



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"

ANALISIS DE LOS MENSAJES DE LA
REVISTA "BURBUJAS"



TESIS PROFESIONAL

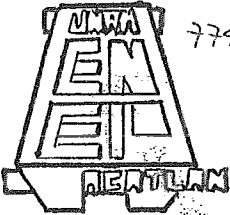
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A N :

7743224-5 MA. ENRIQUETA DEL CARMEN GALLART ARCE

7411790-7 IRMA ARACELI GUTIERREZ SANCHEZ

7743150-9 LIDYA STELLA RAMOS CARDONA



M-0027093

ACATLAN, ESTADO DE MEXICO

1985



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 mis padres:

CESAR GALLART VALENCIA

y

CARMIÑA ARCE DE GALLART.

A quienes debo la vida, la alegría
y la paz emocional.

A ustedes que entienden mi interés
profesional y nunca obstaculizan mi
camino; me permiten equivocarme y -
corregir. Comparten conmigo cada --
triunfo y se interesan por mí sin -
interferir en mis decisiones. A ---
ustedes, más que a nadie, les dedi-
co este paso en mi vida; es parte -
suya.

A mis hermanos:

CESAR

GINA

GERARDO

y

ARTURO

Porque he encontrado apoyo en -
ustedes, unión y compatibilidad.
Deseo que vivan este momento en
su vida y sean, como hasta aho-
ra, grandes personas y grandes-
profesionistas.

A mis amigas. ARACELI Y LIDYA.
Por muchos motivos; uno de ellos
por nuestra increíble amistad.

A ADRIANA
por tu amistad

A mis amigos,
Familiares y compañeros de
trabajo, porque han sido -
indispensables en el desa-
rrollo de mi vida personal
y profesional.

CARMIÑA.

Nuestro agradecimiento al
LIC. RAFAEL RODRIGUEZ CASTAÑEDA
asesor de esta tesis;
por sus aportaciones, correccio-
nes, amabilidad y paciencia.

A nuestros sinodales.

DR. ANGEL SAIZ SAEZ

LIC. HORTENSIA MORENO ESPARZA

LIC. MARIA DE LOURDES GOMEZ CASTELAZO

LIC. RENE CHARGOY GUAJARDO.

Por su tiempo, atención y observaciones.

A la Universidad,
maestros y compañeros
con gratitud.

A EDNA

Por su ayuda incondicional

ARACELI

LIDYA

CARMIÑA.

C O N T E N I D O

PROLOGO

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1.	
HISTORIA DE BURBUJAS	
1.1. Antecedentes en radio y televisión.	4
1.2. Surgimiento como revista	18
CAPITULO 2.	
DESCRIPCION DE LA REVISTA BURBUJAS	
2.1. Características21
2.2. Estructura23
2.2.1. Personajes24
2.2.2. Secciones27
CAPITULO 3.	
MARCO TEORICO Y METODOLOGIA32
3.1. Metodología de Daniel Prieto.42
3.2. Una metodología apropiada para Burbujas.58
CAPITULO 4.	
ANALISIS	
4.1. Análisis de Temas.76
4.1.1. Cuadro77
4.1.2. Conclusión84
4.2. Publicidad y Propaganda.86
4.2.1. Cuadro.89
4.2.2. Conclusión.89
4.3. Análisis del mensaje.90
4.3.1. Material didáctico	
4.3.1.1. Explicación del cuestionario básico.92
4.3.1.2. Cuadros, gráficas y conclusiones parciales110

4.3.2. Portada	
4.3.2.1. Cuestionario y explicación140
4.3.2.2. Cuadro y conclusiones parciales.146
4.3.3. Trabajo manual y cocina	
4.3.3.1. Cuestionario y explicación152
4.3.3.2. Cuadros, gráficas y conclusiones parciales .	.155
4.3.4. Entretenimiento	
4.3.4.1. Cuestionario y explicación174
4.3.4.2. Cuadros, gráficas y conclusiones parciales .	.180
4.4. Concentración total de resultados	
4.4.1. Porcentajes totales del contenido por revista.	.204
4.4.2. Porcentajes totales del contenido por pregunta .	
4.4.2.1. Cuadro general del cuestionario base205
4.4.2.2. Cuadro general del cuestionario de Trabajo manual y cocina.207
4.4.2.3. Cuadro general del cuestionario de Entretenimiento208
4.4.2.4. Cuadro general de las imágenes de las tres secciones209
 CAPITULO 5	
CONCLUSIONES212
 BIBLIOGRAFIA219

P R O L O G O

Resultó difícil, amigas, pero lo logramos. Logramos por fin terminar esta tesis. Y no quiero hablar primero de todos los obstáculos metodológicos que enfrentamos. No, antes quiero recordar los problemas personales que vivimos en esta etapa.

Saben bien que no me refiero a nuestra relación de compañeras de tesis, porque ante todo fuimos y somos amigas. Este trabajo es prueba de ello.

Existieron tantos problemas que nos unieron más y nos demostramos unas a otras que somos amigas por encima de todo. En este tiempo, largo por tantas circunstancias adversas, sucedieron cosas terribles y cosas increíbles.

Araceli... tu enfermedad fue determinante en tu vida; hospitales, medicinas, sufrimientos, angustia. Todos sabemos que fue el peor momento de tu vida. Tu familia, Fernando - entonces tu novio y ahora tu marido -, tus amigos tus compañeros de trabajo y cuanta gente te conocíamos, padecemos contigo.

Tu ansia de vivir, tu deseo de ser feliz y hacer felices a cuantos te rodeamos, tu angustia por terminar esta tesis (ahora suena gracioso, pero sé que era una de tus mayores preocupaciones), por todo eso, amiga, cuando por fin te recuperaste, después de casi un año, y la vida siguió su curso, la felicidad volvió a todos.

¿Y tú, Lidya? En el transcurso de este tiempo de preparación de tesis, vivimos la maravilla de los nacimien

tos de Lucy y Armandito, tus dos encantadores hijos, que al hacer un dibujo dicen estar haciendo "su tesis".

Tampoco fue fácil para ti atender las responsabilidades de esposa, de mamá y de tesis. Armando estuvo contigo al igual que tu familia y nosotras en momentos buenos y malos. Tu salud estuvo débil, pero tu carácter estuvo firme. Tuviste tantas preocupaciones y tensiones, pasaste momentos críticos y muchos más de inmensa alegría. Estás en plena realización de tu vida.

Todas quisimos alguna vez desistir. Pero he aquí - que hoy nos sentimos orgullosas de presentarnos a un examen profesional, el nuestro. Salvamos cada obstáculo para vivir este día. No solamente como estudiantes, quienes encontramos tal cantidad de requisitos y trámites que lo dejamos para -- "después" y ese día no llega nunca, sino como personas. - - Nuestra amistad fue como el eslabón que nos jalaba cada vez - que alguna quería renunciar a tanto esfuerzo. Hoy sabemos -- que fue súper haber trabajado juntas.

¡Lo logramos, amigas! Y les deseo con toda sinceridad que logren todo lo que se propongan, ya ven que no es imposible aunque las circunstancias sean adversas, y que cada día sea un éxito en su vida personal y profesional. Apliquen esta experiencia a cada momento, sean tenaces y admirables -- como hasta ahora.

No está de más mencionar lo difícil que fue terminar esta tesis, dejando aparte el lado personal. Tuvimos serias dificultades para adecuar la metodología a nuestra investigación. Esa fue la parte más laboriosa. Elaboramos cuestionarios al por mayor, los aplicamos en su totalidad y, al final, los echamos a la basura junto con muchas horas de trabajo. - Así muchas veces hasta encontrar el indicado. En fin, cada - página representó muchas horas de investigación, desvelos y -

consternación, porque aún en nuestros peores momentos no la abandonamos. Si cada página hablara, contaría una historia.

Gracias a todos quienes nos apoyaron, ya sea por permitirnos robar el tiempo a ellos dedicado; a quienes nos alentaban y a quienes nos aportaron conocimientos. Gracias a la Universidad que nos ofreció una carrera, a cada elemento que la vida puso en juego para llegar a este día. No los defraudaremos, es una promesa.

Por esto, y cada situación que vivimos para lograrlo, presentamos esta tesis con orgullo desmedido; es un trabajo hecho con tenacidad, estudios, emoción y satisfacción.

CARMIÑA.

INTRODUCCION

Elegir un tema para presentar una tesis y así lograr la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, no es tarea fácil. No se trata únicamente de pasar un requisito -- sin interesarse real y profesionalmente en un estudio serio, -- que además llegue a aportar algo, mucho o poco, sino cuando menos pretender sentar las bases de una investigación a la cual no se le da la importancia que tiene.

Nos encontramos ante una gran cantidad de mensajes de comunicación: cine, radio, televisión, prensa, publicidad de los cuales había que elegir un campo de estudio. Mos inte resó el terreno editorial y ante éste existen muchos caminos posibles: revistas femeninas, mecánicas, de labores manuales, historietas, masculinas, pornográficas, de entretenimiento, -- en fin, una gama variadísima de públicos y tratamientos de mensajes.

Nos enfocamos hacia el ramo infantil por varias -- razones. La más importante es que los niños son receptores -- abiertos a una extensa gama de mensajes, empiezan a conocer -- el mundo, todo lo que les rodea; son vulnerables, y aún no -- han desarrollado el criterio necesario, ni adquirido los --- conocimientos para discernir lo que les es útil y provechoso. Son seres moldeables propensos a un bombardeo de mensajes. -

Dentro de éstos, hay un público para revistas, no sólo his -- torietas cómicas, sino revistas especializadas con temas -- variados de cultura general. Al comenzar este estudio, -- existían tres que cumplían estos requisitos (Colibrí, - - Chispa y Burbujas). Al observarlas detenidamente, nos incli -- namos hacia Burbujas, dado que nos pareció la más atractiva, por ser un intermedio entre las historietas (dibujos y tex -- tos en globo) y las revistas infantiles educativas (Con gran

cantidad de información, textos en bloque y fotografías). ----
Burbujas nos pareció, de entrada, un intento por aportar información de manera atractiva por medio de los dibujos, personajes ficticios conocidos y aceptados por el público infantil.

La cantidad de niños que leen esta revista varía de 100 mil a 150 mil, aunque el margen marcado en la venta de una revista, es que por cada revista comprada, la leerán tres niños como mínimo. Este público comprendía desde la clase media baja en adelante y debían saber leer, por lo tanto tener un mínimo de 6 años. Además, tener el hábito de la lectura o comenzar a adquirirlo, ya que no es fácil sentar a un niño a leer acerca de temas científicos o históricos. El tratamiento de los mensajes debe ser diferente al de un libro de texto o enciclopedia. Por esa razón nos preguntamos qué elementos maneja este tipo de publicación para lograr captar ese público, además qué puede aportarles, enseñarles o cómo los mantiene entretenidos, y así conseguir que el padre de familia, o el comprador potencial, acepte comprarla mes tras mes.

Para poder aclararnos estas dudas, decidimos hacer un análisis de contenido de los mensajes de esta revista, e hicimos de esto el objetivo de nuestra tesis.

A partir de este momento, las cosas no fueron tan sencillas como lo imaginamos. En primer lugar, buscamos los orígenes de la revista, éstos se encontraban en radio y televisión. Después, entrevistarnos con los editores y conseguir la información necesaria. Una vez que tuvimos las revistas en nuestras manos, buscamos un método adecuado para hacer el análisis. Este trabajo, elaborado y laborioso, por tratarse de un análisis de una revista especializada entre el género informativo y entretenido, puede sentar las bases para - -

investigaciones futuras en este terreno.

Esta investigación requirió de un trabajo en equipo debido a que necesitaba compilación de información en radio, televisión y editorial. Después, hacer un análisis previo -- para buscar una metodología adecuada a la revista y, una vez encontrada ésta, aplicarla de manera práctica y objetiva. -- Así fue necesaria la elaboración de varios cuestionarios -- hasta llegar a los definitivos. La aplicación de éstos fue -- una tarea minuciosa y tardada. Había que analizar cada parte del artículo desde lo más obvio e insignificante, hasta lo -- más importante. Después cuantificar, graficar, comparar y -- con todo esto lograr una conclusión objetiva. Fue un trabajo arduo, pero satisfactorio.

CAPITULO 1.

HISTORIA DE BURBUJAS

1.1. ANTECEDENTES DE LA REVISTA BURBUJAS EN RADIO Y TELEVISION.

La revista Burbujas surgió como consecuencia del programa de radio "Burbujas" y de los programas de televisión "Odisea Burbujas", "Club Burbujas", "Foro Loco" y "TV o no TV" por lo cual nos remontaremos a la historia de éstos.

RADIO

El programa "Burbujas" se transmitió por primera vez el 6 de enero de 1979, por la emisora radiofónica XEW, como resultado del trabajo previo de su creadora, la Licenciada en Pedagogía Silvia Roche.

Ese trabajo consistió en lo siguiente: Silvia Roche presentó el proyecto en octubre de 1978 al señor Carlos - - González Cardoso, Gerente de Producción de dicha emisora, a petición de la señora Carmen Smith, directora del Departamento Literario. Entre ambos afinaron los detalles, aclararon bien el concepto del programa, buscaron actores que hicieran las voces de los personajes y definieron las características del programa naciente. El resultado se resume en un primer texto redactado por la Licenciada Roche, quien posteriormente lo -- presentó a la opinión pública con el propósito de difundir -- las características de este nuevo programa.

BURBUJAS

"Burbujas" no es simplemente un programa emocionante y dinámico, o una divertida serie. Es ante todo, un mecanismo de comunicación, que -

une al mundo fantástico y simbólico del niño con la realidad que lo rodea; para llevarle un mensaje de optimismo, de amor a la vida, de gusto por el trabajo y por el saber. Para establecer ese puente con el mundo infantil, lleno de ensueños y maravillas, se han elegido dos caminos: la música y seis personajes tan fantásticos y traviesos como la imaginación de los pequeños.

1.- Profesor A.G. Memelovsky. Científico algo sordo y distraído con alma de niño juguetero, incansable experimentador e inventor de extraños artefactos cósmicos. Representa la ciencia y el saber.

2.- Patas Verdes. Un sapo galán y simpático, elegante y bonachón, que deja su charquito porque desea superarse y aprender los secretos de la ciencia con el profesor Memelovsky. Siempre cuida con esmero a su ahijado Mimoso, un pequeño ratoncito. Representa la figura paterna, valiente, responsable, cariñoso y decidido.

3.- Mimoso Ratón. Es un travieso ratoncito, ahijado de Patas Verdes, que siempre anda en busca de golosinas. Es a quien todos quieren, escuchan cuando aprenden e intentan educar. Representa la infancia con todos sus pequeños problemas, inquietudes, temores y razonamientos.

4.- Mafafa Musguito. Lagartija fotógrafa extrovertida, audaz, coquetona y parlanchina; consejera de salud, siempre preocupada por el orden y la limpieza. Le encanta viajar por el mundo para saber más y conocer todo. Representa la chica moderna, profesionista y trabajadora.

5.- Pistachón Zig Zag. Abejorro reportero, que vuela veloz tras la noticia, -- siempre dispuesto a arriesgarse por un -- buen reportaje o por ayudar a otros. -- Representa al amigo en quien confiar, -- cumplido, leal y servicial.

Cinco personajes alegres y optimistas -- que a pesar de ser tan diferentes, con -- viven en armonía y trabajan en equipo -- para lograr las metas más difíciles e -- imposibles. Juntos parten hacia nuevos -- mundos, no para conquistarlos, sino para comunicarse con sus habitantes, para -- aprender de ellos o para ayudarlos a -- salir de algún aprieto. Pero no siempre les es fácil alcanzar su objetivo. De -- eso se encarga el villano de "Burbujas", contrincante de Memelovsky y sus amigos.

6.- El Ecoloco. Temible contaminador del ambiente y destructor del equilibrio -- ecológico. Odia el orden, la limpieza, -- la armonía, la tranquilidad, la alegría. Le encanta molestar, causar problemas de toda índole y, también, enfermedades. --

Representa la destrucción ecológica del mundo. A través de este personaje se -- intenta crear conciencia de los problemas ecológicos actuales y de cómo solucionarlos.

Casi tan importantes como estos personajes, son los fabulosos inventos del --- profesor Memelovsky:

LA REGADERA MICRO MATICA. Todo lo vuelve grande o pequeñito.

EL TOBOGAN DEL TIEMPO. Con esta máquina pueden desplazarse a cualquier lugar del pasado o del futuro.

EL POPOTITO 22. Una nave espacial activada con rayos del Sol, que los lleva a recorrer el Universo entero.

EL EXPRIMIDOR DE LIBROS. Con este artefacto pueden viajar hacia cualquier medio gráfico o bien traer personajes que les interese conocer.

EL AVIONOPTERO. Avión y helicóptero a la vez para conocer diferentes lugares - actuales.

En cierta forma, estas máquinas reemplazan al "Hada Madrina" con su varita mágica.

Con ayuda de ellas, casi todo puede lograrse, pero hay que aprender a manejarlas. -- porque en "Burbujas" no hay soluciones -- mágicas ni super-héroes infalibles. Todos

los personajes cometen errores y aprenden de sus experiencias, todos expresan sus emociones, pero controlan aquellas reacciones que pueden lastimar a otro.

Sin pretender dar cátedras de Historia, Literatura o Astrofísica, estos ingeniosos personajes, junto a sus aparatos, permiten ofrecer una noción básica de dichas ciencias y hacer llegar al corazón de los niños algún dato o mensaje de importancia, aunque, para lograrlo, se tenga que jugar con hechos y personajes reales.

"Burbujas" es un mecanismo de comunicación sin barreras de raza, nacionalidad, creencias o ideología, hecho a la medida de la pequeña física y de la grandeza personal de los niños. (1)

En diciembre de 1978, los productores grabaron el primer programa en el estudio "Agustín Lara" de la XEW. Fue transmitido el sábado 6 de enero de 1979 a las 9:00 a.m. Los actores elegidos fueron:

Mafafa Musguito	Aurora Alvarado
Pistachón Zig Zag	Arturo Laphan
Patas Verdes	Rodrigo de la Mora
Mimoso Ratón	Cristina Camargo (sustituido después por Rocío, Claudia Ivette y finalmente por el niño Arturo Rogel),

(1) Texto facilitado por la Licenciada Silvia Roche.

Profesor A.G. Memelovsky	Ramón López Carrasco,
Ecoloco	Jorge Castillo (siendo-
	después Arturo Laphan),
Animadora	Marina Isolda (desapare-
	ció el personaje a los-
	pocos meses).

Silvia Roche planteó los siguientes objetivos para el programa radiofónico:

- a) Dar a conocer a los pequeños el mundo que los rodea, el mundo de seres ante antepasados y una visión del que vivirán más tarde.
- b) Mostrarles los problemas que enfrenta una ciudad y los riesgos que se corren de no ser resueltos.
- c) Darles nociones de los alimentos que deben procurarse por sus valores nu-tritivos.
- d) Incitarlos a la práctica cotidiana -- del deporte. (2)

Las secciones fijas del programa eran:

1).- SECCION DE EJERCICIOS El suelta burbujas es - un aparato que les indica a los personajes, mediante las - - burbujas, un lugar a visitar para que ellos proporcionen información del mismo y realicen ejercicios físicos, invitando a -

(2) Objetivos dados a conocer mediante una entrevista concedida a este grupo de investigación.

los niños a imitarlos.

2).- SECCION DE CONCURSOS. La realizan con el fin - de establecer comunicación escrita o telefónica con los peque- ños y medir la retroalimentación. Los niños ganadores son - premiados con productos de consumo infantil.

Los concursos telefónicos son:

a) Adivinanzas. Un personaje dice una adivinanza y niños llaman para contestarlas.

b) Marcadores de competencias deportivas. El locu- tor anuncia un partido entre dos equipos. Los niños llaman - para pronosticar al ganador.

c) Personaje misterioso. Dan algunas característi- cas de un personaje, que bien puede ser humano o tratarse de- un objeto, y el pequeño debe descubrir de quién o de qué se- trata

d) El misterioso caso de... Se lee un relato y, al finalizarlo, les hacen preguntas al respecto para medir la -- atención del niño.

En los concursos por correspondencia se premian -- las mejores cartas y consisten en lo siguiente:

a) La historia inconclusa. Leen el principio de un cuento y los pequeños deben terminarlo.

b) Escribir un cuento. Les dan un tema y los chicos lo desarrollan.

c) Dibujos. Les leen un cuento y los radioescuchas-

dibujan algo de acuerdo al tema.

3).- SECCION DE URBANIDAD Y CIVISMO. En contraposition al Ecoloco, los demás personajes exponen los peligros de la contaminación y dan consejos para transitar en las - - calles.

4).- SECCION DE MATEMATICAS. El personaje Muéganos es un vendedor que maneja esta sección, y como tal realiza y explica las operaciones matemáticas.

5).- SECCION ALIMENTICIA. Los personajes dan recetas para el desayuno, mencionando los valores nutritivos.

6).- SECCION AVENTURA-INFORMACION. Dan a conocer - personajes históricos, mitológicos, legendarios y viajan al micro y macrocosmos.

Los invitados o temas tratados fueron los siguientes:

<u>No. de programa</u>	<u>INVITADOS O TEMAS</u>
1	Melchor, Gaspar y Balta\$ar.
2	Madre Naturaleza y célula
3	Luis Pasteur y vaca
4	Marciano y gallina
5	Sanson y araña
6	Hormiga
7	Cleopatra y escarabajo
8	Sol y sapo
9	Pitágoras y Lagartijas
10	Arroz
11	Nerón
12	Júpiter
13	Uga-Uga (cavernícola)
14	Robinson Crusoe

15	Patriarca Noé
16	Asteroide Geres
17	Chopin
18	Abejita
19	Rey Arturo
20	Campesino de Xochimilco
21	Gengis Can
22	Bacilo Búlgaro y estreptococo termófilo.
23	Fígaro y Barbero de Sevilla
24	Mercurianos
25	Sabio Salomón
26	Neurona
27	Jarocho
28	Maria Antonieta
29	Ripp Van Winkle
30	Atomo
31	Albert Einstein
32	Venusianos
33	Atlas
34	Beethoven
35	Thomas Alva Edison
36	Urano
37	Amibas
38	Diógenes de Sinope
39	Mayas
40	Cristóbal Colón
41	Razas del mundo
42	Muela y estreptococo
43	Copérnico
44	Benjamín Franklin
45	Orville y Wilbur Wright
46	Francia
47	España
48	Santa Claus
49	Patos
50	Reyes Magos

51	Nabucodonosor (historia reloj)
52	Penicilina
53	Teófilo Daimler
54	Cometas
55	Mozart
56	Luna
57	Arco Iris
58	Patito feo de Andersen
59	Pilatre de Rosier y Marqués- de Arlandes
60	Pasteur
61	Hermanos Lumière
62	Shakespeare
63	Juan Sebastián Bach
64	Hermanos Grimm
65	Guillermo Marconi
66	Los tres Mosqueteros de Dumas
67	Galileo Galilei
68	Marco Polo
69	Tchaikóvsky
70	Semillita
71	Cenicienta
72	Zeus
73	Alejandro Graham Bell
74	Robinson Crusoe de Defoe
75	Tales de Mileto
76	Isaac Newton
77	Viajes de Gulliver de Swift
78	Boca
79	Australopiteco
80	Constelación
81	Pinocho
82	Cri-Cri
83	Lawrence de Arabia

84	Hojas y Formas
85	Sentido de la vista
86	Esquimal
87	Mosco
88	Brujas
89	Sherlock Holmes de Doyle
90	Corazón
91	Sangre y glóbulos
92	Gutemberg
93	La bella durmiente de Perrault
94	Pierre y Marie Curie
95	Rodolfo el Reno
96	Año nuevo y Año viejo
97	Reyes Magos
98	País Golosinas
99	Alejandro Magno
100	El gato con botas de Perrault
101	Liszt
102	Pulmón
103	Juanito y los frijoles mágicos
104	Hans Christian Andersen
105	Nube y Rayo
106	Helena de Troya
107	Personajes de pequeños
108	Personajes de Pequeños
109	Mundo submarino
110	Gotita de Agua
111	Bosque encantado
112	Alberto Schweitzer
113	Alberto Schweitzer
114	Ojos
115	Atmósfera
116	Ozono
117	Circo

118	Hércules
119	Félix Mendelssohn
120	Eclipses de Sol y Luna
121	Pegaso, Belofonte y Quimera
122	Isadora Duncan
123	Oso Panda
124	Norbert Casteret
125	Rapunzel
126	Aurora Boreal y David y Goliat
127	Fernando de Magallanes
128	Otis
129	Estrellas dobles
130	Especial de 4 horas de Navidad
131	Tercer Aniversario

7).- SECCION DE DESPEDIDA. Se lee la lista de ganadores de los concursos y los participantes se despiden.

El programa radiofónico se transmitió todos los sábados a las 9:00 a.m. por la XEW. En un principio duraba cuatro horas, después se redujo a la mitad. De esas dos horas una y media correspondía al material grabado y el resto se transmitía en vivo.

En marzo de 1982, salió del aire el último programa radiofónico de "Burbujas", debido a los altos costos de producción en relación a otros programas de la misma emisora.

TELEVISION

El programa televisivo, que desde sus inicios se -- transmitió los domingos de 9 a.m. a 10 a.m., salió al aire -- seis meses después de haberse transmitido por primera vez en radio, esto fue el 2 de julio de 1979. Los mismos actores de radio dieron vida a los personajes frente a las cámaras de -- televisión, con disfraces diseñados por Moisés Velasco. El -- primer productor fue el Señor Morales, pero posteriormente -- Enrique Segoviano asumió la producción y la dirección defi -- nitiva.

En marzo de 1980 surgió "Club Burbujas", programa -- de televisión sabatino que se transmitía de 2:30 p.m. a 3:30- p.m. En él se invitaba a los niños a pertenecer al Club, -- inscribiéndose en una de las cinco diferentes brigadas, -- cuyo objetivo era ayudar al mejoramiento de las condiciones -- de vida. A cada personaje le correspondía una de las siguien -- tes brigadas:

- 1).- BRIGADA DE ARBOLES. Pistachón Zig Zag enseñaba a los niños las características de un árbol, las ventajas de tener uno y la manera de plantarlo y cuidarlo.
- 2).- BRIGADA DE AGUA. Patas Verdes y Mimoso mostraban la importancia de este líquido vital y las precauciones para no desperdiciarlo.
- 3).- BRIGADA CIUDAD LIMPIA. El profesor Memelovsky daba nociones de urbanismo, respeto a las -- construcciones y aprender a tener limpia la -- ciudad y a no contaminar.
- 4).- BRIGADA DE SALUD Y BELLEZA. Mafafa daba consejos para mantenerse saludable y bella ejercitando el cuerpo.

5).- MUGRE BRIGADA. El Ecoloco decía lo contra --
rio a todas las brigadas, dedicándose más a la
contaminación.

Los niños escribían cartas en las que contaban lo -
que hacían para pertenecer a cada brigada. He aquí algunos -
ejemplos de las cartas dirigidas a cada personaje.

