en el mundo, para que de ellos se valga dentro de la labor educativa.

Es necesario que el periodista haga un juicio de valor para saber si lo que informa vale la pena o no. Esto es lo que está fallando dentro de la prensa de nuestros días: se ignora o se pasa por alto ese juicio de valor y muchas veces no se informa lo que se debiera, dándole mayor ponderación a lo que no tiene tanta trascendencia.

No se puede pasar por alto la gran influencia de los medios de comunicación periodística; sería como negar una pieza clave de toda sociedad. Es por eso que se debe trabajar ahí; luchar por que se oriente y se informe al individuo de manera veraz y oportuna, atendiendo a sus necesidades.

⁴⁶ *cf.* *ibidem*, p. 34

El periódico ha crecido junto con nuestra nación, y por ser tan determinante dentro de ella, debe recuperar su dignidad social y cumplir con su labor informativa sin buscar el perjuicio de la sociedad, sino, mas bien, buscando siempre su beneficio y su desarrollo pleno. Esto lo logrará cuidando la selección de su personal, motivándoles y trabajando siempre por el bien común.

CAPÍTULO III

EL SUPLEMENTO PERIODÍSTICO: UNA FORMA DE EXPRESIÓN PARA EL UNIVERSITARIO.

En este tercer capítulo de la investigación se pretende realizar un breve recorrido a través de los diferentes momentos por los que atraviesa la producción de un suplemento para universitarios, así como los motivos que llevan al editor del mismo a decidirse a publicarlo.

Del mismo modo, conoceremos algunos de estos suplementos para universitarios de manera superficial, ya que el análisis de algunos de ellos se llevará a cabo en el próximo capítulo de esta investigación. Esto permitirá situarse ante los suplementos que existen, el papel de la publicidad dentro de los mismos, los precios, tiraje, etc., que tiene que ver con publicaciones de este tipo.

En una segunda parte del presente capítulo, se analizará la etapa evolutiva por la que atraviesa el mercado al que van dirigidos estos suplementos, para conocer más de cerca sus características e intereses, y así saber cuál es lo que se ha llamado “deber ser” de los suplementos periodísticos para universitarios.

Esto servirá de base para elaborar el análisis de algunos suplementos y poder emitir implicaciones pedagógicas de utilidad en el siguiente capítulo de la investigación.

III.1 ORIGEN DEL SUPLEMENTO PERIODÍSTICO

En el capítulo anterior de la presente investigación, se llevó a cabo un análisis histórico de la prensa por nuestro país. Como se recordará, existió un importante antecedente al “diario”, como lo fueron las hojas volantes y algunos cuadernillos que circulaban con cierta periodicidad por las calles de las principales ciudades y cuyo objeto era el informar de todos aquellos sucesos de gran importancia (vid supra). Podríamos considerar que esas hojas volantes o esos cuadernillos que constaban de algunas cuantas páginas son antecedentes de lo que hoy se conoce como el suplemento.

¿Qué es lo que lleva al editor de un diario a publicar un suplemento? Cada periódico tiene un mercado, y en función de dicho mercado se determinan las necesidades del público al que se dirige. Es importante señalar que, previamente a la edición del suplemento, el periódico realiza una investigación de mercado entre sus lectores para determinar cuál es la sección más leída del periódico. Muchos periódicos son leídos porque tienen una excelente sección financiera o deportiva. Otros son leídos únicamente por la sección de espectáculos y las carteleras del cine y el teatro. Algunos otros utilizan como “gancho” la nota roja o algunos sucesos sensacionalistas para atraer la atención del público, y eso es lo que hace que la gente los compre.

Algunos de los diarios que circulan en la ciudad de México tienen un mercado bien delimitado:

- El periódico *Reforma* está dirigido a la clase alta en general.
- *El Universal* y *El Heraldo* de México, así como “El Financiero” se dirigen a las clases media y media alta.

- “Ovaciones”, “Esto” y “La Prensa” van dirigidos a las clases media y media baja.¹

III.1.1 Algunos suplementos periodísticos que circulan en la ciudad de México.

De los periódicos mencionados anteriormente, la información obtenida indica que aquellos diarios que cuentan con suplementos periodísticos son:

- **Reforma:** que cuenta con los suplementos:

Enfoque: el cual sale a circulación los domingos y trata sobre temas de interés nacional.

Magazine: también circula los domingos y habla sobre temas relacionados con el mundo del espectáculo, cine, televisión, entrevistas con los famosos.

El Ángel: circula los domingos y tiene una visión más cultural, habla sobre temas intelectuales, culturales, obras de arte, exposiciones pictóricas o escultóricas, nuevos libros que han salido a la venta.

Club: circula los martes y tiene un giro meramente deportivo, más bien enfocado a deportes como el ski acuático, golf, polo, hockey, velerismo, tenis, equitación, etc., deportes que son practicados por un número reducido de personas que son las que tienen acceso económico a ellos.

¹ La información acerca del diseño y elaboración de un suplemento periodístico fue proporcionada por el Lic. Agustín Larrañaga, Director de Circulación del periódico “La Prensa”, debido a la falta de bibliografía especializada en esta materia. Por este motivo, se citó la necesidad de acudir a una fuente inmediata.

Fondos: circula cada miércoles y está enfocado a las finanzas, el mercado de valores, el precio del dólar, etc.

Primera Fila: circula los viernes y contiene la cartelera de las salas cinematográficas, así como de los principales teatros de la ciudad. Incluye también entrevistas con estrellas de la televisión y personajes destacados del medio artístico en general.

Interfase: es un suplemento que abarca temas relacionados con los avances tecnológicos, haciendo particular énfasis en internet y los nuevos lanzamientos en materia de computadoras, CD ROM's, Módems, etc. Va dirigido a todos aquellos que se muestren interesados por la cibernética.

Señor Fútbol: suplemento especializado en este deporte; circula todos los jueves y es el indicado para los amantes del fútbol, ya que muestra los resultados de los partidos, los campeones, los favoritos para llevarse el trofeo cada campeonato, los futbolistas más destacados, los equipos mejor conformados, etc.

Club Social: está centrado directamente en mostrar los principales acontecimientos de la vida social capitalina, cómo se divierte la clase alta, las fiestas y eventos del momento, bodas, XV años, inauguraciones, etc. Todo aquello que está relacionado con la "gente bien". Circula todos los viernes.

Estos suplementos, al igual que algunos otros que salen a circulación con alguna periodicidad específica, tal es el caso de *Edición Limitada*, *La Novia*, *SIDA*, *Regreso a Clases*, *Mi bebé*, entre otros, que son diseñados y publicados exclusivamente para los suscriptores. Cualquier persona que adquiera el *Reforma* en la calle o en el puesto de revistas no tiene acceso a los suplementos citados anteriormente. Ahora bien, *Reforma* cuenta con otros suplementos, que no vienen presentados en forma de cuadernillo como los anteriores, sino que forman parte del cuerpo del periódico, y circulan con cierta frecuencia

(semanalmente); las personas que adquieren el periódico por otra vía que no sea la suscripción puede acceder a ellos. Podríamos citar entre estos suplementos:

Moda: el cual sale los sábados, y trata sobre cuestiones relacionadas con las nuevas colecciones de los más importantes diseñadores a nivel mundial, pasarelas, la última moda en París, Milán, Nueva York, entrevistas con diseñadores mexicanos y/o extranjeros, etc.

Buena Mesa: circula los viernes, y habla sobre demostraciones gastronómicas, recetas de alta cocina, información sobre los restaurantes más exclusivos de la ciudad, entrevistas con los mejores gourmets, empresarios turísticos, etc.

Lunes Deportivo: como su nombre lo indica, se edita los lunes, con la más fresca información deportiva a nivel nacional e internacional, así como las carreras de autos e información taurina.

A través de esta investigación se pudo observar que, debido a los temas y contenidos que edita *Reforma*, la clase social a la que están dirigidos está bien delimitada: van dirigidos a la clase alta sin duda alguna, ya que la información de restaurantes, gourmets, finanzas, diversiones, deportes, etc., que presenta el suplemento, solamente aquellos que pertenecen a una clase social con una economía relajada pueden tener acceso a ese tipo de cuestiones. Se consideró que no es lo más adecuado el hecho de establecer desde un principio que el suplemento es "sólo para suscriptores", ya que desde un punto de vista personal todo aquel que compra un periódico puede tener interés en leer un suplemento especializado en cualquier tema, y se está limitando al lector a que compre una suscripción para poder gozar de suplementos que serían, dicho de un modo corriente, "para los elegidos".

Otro periódico que cuenta con un suplemento de gran interés, en cuanto a cuestiones familiares, educación, matrimonio, adolescencia, es, sin duda, el periódico *El Herald*, el cual cada domingo ofrece a sus lectores el suplemento *Feminissima*, que aborda las cuestiones expuestas en líneas anteriores.

Este suplemento trata con objetividad temas relacionados con la familia, los problemas de la mujer, la moda, la educación de los hijos desde un punto de vista tradicional y claro, y está al alcance de aquél que adquiera el *Herald*.

Este periódico fue considerado menos "exclusivista" que el *Reforma*, ya que está dirigido a las clases media y media-alta, y aborda temas en su suplemento que están al alcance de dichas clases sociales. De este modo, los artículos sobre educación pueden ser aprovechados por mujeres y hombres de cualquier nivel sociocultural.

El periódico *La Prensa* va dirigido a las clases media y media-baja. Este periódico maneja también la publicación de suplementos de diversos giros:

Marcador: circula cada lunes, presentando información deportiva en general (béisbol, basquet bol, fútbol, autos y toros), a nivel nacional e internacional.

Archivos Secretos de Policía: sale a circulación los miércoles y habla sobre historias y relatos ocultos de la policía, sucesos sensacionalistas que despiertan la curiosidad morbosa de las personas, casos tales como asesinatos, robos, violaciones, traiciones, narcotráfico, etc.

Taquilla: sale los viernes, con información relativa al mundo del espectáculo, artistas y famosos, entrevistas, chismes, carteleras de cine y teatro, la programación de la televisión durante el fin de semana, etc.

Recreo: circula los domingos, incluyendo artículos, pasatiempos, recetas de cocina, entretenimiento, etc. Enfocado en forma más específica a la diversión familiar, la educación de los hijos, el tiempo libre con la familia, etc.

El periódico *La Prensa* tiene una marcada tendencia hacia lo sensacionalista, las notas rojas, las noticias de crímenes y robos, violaciones y actos vandálicos de toda índole. La Prensa actualmente ha estado haciendo un intento por cambiar el giro sensacionalista del periódico, sin embargo, la fuerza de sus ventas radica directamente en las publicaciones de este tipo. Con tiene información de todo tipo, nacional e internacional como cualquier otro periódico, sin embargo, captan la atención del lector anteponiendo una fotografía sangrienta en su primera plana. Esto permite ver que *La Prensa* está dirigido a un grupo social perfectamente bien delimitado.

III.1.2 ¿Qué lleva al editor a producir un suplemento?

Antes de tomar una decisión para sacar a circulación un suplemento, se lleva a cabo una investigación de mercado entre los lectores del periódico que se trate, ya sea *Reforma*, *La Prensa* o cualquier otro. En esta investigación de mercado se determina el por qué los lectores compran un periódico: puede ser porque cuenta con una excelente sección deportiva, o quizás financiera, de espectáculos, de sociales, en fin, cualquier otra. El editor analiza estas cuestiones y entonces, con base en las respuestas del público se decide sacar a

circulación un suplemento especializado en ese u otro tema que interesa más al lector que otros, y que puede lograr que las ventas del periódico aumenten, debido a que el suplemento se encuentra dentro del cuerpo del diario.

Un suplemento puede estar distribuido a modo de cuadernillo, o bien, puede formar parte del cuerpo del periódico, siguiendo el formato del mismo, sin distinguirse. Según el tipo de suplemento se decide si se elabora un cuadernillo o un folleto, o una página más dentro del diario. Para tomar esta decisión, el editor ha consultado previamente los resultados que arrojó el estudio de mercado, y según la demanda que tenga la sección, se edita el suplemento para llegar a cubrir las necesidades específicas del lector.

III.1.3 Suplementos existentes enfocados directamente al universitario.

Los suplementos para universitarios surgen con gran ánimo en un principio, para desaparecer después debido al poco éxito que obtuvieron. Este es un problema real, ya que se han visto circular muchas ediciones de este tipo que no han tenido la respuesta que se esperaba de ellos, y por este motivo, el muchacho que asiste a la universidad no los compra o no se molesta en leerlos.