Pistachón:

Yo veo tu programa todos los sábados, y también los lunes, martes,
miércoles, jueves y viernes. Para la brigada árboles te aconsejo
que le pongas a tu árbol una bolsa grande con agujeros pintada
de manera que parezca basura y a florencio que la escondas.

Porque tal vez el ecoloco la destruya.

Mi nombre es Jesús Vázquez Bustos, y vivo en Calle Díaz
Mirón ma 300 Col. nvo. terreno en Torreón, Coah.

a 6 de Marzo de 1980

Querido y estimado pistachon zic zac
te escribo estos cuantos renglones para saludarte
y pedirte que cantes el juego de los nombres
y cielo botar por la brigada de los árboles
porque se que tu los cuidarás muy bien tengo
13 años y estoy en sexto año A y no me gusta
tener mugre ni estar sin bañarme por eso me
uno a sus brigadas para acabar con el ecoloco
y se despide de ti tu amigo que no se pierde
ni un solo programa:

José Manuel Delgado M

H. Puebla de Z. a, 29 de febrero de 1980

Club Buzujas
Ayuntamiento 52.
Mexico 1 D.F.

Queridos Amigos:

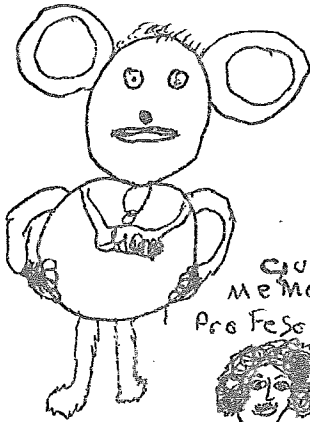
Quiera entrar a Todas las brigadas
la de mafta, la de Pistachon,
la de Patas Verdes etc menos
la del eco loco quisieran que
me mandaran fotos y avtografos
Tengo 10 años me llamo
Eugenio Siempre recuerda con
emocion las aventuras y programas
que pasan por la Te la l.e.s.
ruego que me disculpen las
tachones se los agradezco

Reciban el cariño y la gratitud
de su mejor amigo

Gracias

Eugenio Malpica S.

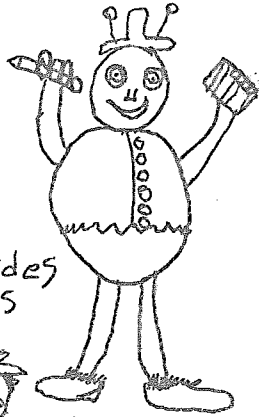
MIMOSO



Ma Fa Fa



Pistacho



Qui
Me Me los
Pro Fesor



¿eres
Patas



EDGAR

Yo que tan
to los
qui era
qui ciera
ser mas
que amigo
yo los
ciera
EDGAR

un ver
so pa
ra
uste
dos

El objetivo del programa, según afirmaba la - - -
Licenciada Roche, era concientizar a los pequeños de los pro-
blemas cotidianos de una ciudad, darles soluciones y permitir
les una participación en lo que, en definitiva, son problemas.

El programa desapareció cinco meses más tarde, dado
que hubo un cambio en la programación del canal 2.

Otro programa de "Burbujas" fue "Agencia S.O.S., --
S.A.", que consistía en una serie de capítulos continuados en
los cuales desarrollaban una aventura. Los protagonistas eran
los propios personajes de "Burbujas", quienes tenían una --
agencia donde ayudaban a resolver problemas a quien los soli-
citara. Este programa tocó a su fin cuando terminaron los --
capítulos previamente establecidos por su productor.

"TV o no TV", fue un programa de transmisión diaria
por el canal 2 a las 2:30 p.m., que se basaba en las peripe -
cias sucedidas en un estudio de grabación. Aparecían el --
director, los personajes de "Burbujas", los camarógrafos, los
tramoyistas y todos los recursos humanos y materiales de un -
foro. Se grababan diversas secciones informativas, cultura -
les y de entretenimiento. Después, con ese mismo concepto --
surgió "Foro Loco", en el que existían también secciones ---
informativas. Aparecía diariamente al aire, pero posterior -
mente sólo se transmitió los sábados en la tarde.

La última de estas series salió de la programación
en noviembre de 1981, dado el alto costo de producción por --
programa. En octubre de 1984 desapareció "Odisea Burbujas",
finalizando así esta serie de programas.

1.2. SURGIMIENTO COMO REVISTA.

Silvia Roche afirmó que dada la aceptación en radio

y en televisión, y de otros productos colaterales, tales como discos, playeras, etc., los ejecutivos de la División Editorial de Televisa decidieron crear la revista llamada Burbujas la cual fue publicada por primera vez en diciembre de 1980, por la empresa PROVENEMEX, S. A. de C.V., filial de la propia Televisa.

Agregó que durante la organización previa al lanzamiento, los editores decidieron que el objetivo sería enseñar entreteniéndolo, y de esa manera mantener la atención y hacer posible el aprendizaje. La delimitación de lectores fue de 6 a 12 años, o sea, niños que cursaran la instrucción primaria.

La primera revista estuvo compuesta por cuatro pliegos: dos en color y dos en dos tintas, totalizando 64 páginas. El tipo de letra era de 8 en 10 puntos.

De acuerdo a los proyectos, las secciones responderían a las características psicológicas de cada personaje. Estos abarcarían un promedio de dos páginas al tratar cada uno de sus temas. Las ilustraciones deberían ser llamativas y el contenido mismo de la revista debería abarcar todas las áreas posibles del conocimiento humano. De ese modo, se plantearon las secciones básicas de cada personaje de la siguiente manera:

MAFAFA MUSGUITO.

Fotografía, vestidos regionales, cocina, salud y belleza, primeros auxilios, poemas, cuentos y mitología.

PISTACHON ZIG ZAG

Periódico "El Chisme Cachetón", personajes intrépidos-crucigramas, adivinanzas,

geografía, juegos, obras de teatro y mitología.

PATAS VERDES

Civismo, botánica, trabajos-manuales, magia, instrumentos musicales, profesiones y -- oficios.

MIMOSO RATON

Páginas para colorear, laberintos, rompecabezas, encontrar errores, o sea, entretenimientos.

PROFESOR MEMELOVSKY

Editorial, fábula, inventos, personajes célebres, cuestionarios, ciencia aplicada, - universo, fenómenos naturales cuentos y mitología.

ECOLOCO

Cuentos en los que los pillos aparentemente vencerán, malos consejos, etc.

A lo largo de la vida de la revista, se observa que estas secciones fueron ampliadas, modificadas o desechadas. - Para ello, los editores se basaban en estudios realizados -- sobre los gustos de los niños.

La producción está a cargo de Publilat, la impresión es realizada por Reproducciones Fotomecánicas, S. A. y es - - distribuida por Distribuidora Intermex, S. A.

CAPITULO 2.

DESCRIPCION DE LA REVISTA BURBUJAS

2.1. CARACTERISTICAS.

La revista mide 27 x 20.5 centímetros. Consta de portada, contraportada y una cantidad variable de páginas interiores. Las dos primeras son de papel couché de 110 gramos. En la portada aparece el nombre de la publicación, el número de aparición, el precio en moneda nacional y en dólares, así como un dibujo en color de los personajes de "Burbujas", y textos alusivos al contenido. La contraportada la segunda y tercera de forros, son siempre anuncios publicitarios; y las páginas interiores son mitad de papel couché de 60 gramos o baxter a color, y mitad de papel rotopipsa o baxter en dos tintas. La distribución es la siguiente:

<u>PORCENTAJE</u>	<u>TIPO DE PAPEL</u>	<u>TINTAS</u>
12.5%	couché o baxter	4/4
25 %	rotopipsa o baxter	2/2
25 %	couché o baxter	4/4
25 %	rotopipsa o baxter	2/2
12.5%	couché o baxter	4/4

El montaje de las hojas es "a caballo" (1) unidas por dos grapas.

La revista incluye una temática variada en cada artículo, los personajes corren una aventura, ya sea al relacionarse con otro personaje, visitando los lugares referidos o platicando con los objetos presentados. En ocasiones, el-

(1) Se pone un pliego de 16 páginas sobre otro de manera que cubre las primeras y las últimas páginas de una revista.

protagonista se limita a exponer el tema.

Cada artículo abarca un promedio de dos páginas y, ocasionalmente, si el tema lo requiere, se extiende a tres o más. Todos los artículos van ilustrados con el personaje de "Burbujas" y el objeto, animal o protagonista del tema.

Las páginas de papel couché o baxter son en color - y las de papel rotopipsa o baxter son en dos tintas, lo que - significa que tienen un PMS (2).

En ocasiones, al finalizar cada artículo se agregan las "palabritas domingueras", que son definiciones de algunas palabras según el diccionario.

PROCESO DE ELABORACION: La publicación se prepara - con tres meses de anticipación y se realiza de la siguiente - manera:

Se reúne el equipo de redacción para distribuir las páginas por personaje y el color que les corresponde. Después se proponen los temas y se les asignan a los escritores.

Una vez redactados los artículos, la Dirección los - revisa para su autorización y los envía a la Gerencia de -- Edición.

El Departamento de Arte diagrama e ilustra cada -- página. Envía los artículos al Departamento de Producción -- para hacer la fotomecánica, la selección de color y las -- pruebas azules (3) para continuar con la impresión y la --

(2) El PMS es el color especial.

(3) Las pruebas azules o pruebas de rol son la manera como -- quedan armados los pliegos y todavía aceptan corrección.

entrega de ejemplares a los distribuidores. Cada paso es -- supervisado por la dirección de la revista.

2.2. ESTRUCTURA.

Describiremos la revista de acuerdo con los elementos que la componen:

Tiene dos partes sobresalientes: los personajes de "Burbujas" y las secciones que cada uno tiene a su cargo.

En radio y televisión, los personajes actúan en -- grupo y juntos viven las situaciones a las que se enfrentan.- Eso no sucede así en la revista, en la que cada uno juega un rol específico, brindando mensajes particularmente.

HISTORIA DE LA REVISTA BURBUJAS DENTRO DE "BURBUJAS"

Cuando la revista surgió, parte del público infantil conocía a los personajes gracias a la radio y a la televisión; por esa razón, los personajes aparecen sin presentación previa- y con secciones ya asignadas.

"Burbujas" comenzó cuando los personajes se reunieron por primera vez. La historia de su integración como grupo -- apareció en el primer programa de radio (4) de la siguiente -- manera:

El profesor Memelovsky, un científico distraído, al estar trabajando en su laboratorio, se dio cuenta de que necesitaba ayudantes para sus investigaciones. Fue -

- (4) Este programa se transmitió por primera vez el 6 de enero de 1979.

así como se le ocurrió poner un anuncio en el periódico solicitando "Un experto en pedagogía, con excelente presentación servicial y apuesto, con disposición -- para viajar en cualquier momento y sin problemas de horario". Pero como el -- profesor es muy distraído, en vez de -- solicitar a la persona antes descrita, publicó el siguiente texto: "Tener la -- nariz fría, no usar pantalón, ser verde como el pasto, saber volar como hoja al viento y sin pretensión de honorarios".

Acudieron a ese llamado Patas - - Verdes, Pistachón Zig Zag, Mafafa Mus - guito y Mimoso Ratón. Fue entonces -- cuando Memelovsky se percató de su error, pero al no tener otra opción, los con - trató.

Con su invento "Regadera micro- - mática", los transformó a tamaño humano. Les mostró su laboratorio con todos sus inventos, indicándoles su funcionamiento y su utilidad. Después se presenta el Ecoloco, antagonista (5) de los Burbujos, cuyo lema será "mugre, basura y -- esmog" (6).

2.2.1. PERSONAJES

"Burbujas" tiene seis personajes nacidos de la imaginación de su autora. Sólo dos de ellos son humanos y los-

(5) Definición de antagonista, el contrario de protagonista.

(6) Revista Burbujas año 3 No. 2

cuatro restantes son animales, pero con características humanas: seres racionales que se expresan oralmente y poseen sentimientos afectivos similares a los del hombre.

Cinco de ellos son personajes "buenos" (7) y sólo uno, el Ecoloco, es catalogado como "villano" (8)

2.2.1.1. PROFESOR A.G. MEMELOVSKY.

Es el personaje más importante por ser el líder del grupo. Es un científico estudioso de todas las ciencias; es el inventor de los aparatos utilizados en "Burbujas". Su edad no ha sido precisada, pero a juzgar por su aspecto físico parece tener más de 70 años. Su cabello es color naranja, usa bata amarilla, corbata de moño, guantes blancos y tiene bigote. Nació en San Burundango de Chinconcuac.

Tiene un laboratorio donde guarda sus inventos. Es un hombre distraído, algo sordo y soltero. Su expresión característica es "Por San Burundango de Chinconcuac".

2.2.1.2. PATAS VERDES

Es un sapo adulto, "galán simpático" (9). Viste chaleco rojo, corbata y sombrero de copa, y le gustan las hojitas de col. Vive en un charco aunque, como todos los personajes, siempre anda viajando, conociendo y explorando. Es aprendiz de científico y padrino de Mimoso Ratón. Sus expresiones características son "croac", "jo,jo,jo" y "por las mil lombrices".

(7) y (8) La creadora de "Burbujas" asigna el rol de bueno a los personajes que aconsejan el cuidado del medio ambiente y exaltan los valores humanos. El rol de "malo" lo juega el que predica lo contrario.

(9) Así se describe en la canción "Patas Verdes". Disco No. 1

2.2.1.3. PISTACHON ZIG ZAG.

Es un abejorro joven. Usa camisa, chaleco y corbata de moño. Es el reportero estrella del periódico "El Chisme - Cachetón". Vive en un panal, le gusta el agua de tamarindo y la miel. Su expresión característica es "oy,oy,oy" (10).

2.2.1.4. MAFafa MUSGUITO.

Lagartija joven, fotógrafa de profesión. Usa un vestido rosa con corazones amarillos y un moño en la cola y otros dos en el cabello. Siempre trae consigo una cámara.--- Es "alegre, coqueta, audaz e inteligente" (11). Vive en una barda. Sus expresiones son "¡Hola, guapos!", "¡chicos!" y "¡jua,jua,jua,!".

2.2.1.5. MIMOSO RATON.

Ratón chiquito de 4 ó 5 años de edad. Tiene el -- tamaño de un niño. Es color amarillo, trae un chupón y un -- babero que lleva su nombre. Usa zapatos color naranja.

Es tierno, juguetero y curioso. Le gustan las golosinas. Es ahijado de Patas Verdes. (12)

2.2.1.6. ECOLOCO.

Su verdadero nombre es Rododendro Peluche. Es el enemigo de los Burbujos (13), aunque nunca les llega a hacer daño directamente. Su manera de molestar es contaminar el -- ambiente: tira basura, acumula mugre y contamina el aire.

(10) Letra de la canción "Pistachón".

(11) Letra de la canción " Mafafa".

(12) Letra de la canción "Mimoso."

(13) Nombre con el que también son denominados por su creadora y mismo que utilizamos para designarlos.

Al igual que Memelovsky, es un personaje humano. Usa el cabello largo y despeinado, trae bigote y hace bizco. Viste una bata negra con mangas y cuello color morado. Usa sombrero grande con una calavera al centro. Da malos consejos a los niños, vive en una mugre-guarida y se transporta en su mugre-móvil. Su expresión típica es "¡Tortas y retortas!" (14).

Según las cualidades de cada personaje, fueron designadas las secciones.

2.2.2. SECCIONES

La revista Burbujas se compone de diversas secciones algunas fijas y otras variables. Estas secciones varían de acuerdo a las características de cada personaje, por lo que cada uno tiene un área definida a su cargo.

2.2.2.1. Editorial La revista se inicia con una página editorial, en color, escrita por el profesor Memelovsky. En esta sección se tratan temas como la patria, el amor, la lealtad, el respeto, la felicidad, etc.

2.2.2.2. Trabajo manual. Se dedican algunas páginas en las que se lleva a cabo una actividad manual. El texto explica por pasos la elaboración y se ilustra.

2.2.2.3. Super entrevista a la Zig Zag. Esta sección se llamaba anteriormente "El Chisme Cachetón". Es una entrevista realizada por el reportero Pistachón a un personaje famoso, ya sea real o imaginario, legendario o mitológico. También realiza entrevistas a objetos y animales, los cuales hablan y se describen a sí mismos. La entrevista puede realizarse en cualquier época, ya sea el

(14) El Ecoloco también se describe él mismo en sus canciones: "Tema del Ecoloco", disco No. 1 y "Mugre, basura y esmog", disco No. 2

pasado, presente o futuro. Incluye un dibujo del entrevistado, junto con el reportero y con algún detalle relacionado -- a lo que ellos platican. Comienza con una pequeña introducción hecha por Pistachón, que sitúa la entrevista y después -- se sigue el método pregunta-respuesta. Es de dos páginas, -- una en color y otra en dos tintas.

2.2.2.4. Artículo informativo. Es de dos páginas -- en color, tratado por Patas Verdes, quien presenta temas relacionados con la naturaleza, animales, botánica, etc. Este artículo es meramente informativo y, como el resto de los -- artículos, va ilustrado de acuerdo al tema tratado.

2.2.2.5. Artículo de Mafafa. Escrito en dos páginas en dos tintas. Trata diversos temas, pero regularmente -- habla de mujeres famosas. Ocasionalmente propone trabajos -- manuales. El artículo incluye ilustraciones en que Mafafa -- aparece vestida de acuerdo a la época y a la situación en que se encuentra.

2.2.2.6. Artículo del Profesor Memelovsky. Escrito en dos páginas en dos tintas. En esta sección, se habla de -- algunos inventos o de investigaciones especiales.

2.2.2.7. Secciones de Mimoso. Abarca un promedio de nuevas páginas en dos tintas, las cuales están destinadas exclusivamente al entretenimiento. En ellas se incluyen dibujos para colorear, para completar, para coordinar, cuentos -- pequeños, laberintos, etc.

2.2.2.8. Conoce el mundo en fotografía. (Después -- Click, click, sonrisita por favor). Sección en la que Mafafa presenta fotografías de algún país o ciudad, y destaca --

sus principales atractivos turísticos, su economía, su situación geográfica y su importancia en general.

Dada la profesión de Mafafa, fotógrafa profesional, viaja continuamente y fotografía todos los países y lugares que visita, mostrándolos luego en sus artículos, los cuales se manejan como una plática en la que la lagartija cuenta sus andanzas, destacando monumentos, museos y lugares atractivos del lugar visitado. Ocasionalmente se realiza un montaje en la fotografía, de tal forma que Mafafa aparezca también, simulando estar presente en ese lugar, y en ocasiones viste el traje regional del país. Cabe aclarar que este artículo de dos páginas va ilustrado a todo color.

2.2.2.9. Muñeca para recortar. A cargo de Mafafa, también son dos páginas en color. En la primera parte, nos habla de alguna región o país destacando aspectos de importancia. En la otra página se encuentra una muñeca Mafafa vestida con traje regional. Ocupa toda la hoja y es para recortar.

2.2.2.10. Secciones de belleza y salud. A cargo de Mafafa. El número de páginas es variable, pues la sección no es fija. Cuando aparece, habla de consejos tales como los cuidados para tener un cabello hermoso, un cutis sano y bello y para mantener una buena figura, etc.

2.2.2.11. Primeros auxilios. Es también una sección variable de Mafafa. En ella se brindan consejos para prevenir pequeños accidentes caseros. Se presenta ilustrado.

2.2.2.12. Cocina Una página en color también a cargo de Mafafa, en la que da recetas para preparar platillos. Se presenta como cualquier receta normal: ingredientes y procedimientos.

2.2.2.13. Juego central. Sección variable de Mafafa. Abarca dos páginas centrales en color. Se presenta un -- tablero de un juego de mesa, pero con algunas modificaciones y un pequeño texto explicativo de las reglas del juego. Esta sección es de entretenimiento.

2.2.2.14. Cuento. Anteriormente esta sección estaba a cargo de Mafafa, después pasó a ser de Patas Verdes. En estas páginas se relata un cuento clásico pequeño adaptándole la participación del relator.

2.2.2.15. Páginas de Zoología Dos páginas en color en las que Patas Verdes trata temas variados, pero siempre -- relacionados con los animales. Se relata una historia en -- forma de aventura, donde el sapo tiene participación activa. Brinda información de las condiciones en las que vive un --- animal: dónde habita, de qué se alimenta, cómo vive, etc.

2.2.2.16. Páginas de Botánica. Dos páginas en dos -- tintas dedicadas a las plantas, además muestra cómo son y para qué sirven.

2.2.2.17. Qué sabes de... Sección de dos páginas en color o endostintas de Patas Verdes. Son pequeñas cápsulas informativas de diferentes temas.

2.2.2.18. Sección de vialidad. Abarca de una a tres páginas. Patas Verdes da consejos para cruzar las calles, -- explica las señales de tránsito, etc.

2.2.2.19. Cuento. En esta sección, el sapo cuenta -- una pequeña historia o fábula. En ocasiones él participa en el cuento y en otras únicamente funge como relator.

2.2.2.20. Sección de magia de Patas Verdes. Esta -- sección aparece pocas veces. En ella se enseña a los niños -- pequeños trucos de magia para jugar.

2.2.2.21. Secciones variadas. Aquí se relatan pe -- queñas aventuras de Patas Verdes. También puede aparecer la -- sección "Cuando era renacuajo". Esta se presenta en color o -- dos tintas.

2.2.2.22. Páginas del Ecoloco. Inicialmente eran -- dos páginas reduciéndose a solamente una en dos tintas. El -- Ecoloco aconseja a los niños que no se bañen, que tiren basu -- ra, etc. Además habla de animales dañinos, dónde viven, qué -- comen y porqué pueden ser peligrosos. También ilustra sobre -- la contaminación y la basura.

2.2.2.23. Sección Universo. Son dos páginas a cargo -- de Memelovsky. Habla sobre las maravillas del Universo tales -- como las estrellas, constelaciones, etc., explicando a los -- niños los fenómenos que se dan en el espacio; para ello se -- basa en datos científicos.

2.2.2.24. Ciencia aplicada. El profesor hace un ex -- perimento físico, explicando a los lectores el porqué de deter -- minado fenómeno. El experimento se relaciona con la física, -- dando paso por paso el procedimiento con instrucciones e --- ilustraciones.

2.2.2.25. Fábula. En esta parte, Memelovsky abarca -- una o dos páginas. Da a conocer algunos inventos, también -- habla de algunos inventores y de la forma en que hacen sus -- descubrimientos. Se informa sobre personajes importantes y -- sus aportaciones a la ciencia.

2.2.2.26 Fenómenos naturales. Memelovsky explica -
el porqué de los fenómenos naturales como las auroras borea-
les, el arco iris, etc.

CAPITULO 3

MARCO TEORICO Y METODOLOGIA

Una vez elegido nuestro objeto de estudio, procedimos -- a la delimitación de la muestra: tomamos seis números de los 25 publicados al momento de iniciar nuestra investigación, al ternando desde el primero, de cinco en cinco con excepción del último, pues la revista No. 25 correspondiente al mes de -- diciembre, fue una edición especial de Navidad, por lo que no resultó representativa para nuestro análisis. Nos referimos a las revistas Nos. 1,5,10,15 y 24.

Nuestra muestra fue elegida tomando desde el primer número, por ser éste el inicio de la publicación y poder observar los cambios operados en el transcurso de los siguientes números. Estos fueron seleccionados de cinco en cinco, para -- cubrir los números publicados hasta la fecha de inicio de este trabajo. Consideramos que las seis revistas eran representativas pues sumaban un total de 392 páginas, mismas que de -- bían ser analizadas minuciosamente. Esta muestra fue sufi - ciente para conocer los elementos de la revista Burbujas.

Después de la minuciosa lectura de cada artículo, buscamos la metodología que se adecuara a nuestros objetivos de inves tiguación, para hacer un análisis de contenido. El cual debe- ser objetivo, sistemático y cuantitativo para poder medir el- contenido manifiesto de un texto cualquiera.

Según Berelson, para que la técnica resulte objetiva, es necesario que las categorías empleadas para analizar el conte- nido sean correctamente definidas, de manera que cobren igual significación para investigadores diversos que se ocupen del mismo problema. Sólo a partir de las mismas definiciones, - investigadores diferentes estarán posibilitados para llegar a conclusiones si no iguales, parecidas (1). Que la técnica -- (1) Berelson, Bernard. Análisis de Contenido. Selección de - Lecturas. ENEP, ACATLAN. pp. 34-38.

sea objetiva significa también, la necesidad de evitar categorías y términos evaluativos por ser éstos subjetivos y, por tanto, cambiantes con gustos y modas.

Que sea sistemático significa establecer previamente un plan no prejuiciado; es decir, seleccionar únicamente aquellos elementos del contenido que corresponden a nuestras hipótesis de trabajo, describiendo a los que no se adecúan.

El término cuantitativo se refiere a la enumeración, a la distribución de frecuencias en tablas de contingencia, en coeficientes de correlación, en proporciones y porcentajes de varios tipos.

Por contenido manifiesto, entendemos lo que se dice en el mensaje, lo que se puede leer en las líneas y no entre ellas. Por otra parte, el término manifiesto, asegura Danielson, es relativo e indica un área del significado en el que tradicionalmente los analistas de contenido han tratado de trabajar.

Así, para demostrar y comprobar la validez de los resultados en un trabajo de análisis de contenido, se requiere, -- primero, definir correcta y universalmente las categorías empleadas; en segundo lugar, citar las fuentes a fin de proporcionar evidencias y, por último, mencionar el método empleado. Nosotras elegimos la concordancia de criterios, en la que distintos investigadores se ponen de acuerdo sobre un concepto y su respectiva técnica de medición, fundamentados en una definición única.

De la investigación debemos:

- 1). Saber si los criterios que sirvieron para selección

nar a este universo son o no válidos..

2).- Poder dar nombre a los factores que surgen de la com
binación de los elementos de este conjunto.

3).- Ser concientes de que no pueden surgir más factores
que los derivados de las variables incluidas en nuestra inves
tigación.

4).- Saber si tales factores son verdaderamente signifi-
cativos para el estudio, descripción y explicación del fenó -
meno.

Lo anterior, aplicado a nuestro trabajo, fue desarrolla-
do de la siguiente manera. En cuanto a las categorías estas
fueron planteadas en base a la metodología propuesta por --
Daniel Prieto, y a la vez tomando en cuenta las categorías --
propias de la revista, esto es, hicimos una adaptación que -
funcionara a las exigencias de nuestro análisis. Estas están
definidas con detalle en el siguiente inciso y en el capítulo
correspondiente al análisis.

Para llegar a un acuerdo en la metodología y en las cate-
gorías, recurrimos a diferentes fuentes, éstas fueron princi-
palmente autores estructuralistas.

El análisis de la revista consistió en la descomposición
de todas sus partes, para posteriormente ensamblarlas y así -
descubrir lo inteligible. Esto es, aplicamos lo que se cono-
ce como la actividad estructuralista. Lo elegimos por con -
siderarlo el método más adecuado a nuestro tipo de análisis.

El estructuralismo apareció como el "boom" de la comuni-
cación, al igual que la lingüística y la semiología, en los -
años sesenta.

Ferdinand de Saussure, en su Curso de Lingüística General (2), es la primera persona que aplica el concepto de estructura para su análisis en Ciencias Sociales. A partir de él la lingüística ha dado otros pasos fundamentales (con Troubetzhoj, Hjelmslov, Jakobson, Chomsky), pero esta historia transcurrió en el silencio de las universidades.

Los antecedentes lingüísticos del estructuralismo se remontan a la década de los treinta: el trabajo de Troubetzhoj "La fonología actual" que data de 1933, y "Los principios de fonología histórica" de Jakobson, de 1931. Durante la siguiente década, Claude Lévi-Strauss establece las bases de sus propios desarrollos posteriores. Algunas de las ideas fundamentales en torno al encuentro entre la lingüística y la antropología estaban ya esbozadas en el artículo de Lévi-Strauss titulado "El análisis estructural en lingüística y antropología", publicado en 1958. Es entonces cuando el estructuralismo empieza a reconocerse como un método.

Lévi-Strauss, en su "Antropología estructural" (3), desarrolla la primera corriente estructuralista, y nos dice que para que un modelo pueda ser considerado como estructura debe satisfacer cuatro exigencias principales:

- "1.- Consiste en que sus elementos estén relacionados de tal manera, que la transformación de uno de ellos implica la modificación de los demás; esto le da un carácter de sistema.

(2) Saussure, Ferdinand de. Curso de Lingüística General. Ed. Losada. Buenos Aires, 1975.

(3) Lévi Strauss, Claude. Antropología Estructural. citado por Paoli. p. 53.

- 2.- Todo modelo está formado de otros modelos pertenecientes al sistema, que implican un conjunto de transformaciones así el modelo más complejo depende de los modelos más simples, que de alternarse, cambian en mayor o en menor medida la totalidad.
- 3.- El modelo más complejo, permitirá predecir de qué manera reaccionará el sistema total, en caso de que alguno de sus elementos se modifiquen: en esta perspectiva -- el estructuralismo prevé o debería prever las posibles transformaciones estructurales y explicarlas de tal modo, que cuando el modelo se aplique a la realidad social; pueda darnos cuenta de los hechos observados.
- 4.- El modelo responderá a la doble condición de utilizar -- sólo los hechos considerados por él y, con ello dar cuenta de todos". (4).

El estructuralismo, más que una corriente, una tendencia o una escuela, es una actividad. Primero, porque la estructura es un concepto viejo usado por diferentes disciplinas, por ello, hablar de estructura no nos convierte en estructuralistas. No se puede definir al estructuralista por sus ideas o por su lenguaje, sino por el modo en que vive mentalmente la estructura. Con respecto a las personas que siguen el -- estructuralismo, éste constituye la sucesión regulada a un cierto número de operaciones mentales.

Roland Barthes afirma que el hombre estructural se define por su imaginación. Su objeto de estudio es la realidad y su actividad estructural es descomponer y reconstruir -

esa realidad. Para ello, hay que descomponer el mensaje en sus partes constitutivas: en los elementos que componen ese objeto. Una vez realizado ese trabajo, se procederá a recomponerlo, lo cual permitirá localizar las constantes y las leyes que hacen posible su composición.

Paoli llama a estas actividades "operaciones típicas estructuralistas", y afirma:

"La actividad estructuralista comporta dos operaciones típicas: recorte y ensamblaje. Recortar el primer objeto, el que se da a la actividad de simulacro, equivale a encontrar en él fragmentos móviles, cuya situación diferencial engendre un determinado sentido, pero es tal, que la menor variación aportada a su configuración, produce un cambio en el conjunto.

La operación de recorte produce en primer estado disperso de simulacro, pero las unidades de la estructura en modo alguno son anárquicas, antes de ser distribuidas y encerradas en la continuidad de la descomposición, cada una forma en su propia reserva virtual un organismo inteligente, sometido a un principio motor soberano: el de la menor diferencia.

Una vez propuestas las unidades, el hombre estructuralista debe descubrirles o fijarles reglas de asociación: ésta es la actividad de ensamblaje, que sucede a la actividad de llamada". (5)

El simulacro es el intelecto añadido al objeto, y esta adición tiene un valor antropológico, porque es el hombre mismo, su historia, su situación, su libertad y su naturaleza las que se adhieren al objeto.

En el estructuralismo, la técnica es el ser mismo de toda creación: éste existe de un modo distintivo en relación a otros modos de análisis o de creación, en la medida en que los fines de la actividad estructuralista están indisolublemente ligados a una técnica determinada: se recompone el objeto para hacer aparecer sus funciones y, por decirlo así, es el camino que hace la obra; éste es el motivo de que haya que hablar de actividad; más que de obra estructuralista.

Para lograr la reconstrucción, el estructuralismo se basa en:

- a). constantes
- b). leyes
- c). utiliza postulados generalmente aplicados por otras ciencias.

En el estructuralismo, un mensaje no tiene su explicación fuera de sí mismos (de la estructura en que se analiza y de las funciones que sirven de reglas). Se interesa en los códigos y los "modos" en que se estructuran los mensajes.

Hay tres postulados básicos:

- 1). Relación entre código y mensaje, es decir afirma que toda comunicación se realiza en la medida en que el mensaje se decodifica en base a un código preestablecido que es común al emisor y al receptor.

Código, en este sentido, es la serie de convenciones-
que permiten vincular los significados con los significantes.

Mensaje es el conjunto de signos seleccionados de un
código y combinado conforme a reglas fijas a fin de transmitir in-
formación sobre una situación dada.

2. Presencia de un eje de selección y uno de combinación.



selección o paradigmático

combinación o sintag-
mático (combinación -
sintáctica)

3. Cada nivel de articulación de la lengua se basa en
la existencia de niveles más elementales que defi-
nen la estructura básica de la lengua. El indivi-
duo tiene que realizar estas dos operaciones para-
comunicarse:

- a) selección de elementos del código;
- b) combinación de esos mismos.

Los mensajes pueden descubrir una realidad o bien dis-
torcionarla. Por ejemplo, los mensajes autoritarios son --
aquellos en los cuales los signos han sido seleccionados y -
combinados para producir en el receptor una interpretación -
única, es decir, aquella que interesa al emisor. Es neces-
ario que existan emisores y receptores con estructura mental-
adecuada para que estos mensajes autoritarios tengan efica-
cia.

Los mensajes autoritarios tienen dos funciones:

- a) función poética
- b) función referencial.

La función poética puede definirse como la forma del mensaje, en la que sobresale el uso de elementos de la retórica como la apelación a lugares comunes y el uso del entinema, que es un silogismo retórico, en el cual la premisa mayor no está demostrada.

La función referencial es la manera como el mensaje nos remite a su referencia, ya sea por parcelamiento o pobreza referencial o porque ésta no aparece. Por ejemplo, con el ejemplo de estereotipos, que es una relación conceptual -emotiva de la cual sólo se toman ciertos segmentos valorativos, -son subjetivos y evaluativos.

Charles Morris afirma que no solamente los signos en sí mismos indican algo, todo depende del uso que se haga de ellos (6). El uso de los signos queda englobado en una vertiente de la semiótica que Morris ha denominado pragmática y tiene cuatro tipos de usos:

- 1). Informar sobre propiedades de objetos y situaciones.
- 2). Valorar para inducir a una conducta preferencial hacia ciertos objetos y situaciones.
- 3). Incitar para que se lleve a cabo una acción específica.
- 4). Sistematizar para organizar las disposiciones - a obras producidas por otros signos.

El análisis lingüístico distingue en el lenguaje dos niveles distintos. El sintagmático y el paradigmático. Existe entre ambos niveles una verdadera interdependencia: los --

(6) Morris, Charles. Signos, lenguaje y conducta. Ed. Losada, 1962.

paradigmas están formados por miembros de sintagmas y vice --
versa.

El término paradigma se aplica al conjunto de formas derivadas de la inflexión de una raíz. Los estudios más modernos tratan de incorporar a la definición de paradigma una consideración de los rasgos en torno fonético, afirmando que el paradigma guarda una indudable relación con estos rasgos. (7).

En términos generales, el estructuralismo ofrece -- muchas posibilidades de análisis, debido a que los diversos -- autores estructuralistas han desarrollado diferentes aspectos, tanto en la lingüística, como en la semiología, semántica, etc. En este capítulo, sólo dimos una idea general de lo que entendemos por estructuralismo; a continuación detallaremos la -- metodología aplicada y los conceptos que en ella manejamos de acuerdo al método de Daniel Prieto.

(7) Levin, Samuel. Estructura lingüística en la poesía.
Ed. Cátedra.

3.1. METODOLOGIA DE DANIEL PRIETO

Elegimos la metodología de Daniel Prieto por varias razones: la primera y más importante, es porque su metodología es muy accesible, debido a que los conceptos que maneja están explicados en lenguaje claro y, además se adecuaba a las características propias de la revista, ya que él plantea un análisis de mensajes escritos a través de la descomposición de las estructuras del mensaje, sin dejar de lado la imagen, es decir, hace una relación verbo-icónica; esto era muy importante dado que Burbujas se apoya en gran medida en las imágenes. Sin embargo, esto no significa que hayamos descartado las aportaciones de otros autores estructuralistas pues tomamos en cuenta muchos de sus conceptos, además de que el mismo Daniel Prieto se basa en varias ocasiones en otros investigadores estructuralistas..

En segundo lugar, tuvimos la oportunidad de tener a Daniel Prieto como maestro, lo cual facilitó aún más la comprensión de su metodología, ya que establecimos un diálogo directo con él para cuestionar dudas.

En su libro Método Elemental de Análisis, el cual es una síntesis de sus principales teorías, su intención primordial es darle al estudiante elementos para analizar los mensajes y despertarle el interés por las estructuras de éstos.

Prieto señala que los receptores nos hallamos indefensos ante los mecanismos de comunicación y por eso mismo somos presas fáciles de mensajes "a menudo degradantes" (7) y considera a estos mensajes como problemas significativos --

(7) Prieto, Daniel, Método Elemental de Análisis de Mensajes
p. 11

que deben ser analizados en profundidad y en contexto. El -- método elemental que ofrece se ocupa de análisis, ejercitación y marco teórico apropiados al concepto de comunicación educativa.

Para él, cada elemento que compone un mensaje tiene una intención bien definida, nada casual, en la que el emisor tiende diversas "trampas" para que el mensaje sea decodificado tal cual, conforme a sus objetivos.

El emisor lo elabora de acuerdo a quien va a dirigir tomando en cuenta su marco teórico, sus "deseos" sus status y su ideología.

Por lo anterior, Prieto define a este tipo de mensajes intencionados como retóricos, ya que "es algo calculado", inespontáneo, que se basa directamente en lo que todos dan -- por sabido y que apunta más bien a conmovir mediante lo que resulta verosímil que no a convencer según razón", (8). La retórica programa el sentido que deberá encontrarle a algo el público" (9) pretendiendo que haya anclaje del sentido, (10)- o sea, una direccionalidad de lo que cada quien va a decodificar. Busca que haya una decodificación automática puesto que la retórica no puede permitirse el lujo de que el perceptor-- tome cierta distancia, sin que la interpretación sea automática. (11).

Daniel Prieto separa los siguientes elementos de un mensaje:

- a) Lenguaje
- b) Imágenes
- c) El comunicador

(8) Prieto, Daniel. Una introducción a los Fantasmas. UAMA. p.30

(9) Idem p.32

(10) Idem p. 52

(11) Idem p. 52

- d) Personajes
- e) Actos
- f) Relación verbo-icónica

El lenguaje retórico apunta más a impactar, a persuadir que a informar y Prieto cita a Roman Jakobson quien distingue seis funciones del lenguaje:

- Función emotiva.- (La comunicación vista desde el emisor)
- Función referencial (La comunicación vista desde el contexto)
- Función fática. (La comunicación vista desde los canales de comunicación)
- Función poética. (La comunicación vista desde el mensaje mismo).
- Función metalingüística. (En cuanto al código)
- Función conativa. (La comunicación vista desde el destinatario)

Los mensajes retóricos tienen una fuerte dosis de elementos destinados a la connotación, al impacto, en tanto que los informativos son los menos. Para ello, se utilizan las figuras retóricas que son: de adjunción, de supresión, de sustitución y de intercambio.

1). ADJUNCION: Se obtiene añadiendo uno o varios elementos. Dentro de estas figuras se reconocen:

- a) Repetición: Se logra mediante la presencia del mismo personaje en la composición. Se usa en mensajes de "antes y después".
- b) Acumulación: Puede ser de personajes o de objetos. Se trata de colmar la composición de elementos para acentuar el sentido que se persigue.
- c) Oposición: Se logra por personajes, objetos o ambientes. Personajes opuestos: blancos y

- negros, pequeños, grandes etc.
- 2) Supresión: Sinécdoque, que presenta el --- todo a través de una parte, la que enfatiza mejor el sentido que el emisor quiere dar - al lenguaje. Ejem: el volante simboliza al automóvil, etc. Esta figura se utiliza mucho en la historieta. El dinamismo de los personajes proviene de su presentación por partes: un rostro, unas manos que ocupa la - totalidad del cuadro etc.

 - 3) Sustitución: Destaca la hipérbole, metáfora y metonimia.
 - a) Hipérbole: Exageración visual, los personajes o los objetos aparecen de un tamaño superior al normal.
 - b) Metáfora: Deriva de la comparación, pero en ella se eliminan los nexos comparativos.
 - c) Metonimia: Consiste en mostrar las causas - de algo a través de sus efectos. Ejemplo:-- en historietas se muestran los efectos de - un golpe, y no el momento en el que persona je lo recibe.

 - 4) Intercambio: Se procede a una gradación del elemento visual promocionado hasta transformarlo en algo que lo simbolice. Ejemplo: - logotipos.

Por otro lado, Prieto señala que los elementos fundamentales del lenguaje son el signo, el enunciado, el texto, el relato y el discurso y los define:

El signo es la mínima unidad de sentido de un lenguaje. Se distinguen en él:

a). Significante o la materialidad del signo, lo que nos aparece a los sentidos y,

b). el Significado que es la imagen mental que se produce o evoca a partir de la presencia del significante.

El enunciado: Es un signo verbal que no aparece solo ni aislado y se conforma de sujeto y predicado.

El texto: La combinación de los enunciados da origen al texto en el cual aparece hilada toda la idea.

Relato: Es parte de la estructura del cuento y es característico de mensajes como la historieta, fotonovela, etc.

Discurso: Este término corresponde a una tendencia general de la construcción de determinados textos y enunciados.

Estos 5 elementos se sujetan a reglas de selección y combinación que no son casuales, sino que corresponden a la intencionalidad y a la manera en que se relacionan emisor y perceptores.

Otros puntos importantes que hay que añadir son el valor, el sintagma, el paradigma y el código. Roland Barthes afirma que el valor es el signo no ya en sí mismo, sino a través de sus entornos, esto es, su valor en el enunciado, el texto o el discurso. Se trata de lo que el signo alcanza de grado de significación por su relación con otros signos (12).

(12) Prieto, Daniel. Método Elemental de Análisis de Mensajes
p. 26.

Este concepto tiene que ver con el sintagma, que indica la combinación de signos que tienen lugar en el enunciado, texto o discurso. Combinación en que cada término tiene su propio valor "a su oposición, a aquello que le precede o aquello que le antecede" (13). El sintagma alude al montaje o la forma como aparece estructurado un mensaje. El orden del sintagma es el orden de la cadena hablada o escrita. Este concepto es muy importante para analizar las estructuras superficiales y las profundas del mensaje. Por otro lado, el orden del paradigma es un principio asociativo. Es el conjunto de claves que nos permite explicar el tipo de discurso: "Fuera del discurso, afirma Barthes, las unidades que tienen algo en común se asocian en la memoria y forman grupos por el sentido (educación, por ejemplo) y por el sonido..." (14)

El código es el conjunto de reglas de elaboración y de combinación de los elementos de un mensaje y de obligaciones de interpretación de éstos mismos. Por ejemplo, el código correspondiente al lenguaje del tránsito, debe ser necesariamente rígido, y no dar lugar a otra interpretación pues de otra manera los conductores pueden sufrir accidentes. Sin embargo, en códigos de lenguaje educativo, cabe la duda si éstos deben hacerse rígidos o dejar una decodificación libre del perceptor.

Aspectos como la denotación, la connotación, la referencialidad, son también relevantes en cualquier estudio y Prieto los define así:

Denotación: Es la referencia inmediata que un término provoca en el destinatario del mensaje.

(13) Idem p.27

(14) Idem p. 27

Connotación: nos remite a la experiencia individual y grupal del receptor.

Texto: es la unidad de sentido que debe ser tomada - en conjunto. El contexto es el resto del texto en el que -- aparece aquél.

Referencialidad: un mensaje es débilmente referente cuando incluye poca información, aparece separado de su con - texto original, construye sobre la base de estereotipos, -- ofrece elementos verbales o visuales que distorsionan.

Intencionalidad: se seleccionan los temas y lo que - de ellos se dirá según las intenciones o propósitos del emi - sor.

Interpretación: se elaboran los mensajes para dar -- origen a ciertas interpretaciones del receptor.

Los tipos de lenguaje que Prieto menciona y considera de mayor interés son:

- Verbal (Oral y escrito)
- Icónico (Abarca todo el universo de la imagen)
- Verbo-icónico (Alude a los dos anteriores y su relación)
- Gestual (Las posibilidades del rostro para expresar algo)
- Postura (Las posibilidades de expresión del cuerpo)
- Objetual (Es el lenguaje de los objetos).
- Ambiental (comprende las relaciones entre espacio y vida cotidiana)
- Del vestido (Relaciones directamente con la moda)
- De las ceremonias (Se refiere a influencias religio - sas, relaciones deportivas, sexua - les etc.)

Estos tipos de lenguaje pueden usarse combinados o - en forma simultánea pues resulta difícil aislar cada uno.

En el estudio del lenguaje, nos habla básicamente de la retórica, la poética y la dialéctica, y menciona los nuevos caminos de la lingüística, definiendo la lengua como -- sistema de signos que expresan ideas y por lo tanto comparables a la escritura. La semiótica, por su parte, se ocupa del valor de los signos en sí mismos. Prieto considera que la señal es el tipo de signo o enunciado caracterizado por su número de - información; consiste en un signo o enunciado que ofrece mayor información.

Las funciones del lenguaje son: Expresiva, referencial apelativa y poética.

Expresiva. Centrada en el emisor.

Apelativa: Centrada en el perceptor.

Referencial: Centrada en el tema.

Poética: Centrada en la conformación del mensaje mismo.

Las figuras retóricas son:

Universalización, vía del ejemplo, despersonalización, inclusión y redundancia cuyas definiciones se incluyen más - adelante en el cuestionario. Su evaluación permite valorar en qué sentido y con qué intencionalidad han sido empleados.

En todo enunciado o texto hay que tomar en cuenta lo dicho y lo no dicho. El enunciado siempre nos da una cierta - orientación para una confrontación con el contexto que lo -- origina. La descomposición del enunciado pretende quebrar -- la fuerza de los términos y hacer una conceptualización mediante el método de las definiciones.

Los textos de estructura rígida no permiten otra interpretación o crítica, mientras que los de estructura abierta sí proporcionan elementos que hacen posible alguna otra interpretación. Para Prieto, la distinción de estas estructuras en los textos educativos es de gran importancia.

El autor piensa que los textos de estructura abierta pueden utilizarse en todo tipo de mensajes.

El orden en que los enunciados aparecen en el texto correspondiente al sintagma (coordinación). Las piezas claves, los elementos puestos en juego de manera esencial, constituyen el orden paradigmático.

Para hacer un análisis adecuado hay que recurrir a la descomposición del texto, que es el reordenamiento de los enunciados en torno a las claves paradigmáticas, para seleccionar el enunciado más representativo.

Aristóteles fue el iniciador del análisis sistemático de los mensajes caracterizados por la presentación de acciones, es decir, el relato. En la actualidad se utiliza en gran parte de los mensajes de difusión colectiva como en fotonovelas, historietas, etc. Incluye por lo menos personajes, acciones y ambiente.

El primero no alude precisamente a una persona sino a una visión de lo que podría ser. El ambiente es el lugar donde se desarrolla la acción y ésta es realizada por los personajes de manera justificada. Bremond reconoce 3 móviles diferentes.

Hedónicos, pragmáticos y éticos.

Por otro lado, las caracterizaciones de los personajes se dan por tres motivos: por lo que se dice de ellos, por lo

que dicen de sí mismos y por lo que hacen.

Las relaciones entre los personajes pueden ser antagónicas o cordiales, en relación con el ambiente, también puede ser opuesto o favorable.

Prieto nos dice que en la comunicación colectiva, y en todos los casos de la retórica, la representatividad de algo por una imagen es siempre parcial. Lo dicho por una imagen no es sólo un objeto sino también, y fundamentalmente, la intencionalidad del comunicador. No hay en retórica ninguna imagen objetiva. La objetividad, afirma el autor:

"Es una magnífica coartada con la que se llenan la boca los comunicadores. La objetividad, sería la posibilidad de repetir textual y fielmente algo de la realidad y eso no se da de ninguna manera" (15)

De ahí la importancia de incluir la imagen en las investigaciones. La imagen (lenguaje icónico) es una representación intencionada de la realidad, es en retórica, una versión de un hecho, de un ser, de un objeto.

Es algo que se dice de algo y que puede acercarse de alguna forma a ese algo, puede ser leal al mismo, pero también puede mentirlo, distorsionarlo, falsearlo. "Una imagen es una visión de la realidad y toda versión es siempre menos que aquello a lo que se refiere," (16)

Todo ha sido previamente programado: gestos, vestidos, colores. Para esto requiere soportes, que son los elementos que sostienen al objeto. Estos tienen variantes que pueden ser, en el caso de las personas, gestos, vestimenta, etc.

(15) Prieto, Daniel. Una Introducción a los Fantasmas. UAMA p. 49

(16) Idem. p.49

Prieto distingue en el lenguaje icónico, lo que él -- llama "Elementos básicos de la imagen" y que son:

Aguzamiento: No es igual la ubicación de un elemento en el centro en donde se produce un máximo de equilibrio.

Equilibrio: Frente a una imagen, se busca algo que dé la sensación de equilibrio.

Punto: Unidad básica del lenguaje visual. Un agrupamiento de puntos da la sensación de figuras, incluso de color.

Línea: Agrupamiento de puntos. Se caracteriza para - acentuar la sensación de direccionalidad.

Contorno: Surge cuando la línea se cierra sobre sí - misma o se cruza con otras.

Tono: Variación de la luz, produce sensaciones de -- profundidad, cercanía, contraste.

Dimensiones del color: a) Matiz: Equivalente del color mismo. En él se reconocen los matices primarios (amarillo, rojo y azul) y secundarios; b) Brillo: valor de las gradaciones tonales, presencia de la luz en el color; c) Saturación: alude a la pureza del color en relación con el gris.

Textura: Equivalente visual de lo que puede lograrse con el tacto.

Escala: Se produce por las relaciones que establecen entre sí los elementos visuales.

Dimensión: Representación volumétrica de objetos o es pacios mediante recursos bidimensionales.

Prieto señala que es útil conocer las leyes de forma, pues ellas tratan las maneras más comunes de percibir. Estas son:

Ley de proximidad: En ella, los elementos más cercanos en el plano gráfico tienden a relacionarse ante nuestros -- ojos.

Ley de semejanza e igualdad: Se tiende a ligar a los objetos en relaciones estables siempre que posean cualidades co-

munes.

Ley de cierre: Las fuerzas de organización tienden a modelar las unidades en conjuntos compactos y cerrados. Una superficie cerrada resulta más formada y estable.

Ley de continuidad: Toda unidad lineal tiene inercia cinética. Tiende a ser continuada en la misma dirección y con el mismo movimiento.

Ley de la experiencia: La manera de reconocer elementos visuales depende de experiencias anteriores en las cuales entra la educación, la ejercitación en la observación de formas.

Ley de pregnancia: El organismo establece una suerte de constancias de la forma y tiende a completar aquellos elementos faltantes a fin de mantener tal constancia. Así, un cuadrado cuyos lados no están unidos será visto como totalmente cerrado.

Ley de figura de fondo: La percepción es una actividad selectiva que discrimina elementos del entorno.

Cabe mencionar también que ante la búsqueda de equilibrio hay también la del contraste. Dondis afirma a este respecto que el contraste es una organización de los estímulos visuales orientada a la consecución de un efecto intenso (17).

Para Dondis, hay 4 tipos de contrastes:

De tono: El plano gráfico se divide en partes idénticas, de claro y oscuro y donde el mayor peso recae en lo oscuro.

De color: En los colores se puede lograr contraste por tono, matiz y saturación.

De contornos: Los imprevistos e irregulares le ganan la partida a los regulares, cuando se trata de llamar la atención.

(17) Prieto Daniel. Método Elemental de Análisis de Contenido.
p. 129

De escala: Se logra enfatizar la importancia de algún elemento distorsionando la relación.

Las técnicas visuales son recursos para atraer la atención y para relacionar los elementos visuales con cuestiones-referenciales: Dondis nos señala algunas de ellas:

Equilibrio: Estrategia de diseño en la que hay un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

Inestabilidad: Opuesta a la anterior, esta técnica permite formular composiciones más provocadoras e inquietantes.

Simetría: Es el equilibrio axial. A cada unidad situada a un lado de la línea central del plano corresponde exactamente otra en el otro lado.

Regularidad: Se logra mediante la uniformidad de elementos, la continuidad de un orden basado en algún principio en relación con el cual no se permiten desviaciones.

Irregularidad: Tipo de composición que aparentemente no se sujeta a ningún plan, lo cual permite realzar lo inesperado y lo insólito.

Simplicidad: Consiste en formas elementales, directas, simples, sin complicaciones y elaboraciones secundarias. Esto facilita el reconocimiento y la interpretación.

Complejidad: Aparecen numerosas unidades visuales y relaciones, lo que hace más difícil la interpretación, el reconocimiento de lo que se quiere significar.

Unidad: Es un equilibrio adecuado de los elementos diversos en una totalidad que es perceptible visualmente. Tales elementos pueden ser numerosos, siempre que se establezca entre ellos una relación.

Fragmentación: Implica la descomposición en partes separadas que si bien se relacionan entre sí, conservan su carácter individual.

Economía: Se trata de incluir unidades mínimas. Mediante este recurso se realza lo esencial de la figura con unos -

pocos trazos.

Profusión: Composición recargada a través de la presentación de gran cantidad de detalles.

Actividad: Provoca la sensación de movimiento por la inclusión de recursos dinámicos.

Pasividad: Efecto de reposo, tendencia a la representación estática.

Transparencia: Detalle visual a través del cual es posible ver otro. Es muy empleada para dar la sensación de profundidad.

Opacidad: Detalle visual que impide ver otro. Es una técnica de bloqueo usada en muchos casos.

Plana: Los elementos visuales aparecen sobre un fondo de color homogéneo que no sugiere profundidad.

Profunda: Recurre a las leyes de la perspectiva o bien al contraste, que permiten sensaciones de profundidad (18).

En toda la composición se procede a la selección de -- planos, la cual corresponde a una determinada intencionalidad, al intento de enfatizar ciertos elementos. Se reconocen los siguientes:

Plano general: Abarca todo un paisaje o escena. En él se trata de distribuir la atención por igual, sin localizar -- ningún elemento.