De ningún modo se pretende establecer que lo anterior es una regla, ya que existe un buen suplemento que circula en el interior de las universidades capitalinas, y que se conoce con el nombre de *Libertas*. Este suplemento es independiente de cualquier diario, es decir, circula entre las universidades de la ciudad de México sin que sea necesario adquirir un periódico determinado para poder leerlo. Es gratuito, lo que nos deja ver que es autofinanciable

(subsiste gracias a la publicidad, cuya función analizaremos más adelante) y está al alcance del universitario dentro de su misma casa de estudios.

La observación personal ha permitido llegar a la conclusión de que el *Libertas* es bueno, pero, sin embargo, algo le falta para poder atraer completamente la atención del joven en su contenido. Tal vez este se deba a que los artículos son poco atractivos, el formato y diseño del suplemento no se prestan para que el universitario se fije en ellos, o que se concretan en transmitir información, casi bombardeando al adolescente, sin abarcar los otros dos fines de los medios de comunicación.⁴

Personalmente, se consideró que el suplemento o publicación específica para el universitario debe estar enfocado hacia la etapa evolutiva por la que atraviesa el sujeto. En cuanto a diseño, debe presentar imágenes con movilidad, colores vivos y llamativos, para que su presentación sea atractiva y lleve al adolescente a querer averiguar qué es lo que hay dentro. Los temas deberán seleccionarse cuidadosamente, ya que pueden tener una importante influencia en el sujeto, sobretudo los temas en los que se presenta únicamente el punto de vista del autor del artículo. La selección deberá ser delicada, ya que es en esta etapa donde se termina de consolidar el criterio del individuo, y cualquier punto de vista mal enfocado puede influir de manera negativa.⁵

El suplemento debe manejar un equilibrio entre las cuestiones de información, orientación y entretenimiento. No excederse en una más que en otra, de manera que deje un buen sabor de boca al que lo lee. Si se excede en información, seguramente el adolescente se aburrirá y no prestará la atención debida a ello. Del mismo modo, si se concentra sólo en el entretenimiento, el suplemento perderá toda su seriedad y se transformará en una revista de

⁴ De los fines de los medios de comunicación se habló anteriormente, en el primer capítulo de esta investigación, y por este motivo no se consideró necesario profundizar más en ellos, por este momento
⁵ Cf., SARRAMONA, Jaume (op.cit.), p. 240

pasatiempos y distracciones, que está muy lejos de formar un criterio recto en el adolescente y únicamente lo divertirá.

Los artículos destinados a la orientación pueden caer en el mismo extremo que los de información. No se debe exagerar, sino más bien equilibrar.

Quizá sea esto lo que, desde un punto de vista personal, se denomina falta de equilibrio dentro del contenido del periódico, lo que ha fallado en las publicaciones para universitarios. Por otro lado, se consideró también que podría ser el hecho de que no hay continuidad en las publicaciones. Circulan en forma esporádica y esto hace que el universitario, si en algún momento se sintió interesado por el suplemento, pierda este interés al no haber un seguimiento del mismo.

El periódico *Reforma* publica un suplemento titulado *Universitarios*, el cual se enfoca básicamente a muchachos de bachillerato que están por concluirlo y a universitarios en general. Debido a que *Reforma* está dirigido a las clases alta y media-alta, se trata de información relacionada exclusivamente a universidades particulares de la ciudad de México. El contenido del suplemento abarca información sobre exámenes de admisión, publicidad de algunas universidades, cuestiones relacionadas con la orientación vocacional en general. El formato es atractivo, vivo, lleno de imágenes, colores y movimiento, enfocado únicamente a la información, con algunos chispazos de orientación vocacional. Faltan publicaciones para universitarios que abarquen los tres fines de los medios de comunicación. *Universitarios* es una publicación mensual, con artículos de interés para los jóvenes, tales como deportes, investigaciones, que opinan los jóvenes acerca de sus universidades, cómo se llevan a cabo los procesos de titulación, etc. En general, es un suplemento muy atractivo e imparcial, es decir, no se enfoca hacia ninguna corriente en específico, pero se considera que esta posición lo lleva a tocar temas trascendentales como el SIDA, las relaciones

sexuales entre los jóvenes, etc., de forma meramente informativa, sin buscar una orientación más específica y esto no puede ayudar al universitario a formarse un criterio determinado. Es necesario buscar siempre una determinada orientación en lo que se escribe, pensando siempre en la persona a la cual va dirigido para brindarle una base veraz y certera con la cual pueda establecer relaciones con su vida cotidiana y llegar a conclusiones basadas en criterios objetivos.

Es necesario mencionar que, así como hay suplementos para universitarios que se publican dentro de los principales diarios de la ciudad, también están las publicaciones internas de las universidades, las cuales también tienen carencias importantes en cuanto al cumplimiento de los fines de los medios de comunicación social, y que dejan ver, entre líneas, la tendencia propia de cada universidad; es decir, cuando se lee el suplemento, se puede percibir claramente la tendencia de la universidad, así como su filosofía. Por este motivo, en el próximo capítulo se analizarán dos publicaciones internas de universidades, para que veamos con qué carencias se enfrentan.

III.2 FINALIDAD DEL SUPLEMENTO PERIODÍSTICO. EL DEBER SER DE LOS FINES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DENTRO DEL SUPLEMENTO PARA UNIVERSITARIOS.

III.2.1 Orientar.

Como se mencionó en el primer capítulo de esta investigación, la finalidad de orientar consiste en los contenidos del medio de comunicación que están enfocados a la formación de un cierto criterio en el receptor.

Dentro de un suplemento, estos criterios de orientación deben estar estrechamente ligados a la especialidad del mismo, para no abarcar campos que no pertenecen a lo que se está publicando. En una publicación para universitarios, los contenidos de orientación deben estar enfocados a la formación de un criterio de participación social, que salga del aula y se manifieste en la realidad que rodea al estudiante. Se debe tratar con objetividad y seriedad todos aquellos temas que expresen puntos de vista o análisis de realidades concretas que pudiesen interesar a un adolescente superior, ya que esta etapa evolutiva se caracteriza por la búsqueda de la verdad y la objetividad, sobre todo en un medio de comunicación. Se debe tener cuidado en la selección de los contenidos, ya que el adolescente es moldeable, está en proceso aún de formación de un criterio propio, y el suplemento debe ayudar a la formación de ese criterio, mas no a la deformación del mismo.⁴

⁴ Id., ibidem, p. 243.

III.2.2 Informar

La información dentro de un suplemento periodístico debe estar de acuerdo con la especialidad del mismo. En el caso de un suplemento para universitarios, la información debe elegirse con base en los intereses propios de la etapa evolutiva: qué es lo que necesita saber un universitario para llevar a cabo de manera adecuada sus estudios, cuáles son las mejores universidades y cuál es el perfil de ingreso y egreso de cada una, en que lugares se imparten estudios de posgrado y cual es el nivel académico; para los que ya están por terminar la carrera, resultaría interesante presentar bolsas de trabajo y posibilidades de estudio en el extranjero, así como las facilidades que se ofrecen.

La información debe estar adecuada al tipo de población a la cual nos estamos dirigiendo y fundamentada en los intereses propios de la etapa evolutiva.⁵

III.2.3 Entretener

La cuestión del entretenimiento debe ser seleccionada cuidadosamente, ya que uno de los principales problemas de las publicaciones enfocadas directamente a los jóvenes es que llegan a saturar de elementos de entretenimiento, o simplemente carecen de ellos: se pretende dar un grado tal de seriedad tal, que llegan a omitirlos y se vuelve aburrida la lectura. De este modo, se pierde un poco la finalidad del suplemento en cuanto tal. Se llega a dar una polarización y lo que, en un principio, se concibió como una publicación para jóvenes, realizada con toda la seriedad que se requería, se transforma en una revista de entretenimiento, cuestiones triviales, horóscopos, entrevistas con actores, y no

⁵ cfr. ALTSCHUL, J. Herbert. Agentes de Poder: la influencia de los medios informativos en los asuntos humanos. p. 59

es precisamente lo que se pretendía ya que, para este caso, existen infinidad de revistas de este tipo, y lo que menos se necesita es otra más.

No se pretende que se eliminen del suplemento, sino que se distribuyan de manera equilibrada, para no caer en extremos.⁶

III.3 ORGANIZACIÓN DEL SUPLEMENTO PERIODÍSTICO.

Para diseñar un suplemento periodístico es necesario realizar previamente un estudio de mercado. Una vez analizados los resultados que arroja dicho estudio, se procede a realizar el suplemento según el área de especialización que prefiere el lector.

III.3.1 Papel de la Publicidad dentro del Suplemento

La publicidad juega un papel determinante ya que, como se mencionó anteriormente, el suplemento debe ser autofinanciable, y esto se hace posible gracias a los anuncios que se publican dentro del mismo.

“La publicidad es la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”⁷ La publicidad utiliza medios propagandísticos con la finalidad de alterar las necesidades y los gustos de los consumidores. En el caso del suplemento periodístico, la

⁶ Información proporcionada por el Lic. Agustín Larrañaga, Director de Circulación del periódico “La Prensa”

⁷ DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESPASA-CALPE, Tomo 19., E. Espasa Calpe., p. 412

publicidad se enfoca directamente a productos relacionados con la especialidad del mismo.

La publicidad es diferente tanto para el periódico en general, como para el suplemento. Hay un departamento de publicidad encargado de manejar las cuestiones publicitarias del periódico en general, y otro departamento de publicidad para el suplemento en concreto. Esto se debe a que la publicidad es acorde con la especialización del suplemento mismo. Por ejemplo: si el suplemento es deportivo, la publicidad tiene que ver con ropa deportiva, clubes, clases de natación, tenis, fútbol, etc. Incluso presentan publicidad de restaurantes dentro del hipódromo, o de algún club deportivo.

La publicidad es lo que sostiene principalmente un suplemento. En el momento en que el periódico debe invertir dinero para el sostenimiento de un suplemento, deja de ser rentable, ya que les está costando dinero. Para las cuestiones de publicidad, muchos periódicos son engañosos con los anunciantes. Suelen alterar las cifras de tiraje que supuestamente tienen, para que el anunciante los prefiera en vez de a otros, por ser leídos por un mayor número de personas.⁸ De este modo, el anunciante elige el diario adecuado según la circulación que tenga.

Una vez establecidos los diferentes precios de los espacios publicitarios dentro del suplemento, se venden a los anunciantes, y gracias a esto el periódico se sostiene, sin costarle dinero al editor.

Si el suplemento aumenta las ventas del periódico y adquiere fuerza, se puede llegar a pensar en lanzarlo como independiente. Esto se decide si el lector

⁸ Información proporcionada por el Lic. Agustín Larrañaga. Dir. de Circulación del periódico "La Prensa".

prefiere cierto suplemento en vez de otros y si por el mismo suplemento compra el periódico; es entonces cuando entra la opción de lanzarlo o no como independiente.

III.3.2 Edición.

El Departamento de Redacción del diario que lanza al mercado el suplemento determina el contenido de cada día en el periódico. Lo mismo sucede con el suplemento, solo que el departamento de redacción de este tipo de publicaciones es más especializado.

Este departamento recibe la información que le envían los departamentos de circulación y mercadotecnia, evalúa dicha información y la mejora para hacerla más atractiva al lector.

En el departamento de redacción trabaja un número relativo de personas (se dice relativo ya que según la especialidad del suplemento trabajan más o menos personas, según sea necesario). En este grupo de personas se encuentran redactores, correctores (que se encargan de llevar a cabo una cuidadosa selección de lo que se va a presentar en la publicación, ya que es muy delicado el hecho de publicar un artículo que pueda hacer daño a alguien). Los correctores y supervisores determinan si se puede sacar el artículo o no, si va de acuerdo con el giro del suplemento o no, si se apega a la filosofía del diario, etc.⁹

⁹ idem.

Una vez llevado a cabo todo este proceso se labora un “DOMI”, que se puede traducir como la elaboración de un ejemplar, o un “machote”, para que ya teniendo el producto armado, el departamento de publicidad visite a los anunciantes y les muestre el suplemento para que ellos decidan si les interesa atacar ese mercado o no. Se establecen los costos y se venden los espacios publicitarios para que, una vez hecho esto, se justifique o se distribuyan de manera adecuada y el suplemento pueda salir a la venta.¹⁰

El tiraje del periodico varia según el día y la noticia de que se trate. Si hay noticias fuera de lo normal y que son importantes, el tiraje aumenta ese día. Por este motivo no se pudo explicitar una cifra que nos deje ver cuál es el tiraje normal de un diario, ya que varía todos los días.