Pequeño conjunto o conjunto medio: Sitúa un personaje o un acontecimiento dentro de un entorno inmediato.

Plano medio: Aparece un personaje completo de pie, se le utiliza para realzar una actividad o una presencia.

Plano italiano y americano: (Desde la rodilla, desde la cintura para arriba, respectivamente). Están destinados a identificar un personaje.

Primer plano: La atención se concentra más. Se localiza un detalle mediante el cual se intenta dramatizar algo.

El ángulo de toma es un recurso considerado también importante. Estos --- son algunos de esos recursos:

Representación de frente: El personaje aparece como una versión racional segura de la realidad.

Representación en sentido descendente: Tiende a minimizar detalles, además de ofrecer imágenes no familiares de la realidad.

Representación en sentido ascendente: Constituye otra deformación de la realidad, con la tendencia de acentuar el tamaño, las dimensiones de un objeto o personaje. (19)

El encuadre: Consiste en ubicar un personaje o un objeto en un recuadro, así, un plano puede aparecer como normal. Este recurso es de gran uso en la fotonovela y en la historieta.

El montaje: Es la organización de varias imágenes en una serie lógica a fin de crear un cierto orden para la percepción.

En el lenguaje verbo-icónico lo verbal tiene el rol principal en esa relación. Ante las múltiples posibilidades de significación de la -- imagen, el texto viene a aclarar el sentido, hay 4 tipos de relaciones:

1). De anclaje o aclaración: La imagen tiene un significado un tanto ambiguo no claro a la interpretación inicial del perceptor y el texto señala lo que debe leerse en la imagen, o sea, el sentido que tiene.

2) Redundancia: En esta relación, la imagen ofrece los elementos suficientes como para comprender su sentido según la intencionalidad del emisor. Sin embargo, el texto insiste en marcar este sentido.

3). Las relaciones de inferencia: Constituyen el modo más sutil de contacto entre la imagen y el texto. Este no dirige, no impone la -- interpretación, simplemente presenta algunos datos para que el lector saque sus conclusiones a partir de la observación de la imagen.

4). Las relaciones de contradicción: Se producen por 2 causas: - a) el montaje está mal hecho y, b) se quiere sorprender al perceptor.

(19) Idem. p. 137.

La teoría de Daniel Prieto es más amplia de lo que aquí hemos -
abreviado, sin embargo creímos pertinente mencionar únicamente aquellos --
elementos que utilizamos, ya que citar toda la metodología planteada por -
este investigador en sus diversas publicaciones, resultaría muy extenso.

3.2. UNA METODOLOGIA APROPIADA PARA BURBUJAS

Daniel Prieto propone una serie de ejercicios al final de cada capítulo de su libro "Método elemental de análisis de mensajes", los cuales fuimos adaptando paulatina - mente hasta llegar al cuestionario final. Este trabajo fue el más laborioso, ya que no existía una metodología específica para el análisis de la revista Burbujas, por lo cual - tomamos como base dichos ejercicios en los que se planteaba una serie de preguntas muy generales, a las que agregamos - o excluimos elementos para llegar al cuestionario final.

En primer término planteamos las siguientes - - ,
preguntas:

1. ¿Cuáles son las características fundamentales - de los discursos en que se inscriben los mensajes de la revista Burbujas ?
2. ¿En qué se diferencian de otros discursos educativos?
3. ¿Se puede generalizar esas características a - todos los mensajes educativos?
4. ¿Qué obligaciones de interpretación son necesarias para comprender el mensaje?

Estas fueron interrogantes que se necesitaban - - conocer en forma global acerca de los mensajes de la revista; para conocer entre otras cosas el tipo de discursos, de -- lenguaje, de estructura y la forma de presentar dichos mensajes.

Por otro lado, necesitábamos plantear preguntas -

más específicas para cada artículo, que nos permitieran -
conocer las características de la revista y presentar el - -
material obtenido en forma clara y objetiva, por lo que hici-
mos preguntas aplicables para cada artículo en particular. -
En primer lugar, propusimos elaborar un análisis por observa-
ción de los elementos del mensaje para conocer:

1. ¿Qué tipo de elementos aparecen comúnmente? - -
(Lenguaje de los personajes, expresiones comunes, presenta -
ción de textos, tipo de ilustraciones, tipos de letra, etc.)

2. ¿Qué se muestra de ellos? (para conocer de qué -
trata cada artículo en particular).

3. ¿Qué recursos se utilizan para realzar estos -
elementos?.

4. ¿Qué relación tiene el personaje de "Burbujas" -
con el objeto o personajes presentados? (para conocer el --
papel en que fungía el Burbujo en el artículo, ya sea como -
relator, partícipe, etc.).

5. ¿Cuáles son las características generales de los
personajes?

6. ¿En qué ambiente se mueven?

7. ¿Cómo se visten?

De este modo comenzamos nuestro análisis; aplicamos
este primer intento de cuestionario a varios artículos, y en-
contramos que resultó incipiente, pues se excluían muchos --
elementos.

Por otra parte, notamos que necesitábamos preguntas
más concretas y bien ubicadas, es decir, que cada una de --
ellas se presentara en forma ordenada y dentro de su rubro --
correspondiente, o sea, dentro de mensajes verbales y mensajes
icónicos.

Sin embargo, era necesario separar dentro de los --

mensajes verbales, dos partes importantísimas como lo son el sintagma y el paradigma, lo cual nos llevó a la elaboración de un nuevo cuestionario en el que se incluyen los tres elementos bien diferenciados de la siguiente manera:

Sintagma

Paradigma

Imagen

Cabe mencionar que los apuntes de clase impartidos por Daniel Prieto en su cátedra "Metodos de investigación en comunicación colectiva II", en el año 1979, sirvieron de apoyo para la elaboración de este trabajo, pues incluyen un cuestionario para el análisis de textos con preguntas adaptables para el tipo de mensajes en cuestión.

Todos los elementos de las preguntas mencionadas anteriormente, forman parte del cuestionario definitivo. Sin embargo al momento de aplicarlo, notamos que no era funcional para todos los artículos, pues como mencionamos anteriormente hay cuatro diferentes secciones (material didáctico, trabajo manual y cocina, entretenimiento y portada). Por ello, hubo necesidad de adaptarlo para cada sección, pero siempre tomando como base a ese cuestionario definitivo que aplicamos en material didáctico.

Para facilitar la codificación, plantamos las preguntas iniciales en forma cerrada y por orden según al inciso al que correspondían dentro del sintagma, del paradigma o de la imagen. Acto seguido, le agregamos los elementos que a nuestro juicio, eran necesarios de incluir; formulamos preguntas y suprimimos algunas otras, lo que nos llevó al siguiente cuestionario:

Cabe recordar que en el próximo capítulo cada pregunta presenta su explicación y su respectiva justificación por lo que únicamente explicamos aquí las interrogantes que por una u otra razón, se incluyeron o se excluyeron.

1. SINTAGMA.

1. ¿Cuál es la idea fuerza del texto?
2. ¿Qué aspecto se muestra en ella?
3. Recursos que apoyan la idea-fuerza tomando en cuenta:
 - 3.1. Texto sin relato
 - 3.2. Texto con relato
 - 3.3. Se califican los personajes a sí mismos
 - 3.3.1. ¿Cómo se califican?
 - 3.4. No se califican los personajes a sí mismos.
 - 3.5. ¿Cuáles son los móviles de sus acciones
 - 3.5.1. Hedónicos.
 - 3.5.2. Pragmáticos
 - 3.5.3. Eticos
 - 3.6. ¿Qué tipo de personajes se presentan según los móviles de sus acciones?
 - 3.6.1. Héroe
 - 3.6.2. Destinatario
 - 3.6.3. Adversario
 - 3.6.4. Don
 - 3.6.5. Personajes complementarios.
 - 3.6.6. Otro
 - 3.7. Uso de los signos.
 - 3.7.1. Indicativos
 - 3.7.2. Valorativos

Consideramos importante incluir el uso de los signos

verbales dentro del mensaje, para conocer cómo se les utiliza. Sin embargo, notamos que esta pregunta se plantea en otras -- palabras en el inciso sobre los enunciados predominantes en -- el texto, razón por la cual la excluimos.

3.8. Enunciados excluyentes

3.8.1. Sí contiene

3.8.2. No contiene

Al incluir esta pregunta pretendíamos conocer los -- aspectos importantes que no se mencionaban de un tema en -- particular. Sin embargo, al aplicarlo encontramos que resultaba prácticamente imposible hacerlo, por lo que decidimos dejar -- de lado esta interrogante, pues ejemplificando, al hablar de las jirafas se mencionan únicamente sus principales caracte -- rísticas físicas, y no su hábitat, ni su alimentación, etc., -- por lo que consideramos que siempre, de una u otra manera, se excluye información, pues al referirnos a algo no hablamos -- del todo, sino que enfatizamos y seleccionamos una parte de -- esa totalidad.

3.9. Enunciados falsos y parciales

3.9.1. Sí contiene (citar)

3.9.2. No contiene

A esta pregunta le sucedió un poco lo mismo que a -- la anterior, pues la incluimos porque consideramos importante conocer si los enunciados del texto son falsos o mencionan -- parcialmente la información. Sin embargo, la respuesta es -- también relativa, pues nos resulta difícil conocer todos los -- temas de los que se habla a lo largo de la muestra, y es -- trabajo fuera de nuestros objetivos el verificar la informa -- ción que contiene cada artículo en particular, por lo que -- decidimos excluirla.

3.10. Enunciados predominantes en el texto.

- 3.10.1. Tautológicos directos
- 3.10.2. Tautológicos mediatizados
- 3.10.3. Sin intención tautológica

2. PARADIGMA

1. Recursos

- 1.1. Cabeza
 - 1.1.1. Informativa
 - 1.1.2. Sugestiva
- 1.2. Introducción
 - 1.2.1. Informativa
 - 1.2.2. Circunstancial
 - 1.2.3. Valorativa
 - 1.2.4. Sin introducción
- 1.3. ¿Cómo se presenta el texto?
 - 1.3.1. Párrafos aislados
 - 1.3.2. Información en bloque
 - 1.3.3. Globos
 - 1.3.4. Diálogos
 - 1.3.5. Uso de los signos de admiración
 - 1.3.6. Uso de los signos de interrogación
 - 1.3.7. Otros

Creemos importante conocer con qué frecuencia se utilizan los signos interrogativos y admirativos, pues consideramos conveniente conocer el énfasis que ponía el personaje al expresarse, pero al analizar el material e intentar codificarlo, notamos que era irrelevante, pues prácticamente en todos los artículos se utilizan estos signos que además, no aportan datos tan significativos como el hecho de presentar los artículos con diálogos, en globos, etc.

1.4. "Palabritas domingueras"

- 1.4.1. Sí se explican
- 1.4.2. No se explican

Esta pregunta fue replanteada, ya que "Palabritas - domingueras" es un término utilizado en la revista. Por lo - tanto la denominamos "Explicación de palabras", para poder - aplicarse a otros análisis.

1.5. Uso de proverbios

1.5.1. Sí se usan

1.5.2. No se usan

1.6. Frases hechas de los personajes

1.6.1. Sí se usan

1.6.1. No se usan

1.7. Metáforas

1.7.1. Sí se usan

1.7.2. No se usan

2. Enunciados retóricos del texto

2.1. Universalización

2.2. Despersonalización

2.3. Inclusión

2.4. Redundancia

2.5. Vía del ejemplo

3. Estructura

3.1. Rígida

3.2. Abierta

Esta pregunta era obligatoria para conocer las -- características del mensaje. Sin embargo, después de analizar los artículos de la muestra la excluimos, pues la conformación de los mensajes no da lugar a una interpretación distinta, sino que busca asegurar una sola lectura.

El hecho de excluirla del cuestionario, no significa

que se dejen estas consideraciones de lado, pues es uno de los puntos de nuestra conclusión

3. IMAGEN

1. ¿Cómo se presentan las imágenes?
 - 1.1. Conjuntos cerrados
 - 1.2. Conjuntos abiertos
 - 1.3. Ambos

2. ¿Qué tipo de contrastes resaltan en las imágenes?
 - 2.1. De tono
 - 2.2. De color
 - 2.3. De contorno
 - 2.4. De escala

Consideramos importante incluir esta pregunta para conocer a cuál de estos elementos se le daba mayor importancia, pero a la hora de aplicarlo notamos que no era funcional, ya que este tipo de contrastes son más aplicables en mensajes publicitarios y no para revistas infantiles, en los que la imagen juega un papel complementario.

3. ¿Qué técnicas visuales se utilizan?
 - 3.1. Equilibrio
 - 3.2. Inestabilidad
 - 3.3. Simetría
 - 3.4. Regularidad
 - 3.5. Irregularidad
 - 3.6. Simplicidad
 - 3.7. Complejidad
 - 3.8. Unidad

- 3.9. Fragmentación
- 3.10. Economía
- 3.11. Profusión
- 3.12. Actividad
- 3.13. Pasividad
- 3.14. Transparencia
- 3.15. Opacidad
- 3.16. Plana
- 3.17. Profunda

A la hora de aplicarlas en nuestro análisis, nota --
mos que algunas de ellas no eran funcionales para nuestro --
estudio, y no se podían codificar, pues nunca aparecieron, --
por lo que excluimos a la inestabilidad, la simetría, la --
irregularidad, fragmentación, transparencia y opacidad.

4. ¿En qué tipo de plano aparece la imagen?

- 4.1. Plano general
- 4.2. Pequeño conjunto
- 4.3. Plano medio
- 4.4. Plano italiano
- 4.5. Plano americano
- 4.6. Primer plano

5. ¿Cómo se presentan las imágenes según su --
ángulo de visión?

- 5.1. Representación de frente
- 5.2. Representación en sentido ascendente
- 5.3. Representación en sentido descendente

6. Relación verbo-icónica

- 6.1. Anclaje o aclaración
- 6.2. Redundancia

6.3. Inferencia

6.4. Contradicción

Una vez terminado este cuestionario, especificamos y redactamos mejor las preguntas; esto es, las rehicimos y las ordenamos, ya que algunas de ellas no seguían un orden lógico y además no estaban planteadas correctamente.

Por otra parte, hay elementos que agregamos a este cuestionario y que dejamos definitivamente, y no como los mencionados con anterioridad, que tuvieron una razón de incluirse, la cual no fue suficiente para mantenerse. Estas modificaciones son:

En primer lugar cambiamos la numeración de las preguntas del 1 en adelante, consecutivamente, para evitar confusiones por la repetición de números. En la primera pregunta del sintagma, la palabra "idea-fuerza", fue cambiada por "concepto básico", ya que no es una idea lo que pretendemos conocer, sino concretamente, el objeto al que se refiere el texto, Asimismo, esto se trasladó al inciso de Análisis de Temas, así como la pregunta: ¿Qué aspecto se muestra de él?, ya que requerían de una codificación diferente al resto del cuestionario.

SINTAGMA

Recursos que apoyan al concepto básico:

Aquí especificamos de la siguiente manera:

Texto

1.1. Con relato

1.2. Sin relato

1.3. Otro

2. ¿Se califican los personajes de "Burbujas" a sí -
mismos?

2.1. Sí se califican

2.1.1. Directamente

2.1.2. Indirectamente

2.2. No se califican

Aquí replanteamos la pregunta especificando incisos.

3. ¿Cuáles son los móviles de sus acciones?

3.1. Hedónicos

3.2. Pragmáticos

3.3. Éticos

En este lugar agregamos otra pregunta, para conocer el rol que desempeña concretamente el personaje de "Burbujas" en el artículo, pues había confusión entre ellos y los personajes presentados, lo cual quedó así:

4. ¿Qué rol desempeña el personaje de "Burbujas"?

4.1. Relator

4.2. Informante

4.3. Partícipe

La siguiente pregunta también la rehicimos, pues no siempre existen otros personajes.

5. ¿Aparecen otro tipo de personajes?

5.1. Sí aparecen

5.1.1. ¿Qué papel juega(n) según el (los) --
móvil (es) de su(s) acción(es)?

- 5.1.1.1. Héroe
- 5.1.1.2. Destinatario
- 5.1.1.3. Adversario
- 5.1.1.4. Don
- 5.1.1.5. Personaje complementario
- 5.1.1.6. Relator o que habla de sí mismo

5.2. No aparecen

Las dos preguntas que seguían este orden las suprimimos por las razones antes expuestas, por lo que continuamos con:

6. Enunciados predominantes en el texto:

- 6.1. Tautológicos directos
- 6.2. Tautológicos mediatizados
- 6.3. Sin intención tautológica

PARADIGMA

Recursos

7. Cabeza

- 7.1. Informativa
- 7.2. Sugestiva

8. Introducción

- 8.1. Informativa
- 8.2. Circunstancial
- 8.3. Valorativa
- 8.4. Sin introducción

9. ¿Cómo se presenta el texto?

- 9.1. Párrafos aislados

- 9.2. Información en bloque
- 9.3. Globos
- 9.4. Diálogos
- 9.5. Otros

En esta pregunta suprimimos los signos de interrogación y de admiración.

10. Explicación de palabras.

- 10.2. Sí se explican
- 10.2. No se explican

11. Uso de proverbios

- 11.1. Sí se usan
- 11.2. No se usan

En este lugar suprimimos la pregunta correspondiente a las frases hechas de los personajes, pues no nos aportó material importante.

12. Metáfora

- 12.1. Sí se usa
- 12.2. No se usa

Agregamos dos preguntas más, pues al revisar las - figuras retóricas encontramos dos que habíamos dejado de lado y que a nuestro juicio son importantes.

13. Sinécdoque

- 13.1. Sí se usa

13.2. No se usa

14. Hipérbole

14.1. Sí se usa

14.2. No se usa

15. Enunciados retóricos del texto:

15.1. Universalización

15.2. Despersonalización

15.3. Inclusión

15.4. Redundancia

15.5. Vía del ejemplo

15.6. Ninguno

Excluimos la pregunta sobre la estructura por las -
razones ya mencionadas.

IMAGEN

16. ¿Cómo se presentan las imágenes?

16.1. Conjuntos cerrados

16.2. Conjuntos abiertos

16.3. Ambos

Como ya explicamos, la pregunta sobre los contrastes
la excluimos y fue aquí precisamente donde cambiamos el orden
de algunas de las interrogantes.

17. ¿En qué tipo de plano aparecen las imágenes?

17.1. Plano general

- 17.2. Pequeño conjunto
- 17.3. Plano medio
- 17.4. Plano italiano
- 17.5. Plano americano
- 17.6. Primer plano

18. ¿Cómo se presentan las imágenes según su ángulo de visión?

- 18.1. Representación de frente
- 18.2. Representación en sentido ascendente
- 18.3. Representación en sentido descendente

Aquí incluimos una pregunta, para conocer el tipo de relación que existe entre los personajes.

19. Cuando aparecen dos o más personajes, ¿cómo se relacionan entre sí?

- 19.1. Antagónicamente
- 19.2. Cordialmente
- 19.3. No se relacionan

Por ser la textura una parte tan importante en la imagen, decidimos incluir una pregunta específica para ella:

20. Textura.

- 20.1. Sí se utiliza
- 20.2. No se utiliza

También agregamos una pregunta específica para la cabeza, pues hay elementos importantes en ella necesarios de mencionar.

21. Cabeza

21.1. Angulo de ubicación

21.1.1. Superior

21.1.2. Central

21.1.3. Inferior

21.2. Presentación

21.2.1. Unida

21.2.2. Distribuida

21.3. Tipo de letra

21.3.1. Manuscrita

21.3.2. De molde

21.3.3. Dibujada

21.4. Textura

21.4.1. Sí se utiliza

21.4.2. No se utiliza

Con el número 7.5. habíamos incluido un inciso que se refería a la coloración en la cabeza, ya sea que se incluyera a color, en una, o en dos tintas; el cual excluimos, pues invariablemente iba en proporción de la utilización o no de color en el artículo.

22. ¿Qué técnicas visuales se utilizan?

22.1. Equilibrio

22.2. Regularidad

22.3. Simplicidad

22.4. Complejidad

22.5. Unidad

- 22.6. Economía
- 22.7. Profusión
- 22.8. Actividad
- 22.9. Pasividad
- 22.10. Plana
- 22.11. Profunda

Las figuras retóricas suelen aparecer tanto en el lenguaje verbal como en el visual, lo que nos dio la pauta -- para incluir en este espacio un inciso que enumerara a las -- más usuales en nuestra muestra con el siguiente número.

23. Figuras retóricas

- 23.1. Metáfora
- 23.2. Sinécdoque
- 23.3. Hipérbole
- 23.4. Ninguna

En este lugar incluimos otra nueva pregunta que -- consideramos importante, pues notamos que en ciertos artículos aparecía el dibujo de algunos de los personajes de "Burbujas" en la esquina superior de la página:

24. ¿Aparece el recuadro de identificación del -- personaje?.

- 24.1. Sí aparece
- 24.2. No aparece

25. ¿Cómo es la relación verbo-icónica?

- 25.1. Anclaje o aclaración.

25.2. Redundancia

25.3. Inferencia

25.4. Contradicción

Todas estas preguntas forman parte del cuestionario definitivo. Cabe mencionar que antes de llegar al mismo, -- hubo necesidad de aplicar a la gran mayoría de los artículos, cada uno de los siete cuestionarios anteriores para podernos percatar de los errores, ya sea en la numeración, en el planteamiento de las interrogantes, en el exceso de elementos -- incluidos y en la falta de elementos para el análisis de --- algunos puntos que no podíamos olvidar. Esto representó un - trabajo laborioso dado que cada pregunta fue replanteada mu - chas veces, hasta llegar a la definitiva. Esto requirió un - estudio profundo de cada concepto, así como la aplicación de cada una de las preguntas para facilitar la codificación.

CAPITULO 4 ANALISIS

4.1. ANALISIS DE TEMAS.

La revista Burbujas, a semejanza de otras publicaciones periódicas que tienen diversas secciones, trata varios temas en sus artículos. Como ya dijimos en el Capítulo 2, -- cada personaje tiene asignadas determinadas áreas, sin embargo, era necesario conocer no solamente estas secciones, sino-también con qué frecuencia aparecían y a qué aspecto se referían en particular.

Para ello procedimos a agrupar los artículos según la ciencia o el tema a que pertenecían, por ejemplo: Alejandro Magno, las pirámides de Egipto, etc., fueron asignados -- al área de Historia. Así obtuvimos seis cuadros, uno para cada revista, clasificamos el tema -la ciencia o asunto-, subtema -el aspecto tratado particularmente-, número de páginas-asignadas y el total.

En un cuadro general se encuentra el porcentaje de aparición de cada tema en el total de la muestra, esto con el fin de conocer cuáles fueron los importantes y qué porcentaje ocupó Material didáctico, los Trabajos manuales y Cocina y el Entretenimiento. De esta manera logramos saber la relevancia que se les proporcionó, así como comprobar si se dedicaban más a entretener que a dar información o a proponerles trabajos manuales.

Cabe señalar que el tema de Entretenimiento no se desglosa pues en su cuestionario se especifica cada actividad en particular. Por esta razón, y para no confundir al lector, hemos incluido un cuadro final con los porcentajes obtenidos de Material didáctico, Trabajo manual y Cocina y Entretenimiento así como el porcentaje de publicidad, propaganda y portada. De esta manera se visualiza fácilmente el contenido ofrecido por la revista.