Una vez analizada la manera en que se lleva a cabo la elaboración y diseño de un suplemento, se podrán diferenciar las características específicas del mercado al que se dirigen los suplementos que se analizarán en esta investigación.

¹⁰ *idem*

III.4 RELACIÓN DEL SUPLEMENTO PERIODÍSTICO CON LOS INTERESES DEL UNIVERSITARIO.

III.4.1 Definición de adolescencia.

“La persona se convierte en adolescente cuando es capaz de reproducirse”.¹¹ Esta definición hace referencia a un fenómeno meramente biológico. La realidad nos deja ver que la adolescencia es la etapa de transición en la que el niño deja de ser niño para convertirse en adulto. Sin embargo, ya no es un niño, pero tampoco es un adulto. Debe enfrentar una serie de cambios biológicos, psicológicos y afectivo-sociales para poder llegar a la etapa adulta de su vida. La adolescencia comienza con la pubertad (aproximadamente entre los 10 y 12 años) y termina cuando el individuo alcanza su madurez “(...) emocional y social, y cuando ha cumplido con la experiencia, capacidad y voluntad requeridas para escoger entre una amplia gama de actividades y asumir el papel de adulto (...).”¹²

La palabra adolescente viene de *adolescere*, que significa *en busca de*. Con base en esta definición etimológica podemos concluir que la adolescencia es un periodo de transición, de reflexiones, de razonamientos, conceptos y juicios personales con base en una realidad objetiva, que llevan al joven a convertirse en adulto. Va buscando ser alguien, encontrarse consigo mismo, se busca a sí mismo. Es una etapa en la cual se suceden una serie de cambios físicos, acompañados del desarrollo de la socialización, de la expansión del intelecto, del establecimiento de un sistema de valores, que se logra a través del desarrollo de una conciencia personal con base en una ética objetiva, familiar y social.¹³

¹¹ HORROCKS, John E., *Psicología de la Adolescencia*, p. 21

¹² *idem*

¹³ *cf.* *ibidem*, p. 23

En resumen, se puede afirmar que la adolescencia es la etapa de transición en donde el individuo pasa por cambios biopsicosociales, para lograr su objetivo, que es la adultez.

III.4.2 División de la adolescencia para su estudio.

Gerardo Castillo hace una división de la adolescencia en diferentes etapas, las cuales facilitan su estudio. A continuación se presenta esta división, que establece tres etapas diferentes en el desarrollo de la edad adolescente:

1. Pubertad o adolescencia inicial.
2. Adolescencia media.
3. Juventud o adolescencia superior.¹⁴

Esta distinción se fundamenta en un hecho evidente: la considerable distancia que existe entre un adolescente de 12 años (iniciación de la pubertad) y otro de 21 (límite superior de la edad juvenil). La adolescencia es considerada, entonces, una fase muy amplia dentro de la que se produce una evolución continua y enormemente significativa, y en la cual no cabe hacer abstracción alguna con generalizaciones. Es preciso seguir de cerca esta evolución continua y acomodar la actuación educativa a las nuevas circunstancias. Si no se realiza de este modo, se puede caer en una situación nada favorable, que coloque al que educa en una incómoda posición de "fuera de juego" en cuanto al adolescente y sus características propias.¹⁵

¹⁴ cfr. CASTILLO, Gerardo., Los adolescentes y sus problemas, p. 20.

¹⁵ cfr. ibidem, p. 21

Castillo fundamenta la división que realiza de la adolescencia en otro importante psicólogo, como es el caso de Georges Cruchon, y a propósito de estas etapas, establece que "(...) se corresponden con tres momentos de la adolescencia que se detectan a través de la observación: el de arranque (nacimiento de la intimidad, crisis de crecimiento físico y de maduración sexual); el de conflicto interior y comportamiento negativo hacia los demás); el de consolidación (aunque sea relativa) de la personalidad descubierta. Se trata, en definitiva, de poner de manifiesto que entre el púber y el joven no existe un salto, sino una fase intermedia con características propias."¹⁶

Lo anterior permite vislumbrar al adolescente desde un punto de vista muy claro: es el joven que busca ansiosamente el reconocimiento del adulto y que pelea por encontrar su lugar y su propia identidad, pero que para lograrlo deberá atravesar por una serie de cambios más o menos dramáticos para lograr su completa inserción dentro del mundo del adulto.

Cada etapa tiene sus características propias y sus cambios biopsicosociales, pero la que interesa a esta investigación es la juventud o adolescencia superior, ya que es en esta etapa cuando el individuo se enfrenta a la vida universitaria y la elección de una carrera para su futuro. A continuación, se analizarán las características biopsicosociales de la adolescencia superior.

III.4.2.1 Esfera Psicomotriz.

Se puede afirmar que, en esta etapa de la adolescencia el sujeto se encuentra completamente desarrollado en su aspecto físico, debido a que ha concluido su crecimiento o está por concluir (algunos autores establecen que el crecimiento

¹⁶ Idem.

concluye a los 21 años). Su apariencia muestra ya las características que le acompañarán durante la mayor parte de su vida, hasta que comience a envejecer. Presenta el vigor de la juventud, la fuerza muscular, la energía, la destreza, etc. En el aspecto generativo, su cuerpo está completamente listo para la reproducción.

Algunos jóvenes en esta etapa muestran afición por las proezas y actividades que implican riesgo. El gusto por los deportes de competición responde a la necesidad de poner a prueba la fuerza y destreza adquirida.¹⁷

Se puede afirmar que ya está dejando de ser un adolescente para convertirse totalmente en un adulto joven. Ya no se perciben en él los típicos “síntomas” del adolescente (acné, extremidades exageradamente largas, nariz inflamada, etc.), sino que ya es un hombre o una mujer joven que ha dejado de crecer físicamente. Ahora ha llegado el momento de crecer en otros aspectos.

III.4.2.2 Esfera Cognoscitiva.

En este aspecto, es necesario mencionar que en esta etapa ya no surgen capacidades nuevas. Las aptitudes intelectuales han quedado definidas en la fase anterior. Sin embargo, es necesario mencionar una mayor profundización en el pensamiento y el paso de la reflexión sobre sí mismo a la reflexión sobre las ideas y valores.¹⁸ Ha desarrollado ya las habilidades cognoscitivas necesarias para su desempeño en el ámbito escolar y profesional, ya que su cerebro está preparado y ejercitado para la resolución de problemas y ha

¹⁷ *cf.* *ibidem.*, p. 92.

¹⁸ *cf.* *ibidem.*, p. 90.

llegado el momento de sacar el máximo provecho a sus habilidades intelectuales.

Con esto se quiere establecer que el adolescente superior ya está listo, cognoscitivamente, para enfrentar al mundo adulto y del trabajo, ya que debe haber desarrollado procesos cognoscitivos que impliquen análisis y resolución de problemas, así como la aplicación de esos conocimientos de los que se ha ido valiendo a lo largo de su vida, y que ha llegado el momento de aplicarlos en la elección profesional, así como en el futuro empleo.

Ha desarrollado habilidades para la investigación, está preparado para estudiar una carrera profesional y para trabajar en ella; está listo para enfrentarse con el mundo laboral y desempeñarse con éxito.

III.4.2.3 Esfera Afectivo-social.

En este periodo, el adolescente superior enfrenta los últimos momentos de afirmación de su personalidad, ya sabe quién es, es decir, ya tiene bien arraigado su yo, ya sabe qué quiere de la vida, ya tiene visualizado su futuro profesional, y ha llegado el momento de demostrarse a sí mismo y a los demás su competencia y responsabilidad ante el mundo de los adultos.

La conciencia de responsabilidad ante el propio futuro, unida a la formación de un ideal sobre sí mismo, lo llevan a trazarse un plan de vida. No se trata de un plan detallado sino de un intento de dar sentido a su vida futura.¹⁹

¹⁹ *Idem*

Sin embargo, es necesario observar un aspecto importante ante esta situación, ya que el adolescente enfrenta un conflicto ante la dependencia de sus padres y el enfrentamiento propio con el mundo. Durante los años de adolescencia el individuo es aún dependiente, tanto funcional como emocionalmente, de los padres y de otros adultos. Algunos adolescentes consideran esto como signo de debilidad e intentan sobrecompensarla con actitudes de independencia, aunque en menor grado que en las etapas anteriores.

Sin embargo, la mayoría de los adolescentes pueden mejorar su dependencia sobre una base más racional. Esto es, pueden enfocar toda su rebeldía y ese ímpetu independiente en tareas más racionales, como estudiar una carrera, la que él mismo ha elegido, y desarrollarse en ella, manifestándose en contra de la sociedad decadente aplicando todos los valores que ha ido conceptualizando a lo largo de su vida.²⁰ El adolescente es rebelde por naturaleza y puede utilizar esa rebeldía en forma positiva para lograr un cambio en su propio ambiente, tal como se mencionó este aspecto en el capítulo primero de esta investigación. Los adolescentes que enfocan todos sus sentimientos de rebeldía y sus fuerzas en aspectos positivos, son más capaces de expresar y compartir amor de lo que lo fueron cuando niños. Ellos son más capaces de empatía y por tanto entienden mejor las actitudes y sentimientos de los demás, así que pueden comportarse en formas consideradas y de apoyo. Aunque en ocasiones un adolescente puede disfrutar el ser tratado como un bebé, hace parecer que no quiere tal atención y se porta brusco, indiferente o rudo, para probarse a sí mismo y a los demás que no tiene nada de tierno.²¹ Esta actitud es muy característica del adolescente superior, que ya se siente capaz de enfrentarse solo con el mundo de los adultos, pero, sin embargo, sigue cosido a sus padres y depende de ellos en muchos aspectos, tales como económicos, familiares, afectivos.

²⁰ Véase: WATSON, Robert G. y LINDGREN, Henry Clay. Psicología del niño y del adolescente. p. 640

²¹ Véase: idem.

En la sociedad mexicana, los jóvenes se sienten totalmente independientes, pero la verdad es que aún dependen de sus padres hasta el momento en que se casan. Sin embargo, hay otros jóvenes que son más rebeldes, que pretenden que alejarse del hogar paterno es la solución a sus problemas, se dedican todavía a imitar costumbres y modos de vida de grupos extraños, rebeldes y mal informados, y el problema empeora cuando esta actitud se prolonga a lo largo de muchos años.

En situaciones normales la maduración social suele darse un progreso significativo en la superación de la timidez y de la inadaptación social. El joven tiene ahora, normalmente, unas relaciones más amplias y variadas que antes, desapareciendo así las amistades exclusivas, está en condiciones de relacionarse de forma más constructiva que antes con su familia, encontrando menos dificultades para armonizar la autonomía personal con la necesaria dependencia de los demás. Esto ha sido posible, entre otras razones, porque ahora tiene una opinión más objetiva de sus padres.²²

Hay jóvenes que logran madurar favorablemente en este periodo, y hay otros que no alcanzan esa madurez, estancándose en la adolescencia, sintiéndose amos del mundo (característica que es fácil observar en la mayoría de éstos jóvenes), y creyendo que aún son jóvenes cuando en realidad hace mucho tiempo que dejaron atrás esa juventud.

“En la maduración afectiva se observa un mayor interés por los jóvenes del otro sexo, unido a la capacidad para salir de sí mismo e ir al encuentro y al trato personal. Esta atracción por el sexo opuesto, aunque ya existía, estaba poco evolucionada. Suele apreciarse también la integración de sexo y eros, instinto y sentimiento, que en edades anteriores estaban disociados.”²³ Afectivamente, el

²² CASTILLO, Gerardo, *op.cit.*, p.91

²³ *ídem.*

adolescente superior o el adulto joven, ya comienza a visualizar su futuro profesional como una manera de sostenerse a sí mismo y con miras a mantener una familia en un futuro, ya está preparado para tener una relación amorosa estable con una persona del sexo opuesto, puede pensar en formar una familia. Se siente capaz de hacer muchas cosas (y realmente lo es), de trabajar arduamente, de ganar dinero, tiene sueños y metas mucho más objetivas que aquéllas que se planteó en el comienzo de la adolescencia, y además está viendo ya, en algunos aspectos realizadas estas metas: está estudiando lo que quiere, ya sabe a lo que se quiere dedicar, sueña con escalar puestos de gran importancia, y siente una terrible necesidad de demostrar a todo el mundo, y a sus iguales, lo que es capaz de hacer.