4.1.1. ANALISIS DE TEMAS. PORCENTAJE POR REVISTA.

TEMA	REV 1	REV 5	REV 10	REV 15	REV 20	REV 24	TOTAL	PORCEN TAJE
ENTRETENIMIENTO	26.7	18.3	17.6	15	15.3	11.6	104.8	23%
GEOGRAFIA	6.5	16.9	8.8	3.3	11.5	3.3	55.4	12.3%
TRAB. MANUAL	3.5	5.8	5.8	3.3	11.5	6.6	36.8	7.1%
HISTORIA	5.9	10.2	1.4	5	7.6	-	30.4	6.7%
INVENTOS	4.7	2.9	4.4	6.6	7.6	3.3	29.7	6.2%
ZOOLOGIA	5.3	3.7	4.4	5	3.8	5.8	28.9	6.2%
MITOLOGIA	-	-	2.9	8.3	7.6	3.3	22.2	4.9%
CONCEPTOS ETICOS	2.3	2.9	5.8	3.3	3.8	3.3	21.7	4.8%
ASTRONOMIA	2.3	1.4	2.9	-	5.7	3.3	15.8	3.5%
LITERATURA	-	2.9	4.4	6.6	-	-	14	3.1%
HISTORIA DE BURBUJAS	-	-	-	13.3	-	-	13.3	2.9%
BOTANICA	2.3	2.9	2.9	1.6	-	3.3	13.2	2.9%
SUMARIO	1.1	1.4	1.4	1.6	1.9	1.6	9.3	2%
SALUD	2.3	2.9	1.4	1.6	-	-	8.4	1.8%
ANATOMIA	1.1	2.9	-	-	-	3.3	7.4	1.6%
CIVISMO	3.5	2.9	-	-	-	-	6.5	1.4%
AERONAUTICA	-	-	2.9	3.3	-	-	6.2	1.3%
QUIMICA	-	-	5.8	-	-	-	5.8	1.3%
COCCINA	2.3	1.4	1.4	-	-	-	5.3	1.1%
FISICA	-	-	-	3.3	-	1.6	4.9	1.1%
BIOLOGIA	-	-	-	-	-	3.3	3.3	.7%
INSTRUMENTOS MUSICALES	-	-	-	1.6	-	1.6	3.3	.7%
DEPORTE	-	2.9	-	-	-	-	2.9	.6%
T O T A L							449	100%

REVISTA 1

TEMA	SUBTEMA	PAG.	PORCENTAJE
ENTRETENIMIENTO	DIVERSAS ACTIVIDADES	22.5	26.7%
GEOGRAFIA	Lluvia Tehuantepec Venecia Océanos	2 2 1 .5	6.5%
HISTORIA	Prehistoria Castillo de Chapultepec Vacuna antirrábica Coliseo Romano	2 2 .5 .5	5.9%
ZOOLOGIA	Patos Perros Moscas	2 2 .5	5.3%
INVENTOS	Bicicleta Teléfono	2 2	4.7%
TRABAJO MANUAL	Adornos navideños Caleidoscopio	2 1	3.5%
CIVISMO	Señales de tránsito	3	3.5%
SALUD	Ejercicios	2	2.3%
BOTANICA	Cuidado de las flores	2	2.3%
ASTRONOMIA	Constelación Orión	2	2.3%
COCINA	Hamburguesas	2	2.3%
CONCEPTOS ETICOS	Navidad	2	2.3%
ANATOMIA	Ojos	1	1.1%
SUMARIO	Sumario	1	1.1%
TOTAL	(No incluye publicidad y propaganda)	59.5	69.8%

REVISTA 5

TEMA	SUBTEMA	PAG.	PORCENTAJE.
ENTRETENIMIENTO	DIVERSAS ACTIVIDADES	12	18.38%
GEOGRAFIA	Fases de la Luna	2	16.91%
	Brasil	2	
	Tormentas	2	
	Reino mineral	2	
	Primavera	1	
	España	2	
	Eco	.5	
HISTORIA	Estatua de la Libertad	2	10.29%
	Numeración maya	2	
	Pirámides de Egipto	2	
	Exploración Polo Norte	1	
ZOOLOGIA	Pájaros	2	3.76%
	Búhos	.5	
ANATOMIA	Cerebro	2	2.94%
TRABAJO MANUAL	Móvil de estrellas	2	5.88%
	Claveles de papel	2	
LITERATURA	El patito feo	1	2.94%
	Fábula	1	
SALUD	Ejercicios	1	2.94%
	Primeros auxilios	1	
DEPORTE	Fútbol	2	2.94%
BOTANICA	Coleccionar hojas	2	2.94%
CIVISMO	Urbanidad	2	2.94%
INVENTOS	Microscopio	2	2.94%
ASTRONOMIA	Aerolitos	1	1.42%
COCINA	Espinacas	1	1.42%
CONCEPTOS ETICOS	Dar en vez de recibir	1	2.94%
	Recibir en vez de dar	1	
SUMARIO		1	1.42%
TOTAL	(No incluye publicidad ni propaganda)	56	66.18%

REVISTA 10

TEMA	SUBTEMA	PAG	PORCENTAJE
ENTRETENIMIENTO	Diversas actividades	12	17.6%
GEOGRAFIA	Japón	2	8.82%
	Argentina	2	
CONCEPTOS ETICOS	Patria	1	5.88%
	Antifelicidad	1	
QUIMICA	Higrómetro	2	5.88%
	Atmósfera	2	
ZOOLOGIA	Grillo	2	4.41%
	Luciérnaga	1	
INVENTOS	Abanico	2	4.41%
	Industrial textil	1	
LITERATURA	Fantasia en azul	1	4.41%
	Don Quijote	1	
	La ardilla y el sol	1	
MITOLOGIA	Europa	2	2.94%
BOTANICA	Las flores	2	2.94%
ASTRONOMIA	Vía láctea	2	2.94%
AERONAUTICA	Charles Lindbergh	2	2.94%
SALUD	Cuidado de los pies	1	1.47%
COCINA	Pan de natas	1	1.47%
HISTORIA	Museo de Louvre	.5	1.47%
	Tatchtli	.5	
SUMARIO		1	1.47%
TRABAJOS MANUALES	Subtema; plantas colgantes	3	5.88%
	Huevitos decorativos	1	
TOTAL	(no incluye publicidad y propaganda)	51	77.91%

T E M A	S U B T E M A	P A G S	P O R C E N - T A J E .
HISTORIA DE BURBUJAS	Cómo comenzó	8	13.3%
ENTRETENIMIENTO	Diversas Actividades	9	15.33%
MITOLOGIA	Hércules	2	6.66%
	Orfeo	2	
	Pegaso	1	
INVENTOS	Moneda	2	6.66%
	Cinematógrafo	2	
LITERATURA	Canto fabuloso	2	6.66%
	Barba Roja	1	
	Cenicienta	1	
ZOOLOGIA	Hipopótamo	2	5 %
	Jirafa	1	
HISTORIA	Viaje al Polo Sur	2	5 %
	Palafito.	1	
CONCEPTOS ETICOS	Superstición	1	3.33%
	Niños	1	
TRABAJOS MANUALES	Cómo hacer una lámpara	1	3.33%
	Cómo hacer un balero	1	
FISICA	El aire	2	3.33%
GEOGRAFIA	Michoacán	1	3.33%
BOTANICA	Linneo	1	1.66%
MUSICA	El arpa	1	1.66%
SALUD	Cómo controlar una hemorragia nasal.	1	1.66%
SUMARIO		1	1.66%
AERONAUTICA	El Concorde	2	3.33%
T O T A L	(no incluye publicidad ni propaganda)	50	83.68%

REVISTA 20

TEMA	SUBTEMA	NO. DE PÁGS	PORCENTAJE
ENTRETENIMIENTO	DIVERSAS ACTIVIDADES	8	15.38%
TRABAJOS MANUALES	Porta-lápices	3	11.53%
	Impermeable	2	
	Cojín	1	
GEOGRAFIA	Finlandia	2	11.53%
	La Calzada de los Gigantes	2	
	El tiempo	2	
INVENTOS	Paracaídas	2	7.69%
	Bumerang	2	
MITOLOGIA	Las musas	2	7.69%
	Fundación Imperio Inca	2	
HISTORIA	Música	2	7.69%
	Biblioteca de Alejandría	1	
	El sombrero	1	
ASTRONOMIA	El cinturón de la Tierra	2	5.66%
	Estrellas dobles	1	
CONCEPTOS ETICOS	Hacer deporte	1	3.84%
	No hacer deporte	1	
ZOOLOGIA	Moluscos	2	3.84%
SUMARIO		1	1.92%
TOTAL	(No incluye publicidad ni propaganda)	40	76.87%

REVISTA 24

TEMA	SUBTEMA	PAGS.	PORCENTAJE.
ENTRETENIMIENTO	DIVERSAS ACTIVIDADES	7	11.6%
GEOGRAFIA	El diamante	1	8.3%
	Las dolinas	.5	
	Bosque de Piedra	2	
	Venezuela	2	
TRABAJOS MANUALES	Caja de semillas	3	6.6%
	Barco con alas	1	
ZOOLOGIA	El ornitorrinco	1	5.8%
	Las focas	1	
	La rémora	1	
	El casuario	.5	
CONCEPTOS ETICOS	La sinceridad	1	3.3%
	La mentira	1	
BIOLOGIA	ADN	2	3.3%
BOTANICA	Azúcar	2	3.3%
INVENTOS	Máquinas de rescate	2	3.3%
MITOLOGIA	Las ninfas	2	3.3%
ASTRONOMIA	Estrella fugaz	2	3.3%
ANATOMIA	Los músculos	2	3.3%
MUSICA	La balalaica	1	1.6%
FISICA	Experimento con cristal	1	1.6%
SUMARIO		1	1.6%
TOTAL	(No incluye publicidad ni propaganda).	36	60.7%

4.1.2. CONCLUSION

En la tabla general del contenido de la revista, -- están contemplados todas las secciones de ésta, incluyendo la portada, contraportada, segunda y tercera de forros con el fin de conocer exactamente qué porcentaje se le destina a cada rubro.

Nos encontramos ante números que por sí mismos tienen mucha importancia. El 44% del total de la revista está destinado a Material didáctico, lo que significa que efectivamente la publicación cumple uno de sus principales objetivos que es el de informar y enseñar. Dentro de este material se ofrecen diversos temas de ciencias sociales, ciencias exactas naturales y así como muchos otros asuntos de interés general.

El porcentaje más alto lo ocupa la Geografía con un 12.3 ; seguido por Historia con 6.7, Inventos con 6.2 y Zoología también con 6.2. En los cuadros se especifica a qué subtema alude cada artículo, los cuales resultaron muy variados.

A continuación aparece el Entretenimiento con un 23%, siendo casi la cuarta parte del contenido total. Este porcentaje es interesante ya que la revista también se propone entretener a través de pasatiempos, además de ofrecer lecturas y sugerir trabajos manuales.

En tercer lugar está la Publicidad, con un 20%. Este rubro se analiza posteriormente en el inciso dedicado exclusivamente a esto.

El siguiente lugar le corresponde a Trabajo manual y Cocina, con 8%. Este porcentaje es bajo en comparación con

los demás, sin embargo es representativo ya que, de alguna -- manera, se le inculca al niño el deseo de elaborar cosas y de -- buscar la ayuda de otras personas para realizarlo, favorecien -- do así la convivencia con padres o amigos.

La propaganda sólo tiene el 3.5% del total y como -- lo diremos más adelante, por lo regular se ocupa para promo -- ver el siguiente número de la revista, adelantando los temas -- que contendrá ésta. Por último, la portada tiene el 1.5%, -- cifra que totaliza el 100% del material de la revista.

El 74.1% del total de páginas de la muestra, corres -- pondió a. Trabajo Manual y Cocina y Entretenimiento, o sea, -- tres cuartas partes del material ofrecido son conocimientos -- de apoyo para el aprendizaje que vive el niño durante sus -- primeros años de edad escolar. Esta cifra es bastante consi -- derable y demuestra que se cumplen los objetivos por los edi -- tores, además de que refleja un equilibrio en la temática.

Esta revista representa un nuevo concepto en el --- terreno editorial infantil y sienta un precedente en la rea -- lización de futuras publicaciones de este tipo.

4.2. PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Dado que nuestro objeto de análisis se concentró en los diversos artículos de la revista para conocer sus características, nos limitamos a efectuar un análisis cuantitativo de la publicidad y propaganda para conocer su frecuencia de aparición.

PUBLICIDAD .

Dentro de la publicidad agrupamos los diversos -- artículos en doce categorías para su análisis:

- 1.- Artículos escolares (papelería, plastilina, pegamentos, portafolios).
- 2.- Artículos para bebé.
- 3.- Banco.
- 4.- Comestibles (Cereal, mayonesa, harina, polvo para refresco, polvo para chocolate y flan).
- 5.- Credencial de televisión.
- 6.- Discos
- 7.- Excursiones
- 8.- Golosinas (frituras y pastelillos).
- 9.- Juguetes.
- 10.- Libros y revistas.
- 11.- Pasta dental
- 12.- Ropa (pantalones, zapatos).

Esta publicidad está dirigida a consumidores infantiles.

Como se puede apreciar en la tabla de porcentajes,-

la revista No. 1, con un total de 80 páginas, destinó el 28% a la publicidad; esto representa un porcentaje elevado, pues constituye casi una tercera parte de la revista. De ese total, el 38% corresponde a la presentación de juguetes y el 9% a las golosinas.

En la revista No. 5 hubo una baja considerable con respecto a la primera, ocupando del total de páginas el 9.5% para la publicidad, presentando en primer lugar y con 31% para cada categoría, a las golosinas y a la ropa.

La revista No. 10 destinó el 13.3% a inserciones publicitarias en su mayoría de artículos escolares con un 28%, coincidiendo con que la revista se publicó en septiembre, mes correspondiente al inicio del ciclo escolar.

La revista No. 15 tuvo 15% de publicidad, y el mayor porcentaje lo ocuparon las golosinas con 45%.

La revista No. 20 tuvo un 21% de anuncios y las golosinas ocuparon nuevamente la cifra más alta con 27%.

La revista No. 24 tuvo un ascenso hasta el 35%. Al analizar esto, nos dimos cuenta de que el mes de aparición de este número fue noviembre, anterior a las ventas decembrinas. La mayor cantidad de inserciones fueron de juguetes con un 62%.

En base a los porcentajes, las revistas Nos. 1 y 24 tuvieron el más alto porcentaje de inserciones publicitarias con respecto a los demás y en su mayoría para publicitar juguetes y golosinas con 24.1% y 24.6% respectivamente. En

los números intermedios, el mayor porcentaje lo ocuparon las golosinas, pero no con una diferencia tan marcada con respecto a otros artículos

El promedio total de publicidad de la muestra fue del 20.6%.

PROPAGANDA.

La propaganda fue del 1.2% en la revista No. 1, de 7.4% en la No. 5, del 7% en la No. 10, nula en el No. 15, del 2% en la No. 20 y del 1.6% en la revista No. 24

Sin embargo, aunque los porcentajes de aparición -- fueron bajos su uso estuvo equilibrado, pues fue suficiente -- para la presentación del contenido de la próxima edición y -- para realizar el "Burbusorteo", concurso que consistió en -- recortar e iluminar una página y enviarla a la redacción de -- la revista, eligiendo al ganador por sorteo.

Esto es un acierto ya que fomenta la retroalimentación de la revista a través de la participación activa de los lectores.

4.2.1. PUBLICIDAD

NO. REVISTA	1	5	10	15	20	24	
ARTICULOS ESCOLARES	4%	-	28%	-	18%	5%	9.1%
ARTICULOS PARA BEBE	9%	15%	11%	-	9%	-	7.3%
BANCO	9%	-	-	-	-	-	1.5%
COMESTIBLES	14%	8%	6%	-	9%	5%	7.1%
CREDENCIAL DE TELEVISION	-	-	-	-	.9%	-	1.5%
DISCOS	-	-	-	22%	9%	-	5.1%
EXCURSIONES	-	-	11%	-	-	-	1.8%
GOLOSINAS	9%	31%	22%	45%	27%	14%	24.6%
JUGUETES	38%	15%	-	11%	19%	62%	24.1%
LIBROS Y REVISTAS	4%	-	-	11%	-	-	2.6%
PASTA DENTAL	4%	-	-	-	-	-	.6%
ROPA	9%	31%	22%	11%	-	14%	14.5%
TOTAL DE PUBLICIDAD POR REVISTA.	28%	9.5%	13.3%	15%	21%	35%	98.3%

4.3. ANALISIS DEL MENSAJE

Para la realización de nuestro análisis, separamos los artículos de la revista en cuatro diferentes rubros para facilitar la investigación, éstos son: Material didáctico, portada, trabajo manual y cocina y entretenimiento.

Elaboramos cuatro diferentes cuestionarios en base a las características particulares de cada rubro. Para ello, nos basamos en el cuestionario de análisis de textos de Daniel Prieto Castillo (1), en el que propone una forma de análisis para mensajes verbo-icónicos, aplicables al cuestionario de material didáctico, adaptándolo de acuerdo a las características particulares de Burbujas.

Partiendo de este cuestionario, elaboramos los tres restantes, pues al aplicarlo notamos que no era funcional para las diferentes secciones de la revista. Por tal motivo, realizamos preguntas específicas para cada rubro, y así obtener una muestra representativa.

Consideramos "Material Didáctico" a los artículos que contienen información referente a las ciencias exactas, como la física, la Química, las Matemáticas; las ciencias naturales como la Biología, la Geografía, la Zoología; y ciencias sociales como el Civismo, la Literatura, la Historia y la Mitología.

Por ser la portada la primera impresión que recibe el lector de una publicación cualquiera, consideramos necesario elaborar un cuestionario especial, que nos proporcionara los elementos que maneja el emisor para atraer al público.

Dentro de "Trabajo manual y cocina", incluimos preguntas que nos aportaron datos útiles para la comprensión del mecanismo particular de -

(1) Prieto, Daniel. Método Elemental de Análisis de Mensajes.

esta sección y su importancia en la totalidad de la revista.

El cuestionario de "Entretenimiento" es de particular interés porque refleja el tipo de actividad propuesta para los niños, pues presenta dibujos para colorear, pasatiempos como unir puntos, encontrar errores, salir de laberintos y, en fin, una serie diversa de posibilidades que implican una participación directa e inmediata.

A excepción del cuestionario de Material didáctico - que se compone de tres partes, - sintagma, paradigma e imagen-, los demás cuestionarios contienen únicamente texto e imagen. Las primeras partes corresponden a preguntas elaboradas particularmente a cada sección, y las segundas se refieren a la imagen, que es una constante en todos los artículos, pues todos vienen acompañados por una o varias imágenes.

Para facilitar la comprensión del desarrollo del análisis, presentamos cada pregunta con su cuadro, su gráfica y su conclusión parcial.

El cuestionario de Material didáctico, por ser el básico, se explica en su totalidad pregunta por pregunta, y en los cuestionarios de Trabajo Manual y Cocina y Entretenimiento, sólo se incluirán las explicaciones de las interrogantes que difieran del primero. Esto es con el fin de no repetir explicaciones, aunque cada cuestionario se aplicó de forma individual y completa a cada artículo según su rubro.

4.3.1. MATERIAL DIDACTICO

4.3.1.1. EXPLICACION DEL CUESTIONARIO BASICO

TITULO DEL ARTICULO

NO. DE PAGINA

NO. DE REVISTA

SINTAGMA

"Es el orden en que los enunciados aparecen en el texto, (coordinación). Concepto que señala la manera superficial, explícita del desarrollo del texto" (1). El sintagma indica la combinación de signos que se dan en el enunciado, texto o discurso; asociación en que cada término, tiene su propio valor o su oposición a lo que precede y antecede. En sentido amplio, es el discurso organizado de signos que se combinan entre sí.

RECURSOS QUE APOYAN AL CONCEPTO BASICO. Tomando en cuenta los elementos del lenguaje escrito, elegimos los recursos que consideramos necesarios para el análisis.

1. TEXTO.

"La magia del texto, su capacidad de seducir, de convencer, proviene de la manera como está organizado, del desarrollo de los sintagmas" (2). Por ello, procedimos a su descomposición para conocer la intencionalidad real de sus enunciados.

1.1. TEXTO CON RELATO.

Es todo tipo de mensaje narrativo, en el que el personaje presenta acontecimientos, situaciones y conductas del

(1) Prieto, Daniel. Método Elemental de Análisis de Mensajes.

P. 83

(2) Idem pp.77

tema referido. El o los personajes se involucran en el texto.

1.2. TEXTO SIN RELATO

En esta categoría, la información se presenta sin la intervención de los personajes de "Burbujas", éstos sólo se limitan a presentar la información.

2. ¿SE CALIFICAN LOS PERSONAJES DE "BURBUJAS" A SI MISMOS?

A lo largo de la muestra, encontramos que los personajes de "Burbujas" utilizaron con frecuencia adjetivos calificativos cuando hablaban de sí mismos, en los que se otorgan ciertos atributos o cualidades para describirse o justificar alguna acción llevada a cabo por ellos. Esta calificación está dada por alguna de las siguientes formas:

2.1. SI SE CALIFICAN

2.1.1. DIRECTAMENTE

Utilizan adjetivos calificativos directos, que no permiten otra interpretación: "Yo soy muy guapo...".

2.1.2. INDIRECTAMENTE

Se da a entender algo sin decirlo abiertamente.

2.2.2. NO SE CALIFICAN

No existe ningún tipo de adjetivación de los personajes.

3. ¿CUALES SON LOS MOVILES DE SUS ACCIONES?

Claude Bremond reconoce tres tipos de móviles sobre los que el influenciador puede ejercer sus artes:

3.1. HEDONICOS

Se dan en tren de satisfacer una necesidad.

3.2. PRAGMATICOS.

Son calculados en función de obtener un beneficio, -- aún cuando no resulten placenteros en forma inmediata.

3.3. ETICOS.

Van en función de los principios que alguien quiere -- obtener (3).

4. ¿ QUE ROL DESEMPEÑA EL PERSONAJE DE BURBUJAS?

4.1. RELATOR.

Como su nombre lo indica, relata los acontecimientos -- de que trata el artículo, de tal forma que se asemeja a un -- cuento.

4.2. INFORMANTE.

Se limita a dar datos e información tratando de invo -- lucrarse lo menos posible.

4.3. PARTICIPE.

El personaje tiene participación en la historia, pues se relaciona con los hechos al estar él presente.

5. ¿ APARECE OTRO TIPO DE PERSONAJES?

Se contempla la posibilidad de que aparezcan otros -- tipos de personajes diferentes a los de "Burbujas".

5.1. SI APARECEN.

5.1.1. ¿ QUE ROL DESEMPEÑAN ?

5.1.1.1. HEROE.

Es el que se distingue por sus acciones extraordina -- rias o su grandeza de ánimo. "El comunicador sirve como -- ejemplo o motivo conductor que el individuo contempla en -- ciertas figuras que le salen al encuentro en la comunicación social al héroe y, con frecuencia lo erige en 'ídolo'. Héroe

(3) Prieto, Daniel. Una Introducción a los fantasmas, pp.65

es la figura actuante que ocupa una posición dominante en - mensajes épicos o dramáticos" (4).

5.1.1.2. DESTINATARIO.

Es el personaje a quien va dirigida cierta acción.

5.1.1.3. ADVERSARIO.

Persona rival o contraria al héroe o a los demás personajes.

5.1.1.4. DON.

Personaje que posee una habilidad fuera de lo común. - Tiene una gracia especial para hacer alguna labor o crear al guna cosa. En esta categoría entran, por ejemplo, los genios y los inventores.

5.1.1.5. PERSONAJE COMPLEMENTARIO.

No realiza la acción principal directamente, sino que colabora de manera circunstancial o de apoyo.

5.1.1.6. RELATOR O QUE HABLA DE SI MISMO.

Es el personaje que narra las acciones importantes de sarrolladas en su vida.

Todos estos personajes pueden aparecer o no, dependien do de la naturaleza del artículo.

5.2. NO APARECE.

Se contempla el hecho de que no se presente ningún - otro personaje en el artículo, aparte del "Burbujo".

6. ENUNCIADOS PREDOMINANTES EN EL TEXTO.

Todo enunciado implica la presencia de un sujeto y un predicado. Este último le reconoce o le atribuye algo al - sujeto.

(4) Maletzke, Gerhard, Sicología de la comunicación social, pp.65

Al que llamamos enunciado tautológico, es el que se presenta a sí mismo como válido a través del verbo ser. En este punto tenemos tres posibilidades.

6.1. TAUTOLOGICO DIRECTO.

Se pretende dar validez absoluta a un enunciado, por ejemplo: "Beto es responsable". Este es el punto de vista de alguien y pretende aparecer como verdad, por el simple hecho de decirse, no se explica la razón de tal afirmación.

6.2. TAUTOLOGICOS MEDIATIZADOS.

En ellos se da una explicación, hay una mediación para llegar a la conclusión que el emisor quiera dar; por ejemplo: "Beto es responsable porque cumple con su trabajo". Se dice que es mediatizado porque da un argumento para apoyar su afirmación.

6.3. SIN INTENCION TAUTOLOGICA.

Son simples enunciados que no tratan de convencer o de influir, se limitan únicamente a informar.

PARADIGMA.

"El paradigma es una reserva, tan limitada como sea posible de objetos (unidades) fuera de la cual se llama, por un acto de cita, al objeto o unidad que se quiere dotar de un sentido actual. Lo que caracteriza al objeto paradigmático es que, respecto a los demás objetos de su clase, está en una cierta relación de afinidad y de semejanza: dos unidades del mismo paradigma deben parecerse un poco para que la diferencia que los separa tenga la evidencia de un resplandor" (5).

Barthes afirma: "Fuera del discurso, las unidades que tienen algo en común, se asocian en la mayoría y forman grupos por el sentido y por el sonido" (6)

(5) Paoli, Antonio. Comunicación. pp.123

(6) Barthes, Roland. Elementos de semiología. pp. 63

Prieto dice que el paradigma es el conjunto de claves que nos permiten explicar un cierto discurso.

En esta parte del cuestionario, se trata precisamente de analizar las diferentes partes o claves del mensaje, tomando en cuenta los principales elementos que la componen.

RECURSOS.

7. CABEZA.

Es el título que se le da al artículo; es la primera referencia que tenemos del texto. Para su análisis lo dividimos en dos partes:

7.1. INFORMATIVA.

Indica el tema del que tratará el artículo, lo que nos permite conocer directamente la trama del texto.

7.2. SUGESTIVA.

Presenta un título que no nos permite conocer en forma inmediata el tema a tratar. No informa directamente datos sobre él, sino que simplemente se limita a sugerir algo.

8. INTRODUCCION.

Como su nombre lo indica, en esta parte se introduce al lector antes de abordar el concepto básico del artículo. Contiene tres categorías:

8.1. INFORMATIVA.

Presenta desde el principio la información sobre el tema a tratar.

8.2. CIRCUNSTANCIAL.

De una situación cualquiera, en apariencia improvisada o casual, surge repentinamente el concepto básico del artículo. Es una especie de puente para comenzar.

8.3. VALORATIVA.

Es el preámbulo en el que se manejan conceptos éticos, ya sea para tratar alguno de ellos, o para adjetivar algún personaje hecho o situación.

8.4. SIN INTRODUCCION

Entra directamente al tema.

9. ¿ COMO SE PRESENTA EL TEXTO?

Se refiere a la presentación visual del texto, a su ubicación, a la forma en que está distribuido dentro de la página.

9.1. PARRAFOS AISLADOS.

El texto se ubica en partes separadas dentro de la página, intercalándose con las imágenes.

9.2. INFORMACION EN BLOQUE.

El texto se presenta en forma continua, sin ninguna interrupción icónica.

9.3. GLOBOS.

Un globo, en comunicación, es un mensaje enmarcado que tiene un extremo dirigido hacia el personaje que lo está diciendo o pensando.

En esta categoría, la información puede incluirse al mismo tiempo, en alguno de los incisos anteriores.

9.4. DIALOGOS.

El texto aparece en forma de conversación sostenida por los personajes.

9.5. OTRO.

Cualquier modalidad que aparezca en algún artículo de la revista, y que no esté contemplada en los puntos anteriores.

10. EXPLICACION DE PALABRAS.

Es la explicación, de acuerdo a la definición del --- diccionario, que se hace de ciertas palabras al final del --- artículo.

10.1. SE SE EXPLICAN

Se refiere cuando el artículo si contiene definicio -- nes de palabras.

10.2. NO SE EXPLICAN

Cuando no existe explicación alguna de las palabras di fíciles del texto.

11. USO DE PROVERBIOS.

El proverbio es el pensamiento de una persona y que - lleva un mensaje. Es una sentencia, adagio o refrán expresa- do en pocas palabras. (7).

11.1. SI SE USA.

11.2. NO SE USA.

12. METAFORA.

"La metáfora es una relación de semejanzas, por la po- sibilidad de decir algo a través de otra materia significativa. Esta posibilita una intensificación del sentido, una connota- ción que la simple presentación del objeto al que se alude no daría". (8)

La metáfora deriva de la comparación, sólo que en ella se eliminan los nexos comparativos. Así de la expresión com- parativa "era fuerte como un oso", se pasa a la metáfora: -- 'era un oso' , con lo que el elemento desaparece (9).

(6) Barthes, Roland. Elementos de semiología, pp.63

(7) Prieto, Daniel Metodo elemental..., pp.157

(8) Idem, pp.158.

12.1. SI SE USA

12.2. NO SE USA

13. SINECDOQUE.

"Significa decir el todo a través de alguna de sus -- partes. Es una intensificación de sentido mediante la selección y enfatización de una parte de un todo" (10).

El emisor hace una selección de los diferentes aspectos que se pueden tratar de un tema cualquiera. En ellos basa su artículo y es posible que realce más alguna parte, que el resto de la información.

13.1. SI SE USA

13.2. NO SE USA

14. HIPERBOLE

"Es una figura que consiste en aumentar o disminuir -- algo hasta el límite de su inteligibilidad" (11).

Los personajes y los objetos aparecen a menudo en proporciones arriba de lo común, lo que también les confiere -- un fuerte dinamismo. (12)

14.1. SI SE USA

14.2. NO SE USA

15. ENUNCIADOS RETORICOS DEL TEXTO.

En el texto hay diferentes enunciados que nos orientan en el reconocimiento de las funciones en que se emplea el lenguaje, y la manera como el emisor las utiliza. Prieto nos habla de diferentes categorías que se pueden identificar en el texto. Estas son:

15.1. UNIVERSALIZACION.

"Consiste en generalizar una afirmación o una negación

(10) Idem pp.66

(11) Idem. pp.66

(12) Idem. pp.66

como si fuera una verdad en sí misma, como si pudiera abar -
car todos los casos a los que alude" (13)

15.2. DESPERSONALIZACION

"Hace que alguna afirmación o negación aparezca como --
surgida de la nada, o como leyes eternas.

Dos recursos fundamentales para esto son: el uso de la
palabra impersonal se, y el verbo haber. La despersonaliza -
ción también se produce mediante el uso del enunciado de un-
sujeto tan general, que resulta ambiguo" (14)

15.3. INCLUSION

El emisor se incluye en el enunciado para dar más fuer -
za a su expresión, especialmente cuando se trata de influir -
en los demás, o enfatizar algo que está presentado.

15.4. REDUNDANCIA.

"En el lenguaje cotidiano, consiste en aquellos signos
que son reiterados para facilitar la comprensión de los que -
se esta expresando" (15). La redundancia no se produce sólo-
por la repetición de términos idénticos, el uso de sinónimos-
entra en este recurso.

15.5. VIA DEL EJEMPLO.

Consiste en sacar conclusiones generales a partir de -
uno o más casos.

15.6. NINGUNA

Puede darse el caso de que el texto no presente ninguna
de estas figuras retóricas.

IMAGEN

"Es una versión de un hecho, de un ser, de un objeto.-
Una imagen es algo que se dice de algo y que puede acercar de
alguna forma a algo dicho, puede ser leal al mismo, pero tam-

(13) Idem. pp. 68

(14) Idem. pp. 69

(15) Idem. pp. 70

bién puede mentirlo, distorsionarlo o falsearlo.

Una imagen es una versión de la realidad y toda "ver
sión, se sabe, es siempre menos que aquello a lo que se refie
re" (16).

Para no correr el riesgo de caer en un análisis de con
tenido superficial, debemos conocer el lenguaje básico de la
imagen y los elementos que la componen, así como las relacio
nes entre texto e imagen.

16. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES?

En cada página de la revista, las imágenes pueden apa
recer de diversas maneras, a saber:

16.1. CONJUNTOS CERRADOS.

La imagen queda enmarcada por líneas que se cierran. -
"Las fuerzas de organización tienden a modelar las unidades -
en conjuntos compactos y cerrados. Resulta más formada que -
una superficie abierta" (17).

16.2. CONJUNTOS ABIERTOS.

La imagen se presenta sin ninguna línea exterior que -
la límite, o un cuadro o círculo que la cierre, el espacio --
esta limitado por las dimensiones de la página.

16.3. AMBAS OPCIONES.

El artículo puede tener en su (s) página (s), imágenes
con conjuntos cerrados y a su vez, abiertos.

17. ¿ EN QUE TIPO DE PLANO APARECEN LAS IMAGENES?

Dependiendo de la intencionalidad del emisor, se proce
de a una selección de planos, para enfatizar ciertos elemen
tos. En base a ello, lo situamos en sus posibilidades de plano.

17.1. PLANO GENERAL.

"En el plano general, se abarca todo un paisaje o una-

(16) Prieto, Daniel. Una Introducción ... pp. 49

(17) Prieto, Daniel. Método elemental pp. 136

escena. Se trata de distribuir la atención por igual, sin -- una focalización en algún elemento" (18)

17.2. PEQUEÑO CONJUNTO O CONJUNTO MEDIO.

"Sitúa a un personaje o acontecimiento, dentro de un -- entorno inmediato" (19).

17.3. PLANO MEDIO.

"Aparece un personaje completo de pie, se le utiliza-- para realizar una actividad o alguna presencia" (20).

17.4. PLANO ITALIANO.

El personaje aparece desde la rodilla hacia arriba.

17.5. PLANO AMERICANO.

"En este plano, el personaje aparece desde la cintura-- para arriba, y se usa para identificar a un personaje (21).

17.6. PRIMER PLANO.

"Hay una focalización de un detalle mediante el cual -- intenta dramatizar una acción o una actitud" (22)

17.7. OTRO.

18. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES SEGUN SU ANGULO -- VISION?

Daniel Prieto menciona tres recursos de representa -- ción de las imágenes, según su ángulo, pues es lo que es lo -- que les confiere movilidad. Esto es importante, pues resalta o minimiza detalles de las imágenes.

18.1. REPRESENTACION DE FRENTE.

Aparece como una versión racional, segura de la reali-- dad.

18.2. REPRESENTACION EN SENTIDO ASCENDENTE.

"Constituye una deformación de la realidad, con la ten-- dencia a acentuar el tamaño, las dimensiones en un objeto o -- un personaje." (23).

(18) Idem. pp. 136

(19) Idem. pp. 136

(20) Idem. pp. 136

(21) Idem. pp. 136

(22) Idem. pp. 136

(23) Idem. pp. 137

18.3. REPRESENTACION EN SENTIDO DESCENDENTE.

"Tiende a minimizar detalles, y también ofrece otros - no familiares de la realidad". (24).

19. CUANDO APARECEN DOS O MAS PERSONAJES, ¿ COMO SE RELACIONAN ENTRE SI?

Los personajes pueden tener algún tipo de relación especial dependiendo de su rol, esta relación puede ser:

19.1. CORDIALMENTE.

19.2. ANTAGONICAMENTE.

19.3. NO SE RELACIONAN.

20. TEXTURA.

Al respecto, Daniel Prieto afirma: "Es el equivalente visual de lo que puede lograrse mediante el tacto. Son los efectos de dibujo que tratan de substituir la realidad mediante diversos recursos".

20.1. SI SE UTILIZA.

20.2. NO SE UTILIZA.

21. CABEZA.

Para analizar la cabeza distinguimos tres categorías - tanto para la presentación, como para la ubicación.

21.1. ANGULO DE UBICACION.

Se refiere únicamente al lugar físico que ocupa dentro del artículo.

21.1.1. SUPERIOR.

21.1.2. CENTRAL.

21.1.3. INFERIOR.

21.2. PRESENTACION.

Es la forma como aparece la cabeza. Puede ser:

21.2.1. UNIDA.

Se refiere a la presentación que se hace del título, -

sin ninguna irrupción visual; es decir, que se coloca en ---
forma unida.

21.2.2. DISTRIBUIDA.

Aparece el título del artículo en forma segmentada en-
dos o más partes a lo largo de las páginas, sólo que dividida
por una imagen, un texto, o algún espacio que interrumpe su -
lectura normal.

21.3. TIPO DE LETRA.

La cabeza adquiere importancia o llama más la atención,
si aparece escrita en forma diferente a la cotidiana. Distin
guimos tres presentaciones:

21.3.1. MANUSCRITA.

Se usa la letra 'hecha a mano' y que se va enlazada una
con otra.

21.3.2. MOLDE.

Letra que imita la tipografía de la llamada de "molde", o
bien, la que así lo es.

21.3.3. DIBUJADA.

Las letras aparecen con dibujos alusivos al texto. Por
ejemplo la palabra queso con la "q" en color amarillo y con -
hoyos. Puede ser una letra, la palabra completa, o toda la -
cabeza.

21.4. TEXTURA.

Ver la explicación de este concepto en este mismo -- -
cuestionario en la sección de paradigma.

21.4.1. SI SE UTILIZA.

21.4.1. NO SE UTILIZA.

No se incluyó una pregunta especial sobre la colora --
ción de la cabeza, pues ello está en relación directa con la-
coloración del artículo.

22. ¿ QUE TECNICAS VISUALES SE UTILIZAN?

Dondis ofrece en su libro La sintaxis de la imagen (25), una serie de ejemplos útiles para nuestro análisis, dentro -- de lo que él denomina "técnicas de comunicación visual".

Son recursos para atraer la atención y para relacionar los elementos visuales con las sensaciones de movimiento, ve locidad, reposo, etc.

22.1. EQUILIBRIO.

Estrategia de diseño en la que hay un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

22.2. REGULARIDAD.

Se logra mediante la uniformidad de elementos, la continuidad de un orden, basada en un principio en relación con el cual no se permiten desviaciones.

22.3. SIMPLICIDAD.

Consiste en formas elementales directas, simples y, sin complicaciones y detalles. Esta facilita el reconocimiento y la comprensión.

22.4. COMPLEJIDAD.

Aparecen numerosas unidades y visuales y relaciones, -- lo que dificulta la interpretación, el reconocimiento de lo - que se quiere significar.

22.5. UNIDAD.

Equilibrio adecuado de diversos elementos en una totalidad que es perceptible visualmente. Tales elementos pueden ser numerosos, siempre que se establezca entre ellos una relación.

22.6. ECONOMIA.

Se trata de incluir unidades mínimas. Mediante este - recurso se realiza lo esencial de la figura con unos pocos -- trazos.

22.7. PROFUSION.

Composición recargada a través de la presentación de - gran cantidad de detalles.

(25) Dondis, Donis, La sintaxis de la imagen, pp.32

22.8. ACTIVIDAD

Provoca la sensación de movimiento por la inclusión de recursos dinámicos.

22.9. PASIVIDAD.

Efecto de reposo. Tendencia a la representación estática.

22.10. PLANA

Los elementos visuales aparecen sobre un fondo de color homogéneo, que no sugiere profundidad.

22.11. PROFUNDA.

Recurre a las leyes de la perspectiva o bien al contraste, que permite sensaciones de profundidad.

23. FIGURAS RETORICAS.

Significa una cierta transgresión con el lenguaje común, con el propósito de enfatizar un significado. Jaques Durand reconoce cuatro grandes tipos de figuras en su libro Retórica e imagen publicitaria. Estas figuras son adjunción, supresión, sustitución e intercambio. Para efectos de nuestro análisis los manejaremos respectivamente como sinécdoque, dentro de la supresión; y la hipérbole y la metáfora, dentro de la sustitución.

23.1. METAFORA.

"La metáfora en imágenes, se formaliza mediante el reemplazo de un elemento, por otro que tiende a enfatizar por semejanza" (26).

23.2. SINECDOQUE.

"Consiste en presentar el todo a través de una parte, - no cualquiera, sino aquella que enfatiza más el sentido que - el emisor quiere dar al mensaje" (27)

23.3. HIPERBOLE.

"Exageración visual: los personajes o los objetos aparecen con un tamaño totalmente por encima de lo normal" (28)

(27) Idem. pp. 157

(28) Idem. pp. 157

23.4. NINGUNA

Opción que contempla la posibilidad de que no aparezca ninguna de las figuras anteriores.

24. ¿ APARECE EL CUADRO DE IDENTIFICACION DEL PERSONAJE DE " BURBUJAS " ?

En ocasiones aparece una imagen del personaje de "Burbujas" que se encarga de la sección, en el ángulo superior izquierdo de la página, con el fin de identificar esa parte de la revista. Contempla dos opciones.

24.1. SI APARECE.

24.2. NO APARECE.

25. RELACION VERBO-ICONICA

Ante las múltiples posibilidades de significación de una imagen, el texto viene a aclarar el sentido. El texto orienta al lector sobre lo que debe de interpretar. Daniel Prieto nos habla de cuatro tipos de relaciones:

25.1. DE ANCLAJE O ACLARACION

"La imagen tiene un significado un tanto ambiguo, no claro a la interpretación inicial del perceptor. El texto señala lo que debe leerse en la imagen, el sentido que tiene" (29).

25.2. DE REDUNDANCIA.

La imagen ofrece los elementos suficientes como para comprender su sentido según la intencionalidad del emisor. Sin embargo, el texto insiste en remarcar ese sentido" (30).

25.3. DE INFERENCIA

"Constituye el modo más sutil de contacto entre la imagen y el texto. Este no dirige, no impone la interpretación, simplemente presenta algunos datos para que el perceptor saque sus conclusiones a partir de la observación de la

(29) Idem. pp. 167

(30) Idem. pp. 167

imagen. Es decir, el sentido final está en la imagen, la -- clave habrá que encontrarla en algún detalles" (31).

25.4. DE CONTRADICCIÓN.

"Se produce por dos causas: porque el mensaje está mal hecho, o porque se quiere provocar una sorpresa en el perceptor, sorpresa que a continuación incluye una explicación" (32).

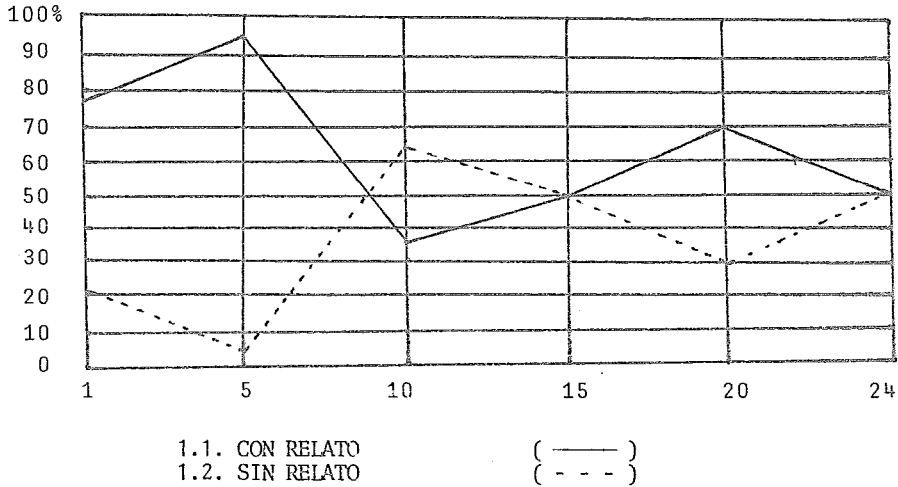
(31) Idem. pp. 168

(32) Idem. pp. 168

4.3.1.2. CUADROS, GRAFICAS Y CONCLUSIONES PARCIALES

1. TEXTO

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
1.1. CON RELATO	79%	95%	36%	50%	70%	50%
1.2. SIN RELATO	21%	5%	64%	50%	30%	50%

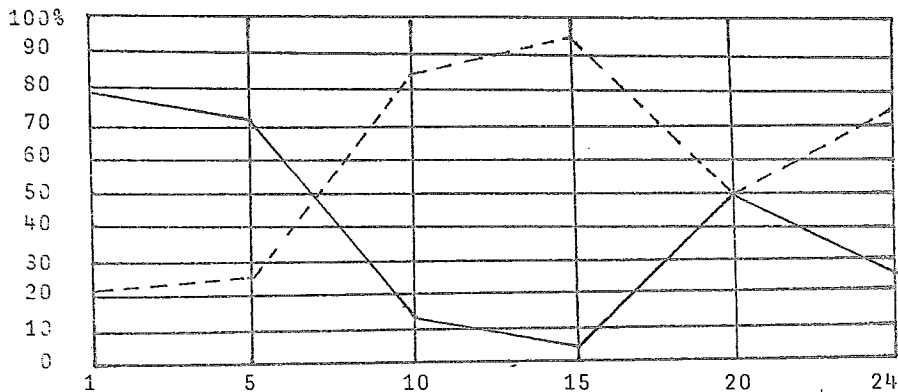


En los dos primeros números de la muestra, existía la tendencia de relatar los artículos, la cual fue disminuyendo, hasta alcanzar una misma proporción de artículos con y sin relato en la última revista.

Es importante presentar los artículos con relato, pues esto los hace más amenos y más atractivos para el lector. Por lo tanto, fue acertada la presentación de un mayor porcentaje de textos con relato, pues ello no interfiere en la objetividad que el artículo pueda tener o no.

2. ¿ SE CALIFICAN LOS PERSONAJES DE " BURBUJAS " A SI MISMOS ?

NO. DE REVISTA		1	5	10	15	20	24
2.1 SI SE CALIFI CAN	DIRECTA	36%	29%	33%	100%	71%	50%
	INDIREC	79%	73%	14%	5%	50%	25%
2.2. NO SE CALIFICAN		64%	71%	67%	0	29%	50%
		21%	27%	86%	95%	50%	75%



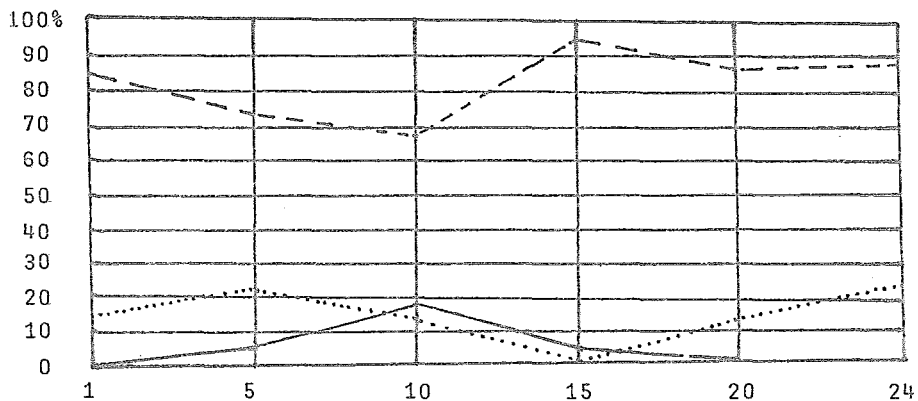
2.1. SI SE CALIFICAN (———)
 2.2. NO SE CALIFICAN (- - -)

En las dos primeras revistas de la muestra, existía la tendencia de los personajes a calificarse a sí mismos.

Estas cifras reportan un 41 % de promedio de personajes que sí se califican. Sin embargo, tiene mayor validez que los personajes no se califiquen a sí mismos. Cualquier tipo de adjetivación trae consigo una opinión subjetiva que se impone al lector sin dejarle otra opción. El uso de adjetivos calificativos representa el deseo de reforzar una y otra vez, los valores manejados por la revista.

3. ¿ CUALES SON LOS MOVILES DE SUS ACCIONES ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
3.1. HEDONICOS	--	5%	18%	5%	--	--
3.2. PRAGMATICOS	85%	73%	68%	95%	86%	87%
3.3. ETICOS	15%	22%	14%	--	14%	13%



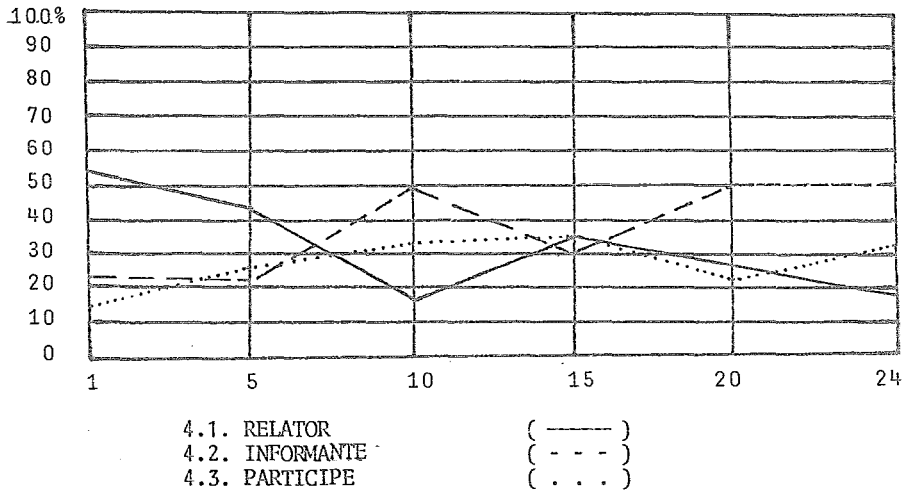
3.1. HEDONICOS (———)
 3.2. PRAGMATICOS (- - -)
 3.3. ETICOS (. . .)

La presentación de artículos cuyos móviles son pragmáticos- en su mayoría, tuvo una línea promedio de 82.3%. El segundo lugar lo ocupan los artículos con móviles éticos con un 14.6% de promedio, y los móviles hedónicos con un promedio de 4.6.% únicamente

Los móviles pragmáticos son los más importantes, pues tienen como finalidad dar una enseñanza. Por ello consideramos acertada - la inclusión en su gran mayoría de este tipo de móviles.

4. ¿ QUE ROL DESEMPEÑA EL PERSONAJE DE "BURBUJAS" ?

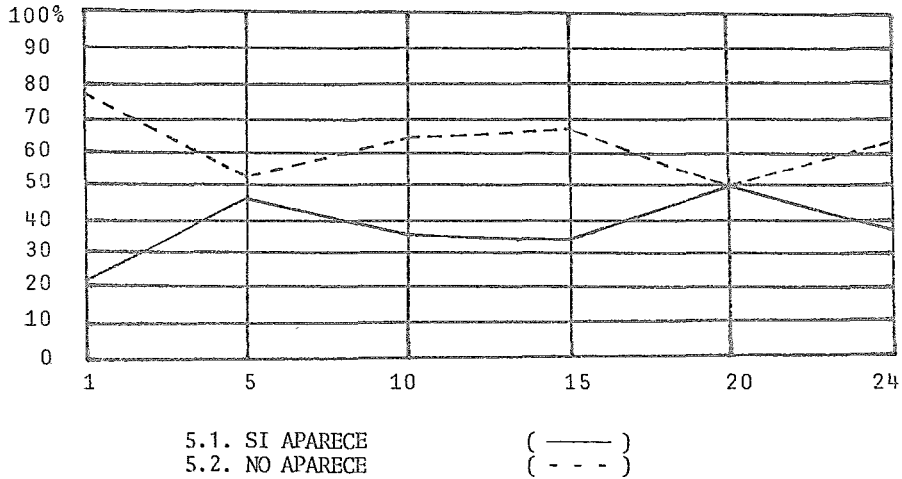
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
4.1. RELATOR	64%	53%	18%	35%	28%	19%
4.2. INFORMANTE	22%	21%	50%	30%	50%	50%
4.3. PARTICIPE	14%	26%	32%	35%	22%	31%



Las categorías predominantes fueron las de relator y de --
 informante. Estos son las que más se acercan a un mensaje objetivo,
 ya que brindan una información más real de la que daría un persona-
 je cuando participa en una historia, pues resulta prácticamente ---
 imposible que se traduzcan a todas las épocas y lugares.

5. ¿ APARECE OTRO TIPO DE PERSONAJES ?

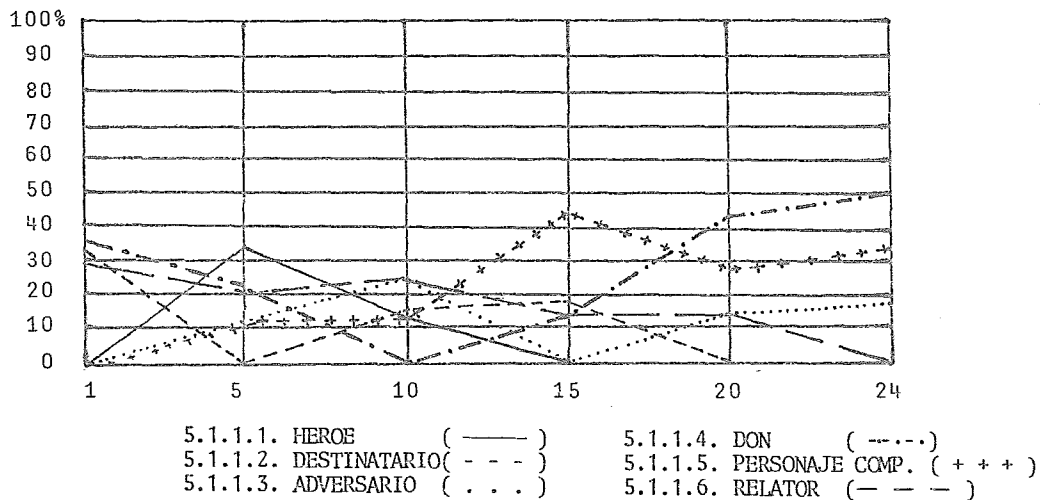
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
5.1. SI APARECE	21%	47%	36%	33%	50%	37%
5.2. NO APARECE	79%	53%	64%	67%	50%	63%



Es positiva la participación de otro tipo de personajes, ya que ello le confiere más vida y variedad a los artículos.

5.1.1. ¿ QUE ROL DESEMPEÑA ?

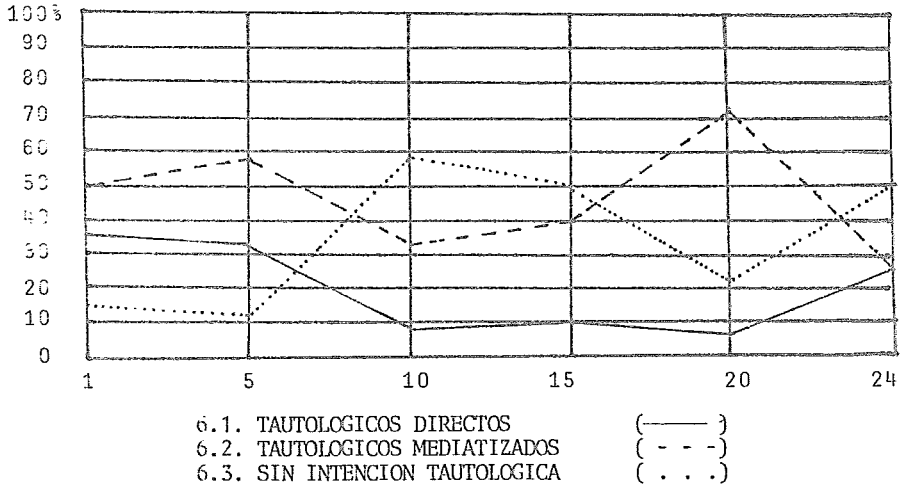
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
HEROE	-	33%	12%	-	-	-
DESTINATARIO	33%	-	25%	29%	-	-
ADVERSARIO	-	11%	25%	-	14%	17%
DON	33%	22%	-	14%	43%	50%
P. COMPLEMENTARIO	-	11%	13%	43%	29%	33%
RELATOR	33%	22%	25%	14%	14%	-



Es un acierto que el personaje que apareció más frecuentemente sea el don, pues se presentan personajes claves en la historia del mundo, con habilidades y cualidades especiales, lo que le brinda al niño conocimientos de cultura general.

6. ENUNCIADOS PREDOMINANTES EN EL TEXTO

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
6.1. TAUTOLOGICOS DIRECTOS	36%	32%	9%	10%	7%	25%
6.2 TAUTOLOGICOS MEDIATIZADOS	50%	58%	32%	40%	71%	25%
6.3. SIN INTENCION TAUTOLOGICA	14%	11%	59%	50%	21%	50%

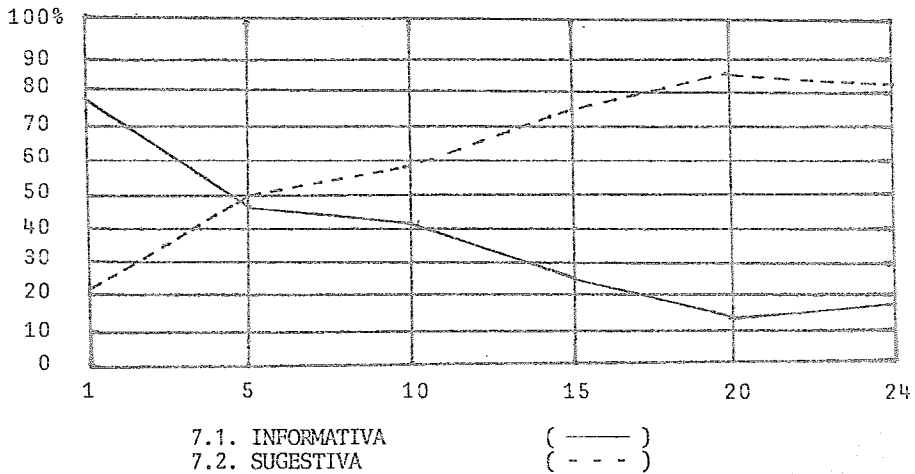


Siempre existió la tendencia de incluir enunciados tautológicos mediatizados o sin intención tautológica principalmente, dejando el menor porcentaje a los tautológicos directos; lo que significa un acierto, pues estuvieron bien utilizados, ya que los enunciados sin intención tautológica son los más objetivos, dado que no pretenden influir en la opinión del lector. Los enunciados tautológicos mediatizados tienen, a diferencia de los directos, cierta justificación en el enunciado, pues siempre explican las razones de determinada afirmación.