El aprovechamiento escolar es el mejor parámetro de la capacidad del adolescente para enfrentarse a las exigencias de la sociedad. El apoyo de sus padres sirve de mucho para que el joven se sienta seguro de que lo que está haciendo está bien. Él ya se ha dado cuenta de que las oportunidades de trabajo y de sobresalir en una sociedad están pensadas para aquéllos que tienen la capacidad de hacerlo. Ya no es un juego; se trata de su futuro profesional.²⁴

Ante esta situación, la experiencia personal y la observación del comportamiento del joven adulto han llevado a constatar que los adolescentes pueden tomar dos caminos:

- Los hay que, se plantean metas ambiciosas para su futuro profesional y personal, y luchan con sus propias fuerzas y recursos para conseguirlos, apoyándose positivamente en sus padres, y que ven en la universidad el medio para alcanzar esos sueños, como la preparación seria para un futuro que, no saben qué es lo que les depara, pero sí tienen muy claro lo que quieren y se sienten capaces de llegar a él y salir adelante. Son aquellos que

²⁴ *cf.* WATSON, Robert Y., LINDGREN, Henry Clay., *op.cit.*, p. 631

aman su sociedad y que luchan por sacar adelante el mundo, utilizando su rebeldía en forma positiva, sin dejarse llevar por ideologías equivocadas, sino que utilizan bien su capacidad de discernir entre lo bueno y lo malo, y son capaces de transmitir los más altos valores a sus iguales. Son adultos jóvenes que terminarán sus estudios de universidad y saldrán a trabajar con empeño y alegría, viendo en el trabajo un modo de dignificarse, de crecer y de progresar, y por el cual se sostendrán a sí mismos y a su familia. Son jóvenes alegres, emprendedores, valiosos, que saben lo que cuesta ganarse el pan de cada día, que admiran a sus padres, los respetan, los escuchan, aprovechan al máximo la educación y la formación que recibieron de ellos. Saben que, a partir de ahora, las decisiones trascendentales las toman ellos y se hacen responsables de sus actos, saben escuchar y pedir consejo, y son aquéllos que, dominando la impulsividad propia de su edad piensan más en las consecuencias de sus actos y de lo que pueden ocasionar si actúan mal.

“(…) No vuelas como ave de corral, cuando puedes subir como las águilas.”²⁵

- Por otro lado, están los adolescentes prepotentes, que se sienten dueños de todas las situaciones, que caen en libertinajes y en extremos con el único propósito de demostrar que son verdaderamente “dueños” de sus actos. Son aquéllos que viven en calidad de parásitos con sus padres, que jamás se acercan a ellos mas que para pedirles dinero y sus consejos no los escuchan. Son adolescentes que se rien de la sociedad y sólo toman lo malo de ella; son como veletas que se dejan llevar por las modas y las ideologías en boga, sin pensar en la bondad o maldad de éstas. Son jóvenes que se rebelan contra todo y contra todos sin enfocar positivamente ésta rebeldía. Son aquéllos que adoptan una posición de apatía ante la sociedad en la que viven y que piensan que no tiene ningún caso trabajar ni moverse para mejorar el futuro de su país, son aquéllos que estudian porque no tienen nada mejor que hacer, los que no tiene claro cuál es la profesión que más les gusta, sino que

²⁵ ESCRIVA DE BALAGUER. Josemaría . Camino. pto 7

constantemente cambian de carrera y adoptan una posición exageradamente pasiva ante el mundo. Son aquellos que sólo piensan en beber todo el fin de semana, que no tienen cimentada una afectividad objetiva y son incapaces de relacionarse positivamente con el sexo opuesto; sólo ven en las relaciones amorosas un medio de satisfacción y se dejan llevar más por sentimientos pasajeros, en vez de pensar con la cabeza y con el corazón al mismo tiempo, dando a cada uno un justo equilibrio. Son jóvenes inmaduros incapaces de adoptar una posición adulta ante la vida y que sólo pueden ser adultos por la edad y no por el comportamiento que implica tener esa edad.

Después de analizar estas dos actitudes que puede tomar el adolescente, podemos ver que los intereses del adulto joven están mucho más enfocados, en términos generales y en situaciones normales, a actividades propias de la vida adulta que está comenzando. Sus sueños son mucho más objetivos y realistas, ya que están estudiando una carrera (la mayoría de ellos) o están desempeñando un empleo que los lleva a pensar en el futuro con optimismo. Se dan cuenta ya de que no son unos niños, y que las responsabilidades que deben enfrentar, son mucho más importantes que las que tenían en etapas anteriores.²⁶

Ya no pueden darse el lujo de seguir jugando y aunque su edad está llena de energía y optimismo, de ganas de divertirse, estas diversiones son desarrolladas de manera más consciente y responsable: un error los puede marcar para siempre y esto es algo que ya tienen conceptualizado e interiorizado. Sus intereses van enfocándose a otros aspectos más trascendentales.

Las relaciones con sus amigos son mucho más estables y duraderas, es esta etapa cuando se cimentan las grandes amistades que perdurarán por mucho tiempo. Ya no busca constantemente el competir con sus iguales, sino en ayudarse y aprender de esos amigos. Son mucho más selectivos en sus

²⁶ *cfr. ibidem*, p. 633

amistades, y crean su propio ambiente con personas que piensan y actúan de manera semejante a ellos. Estas amistades les permiten crecer como personas y entregarse a los demás. Ya no son amistades con personas del mismo sexo, sino de ambos sexos.

A modo de resumen, se puede decir que la personalidad del adolescente superior, en términos generales, se va enfocando hacia los siguientes intereses:

1. Aceptar el físico propio y las funciones propias de su masculinidad o de su femineidad.
2. Lograr nuevas y más maduras relaciones con sus iguales de ambos sexos.
3. Independizarse emocionalmente de los padres y otros adultos.
4. Alcanzar la independencia económica.
5. Elegir y prepararse para una ocupación.
6. Desarrollar las habilidades y conceptos intelectuales necesarios para cumplir como ciudadanos.
7. Desear y desarrollar una conducta socialmente responsable.
8. Prepararse para el matrimonio y la vida familiar.
9. Desarrollar valores conscientes en armonía con adecuado cuadro del mundo científico.²⁷

²⁷ *cfr. ibidem*, p. 635.

Con relación a este último punto es necesario que el joven cree un equilibrio entre las diferentes ideologías y tendencias científicas que día con día van adelantándose más y más, con su propia jerarquía de valores. Es decir, que logre el balance que debe existir entre la ciencia y la ley natural humana para el desarrollo armonioso del hombre y su personalidad.

Una vez estudiados los intereses que el adolescente superior ha ido desarrollando a lo largo de su crecimiento, se analizará la manera en la que el suplemento periodístico debería encajar en estos intereses y atenderlos.

III.4.3 Relación entre el Suplemento Periodístico y los intereses propios del universitario.

Una vez estudiadas las características especiales, así como los intereses propios del universitario (adolescente superior o joven), se analizará de qué forma debería haber una conjunción entre éstos y los contenidos de un suplemento especial para ellos.

El suplemento periodístico para universitarios debe atender a las tres esferas de desarrollo del adolescente, ya que debe existir una estrecha relación entre los contenidos y la etapa evolutiva por la que atraviesa, las actividades propias de la edad, las diversiones, los estudios, los temas que pueden ayudarlo a ejercitar su conocimiento y puedan llevar a cabo análisis sobre temas trascendentales en la vida del muchacho, así como lo son la problemática del país, la propia de las instituciones de educación superior, cuestiones acerca de formación de valores, de orientarlos positivamente, de sensibilizarlos acerca de los problemas medulares de la sociedad actual.

El universitario es apasionado y emprendedor, y esto es básico: si no se utiliza positivamente esta energía y se sensibiliza adecuadamente al joven, puede irse por un camino equivocado.

De este modo, la selección de los contenidos debe ser minuciosa, para evitar una revolución interna en el joven, ya que si los artículos van en contra de las instituciones sociales fundamentales y sagradas para el joven, como lo son la Iglesia, la familia, la universidad, podemos desembocar un conflicto interno grave en el joven, ya que se echarían por tierra todos aquellos valores que él ha concebido como propios y como fundamentales en su vida, y su rebeldía, propia de la edad se enfocaría hacia aspectos negativos.

Del mismo modo, debe seleccionarse adecuadamente la información que se va a manejar, que sea de actualidad, de interés para el joven, que lo ponga en contacto con una sociedad cambiante y diversa, y lo pongan al tanto de todo lo que aún hay por hacer en esa sociedad. No puede brindarse una información sin una orientación, que debe ser absolutamente objetiva y apegada a la verdad, ya que el joven defiende la verdad con toda su alma, si se le orienta adecuadamente.

No puede editarse un suplemento que no atienda a todo aquello que es de interés para el joven, ya que es la clave del éxito de un suplemento. Si los contenidos no tiene nada que ver con sus intereses, el joven no leerá el suplemento ni volverá a comprarlo, porque no tiene nada que ver con las circunstancias clave que le atañen a él, y por lo tanto, el suplemento será un fracaso.

No es válido lanzarse a editar un suplemento precioso y rico en imágenes y entretenimiento si el joven no se interesa por lo que hay en él. Es por eso que el editor del diario debe estar empapado plenamente de todos los aspectos de la vida del universitario, porque no puede hablar de lo que no conoce. Sería recomendable que fuera directamente a la universidad, platicara con el estudiante, intercambiaran opiniones, elaborara encuestas, etc., para lograr que se satisfaga lo que el estudiante demande. El equipo de trabajo debería estar formado por gente joven que tenga contacto con la vida universitaria y de este modo lograr un verdadero trabajo de calidad. No se podría concebir un suplemento sin estas características, ya que, si no se va directamente a lo que le interesa al joven, el suplemento no tiene ningún sentido.

Esto es, a grandes rasgos, lo que podría ser el deber ser del suplemento periodístico con relación a los intereses del joven. En el próximo capítulo de ésta investigación, se realizará un análisis de cuatro diferentes suplementos, para ver de qué manera se acercan a estos intereses y al cumplimiento de los fines de los medios de comunicación, para poder establecer implicaciones pedagógicas de utilidad para aquellos que editan los suplementos periodísticos o para aquellos que los analizan bajo estos parámetros.

CAPÍTULO IV

DERIVACIÓN PRÁCTICA

DERIVACIÓN PRÁCTICA:

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

Las publicaciones para universitarios existentes en nuestro país atraviesan una crisis en cuanto a los fines para los cuales fueron creadas. De las publicaciones existentes no podemos decir con certeza que cumplan plenamente con dichos fines.

Esta situación puede traer consecuencias graves en cuanto a la formación del criterio en el universitario, ya que se está polarizando al suplemento para universitarios en dos de sus tres fines, siendo así que se enfocan más a "informar" y entretener, más que a orientar, o bien, desorientan más que orientan el criterio del universitario.

2. HIPÓTESIS:

Los universitarios necesitan un suplemento periodístico adecuado a sus intereses y a la etapa evolutiva por la que atraviesan, que cumpla adecuadamente con sus funciones dentro de la sociedad, así como coadyuvar a la formación de valores en el adolescente superior, y que sirva como un medio de expresión para el joven en el cual pueda expresarse y participar de forma activa dentro de la sociedad.

3. OBJETIVO GENERAL:

Fundamentar pedagógicamente la necesidad del suplemento periodístico para universitarios, con el fin de llevar a cabo un análisis de cuatro de los suplementos existentes, para ofrecer implicaciones educativas adecuadas, tomando como base el análisis realizado en este campo.

4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

Un trabajo de investigación comprende elementos de observación, descripción de las situaciones estudiadas, así como el análisis del problema bajo determinadas circunstancias.

Tomando como base la clasificación para la investigación que establece John Best, se considera que esta investigación será de tipo analítica- descriptiva, ya que pretende la observación y registro de las principales características de los suplementos existentes, así como la descripción de sus características esenciales, para llevar a cabo el análisis de sus contenidos y poder afirmar si se cumplen o no los fines de los medios de comunicación.

Se trata de una investigación transversal, porque se analizarán cuatro casos concretos (cuatro suplementos para universitarios), y se presentan conclusiones obtenidas del análisis.

5. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA:

La elección de los suplementos se llevó a cabo de manera intencional, ya que se buscó principalmente que fuesen dirigidos a universitarios, y que los contenidos que manejasen fueran similares, es decir, cuestiones de interés para el universitario. Se buscó también que cubrieran otro requisito: dos de ellos pertenecen a publicaciones internas de dos universidades diferentes, y los otros dos pertenecen a dos diferentes diarios que circulan en la ciudad de México.

6. DEFINICIÓN DE VARIABLES:

CONCEPTO	OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	CAPÍTULO
Medios de Comunicación Social.	<ul style="list-style-type: none"> Comprobar, por medio del análisis realizado, si los suplementos estudiados cumplen o no con los fines de los medios de comunicación social. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Suplementos internos de dos universidades particulares. (2) ⇒ Suplementos pertenecientes a dos diarios capitalinos. (2) • Fines de los medios de comunicación social: • Informar • Orientar • Entretener 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Información Nacional e Internacional. ○ Actualidad. ○ Actualidad ○ Veracidad y equilibrio ideológico entre los contenidos. ○ Uso del lenguaje. ○ Diseño gráfico. 	I
Suplementos para Universitarios.	<ul style="list-style-type: none"> Comprobar de qué manera se cumplen estos fines dentro de las publicaciones para universitarios que se analizaron. 		<ul style="list-style-type: none"> ○ Cómo se cumplen los indicadores anteriormente mencionados. 	III

IV.2 ANÁLISIS DE SUPLEMENTOS PERIODÍSTICOS PARA UNIVERSITARIOS.

Esta parte de la investigación tiene como objeto el análisis de cuatro suplementos periodísticos para universitarios, dos de los cuales pertenecen a diarios capitalinos; y los otros dos pertenecen a publicaciones internas de dos universidades privadas del D.F.

Los criterios con los que se llevará a cabo el análisis quedaron establecidos en el cuadro descriptivo de la derivación práctica, siendo así que se comenzará por analizar los dos suplementos pertenecientes a las dos universidades particulares a las que se recurrió:

IV.2.1 Análisis de los suplementos “Caldero” y “Algo más”.

IV.2.1.1 “Caldero”

“Caldero” es un suplemento para universitarios que circula dentro de una universidad privada ubicada en la ciudad de México. Aparece tres veces al año: en primavera (abril), verano (agosto) y otoño (noviembre). Su distribución es gratuita para los alumnos de la universidad, así como para los profesores. Tiene un tiraje de 3000 ejemplares, y es impreso en los Talleres Gráficos de dicha Universidad. Las correspondencias y colaboraciones para la revista se reciben en la Dirección de Relaciones Internas de la universidad. En esta investigación, se analizaron los números de “Caldero” correspondientes a los meses de abril, agosto y noviembre de 1996.

Los textos y colaboraciones que se deseen hacer para la revista están sujetos a la programación de la revista y son evaluados por el correspondiente Consejo Editorial.¹

Los autores de los reportajes y textos publicados en la revista se hacen totalmente responsables de las opiniones que expresen. Esto permite ver que no se ejerce una censura propiamente dicha sobre lo que se escribe. Esto último es posible comprobarlo con los tipos de artículos que se publican, además, la revisión que se lleva a cabo por el Consejo Editorial antes mencionado, se lleva a cabo en cuanto a las cuestiones de forma, redacción y otros aspectos de estructura del artículo, más no en los contenidos.

Con base al objetivo de esta investigación y, siguiendo el orden de análisis establecido previamente, se comenzará por el primer criterio de análisis que se siguió, de acuerdo a los fines de los medios de comunicación social:

a) INFORMAR:

“Caldero” no es precisamente un suplemento que pretenda informar sobre cuestiones actuales al universitario, sino que, más bien, está dirigido al entretenimiento y orientación del joven. Esto es, hace críticas y comentarios sobre sucesos de actualidad pero sin tocar cuestiones políticas o información general a nivel nacional e internacional. Se remite a la expresión de puntos de vista y opiniones de los autores de los artículos, sin hacer mayor referencia a otro tipo de sucesos a manera de información sobre ellos.

Toca temas culturales, ilustraciones, poesías, cuentos, críticas, encuestas realizadas. En este aspecto, se puede afirmar que si está informando sobre los

¹ *Idr.*, “CALDERO”, Órgano de difusión de la Universidad Iberoamericana, Santa Fe., Agosto, 1996., p.6.

puntos de vista de los universitarios, ya que las encuestas se realizan para obtener información concreta sobre diferentes aspectos, pero no llegan a una conclusión adecuada, o los datos que arrojan las encuestas no son tomados en cuenta en gran medida. Esto se analizará más adelante, cuando veamos las cuestiones de orientación.

Lo anterior permite afirmar que "Caldero" no es un suplemento enfocado a la información directamente, sino más bien a entretener y orientar.

b) ORIENTAR:

En cuanto a este aspecto se observaron cuestiones interesantes:

Se publican muchos reportajes que pretenden orientar y hay artículos verdaderamente buenos, que dan pautas a seguir al universitario en cuestiones de investigación (en un número de "Caldero", correspondiente a abril de 1996, se publicó un excelente reportaje que daba pautas para la solución de problemas en el trabajo, en la investigación, etc. que se consideró muy interesante y muy útil para el estudiante), en cuestiones relacionadas con el arte, exposiciones, críticas a determinadas corrientes cinematográficas, etc.

La idea resulta muy interesante, ya que si está cumpliendo con este fin de los medios de comunicación, pero hay que ver de qué forma lo está haciendo:

⇒ Al tratarse de artículos cuyo contenido es absoluta responsabilidad del autor, se publican todo tipo de ideologías, puntos de vista y comentarios y hay artículos cuya perspectiva es muy diferente a la del reportaje de páginas anteriores o posteriores. Esto puede desubicar al joven, ya que no se está siguiendo una misma línea en cuanto a las tendencias de los artículos. ¿De qué manera se pretende formar el criterio del estudiante si le estamos dando

una serie interminable de corrientes ideológicas para que se empape de ellas, si no le estamos marcando lo que está bien y lo que no, y así brindarle elementos de juicio que le lleven a juzgar lo que es bueno para él y lo que podría ocasionarle un daño?

Es importante que el Consejo citado tome en cuenta aspectos como este, ya que es muy delicado todo lo que se escribe, ya que puede generar muchas reacciones secundarias. La palabra impresa deja mucha huella en la persona que la lee.

⇒ Otro aspecto importante a mencionar es que en las encuestas que se publican, mismas que se aplican dentro de la universidad a la cual pertenece “Caldero”, no llevan a una conclusión general sobre todos los aspectos que abarcan. Es decir, se tocan infinidad de temas para conocer la opinión del estudiantado y se llega a conclusiones que solo tienen que ver con la calidad de la universidad, la participación social que el alumno tiene dentro del plantel y se dejan de lado otros aspectos que fueron analizados, tales como aborto, drogadicción, relaciones prematrimoniales. En cuanto a estos temas, la encuestadora no da orientación alguna ni ningún tipo de comentario. Con esta actitud, está dejando al aire temas de mucho cuidado, ya que le permiten a las autoridades de la universidad el conocer cuál es la mentalidad de sus alumnos y ejercer una buena orientación en cuanto a los temas de mayor delicadeza y que son fundamentales dentro de la formación del criterio del adolescente superior.

⇒ La veracidad de los artículos se cumple de manera correcta, ya que no se manejan publicaciones que no tengan que ver con la realidad. Ahora, si consideramos la verdad como la adecuación de la cosa con la realidad objetiva, estamos entrando ya en una cuestión interesante.

⇒ Muchos artículos publicados se dirigen única y exclusivamente por la visión parcializadora y subjetiva del autor, el cual emite opiniones un poco exageradas o totalmente radicales sobre cuestiones de fe y de autoridad, de un modo un tanto contundente. Para publicar dentro de un suplemento opiniones o puntos de vista, es necesario evaluar qué tanta objetividad hay en lo que se escribe, debido a la trascendencia que deja en las personas lo que se lee. Si un artículo contribuye más a la desorientación que a la orientación del estudiante, podemos afirmar que está despegado de la realidad, aún cuando hablemos de temas de dominio público que están mal, es importante saber balancear lo bueno y lo malo de las situaciones para evitar reacciones negativas en la juventud.

Lo que escribimos debe estar revisado minuciosamente, sobre todo en cuestiones públicas y opiniones, para detectar desviaciones graves de la realidad, porque generalmente no leemos, en el sentido estricto de la palabra, y no se sabe si el autor está en un acierto o está declarando verdaderas aberraciones.

- **Actualidad:**

En cuanto a la actualidad de estos temas que pretenden orientar, vemos que si la hay: se trata de comentarios acerca de sucesos recientes, tendencias y modas actuales, ideologías, etc. Abarca aspectos tan actuales como puntos de vista acerca de diferentes cuestiones políticas, noticias internacionales, postura de las diferentes autoridades académicas ante diferentes situaciones, etc.

En este sentido, el suplemento "Caldero" es actual y le brinda al estudiante una visión de las cosas muy al día.

⇒ Tomando en cuenta al bien como aquello que está en el ser mismo de las cosas y las hace ser apetecibles para los hombres, podemos decir que como medio de expresión libre para el universitario, el suplemento es bueno, ya

que lo invita y motiva a participar en la realidad de su universidad y de la sociedad en la que vive. Es bueno que conozca puntos de vista diferentes y aprenda a juzgar lo bueno y lo malo, pero si no le señalamos lo que es bueno y lo que no lo es, difícilmente podremos pedirle al estudiante que se forme un criterio recto. En este sentido, “Caldero” necesita una mayor revisión, por personas especializadas, para evitar que lo que se publica atente contra la naturaleza misma de la persona humana, contra su condición intelectual y moral y que en vez de lograr un bien, origine un desconcierto y desubicación.

⇒ La belleza literaria de las publicaciones es innegable, ya que “Caldero” publica cuentos y poesías escritas por los estudiantes que verdaderamente son agradables para la lectura, cumplen con todas las reglas de redacción y ortográficas, y en este sentido, hay cuentos y prosas que tienen un excelente orden y estructura y que son fáciles de leer, de comprender y de recordar. En este aspecto, la belleza se cumple bien, ya que, como se mencionó, las publicaciones, literariamente hablando, son hermosas. Ahora, hay que tener cuidado con lo que hay de fondo.

c) ENTRETENER:

En cuanto al entretenimiento, podemos decir que la mayoría de los reportajes que se incluyen en “Caldero” tienen por objeto el entretenimiento del que los lee, ya que son, en su mayoría, cuentos, poesías, versos, prosas, escritas por los profesores y los alumnos de dicha universidad. Esto es, desde un punto de vista personal, muy recomendable, ya que se le permite al estudiante expresar lo que lleva dentro de una manera muy hermosa.

En este sentido, hay que tener también cuidado, ya que el adolescente es, por naturaleza, rebelde y revolucionario, y muchas veces el apasionamiento propio de la edad por ciertas tendencias e ideologías le puede llevar a tomar posiciones equivocadas con respecto a ellas. Es importante que se vigile de cerca lo que se va a publicar.

El uso del lenguaje, así como la cuestión del diseño gráfico dentro del suplemento "Caldero" se cumplen de manera adecuada en cuanto a las cuestiones de entretenimiento, ya que, como se mencionó antes, el uso del lenguaje es el adecuado, es fresco, permite la lectura ágil del reportaje y la redacción es impecable. En cuanto a la veracidad, por la misma subjetividad a la que se hace referencia en líneas anteriores, es importante tener en cuenta que se trata de puntos de vista del autor y no de reglas fundamentales para la vida cotidiana, y por eso se precisa un mayor cuidado en este sentido. El diseño gráfico es innovador, con imágenes llamativas, aunque predominan los colores oscuros y serios, y se considera, desde un punto de vista personal, que hace falta más luz y vitalidad al diseño de sus dibujos e imágenes.

Una vez concluido el análisis del suplemento "Caldero", se pasará al análisis de otro suplemento de circulación interna de otra universidad particular.

IV.2.1.2 "Algo más"

"Algo más" es el órgano de difusión de la Oficina de Publicaciones de una universidad particular del D.F.