PARADIGMA

7. CABEZA

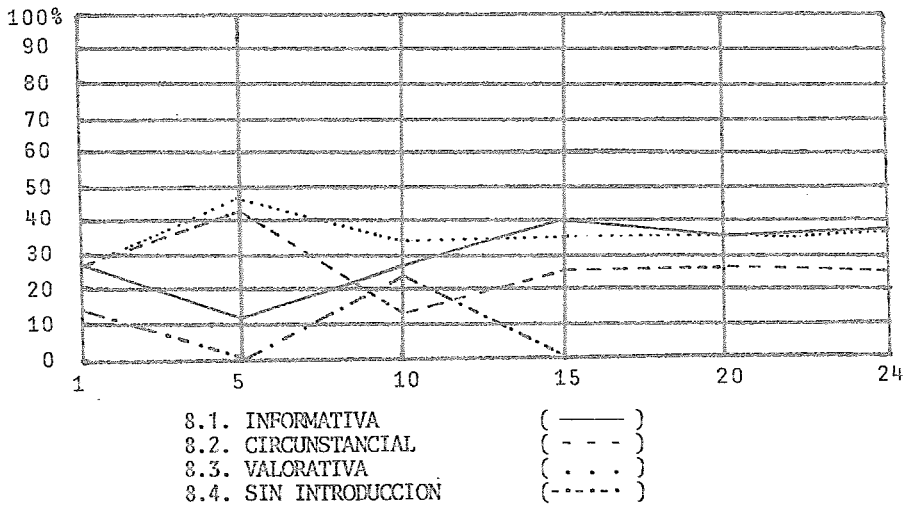
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
7.1. INFORMATIVA	79%	47%	41%	25%	14%	19%
7.2. SUGESTIVA	21%	53%	59%	75%	86%	81%



En un principio se dio preferencia a las cabezas informativas, pero las sugestivas fueron cobrando importancia para llegar a ser las más usadas, medida que resulto positiva, pues es posible que el niño no tenga interés de leer acerca de algún tema en particular. Sin embargo, al ver un título sugestivo, despierta en él la curiosidad por conocer algo desconocido.

8. INTRODUCCION

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
8.1. INFORMATIVA	28%	11%	27%	40%	36%	37%
8.2. CIRCUNSTANCIAL	28%	42%	14%	25%	28%	26%
8.3. VALORATIVA	28%	47%	36%	35%	36%	37%
8.4. SIN INTRODUCCION	14%	-	23%	-	-	-

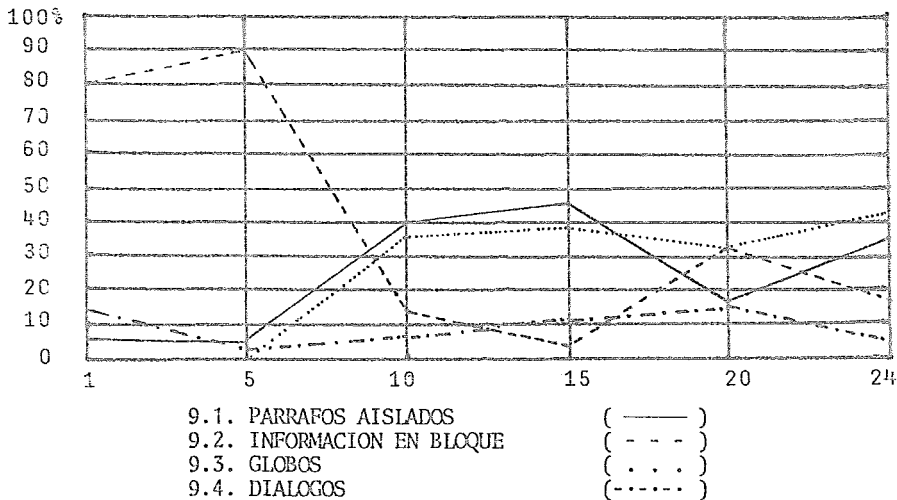


Los tres tipos de introducción tienen un porcentaje similar de aparición, lo que demuestra que el emisor no destacó ninguna --- en especial; solamente dejó un porcentaje mínimo para los artículos sin introducción.

La introducción circunstancial es de mayor importancia que la valorativa o la informativa, debido a que despierta cierto interés en el lector por conocer el desenlace. Esto ayuda a que los niños lean, y que no se limiten a ver los dibujos.

9. ¿ COMO SE PRESENTA EL TEXTO ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
9.1. PARRAFOS AISLADOS	6%	5%	40%	47%	18%	37%
9.2. INFORMACION EN BLOQUE	80%	90%	14%	3%	33%	18%
9.3. GLOBS	-	-	38%	39%	33%	41%
9.4. DIALOGOS	14%	5%	8%	11%	15%	4%

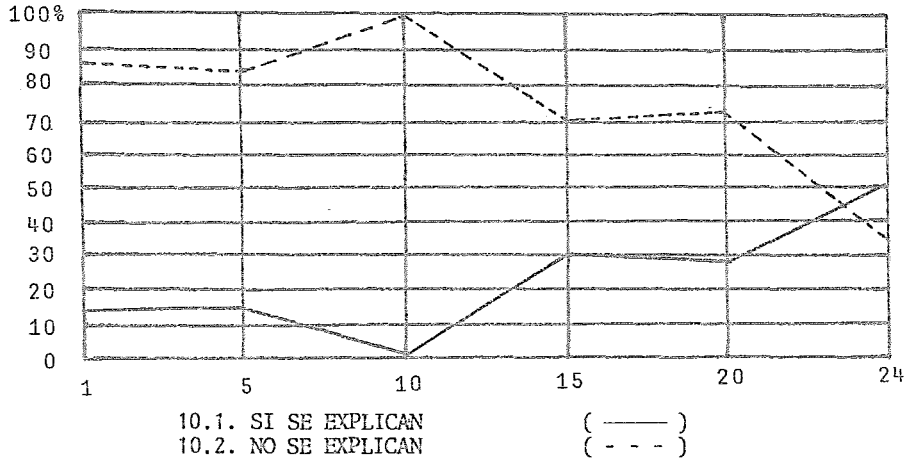


Por su parte, hubo una constante en la presentación de diálogos en los textos, aunque siempre con un porcentaje bajo.

La presentación del texto es importante, ya que lo hace -- más atractivo y accesible para la lectura. De acuerdo al análisis -- el texto se presenta de diferentes formas, siendo la más común la -- de párrafos aislados. Esto es un acierto, pues se permite dar un -- mayor "aire" a la lectura y no presentarla como un bloque total. -- Además se intercalan los globos y los párrafos aislados con los -- diálogos, lo cual facilita la lectura.

10. EXPLICACION DE PALABRAS

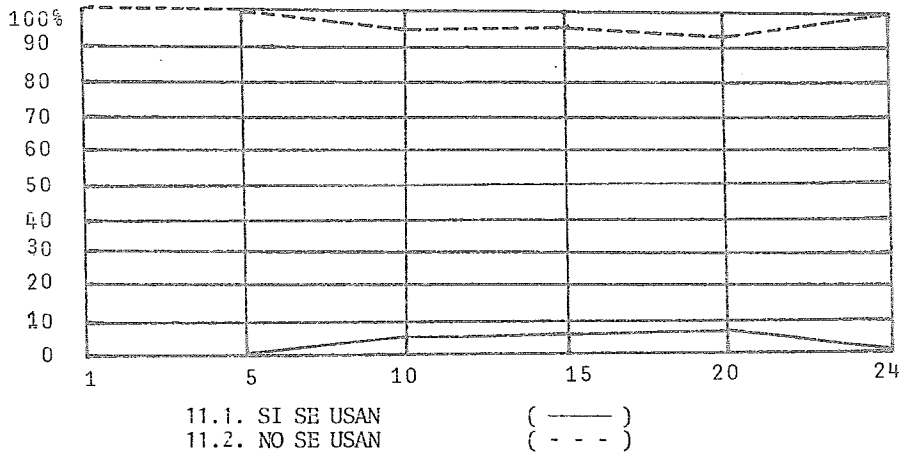
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
10.1 SI SE EXPLICAN	14%	16%	--	30%	29%	56%
10.2. NO SE EXPLICAN	86%	84%	100%	70%	71%	44%



La explicación de estas palabras en el texto es positiva, pues crea en el niño el hábito de consultar los términos desconocidos, por lo que se debieron incluir en su mayor porcentaje.

11. USO DE PROVERBIOS

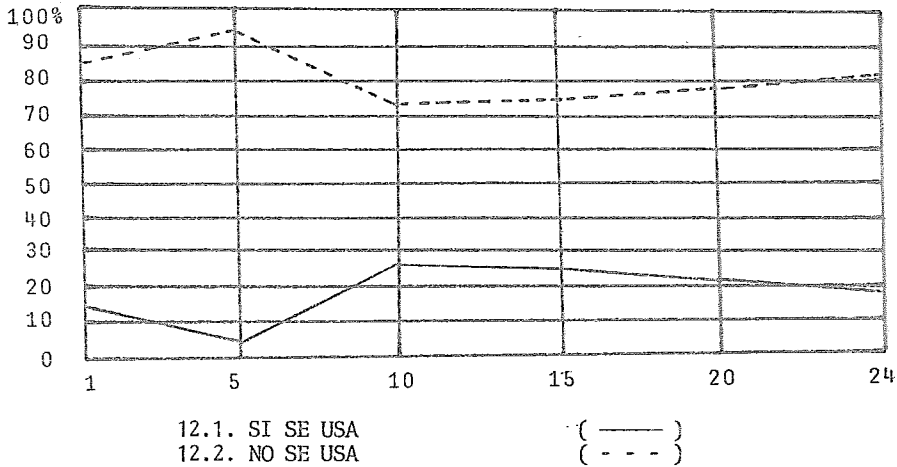
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.1. SI SE USAN	-	-	5%	5%	7%	-
11.2. NO SE USAN	100%	100%	95%	95%	93%	100%



El uso de proverbios es mínimo. Esto es un acierto, dado que es una frase hecha, aceptada por el común denominador de la gente que los utiliza para afirmar algo, sin necesidad de brindar una mayor explicación.

12. METAFORA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
12.1 SI SE USA	14%	5%	27%	25%	21%	19%
12.2. NO SE USA	86%	95%	73%	75%	79%	81%

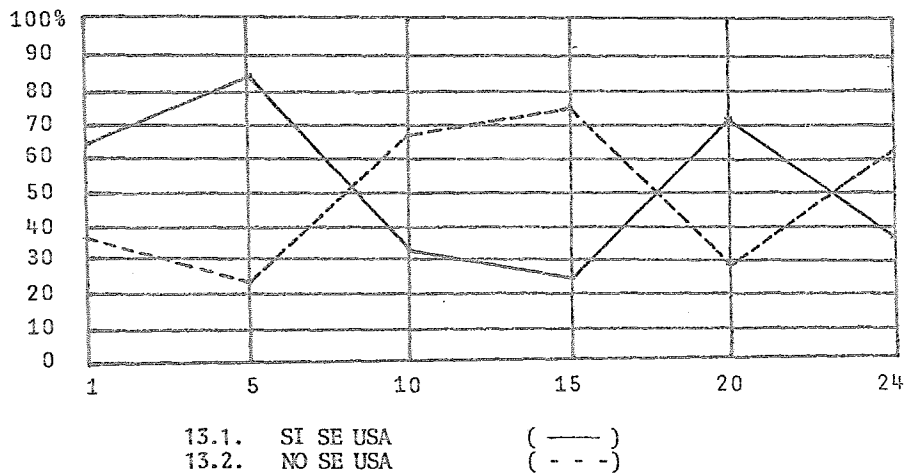


En la mayoría de los artículos no se utiliza la metáfora.--
Solamente se usó con un 18.5% de promedio.

Debemos aclarar que no encontramos metáforas en el sentido--
estricto de su definición, sino que fueron usadas como una manera de
ejemplificar algo. Esto fue adecuado, pues su uso podría causar --
dudas en el pequeño lector.

13. SINECDOQUE

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
13.1. SI SE USA	64%	84%	32%	25%	71%	37%
13.2. NO SE USA	36%	22%	68%	75%	29%	63%

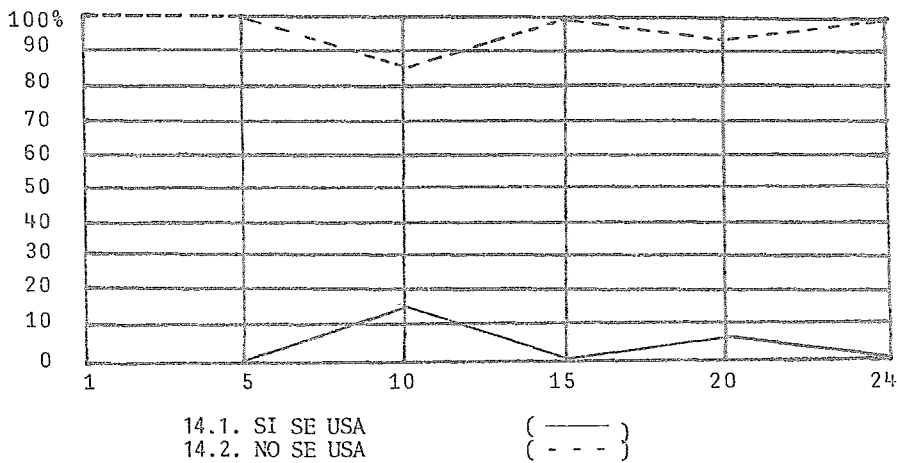


El uso de este recurso estuvo muy equilibrado, pues se incluyó en un 52% de promedio. Este porcentaje es adecuado, pues la sinécdoque se utilizó en los casos necesarios, ya que en ciertos temas resulta prácticamente imposible abarcar la totalidad, por lo que es necesario enfocarse a los aspectos más sobresalientes.

Sin embargo, cabe mencionar que la sinécdoque no se presenta en fábulas, cuentos, leyendas y, en general, historias en las que queda completa la información.

14. HIPERBOLE

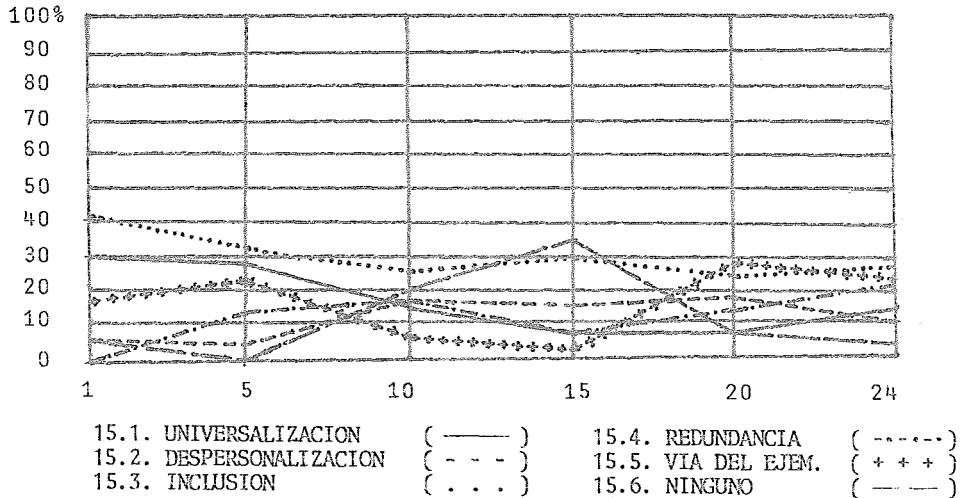
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.1. SI SE USA	-	-	14%	-	7%	-
14.2. NO SE USA	100%	100%	86%	100%	93%	100%



La hipérbole es un recurso pobremente usado, lo cual es preferible en este tipo de mensajes, ya que exagera tanto, que saca las cosas de sus dimensiones reales.

15. ENUNCIADOS RETORICOS DEL TEXTO

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
UNIVERSALIZACION	30%	29%	14%	7%	7%	14%
DESPERSONALIZAC	6%	3%	17%	15%	18%	10%
INCLUSION	41%	32%	26%	30%	25%	29%
REDUNDANCIA	-	13%	17%	7%	14%	21%
VIA DEL EJEMPLO	17%	23%	6%	3%	29%	24%
NINGUNO	6%	-	20%	34%	7%	3%



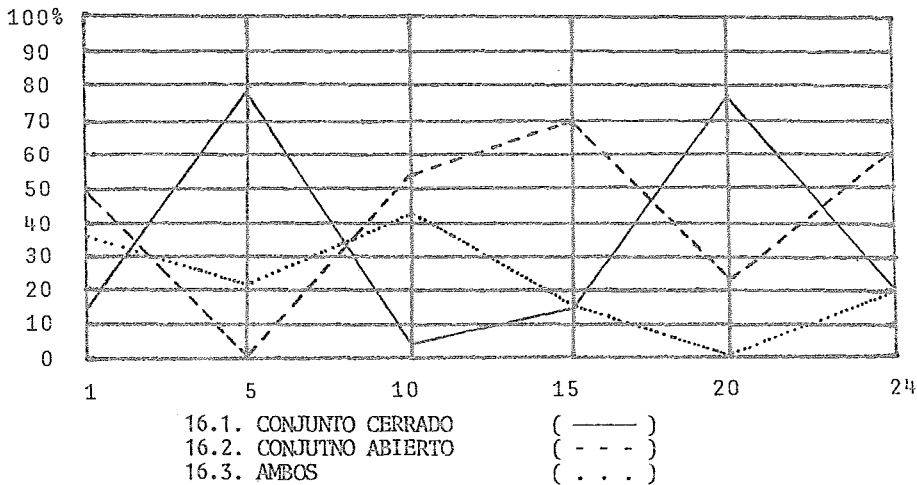
Los cinco recursos retóricos aparecen en diferentes enunciados con propósitos muy claros. Si bien no se les puede considerar de antemano como negativos, la evaluación de la situación comunicacional en que producen, permite valorar en qué sentido los ha empleado el emisor, con qué intencionalidad.

Esto significa que no hubo un abuso en la utilización de los enunciados retóricos para convencer al receptor; resultando adecuado, pues no fue necesario el uso excesivo de estos enunciados, para lograr la connotación que persigue el emisor.

IMAGEN

16. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES ?

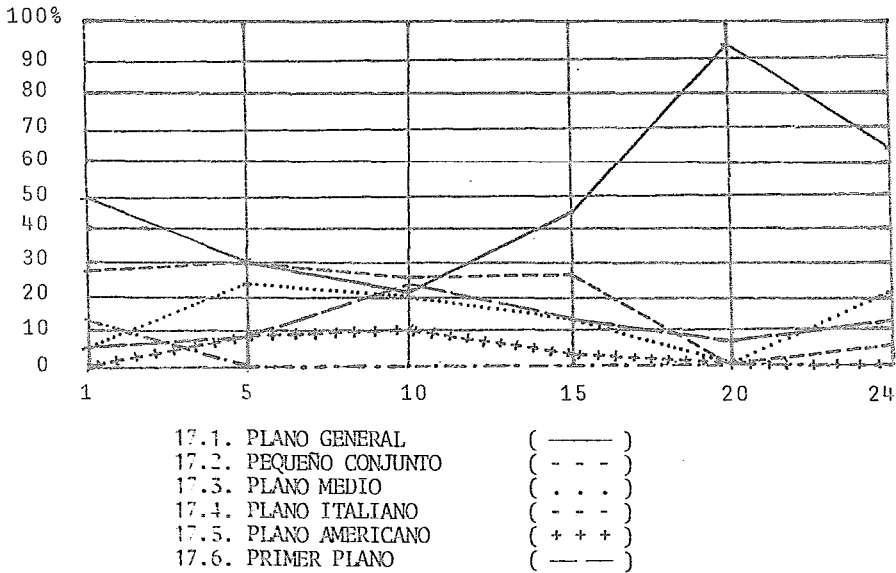
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
16.1. CONJUNTO CERRADO	14%	79%	4%	15%	78%	20%
16.2. CONJUNTO ABIERTO	50%	-	54%	70%	22%	60%
16.3. AMBOS	36%	21%	41%	15%	-	20%



La utilidad de este recurso, reside exclusivamente en el hecho de enfatizar ciertos aspectos a los que se les quiere dar mayor importancia.

17. ¿ EN QUE TIPO DE PLANO (S) APARECE (N) LA (S) IMAGEN (ES)

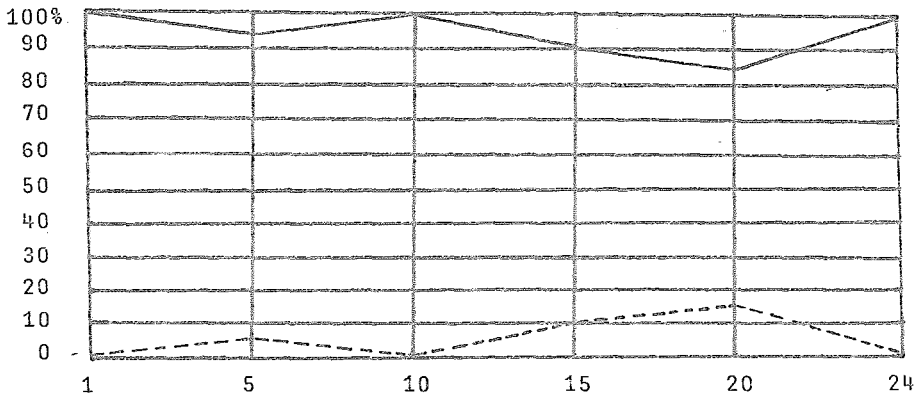
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
PLANO GENERAL	50%	30%	21%	44%	93%	63%
PEQUEÑO CONJUNTO	28%	30%	26%	26%	-	5%
PLANO MEDIO	5%	23%	20%	13%	-	21%
PLANO ITALIANO	12%	-	-	-	-	-
PLANO AMERICANO	-	9%	10%	4%	-	-
PRIMER PLANO	5%	9%	23%	13%	7%	11%



La selección de planos depende del propósito del emisor por enfatizar determinados elementos. En un principio no se resaltaba algo en especial, sino que se abarca toda una escena. Sin embargo, los detalles fueron adquiriendo importancia paulatinamente, dando lugar al primer plano, al plano medio, al pequeño conjunto.

18. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES SEGUN SU ANGULO DE VISION ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
18.1. DE FRENTE	100%	95%	100%	90%	86%	100%
18.2. SENTIDO ASCENDENTE	-	5%	-	10%	14%	-
18.3. SENTIDO DESCENDENTE	-	-	-	-	-	-



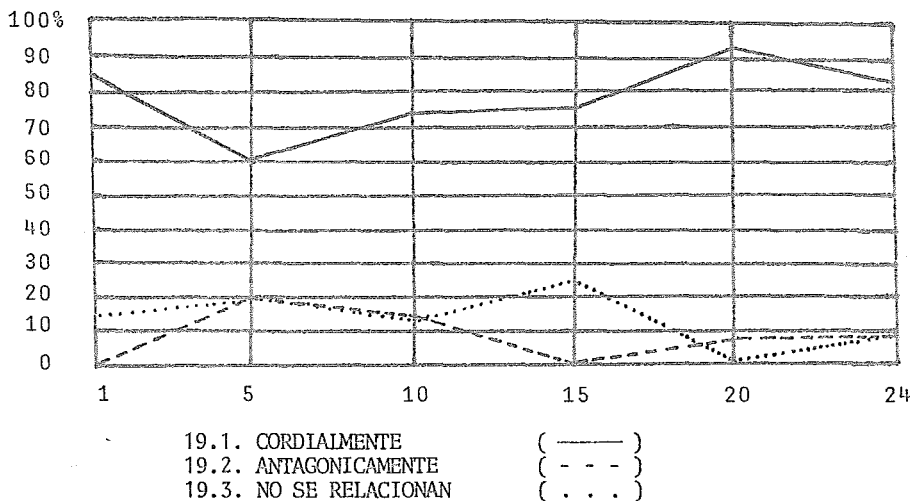
18.1. REPRESENTACION DE FRENTE (———)
 18.2. REPRESENTACION EN SENTIDO ASCENDENTE (- - -)

La curva de frecuencia varía muy poco, ya que las imágenes se presentan de frente en una línea que oscila en un 95% de promedio. En ninguna ocasión se presentaron en sentido descendente y sólo tres veces en sentido ascendente y con un 5% de promedio.

Esto demuestra que las imágenes fueron presentadas como -- una versión racional, segura de la realidad y no pretendiendo minimizar o resaltar algo, lo que hace más objetiva dicha presentación; esto es más propicio para una comunicación más realista y menos -- tendenciosa.

19. CUANDO APARECEN DOS O MAS PERSONAJES, ¿ COMO SE RELACIONAN ENTRE SI ?

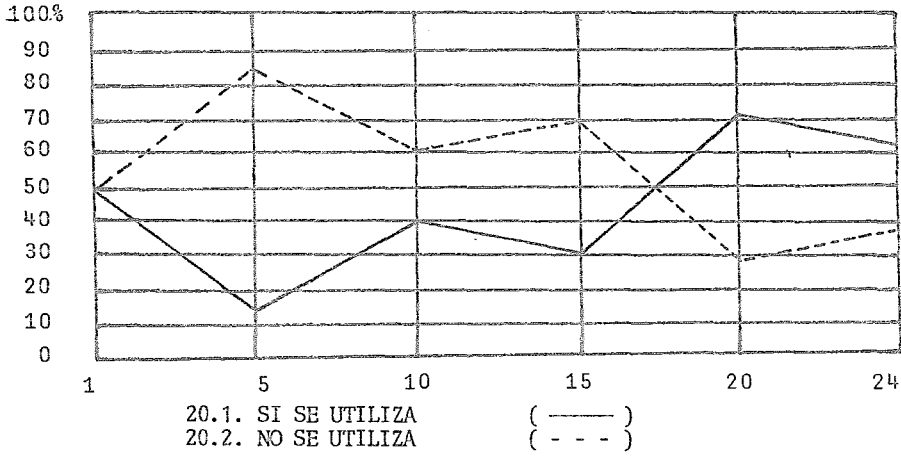
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
19.1. CORDIALMENTE	85%	60%	73%	75%	92%	82%
19.2. ANTAGONICA MENTE	-	20%	15%	-	8%	9%
19.3. NO SE RELACIONAN	15%	20%	12%	25%	-	9%



En muy pocas ocasiones los personajes tienen conflictos, el antagonismo se presenta únicamente contra el Ecoloco, por su papel de "malo". A pesar de ello, este antagonismo no es violento, sino que es utilizado para reforzar los conceptos de los demás personajes y como forma de justificar el papel del Ecoloco.