Se publica trimestralmente y circula en el interior de la universidad. El contenido de los artículos y reportajes que se publican es absoluta responsabilidad de sus autores. Es importante hacer notar que no se publican todos los artículos que se reciben. Esto nos deja ver que sí hay una cierta

censura en cuanto a lo que se va a publicar, ya que llega a todos los alumnos y profesores de la universidad.²

⇒ Tanto los estudiantes como los profesores de la universidad pueden participar dentro de “Algo más” enviando sus artículos para que sean publicados. Al tratarse de una universidad con un número mucho menor de alumnos que la anterior, el tiraje del suplemento es más pequeño, pero hay ejemplares disponibles para todos los alumnos de la universidad.

El contenido y distribución de los reportajes es muy similar al de “Caldero”, ya que se tratan, en su mayoría, cuestiones culturales y de interés general, artículos de entretenimiento, cuentos, poesías ganadoras en los concursos que se realizan en la universidad, y algunos otros temas sobre los cuales los autores emiten alguna opinión.

⇒ Los temas son visiones propias de los autores sobre todas estas cuestiones y se lleva a cabo un tipo de censura, ya que no todo lo que se envía es publicado. Esto permite ver que se respeta la línea ideológica de la universidad, no se permiten artículos que ataquen directamente a las autoridades, ni que ocasionen escándalo entre las personas que los lean, es decir, se cuida mucho lo que se publica.

Muchas personas podrían entonces decir que esto es un error porque no se permite la libre expresión del estudiante, sin embargo, “Algo más” no es un periódico donde se publiquen cuestiones políticas o situaciones actuales del país y, por lo tanto, no es un semanario de quejas o de ideas revolucionarias. Se

² *Idr.*, “ALGO MÁS”, Órgano de difusión de la Universidad Panamericana. Publicación Trimestral. México, 1996., p. 2.

trata de un suplemento cultural, donde los jóvenes se expresan de manera artística y también opinando sobre cuestiones culturales.

⇒ Se pasará ahora al análisis de “Algo más” en cuanto al cumplimiento de los fines de los medios de comunicación, siguiendo los indicadores establecidos al inicio de este capítulo:

a) INFORMAR:

En cuanto a las cuestiones de información, “Algo más” no se caracteriza por ser un suplemento informativo, ya que no hace demasiado hincapié en temas de actualidad, corrientes ideológicas en boga, o algún otro suceso interesante y actual. Esto nos permite decir que no es un suplemento informativo, ya que no incluye este aspecto como algo central en sus publicaciones.

b) ORIENTAR:

La orientación, en el caso de “Algo más”, va de la mano del entretenimiento, ya que se vale de éste para presentar al universitario las diferentes cuestiones culturales, intelectuales y artísticas de manera sumamente entretenida y que al mismo tiempo les está orientando hacia lo que no deben perderse en cuanto a cuestiones de actualidad. Alguna que otra vez se publican reportajes que pretenden orientar al lector en cuanto al arte, la cultura, la música, sin meterse demasiado en la formación de criterios o de puntos de vista. Tal vez sea un poco aventurado afirmar el hecho de que, al no profundizar tanto en las cuestiones más delicadas, se evita ciertamente el que el estudiante comience a manifestarse en forma negativa a través del suplemento. Considero que, al abordar temas triviales, de entretenimiento y cuestiones artísticas, se evita caer

en exageraciones y manifestaciones en contra de sucesos y levantamientos por parte del universitario.

En cuanto al bien, el concepto está bien manejado dentro de esta publicación, sin embargo, considero que hace falta una mayor penetración en la intimidad de este concepto para poder dar una adecuada orientación al estudiante. El bien no sólo es la belleza, que de suyo es buena, sino que hay que hacerle penetrar en la naturaleza del hombre y en los conflictos de las sociedades para que aprenda a discernir entre lo bueno y lo malo y pueda formarse un criterio recto. Hay que abarcar todos los aspectos del hombre para poder decir con certeza que estamos orientando.

- “Algo más” es un excelente suplemento para universitarios que invita a la participación, ya que la mayoría de los cuentos, versos y demás reportajes que se publican son muy hermosos, son reflejo de lo que el adolescente trae dentro y además, es motivante, ya que los ganadores de los concursos de creación literaria y poesía tienen la oportunidad de publicar sus obras en el suplemento. Esto permite que los demás estudiantes conozcan su obra y sientan ánimos para escribir y participar.

De este modo, “Algo más” busca la expresión artística del alumnado más que su participación directa en fenómenos sociales. Por lo menos, este suplemento no es para eso.

c) ENTRETENER:

Dentro de “Algo más”, los reportajes de entretenimiento son visiones subjetivas del autor sobre cuestiones triviales y agradables, pero con un sentido de la

objetividad muy claro, ya que se hace referencia a sucesos reales, pero de un modo muy ameno. De esta manera, se mueve al estudiante a encontrar el lado amable y divertido de las características propias de la universidad, de las situaciones más comunes de la vida, de la amistad, en fin, de infinidad de temas que nada tienen que ver con políticas ni con guerrillas.

- La belleza es un aspecto sumamente cuidado dentro de "Algo más", ya que la utilización del lenguaje es correcta, incluso, en mi opinión, hay artículos que están redactados en un lenguaje sumamente elevado para el universitario (claro que el universitario debiera tener un lenguaje más rico en términos, pero hay que ubicarnos en que es más fácil comprender las cosas cuando más sencillas son, sobretodo en un medio de expresión propio del universitario). El diseño gráfico es más bien austero, aunque original, predominan los colores oscuros (blanco y negro), lo que da mayor seriedad a la publicación. Sin embargo, por el tipo de publicación de que se trata (cultural), se consideró bien manejada esta cuestión. Al tratarse de contenidos culturales, cuentos cortos, pequeñas poesías, los colores oscuros están *ad hoc*.

Sin embargo, el lenguaje es rico en términos, la redacción de las publicaciones está muy bien cuidada, y en general, los reportajes de entretenimiento (que son la mayoría), son muy bellos y verdaderamente constituyen una recreación para la persona que los lea.

Se consideró que hace falta incluir aspectos informativos y orientativos más que de entretenimiento en este tipo de publicaciones, ya que también es importante mantener informado al lector sobre lo que pasa en su país y cual es la posición o papel del universitario dentro de esas problemáticas, de este modo se lleva a la sensibilización con relación a aspectos tan trascendentales de la vida social que el estudiante no puede darse el lujo de dejar de lado.

⇒ Se pudo comprobar, a través del análisis, que en las publicaciones internas estudiadas solo se está dando una polarización en uno sólo de los fines de los medios de comunicación, como lo es el entretenimiento. En la segunda parte de este capítulo, cuando se den las implicaciones pedagógicas a este análisis, se profundizará en la importancia de la conjunción de los tres fines dentro de una publicación de este tipo.

IV.2.2 Análisis de los suplementos “Juventudes” y “Universitarios”.

IV.2.2.1 “Juventudes”

⇒ “Juventudes” forma parte del proyecto “Juventud y Progreso” iniciado por el periódico “Excelsior” para motivar a la juventud en la participación directa de la sociedad, debido a que la mayoría de la población de nuestro país está constituida por gente joven entusiasta y dispuesta a participar. Por este motivo, Ediciones Especiales Excelsior puso en marcha este proyecto, con la firme convicción que la formación del criterio del estudiante universitario es un aspecto determinante en la fijación de metas y objetivos a futuro.⁵

Con un fin tan noble como este, el periódico refleja la preocupación que tiene por el sector juvenil de la sociedad y se manifiesta en este proyecto dicha preocupación. Sin embargo, el periódico presenta varias carencias en cuanto a sus contenidos y el cumplimiento de los fines de los medios de comunicación.

⁵ Cfr., Suplemento Especial “JUVENTUDES”, Ediciones Especiales Excelsior, Junio, 1996, p. 3

◊ Se analizará el por qué:

En el análisis se siguieron los indicadores establecidos para los análisis de los suplementos anteriores, y se llegó a las siguientes conclusiones:

a) INFORMAR:

En este sentido, “Juventudes” es un medio informativo excelente para el estudiante, pero no para el universitario, sino más bien, para el estudiante de preparatoria que desee conocer cuales son las opciones que se le presentan en materia de educación superior en la ciudad. Es decir, la información que se maneja gira en torno a las universidades de mayor prestigio en México, los planes de estudio, las fechas de exámenes de admisión, la metodología que se sigue, etc. pero no le está brindando al estudiante una información actual en relación a los problemas que más afectan a nuestro país y específicamente, al sector universitario. La información acerca de las diferentes opciones educativas parece ser el centro de atención de los suplementos para universitarios que se editan dentro de los periódicos, y están dejando de lado el aspecto informativo de acontecimientos relevantes, en los cuales hace mucha falta sensibilizar al futuro profesionista para que ejerza una participación directa en ellos.

- Se consideró una carencia muy significativa, ya que el universitario no necesita información sobre las universidades, porque ya está estudiando en alguna; el estudiante universitario necesita una visión joven y actual sobre los principales acontecimientos que aquejan a nuestra sociedad. Esto último también puede aplicarse a los suplementos analizados con anterioridad. Si se le proporciona una visión objetiva sobre lo que sucede en su país, poco a poco irá concientizándose sobre estos problemas y se formará un criterio,

además es importante que se le den las bases adecuadas para que pueda ir dirigiendo ese criterio hacia resultados eficaces que lo muevan a participar. Es característica del adolescente superior la rebeldía y el afán por saber más, por conseguir un lugar dentro de la sociedad, y el hacerlo participe de los principales acontecimientos servirá de referencia para que él sienta que está participando y consolidando su lugar como futuro profesional dentro de esta sociedad.

b) ORIENTAR:

En el sentido estricto de la palabra, no se está llevando a cabo una orientación, ya que el proporcionar información sobre universidades no es orientar.

- Orientar es ir llevando poco a poco al estudiante a la fijación de metas, a la sensibilización y a la participación directa, para que pueda llevar a cabo un aspecto de su proceso de perfeccionamiento.

En cuanto a la actualidad de esta orientación, podemos ver que no hay tal, ya que no se lleva a cabo dicha orientación dentro de "Juventudes".

c) ENTRETENER:

El análisis realizado nos permitió observar que tampoco hay una sección o artículos específicamente de entretenimiento. Esto puede traer como consecuencia que el suplemento se vuelva aburrido a la lectura por parte del estudiante.

En cuanto a los aspectos generales del suplemento y no enfocados a la cuestión de entretenimiento están bien manejados dentro del suplemento: los contenidos son veraces, la información en general es buena, aunque para el universitario resulte insuficiente, por encontrarse ya en otra situación, pero se puede afirmar que es una información completa para lo que se abarca. La belleza se deja ver en que el lenguaje es adecuado, la redacción es correcta, hay orden y coherencia entre las ideas, así como un diseño gráfico pleno en colores e imágenes atrayentes para el joven, muy relacionadas con el tipo de información que se maneja en la publicación. Sin embargo, esto no es suficiente para poder establecer con certeza que un suplemento es bueno para el universitario y que cumple con los fines de los medios de comunicación de manera adecuada.

Ahora se pasará al análisis del otro suplemento periodístico que se tomó en cuenta dentro de esta investigación:

IV.2.2.2 “Universitarios”

“Universitarios” pertenece a la colección de suplementos especiales, solo para suscriptores, que edita el periódico “Reforma” de México. Es un suplemento rico en colores e imágenes atractivas, y de reciente lanzamiento al mercado.⁴

⇒ Está enfocado directamente a los universitarios mexicanos que desean un mejor desarrollo profesional e intelectual dentro de su vida universitaria, sin embargo, se pudo comprobar por medio del análisis que, al igual que “Juventudes”, tiene varias carencias en sus contenidos.

⁴ cfr., Suplemento Especial “UNIVERSARIOS”, “Reforma”, Publicación Mensual, Mayo, 1996., p. 2

Se analizará el por qué:

a) INFORMAR:

“Universitarios” es un excelente medio de información para los estudiantes, ya que no sólo brinda información acerca de las universidades, sino también sobre las diferentes metodologías que se siguen en estas, la importancia de la investigación dentro del ámbito universitario, etc. La información es actual, aunque si un poco reducida al aspecto puramente académico. Hace falta, como en el suplemento “Juventudes”, hacer hincapié en sucesos sociales y de interés público para sensibilizar al estudiante. Este suplemento es más informativo que orientador o de entretenimiento.

b) ORIENTAR:

En cuanto a la orientación que se ofrece dentro de “Universitarios” podemos señalar aspectos interesantes, tales como que hay uno que otro artículo que pretenda orientar y que termina siendo más bien informativo. Por ejemplo, en uno de los números de “Universitarios” se hace mucho hincapié en la investigación, pero enfocada a la metodología de investigación que se sigue en algunas universidades y no hace referencia al proceso de investigación como tal.

En recientes publicaciones de “Universitarios”, se puede observar una interesante evolución en cuanto a los contenidos, ya que se están enfocando más hacia aspectos medulares de la vida universitaria, como lo son el deporte,

las oportunidades de realizar estudios en el extranjero, la opinión de la juventud con relación a algunos aspectos determinantes de la sociedad, así como críticas hacia la política y muestras de cariño hacia sus propias casa de estudio. Es importante establecer que maneja una orientación un tanto superficial en cuanto a valores e ideologías actuales, sin embargo, se puede observar una mayor inclinación hacia la orientación más marcada que en sus primeras publicaciones.

c) ENTRETENER:

En cuanto al entretenimiento, tampoco hay secciones determinadas en donde se busque la libre expresión del universitario, ni artículos que se enfoquen básicamente a este aspecto tan importante dentro de la publicación periódica, esto puede resultar aburrido para el universitario, ya que se vuelve tedioso el estar leyendo una gran cantidad de páginas en las que solo se hable de las ventajas de tal o cual universidad y no se llegue a temas de mayor interés para un futuro profesionista. Es verdad que en cuanto a redacción y manejo del lenguaje el suplemento es inmejorable, pero hace falta llegar más a fondo para darse cuenta de que resulta inútil un suplemento en el que solo se informe al universitario sobre las diferentes opciones con las que cuenta.

La utilización del lenguaje es adecuada a los jóvenes; se utilizan palabras propias del lenguaje estudiantil, aunque sin perder la línea de la correcta redacción y sin utilizar palabras altisonantes. La redacción es impecable y su lectura es ágil y entretenida, debido a la claridad de su lenguaje. En cuanto al diseño gráfico, Reforma deja ver una vez más que cuenta con gran calidad en cuanto a las imágenes, los mensajes, los tipos de letras, los dibujos, las fotografías y el diseño de sus páginas. Siempre adecuados a la etapa evolutiva en la que se encuentran los lectores de "Universitarios", no es un diseño recargado y molesto, sino cálido, lleno de movilidad y color.

⇒ Tanto uno como otro suplementos caen en el error de manejar una gran cantidad de publicidad dentro de sus páginas y reducir el número de artículos de interés para el estudiante, lo cual lo hace parecer más una hoja comercial, que un suplemento para universitarios. Se debe tener mucho cuidado, como editor, en no caer en este tipo de casos.

Una vez realizado este análisis, es importante llegar a la elaboración de implicaciones pedagógicas que permitan establecer propuestas de mejora para las publicaciones de universitarios que circulan tanto en el interior de las universidades, como a nivel macro.

Es importante puntualizar que hay otras publicaciones que pertenecen a otras universidades que también presentan carencias similares y en las que, incluso, se manejan ideologías anarquistas y de repudio hacia la autoridad en las que se hace un daño enorme al estudiante en cuanto a la formación del criterio. Sin embargo, la muestra que se tomó, pretende mostrar como es que se está parcializando el fin de un medio de comunicación tan importante como lo es el periódico para universitarios y se le está reduciendo campo de acción, ya que la palabra escrita deja una huella profunda en todo aquel que la lea, y los alcances educativos que esto tiene son inimaginables.

Es importante que el educador considere su participación en este tipo de publicaciones para poder ejercer una tarea educativa más eficaz, ya que, al llegar a un número tan grande de lectores, se puede influir de una manera verdaderamente positiva y se está dejando pasar la oportunidad.

IV.3 IMPLICACIONES PEDAGÓGICAS.

Ha llegado el momento de establecer una serie de orientaciones, desde el punto de vista pedagógico, con relación a la elaboración de un suplemento periodístico enfocado directamente al universitario. Es el momento de llegar al punto final de esta investigación brindando al editor del diario el punto de vista pedagógico que se consideró conveniente debiera tener en el momento de editar su suplemento, tanto dentro de la universidad, como en la sociedad.

Se comenzará por los siguientes aspectos:

- * El suplemento periodístico para universitarios debe ser eso mismo: pensado exclusivamente para el universitario; no para el muchacho de preparatoria, sino para aquél que ya está inmerso en el ámbito de la universidad y ya está estudiando la carrera que él mismo eligió libremente. Tampoco puede dirigirse a los jóvenes en general ya que, está realizado pensando directamente en aquél que estudia en una institución de educación superior. Por desgracia, las publicaciones para universitarios parecen no haber llegado al fondo de esta situación, por lo menos en el caso de las dos publicaciones pertenecientes a periódicos capitalinos, ya que se enfocan al estudiante de preparatoria y proporcionan información enfocada directamente a él. Es decir, fechas de exámenes de admisión para las universidades, cómo está el ambiente estudiantil, cómo se lleva a cabo el proceso de titulación en ellas, a qué aspectos dan más peso (investigación, preparación filosófica, etc.), sin abarcar aspectos propios de la vida del universitario, como lo son la bolsa de trabajo, la problemática actual de las universidades, las posibilidades para realizar estudios en el extranjero, los posgrados que se ofrecen y las instituciones que los imparten, etc.

- * Las publicaciones exclusivas de las dos instituciones de educación superior que se analizaron, dejaron ver que hay una participación directa de los jóvenes en ellas, pero polarizándose a algunas carreras en específico, siendo en su mayoría los filósofos y los comunicólogos los que escriben en sus páginas. Esto anterior permite observar que falta una motivación por parte de la misma universidad para que el estudiante se decida a escribir, a opinar, a manifestar sus puntos de vista. No es posible que se conformen con un grupo reducido de jóvenes que escriban: hacen falta más. Esto puede deberse a que el formato y el estilo del suplemento les parezca aburrido, a que exista una apatía tal, que el estudiante ni se moleste en leer el periódico de su propia universidad. Es necesario que el editor tenga en cuenta los factores que llaman la atención del adolescente superior, como son las imágenes, los colores fuertes, los temas de actualidad, en fin, todos aquellos contenidos que estén directamente relacionados con los intereses del universitario. Al universitario ya no le interesan las fechas de admisión, porque ya está admitido. El quiere saber dónde puede trabajar, que oportunidades hay, dónde las hay, qué pasa con los posgrados en el extranjero, qué opinan los mismos jóvenes acerca de los problemas por los que atraviesa el país, qué soluciones se proponen. Hace falta descubrir cuál es la motivación que el estudiante requiere para poder participar activamente dentro de un suplemento. Esto es un factor importante de éxito dentro de un suplemento.

- * Otro aspecto que se considera importante es el hecho de que las publicaciones internas de las universidades, no pasen una censura específica ya que, por lo menos en "Caldero" hay una diversidad tal de artículos, desde cualquier punto de vista y filosofías, que pueden desubicar un poco al estudiante. No se sabe a ciencia cierta cuál es la filosofía del suplemento, o cuáles son las ideologías que imperan en él. Es importante que el suplemento esté de acuerdo con la filosofía de la universidad, y así se deje ver en cada uno de los artículos, que se siga una misma línea, un mismo enfoque, una

jerarquía de valores. Sin esto, no habrá un orden en la publicación, por muy bien elaboradas que estén las imágenes. No se puede prescindir de una tendencia ideológica, o si se va a ser totalmente objetivo con las realidad, entonces esto tendrá que reflejarse en cada una de sus páginas. Debe existir coherencia entre lo que se publica y la ideología propia de la universidad.

- * Los suplementos pertenecientes a los dos diarios estudiados enfrentan una serie de carencias graves: no hay artículos de orientación propiamente dichos. Se da más peso a la información y a la publicidad de las universidades que a los contenidos de orientación y entretenimiento. Es preciso que el editor se sensibilice y empatice con el mercado al que va dirigido su suplemento. El universitario tiene intereses claros y específicos, no sólo está interesado en las fechas de admisión para las universidades. Es importante que la labor interdisciplinaria entre periodistas, pedagogos, psicólogos, diseñadores, etc., esté directamente relacionada con los intereses del joven estudiante. Se debe tomar en serio el hecho de que el universitario tiene un enorme potencial intelectual y de participación dentro de la sociedad, y es necesario caer en la cuenta de que la palabra escrita deja una huella muy profunda, ya que siempre está ahí. Se puede leer y releer cuantas veces se desee, escudriñar entre líneas el mensaje que se quiere transmitir, y es por ello que el editor debe concientizarse de la seriedad de su trabajo. Los jóvenes, aunque la frase ya esté muy trillada, son el futuro del país, y deberán considerarse como tal. No se pueden contentar los editores con ganar el dinero que proviene de la publicidad de las universidades, y llenar los espacios con esa publicidad. Hay que atender al estudiante y enfocarse en todos los aspectos que conforman la vida del universitario.

El pedagogo tiene una amplia gama de tareas dentro del periódico, ya que puede encargarse del aspecto de la orientación dentro de lo que se publica. Es importante que se abra camino en este terreno, ya que su labor

orientadora y formativa a través de la palabra escrita es muy amplia. Puede contribuir positivamente a que haya un equilibrio entre los fines de los medios de comunicación, para brindar un servicio de calidad al estudiante y que sienta que puede expresarse y participar dentro de la sociedad a través de un medio de comunicación diseñado especialmente para él.

- * En cuanto a las publicaciones internas de las universidades que se analizaron, se pudo observar en el análisis que hace falta mayor integración de artículos de información, ya que la mayor parte de los contenidos están enfocados a la orientación y al entretenimiento, o la libre expresión de puntos de vista de los estudiantes. Para poder afirmar que el suplemento es de calidad, es necesario que se atiendan los tres fines de los medios de comunicación por igual, ya que el estudiante tiene necesidades diferentes en cuanto a las cuestiones de información, ya que precisa estar informado de todo lo relacionado con su vida de estudiante, de los principales acontecimientos de la universidad, de los torneos deportivos, las actividades culturales que se llevan a cabo, los estudiantes que sobresalieron por algún motivo en ese periodo de tiempo, los puntos de vista de los profesores con relación a los principales acontecimientos del país y de la sociedad, así como una orientación con relación a aquellos que puedan parecerle más confusos.

No es admisible que se enfoquen todas las direcciones a un sólo aspecto (entretenimiento, orientación, información), es necesario establecer un equilibrio entre estas tres cuestiones, para poder brindar un servicio de excelente calidad y cuyos alcances educativos son inimaginables.

- * Si realmente se consideraran los alcances pedagógicos de una publicación para los jóvenes, se caería en la cuenta, como profesionales de la educación, la gran responsabilidad que tienen aquellos que dedican su vida a la prensa. No hace falta más que echar un vistazo al pasado para darnos cuenta de todas las repercusiones sociales que ha tenido la prensa a lo largo de nuestros años. La palabra escrita puede sensibilizar a tal grado, y llevar a la gente a tomar partido, al grado de cambiar el destino ideológico de una nación, así como su forma de vida.

Es muy delicado todo aquello que se publica, ya que se puede acabar con la honra de alguna persona, institución o grupo social, si no se tiene cuidado y se vigila en grado supremo la objetividad. Se consideró que sería muy interesante la labor del pedagogo dentro del departamento de revisores de todos los artículos que se publican, ya que podría tener acceso a todos los artículos que se editan y seleccionar aquellos cuyo contenido educativo sea rico y favorezca la formación de criterio dentro de la población estudiantil. Sería recomendable que el editor del diario tomara en cuenta la selección de pedagogos dentro de su equipo de trabajo, y más aún tratándose de una publicación para universitarios, ya que el pedagogo conoce bien esta etapa evolutiva y sus aportaciones educativas serían de gran utilidad.

- * Es importante que, si se van a publicar los resultados de encuesta aplicadas o estudios realizados dentro de la sociedad, se presenten las conclusiones de los mismos, atendiendo a todas aquellas variables que se manejaron en la investigación. En el caso del estudio realizado en "Caldero", se mencionó en el análisis anterior, que no se llegan a conclusiones generales.

Se tocan infinidad de temas para conocer la opinión del estudiantado, y sólo se concluyen aquellos que son más superficiales, sin brindar una orientación

o pautas de conducta para que el alumno se sienta motivado a poner solución a tal o cual situación que se consideró anormal en los resultados de las investigaciones.

No se pueden dejar al aire aspectos importantes, ya que el estudiante necesita conocer cuales son las conclusiones a las que llegó el autor de determinada investigación. ¿De qué le sirve saber si la mayoría de los estudiantes opinan que las relaciones prematrimoniales están bien, si no se les brinda una adecuada orientación y formación en los valores que es necesaria para forjarle un criterio en tan delicado aspecto de su personalidad?

- * Se consideró, con base en la investigación realizada, que no se ha tomado muy en serio, en la sociedad en la que vivimos, el hecho de realizar publicaciones para universitarios. Los valores trascendentales se están perdiendo; no se respeta la verdad en cuanto tal, sólo se considera válido lo que es verdad para el autor del artículo, y desde su propio concepto de verdad se juzgan todos los aspectos que se tratan en la publicación. Se está cayendo en relativismos propios de las ideologías de moda; se está manipulando al adolescente superior a ser "el mismo", sin considerar su dignidad como persona, el hecho de que está llamado al perfeccionamiento propio y al desarrollo de su libertad de una manera responsable y sin caer en libertinajes ideológicos. La belleza tampoco se respeta: se publican en más de una ocasión artículos con palabras altisonantes para expresarse de las autoridades, imágenes grotescas e insultantes hacia la dignidad de la mujer y de la persona humana en general, trazos carentes de armonía y mensajes subliminales que atentan directamente contra la esencia y naturaleza propias de la especie humana. Se exaltan más las pasiones y los instintos del hombre, por considerarse "naturales" y espontáneos, que aquellas cualidades que lo hacen ser bello y superior entre todas las creaturas del universo, por ser imagen y semejanza de Dios.

¿Cómo podemos olvidarnos de un valor tan importante como lo es la belleza, cuando nuestra propia naturaleza es bella en sí misma, y esa belleza es parte de nuestro perfeccionamiento?

Sin embargo, no sería justo ni válido generalizar estas situaciones a todos los suplementos periodísticos, ya que muchos hacen un adecuado uso del lenguaje y de la armonía que debe haber entre los artículos y sus imágenes, pero en lo que sí se consideró válido hacer una pequeña generalización en el hecho de que no hay un equilibrio entre los fines de los medios de comunicación dentro de estas publicaciones. Se puede afirmar esto ya que la investigación realizada respalda esta conclusión.

Se consideró que esta situación puede originarse debido a que no se conozcan estos fines, o que se ignoren con todo propósito, pretendiendo únicamente vender un periódico, seguir lo que dictan las corrientes editoriales actuales (empapadas de una gran variedad de ideologías) o atender superficialmente las necesidades del estudiante. Sin embargo, esto último es sólo una opinión personal. Se espera que la presente investigación sirva de pauta a todos aquellos que pretenden dedicarse a los medios de comunicación como campo de acción de la labor pedagógica, así como para todos aquellos editores de publicaciones para universitarios, para que, analizando los aspectos anteriores, se sensibilicen de la importancia que tiene el publicar un periódico para universitarios. El criterio de los jóvenes de México está, en cierto modo, en nuestras manos, y debemos ayudar a forjarlo de manera positiva, para que toda esa energía de la juventud se dirija a buscar el cambio de nuestra sociedad.

La gran labor pedagógica de los medios de comunicación es muy extensa, y esto es fácil de verse tan solo con observar la diversidad y el alcance de los medios de comunicación. En el primer capítulo de esta tesis se estudió la

estrecha relación que hay entre los medios de comunicación social y la Pedagogía. Si se quiere estar actualizado como profesional de la educación, es necesario valerse de los alcances positivos de estos medios, ya que, al llegar a un número tan elevado de personas, podemos llevar a cabo una forma de educación entre un gran número de individuos, pero para ello es necesario atender a todos los elementos que integran la personalidad del sujeto y a sus intereses concretos.

- * Los medios de comunicación social impresos deben buscar el equilibrio entre sus fines a cada momento, y no permitir que uno sobrepase a los otros, ya que, de este modo se atenderá a las demandas del estudiante, y se podrá llevar a cabo una correcta formación del criterio en el joven. El respeto a los valores trascendentales (verdad, bien y belleza) no ayudará a lograr la objetividad en aquello que publicamos y será el estandarte con el que lucharemos para lograr ayudar al joven universitario, futuro profesionista, en un aspecto de su proceso de perfeccionamiento.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES GENERALES

- ◆ La presente investigación cumplió con el objetivo para el cual fue llevada a cabo, que es demostrar la necesidad de un suplemento periodístico para universitarios, que cumpla con los fines de los medios de comunicación, debido a que, en la actualidad, la investigación permitió demostrar que no hay una publicación para universitarios en la cual se conjuguen armónicamente estos tres fines y que se atiendan directamente los intereses del universitario.
- ◆ Otro aspecto importante es que se pretende que esta investigación sirva de guía para todos aquellos que pretenden publicar un suplemento para universitarios, para evitar caer en los errores en que han caído algunas de las publicaciones existentes. Es necesario cuidar al máximo todos los detalles que comprende una publicación, ya que la palabra escrita deja una huella profunda, y eso se pudo comprobar a través del análisis histórico de la prensa en nuestro país, que se realizó en el segundo capítulo de esta investigación. Con esta afirmación podemos comprender que los alcances educativos de una publicación son muy amplios, y que es necesario contar con un equipo de colaboradores cuidadosamente seleccionado, para poder estar seguros de que no se deformará de ninguna manera el criterio del estudiante y que nuestra publicación está apegada adecuadamente a la realidad.
- ◆ Una de las grandes barreras con las que se enfrentó esta investigación fue, sin lugar a dudas, la falta de bibliografía especializada en materia de suplementos periodísticos, pero se contó con la valiosa colaboración de personas directamente relacionadas con este medio de comunicación, que

aportaron sus conocimientos y su experiencia personal, además de recomendar alguna que otra bibliografía un poco más específica, para que se pudiese llevar a cabo la investigación.

- ◆ Se pretende con esta investigación, sensibilizar a todos aquellos que tienen que ver directamente con la realización de publicaciones para universitarios: redactores, revisores, periodistas, autores de artículos, etc.; para que realicen un trabajo de calidad y brinden un servicio verdaderamente bueno a todos aquellos jóvenes serán los futuros profesionistas de México y que necesitan concientizarse y participar directamente en la sociedad, para lograr el cambio desde ellos mismos y así lograr la transformación de toda la sociedad.

- ◆ Se pretende también motivar a los profesionales de la educación, para que amplíen sus horizontes de trabajo hacia este sector de la sociedad, y puedan ayudar a la realización de periódicos para universitarios, ya que nos concierne también su educación, así como el escribir y trabajar dentro de estos suplementos, para ayudar a la formación integral del individuo, lo cual es nuestro objetivo como profesionistas.

- ◆ Esta investigación puede servir de base para la realización posterior de un suplemento periodístico para universitarios que, una vez analizadas las carencias y aciertos de algunos periódicos de este tipo, se pueda diseñar uno que equilibre los fines de los medios de comunicación a través de sus contenidos, y atienda directamente a los intereses del adolescente superior.

- ◆ Se pretendió también motivar a todos los profesionales de la educación para que trabajen duro en este campo, y así lograr un cambio en la sociedad a través de los medios de comunicación, los cuales tienen un alcance inimaginable y ante su influencia no podemos hacernos ciegos. Trabajemos

pues, en favor de la verdad y la defensa de los valores trascendentales del hombre, defendiendo plenamente su libertad y luchando por lograr el perfeccionamiento de los demás, comenzando por el propio. Recordemos que nadie da lo que no tiene, y si queremos lograr una perfección en los demás, debemos comenzar por nosotros mismos.

- ◆ La Pedagogía tiene una misión maravillosa, y esta investigación pretende demostrar, una vez más, que a la Pedagogía conciernen todos aquellos aspectos que influyen en la formación del ser humano. Donde hay un ser humano, está la educación presente, y donde se lleva a cabo la educación, ahí está presente la Pedagogía.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA.

1. ALBERT, Pierre
Historia de la Prensa.
Editorial Rialp,
España, 190 p.
2. BAGDIKIAN, Ben H.
Las Máquinas de Información: su repercusión sobre los hombres.
FCE., México.,
234 p.
3. CASTELLANOS, José
México engañado. Por qué la Prensa no Informa.
FCE.,
México, 1976.,
150 p.
4. CASTILLO, Gerardo
Los adolescentes y sus problemas.
Editorial Minos.,
Segunda reimpresión de la 11ª. Edición.,
México, 1995.,
232 p.
5. CASTILLO, Gerardo
Los padres y los estudios de sus hijos.
Editorial Minos.,
3ª. Edición.,
México, 1990.,
332 p.

6. CASTILLO, Gerardo
Padres y adolescentes.
Editorial Minos.,
México., 1990.,
152 p.

7. DICCIONARIO DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Tomo 1 y 2.,
Editorial Santillana.,
1ª. Edición.,
México, Mayo de 1983.,
1478 p.

8. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO ESPASA-CALPE
Tomo 16 y 19.,
Editorial Espasa-Calpe
Madrid, 1979.,
448 p.

9. GARCÍA HOZ, Víctor
Principios de Pedagogía Sistemática.
Editorial Rialp.,
10ª. Edición., Madrid.,
695 p.

10. GRAN ENCICLOPEDIA RIALP
Tomo 5, 6, 22.,
Editorial Rialp.,
Madrid, España.,
1240 p.

11. HENZ, Hubert
Tratado de Pedagogía Sistemática.
Editorial Kapelusz.,
Argentina, 1970.,
347 p.

12. HONHENBERG, John
Los Medios Informativos.
Publigráficos.,
México, 1988.,
386 p.

13. LUZURIAGA, Lorenzo
Pedagogía.
Editorial Losada.,
16ª. Edición.,
Buenos Aires, 1981.,
331 p.

14. MORAGAS, Miquel de
Teorías de la Comunicación.
Editorial Gustavo Gili.,
Barcelona, 1984.,
256 p.

15. NERICI, Imideo
Hacia una Didáctica General Dinámica.
Editorial Kapelusz.,
Argentina.,
598 p.

16. OTERO, Oliveros F.
Juventud, Reto y Promesa.
Editorial Minos.,
México., 1989.,
164 p.
17. PLANCHARD, Emile
La Pedagogía Contemporánea.
Editorial Losada.,
278 p.
18. RICCI BITTI, Pio, et.al.
La Comunicación como Proceso Social.
FCE.,
Mexico, 1986.,
198 p.
19. RIVERS, William
Periodismo: Prensa, Radio y Televisión.
Pax-México, 1969.,
175 p.
20. SARRAMONA, Jaume
Fundamentos de Educación.
Editorial Espasa.,
1990.,
456 p.
21. SCHILLER, Herbert I.
Comunicación de Masas e Imperialismo Yanqui.
Gustavo Gili.,
Barcelona., 1976.,
230 p-

22. TREJO DELARBE, Raúl
La Sociedad Ausente,
Editorial Cal y Arena.,
1ª. Edición, 1992.,
México, 244 p.

23. WATSON., Robert., LINDGREN, Henry Clay
Psicología de la adolescencia,
Editorial Trillas, México.,
461 p.

24. Suplemento Especial "*Universitarios*", perteneciente al periódico *Reforma*,
Publicación mensual, sólo para suscriptores de dicho periódico.

25. Suplemento Especial "*Juventudes*", perteneciente al periódico *Excelsior*,
Ediciones Especiales., 7 p.

26. "*El Ladrillo*", suplemento interno de la Universidad Iberoamericana.,
Publicación mensual., 6 p.

27. "*Caldero*", órgano de difusión de la Universidad Iberoamericana, Santa Fe.,
Publicación: tres veces al año., 20 p.

28. "*Algo más*", órgano de difusión de la Universidad Panamericana.,
Publicación Trimestral.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

1. ALTSCHULL, J. Herbert
Agentes de Poder: La influencia de los medios informativos en los asuntos humanos.
Publigrafics.,
México, 1989.,
305 p.
2. BOHMANN, Karin
Medios de comunicación y sistemas informativos en México.
Alianza Editorial Mexicana, CN para la Cultura y las Artes.,
México, 1989.,
166 p.
3. ESCRIVÁ DE BALAGUER, Josemaria
Camino.
Editorial Minos.,
23ª. Edición.,
Mexico, 1993.,
404 p.
4. VILLALPANDO, José Manuel
Didáctica de la Pedagogía.
UNAM.,
México, 1965.,
503 p.