20. TEXTURA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
20.1. SI SE UTILIZA	50%	15%	40%	30%	71%	62%
20.2. NO SE UTILIZA	50%	85%	60%	70%	29%	38%

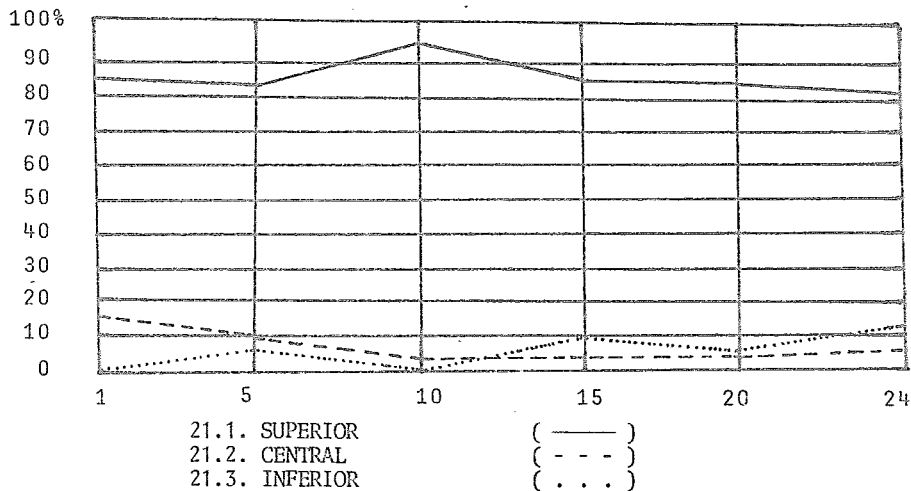


La textura se utiliza a lo largo de la muestra con un 46% de promedio, porcentaje ligeramente bajo tomando en cuenta que el uso de este recurso en la imagen, logra una mayor aproximación a la realidad. Da una imagen más clara de lo que se necesita representar. Por lo tanto, se debió de utilizar con mayor frecuencia.

21. CABEZA

21.1. ANGULO DE UBICACION

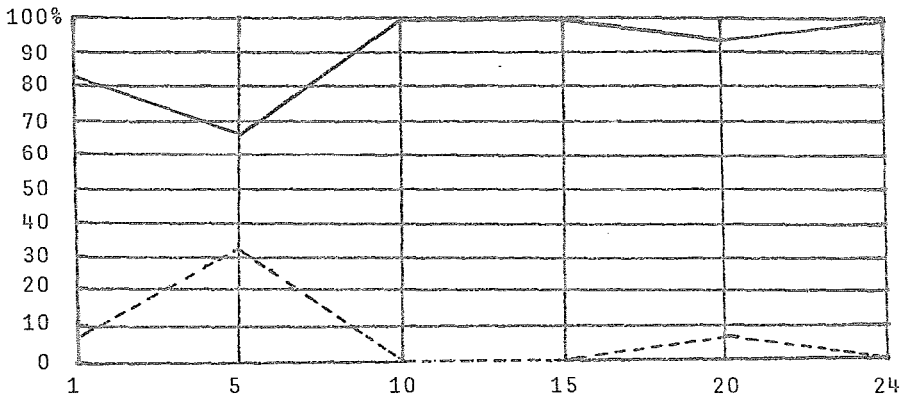
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
21.1 SUPERIOR	85%	84%	95%	85%	85%	82%
21.2. CENTRAL	15%	10%	5%	5%	7.5%	6%
21.3. INFERIOR	-	6%	-	10%	7.5%	12%



La ubicación de las cabezas fue, en su mayoría en el ángulo superior. Lo cual es apropiado por ser el lugar más visible de la página, lo que facilita su lectura.

21.2. PRESENTACION

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
21.2.1. UNIDA	92%	68%	100%	100%	92%	100%
21.2.2. DISTRIBUI DA	8%	32%	-	-	8%	-



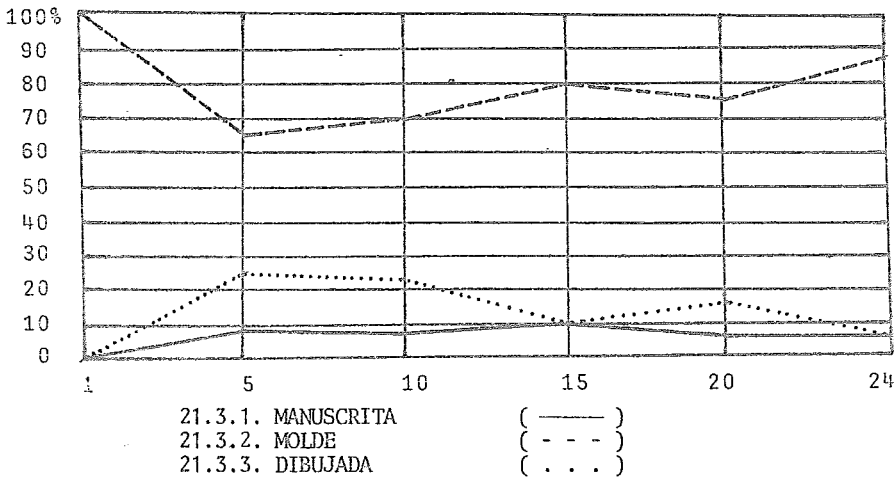
21.2.1. UNIDA (———)

21.2.2. DISTRIBUIDA (- - -)

La presentación de la cabeza es unida en un 92%. Esto es - favorable ya que de esta manera se facilita su lectura y el niño la lee sin necesidad de buscar el resto.

21.3. TIPO DE LETRA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
21.3.1. MANUSCRITA	-	9%	8%	10%	7%	6%
21.3.2. MOLDE	100%	66%	70%	80%	76%	88%
21.3.3. DIBUJADA	-	25%	22%	10%	17%	6%

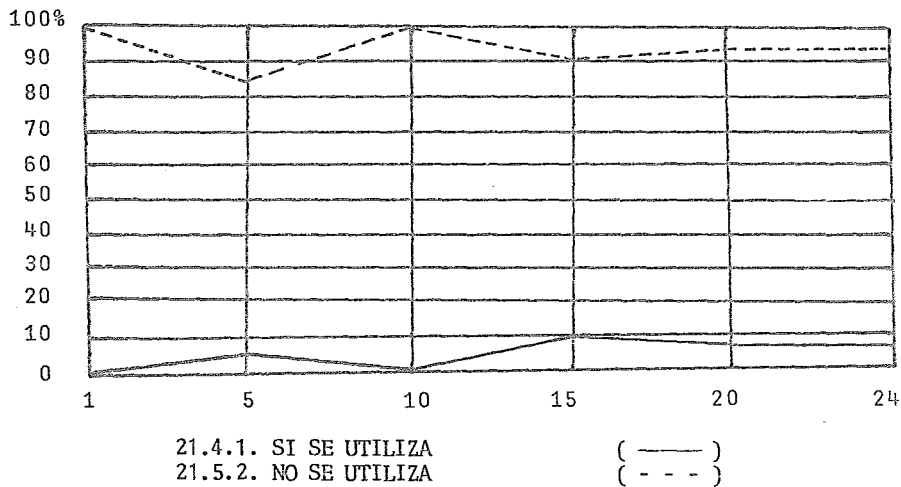


La letra de molde es la más usada, hecho justificado porque es la más legible, es el tipo de letra enseñada en los planes actuales de educación primaria.

La letra dibujada aunque fue escasamente utilizada, también es importante porque es más atractiva y constituye un gancho para llamar la atención, por lo que debió aparecer más frecuentemente.

21.4. TEXTURA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
21.4.1. SI SE UTILIZA	-	5%	-	10%	8%	7%
21.4.2. NO SE UTILIZA	100%	85%	100%	90%	92%	93%

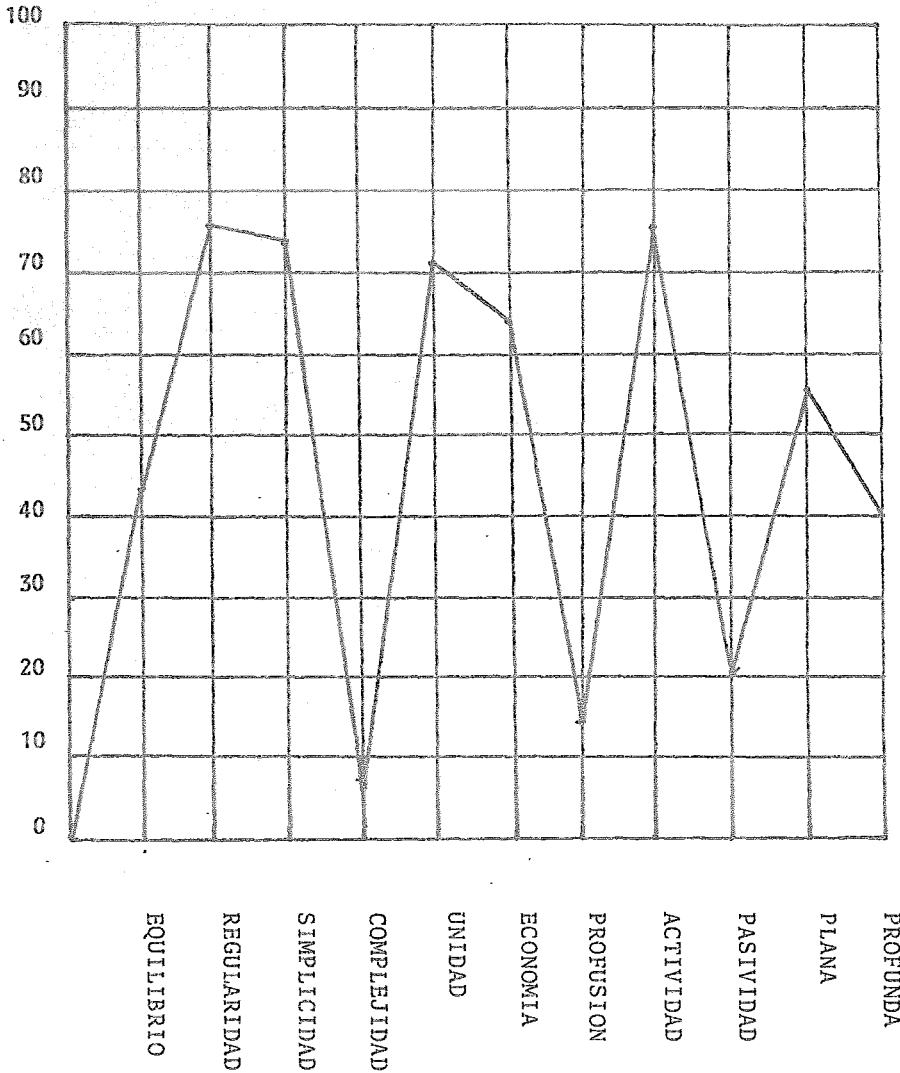


Esta pregunta está en relación directa con el inciso anterior, del tipo de letra, pues en la medida en que fue escaso el uso de letra dibujada, es casi nulo este recurso.

22. ¿ QUE TECNICAS VISUALES SE UTILIZAN ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24	TOTAL
22.1. EQUILIBRIO	21%	15%	27%	100%	35%	56%	42%
22.2. REGULARIDAD	100%	79%	54%	45%	92%	87%	76%
22.3. SIMPLICIDAD	85%	84%	81%	75%	57%	62%	74%
22.4. COMPLEJIDAD	14%	-	18%	15%	-	6%	8%
22.5. UNIDAD	71%	84%	54%	45%	85%	87%	71%
22.6. ECONOMIA	78%	79%	72%	45%	42%	68%	64%
22.7. PROFUSION	-	100%	22%	25%	21%	6%	14%
22.8. ACTIVIDAD	78%	79%	77%	50%	92%	75%	75%
22.9. PASIVIDAD	21%	26%	18%	35%	7%	12%	20%
22.10. PLANA	57%	63%	95%	80%	14%	37%	57%
22.11. PROFUNDA	57%	42%	4%	5%	85%	50%	40%

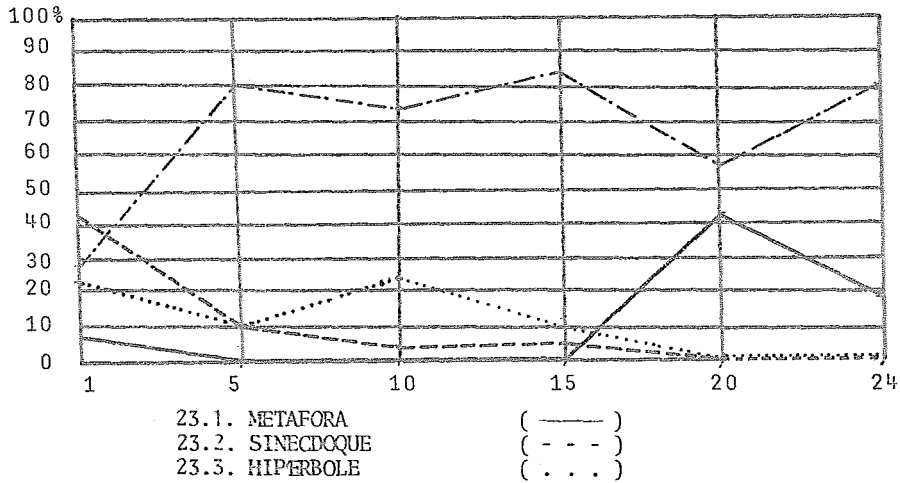
22. TECNICAS VISUALES



Existe un uso adecuado de las técnicas visuales, pues siempre se utilizan en relación directa con lo que se quería mostrar. Se resaltaba la acción o el elemento que se quería enfatizar, y se minimizó el uso de la complejidad, la profusión y la pasividad.

23. FIGURAS RETORICAS

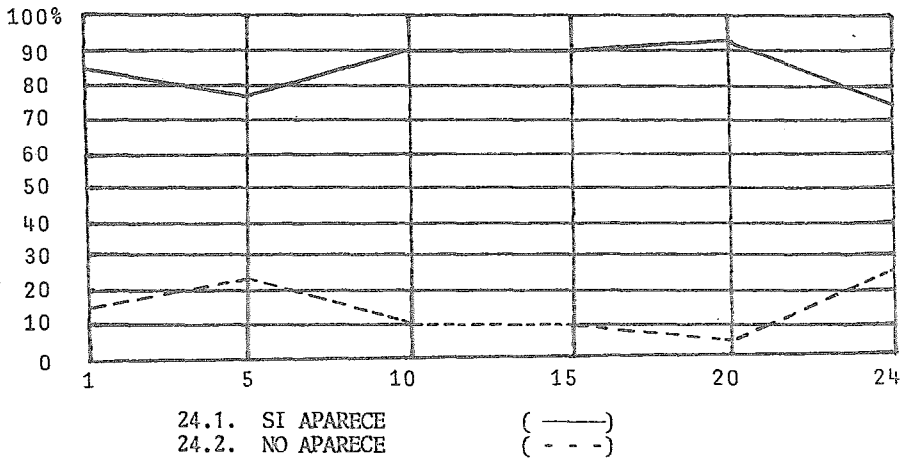
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
23.1. METAFORA	7%	-	-	-	42%	19%
23.2. SINECDOQUE	42%	10%	4%	5%	-	-
23.3. HIPERBOLE	22%	10%	23%	10%	-	-
23.4. NINGUNA	29%	80%	73%	85%	58%	81%



Hubo un escaso uso de las figuras retóricas. Es importante, porque las imágenes se presentaron más cercanas a la realidad. Estas figuras retóricas restan objetividad a la imagen y pueden causar confusión en la mente infantil que aún no las maneja.

24. ¿ APARECE EL CUADRO DE IDENTIFICACION DEL PERSONAJE ?

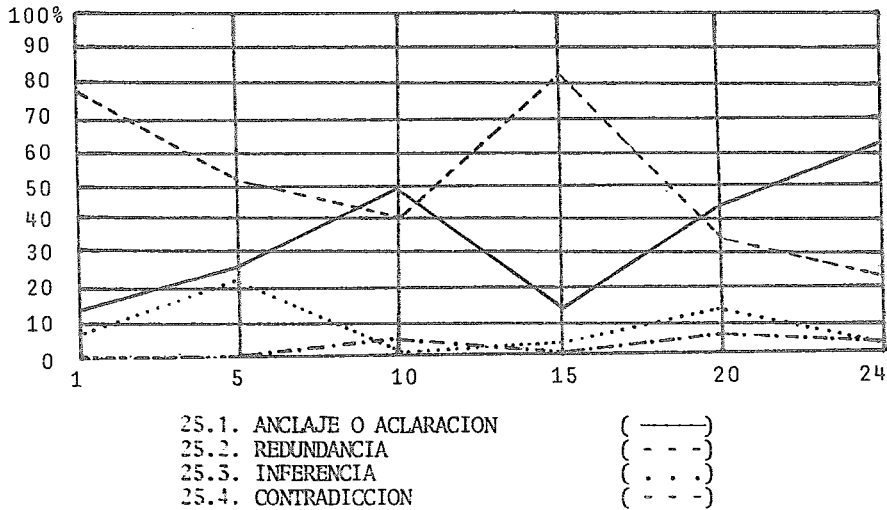
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
24.1. SI APARECE	85%	78%	90%	90%	92%	75%
24.2. NO APARECE	15%	22%	10%	10%	8%	25%



La curva de frecuencia se mantuvo en una línea promedio del 85% tendencia positiva, pues el lector puede identificar de manera inmediata al personaje que le habla, lo cual le permite remitirse fácilmente a los artículos de su personaje favorito.

25. RELACION VERBO- ICONICA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
25.1. ANCLAJE O ACLARACION	14%	26%	55%	14%	43%	62%
25.2. REDUNDAN - CIA	78%	52%	40%	82%	35%	25%
25.3. INFERENCIA	8%	22%	-	4%	14%	6.25%
25.4. CONTRADIC	-	-	5%	-	8%	6.25%



Los tipos de relaciones entre el texto y la imagen más -- utilizadas fueron de anclaje o de aclaración y de redundancia. -- Este enlace es positivo para publicaciones infantiles, pues el -- emisor facilita la interpretación del mensaje, debido a la total -- congruencia entre texto e imagen.

4.3.2. PORTADA

4.3.2.1. CUESTIONARIO Y EXPLICACION

"Para muchas revistas nacionales (1), la cubierta, un anuncio literalmente, o el empaque (2) de la revista, es la página más crítica del libro. La cubierta debe vender la revista. El trabajo de la cubierta, al igual que el interior publicitario pagado, debe formarse en la mente de los compradores potenciales en cuestión de segundos, cuando comparan la revista con otra de la competencia en un puesto de periódicos. Sin embargo, una vez que se ha hecho la compra, la cubierta pierde su importancia real" (3). Debido a esto, decidimos -- elaborar un cuestionario especial pues, aún cuando se trata de una página, ésta es de gran relevancia.

Tomamos en cuenta las imágenes que aparecen, así como todos los datos y en base a ello planteamos las siguientes preguntas:

Datos informativos

Número

Año

Precio en moneda nacional

Precio en dólares

Todos estos puntos nos dan únicamente una información para diferenciar cada edición de la revista.

ENUNCIADOS

Denominamos aquí a los textos breves que aparecen en las --

- (1) Bryan, Key Wilson, Seducción Subliminal. pp. 177 Nota del autor
El libro citado es de origen estadounidense.
- (2) Idem. Nota del autor. En cursivas en el original.
- (3) Idem. pp. 157

portadas y que anuncian el contenido de la revista. En la primera pregunta nos planteamos lo siguiente:

1.- ¿ CUANTOS ENUNCIADOS APARECEN EN LA PORTADA?

Esto es, cuántos "blairs" o subtítulos hay en la cubierta de la publicación.

2.- CARACTERISTICAS DE CADA ENUNCIADO.

Creemos de suma importancia dividir los tipos de enunciados que aparecen, porque no todos son iguales. A partir de la lectura de ellos, pudimos distinguir tres categorías:

2.1. IMPERATIVO. En el enunciado aparece el verbo de manera imperativa. Ordena al lector la acción. --- Ejemplo: ¡Regala una estrella!

2.2. EXHORTATIVO. Este enunciado invita al lector a leer o realizar algo sin imponérselo.

2.3. INFORMATIVO. Sólo se presentan datos referentes al contenido del artículo. Ejemplo: Te presentamos a un nuevo amigo: ¡Tito Esportito!

3.- USO DE LOS SIGNOS

Teniendo en cuenta que los signos gramaticales cumplen una función específica para enfatizar o indicar algo, -- creemos conveniente tomarlos en cuenta en los enunciados de portada únicamente. Así se dividieron en:

3.1. ADMIRATIVOS. Cuántos y con qué frecuencia son usados.

3.2. INTERROGATIVOS.- Para saber cuántas veces se pregunta en la cubierta.

3.3. CON COMILLAS.- Con el fin de conocer el uso de estos signos.

3.4. NINGUNO.- Para conocer en cuántas ocasiones se prescindió del uso de signos.

4. TIPO DE LETRA DE CADA ENUNCIADO.

Notamos que cada enunciado tiene una forma particular para llamar la atención y por lo mismo, hay algunos detalles que resaltan más que otros. En consideración a lo anterior, se propusieron cuatro rubros para cada variedad:

4.1. EN ESTRELLA.- Recurso en el que el texto aparece dentro de una estrella. Es muy usado en las portadas para llamar la atención.

4.2. EN CINTILLO.- El enunciado se encuentra escrito en una cinta, generalmente de otro color al resto de la portada.

4.3. ENMARCADO.- Las palabras están inscritas dentro de líneas o cualquier recurso gráfico que dé la impresión de ser un marco.

4.4. SIN ENMARCAR.- El enunciado no tiene ningún tipo de recurso. Aparecen únicamente las palabras.

5. ANGULO DE UBICACION

Esta pregunta, incluida en todos los cuestionarios, se refiere a la localización de cada texto, debido a que dentro del espacio de la portada, hay zonas que pueden resultar más importantes que otras.

IMAGEN

Esta sección es igual que en Material Didáctico, en la que se explicó ampliamente cada uno de los puntos. En este cuestionario de portada, hay algunos cambios debido a que -- ésta tiene características peculiares. Las primeras seis son diferentes, pero el resto son idénticas al cuestionario básico, por lo que aquí solamente mencionamos las que difieren.

6. COMO SE PRESENTA LA IMAGEN

En la portada aparece una sola imagen o escena, por lo que tomamos en cuenta que siempre es una. Con esto preten demos saber si la imagen es:

6.1. FOTOGRAFIA.- Como se explicó en el capítulo 1 de este trabajo, "Burbujas" cobró vida con actores que se disfrazaban de cada uno de los personajes, y éstos son los que graban los programas de televisión de "Burbujas". Y como el programa fue anterior a la revista, la portada del primer número es precisamente una fotografía de estos personajes, es decir, de dichos actores disfrazados de Memelovsky, Patas --- Verdes, etc. Por este motivo se consideró la opción de --- fotografía.

6.2. DIBUJO.- Aquí se contempla la posibilidad de que en la portada aparezca un dibujo.

7. PERSONAJES QUE APARECEN.

Pudimos advertir que en la muestra elegida, siempre apareció en portada alguno o algunos de los personajes de -- "Burbujas". Por esta razón se plateó esta pregunta, para --

conocer cuáles de ellos aparecían con mayor frecuencia. Las opciones son, obviamente, cada uno de los nombres de los personajes y dos variedades más; en la que aparecen todos los integrantes del grupo, y, otra categoría en la que se pretende conocer si intervino uno o más que no sea del equipo.

8. ¿CUAL O CUALES APARECEN EN PRIMER PLANO?

Esta pregunta está estrechamente ligada a la anterior, pues consideramos útil saber cuál de los personajes que aparecen, es el que está en primer plano y, por lo tanto, al que otorgan mayor importancia.

9. ¿COMO SE RELACIONAN LOS PERSONAJES?

9.1. ANTAGONICAMENTE

9.2. CORDIALMENTE

9.3. NO SE RELACIONAN

10. ¿QUE SITUACION APARECE?

Queremos saber cuál es el motivo de la portada ya que es la escena que representan ahí los personajes. No incluimos categorías, porque éstas pueden ser de lo más diversas.

11. ¿COMO APARECEN VESTIDOS LOS PERSONAJES?

Los personajes de "Burbujas" tienen un vestido característico, pero podrían aparecer con diferentes vestimentas, por eso abrimos otra pregunta.

12. TECNICAS VISUALES

Mismas que en el cuestionario básico.

13. RELACION VERBO-ICONICA

Mismas que el cuestionario básico.

4.3.2.2. PORTADA

INCISO	1			5				10		15		20		24			
1. No. enunciados	3			5				2		2		2		2			
2. Características	1	3	1	3	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	3	1	3
3. Uso signos	n	n	n	n	a	a	n	n	a	a	a	n	a	a	a	n	a
4. Tipo letra	m	m	m	m	m	m	m	m	ma	m	m	m	m	m	m	m	m
5. Cómo aparecen	s	s	s	s	s	s	s	en	e	c	s	s	s	s	s	s	s
6. Angulo ubicacion	3	6	9	3	6	9	9	1	4	9	8	6	9	7	7	6	9
6.1. Fotografía				*						*		*		*			
6.2. Dibujo	*																
7. Personajes	todos			todos				todos		todos Ecoloco		todos Ecoloco		Mimoso Ecoloco Gofo			
8. En 1er. plano	todos			todos				Ecoloco		todos		Profesor Cangrejo		Mimoso Gofo			
9. Se relacionan	cordial			cordial				antágoni		cordial		antagóni		antagóni			
10. Situación	piñata			infancia				baño		serenata		mordida		fantasma			
11. Vestimenta	Normal			3 bebés 3 normal				normal		mariachi		traje de baño		sábana			
12.1. Equilibrio	*			*													
12.2. Regularidad	*			*				*		*		*		*			
12.3. Simplicidad														*			
12.4. Complejidad	*							*									
12.5. Unidad	*			*				*		*		*		*			
12.6. Economía														*			
12.7. Profusión.	*			*				*		*		*					
12.8. Actividad	*			*				*		*		*		*			
12.9. Pasividad																	
12.10. Plana								*									
12.11. Profunda	*			*						*		*		*			
12.12. Relacion v-i	no hay			no hay				no hay		no hay		no hay		no hay			

ABREVIATURAS PORTADA.

2. CARACTERISTICAS

- 1- imperativo
- 2- exhortativo
- 3- informativo

3. SIGNOS

- a- admirativo
- i- interrogativo
- c- comillas
- n- ninguno

4. LETRA

- ma-manuscrita
- m-molde

5. COMO

- e-estrella
- c- cintillo
- en-enmarcado
- s- sin enmarcar

6. ANGULO

- 1. superior derecho
- 2. superior medio
- 3. superior izquierdo
- 4. central derecho
- 5. central medio
- 6. central izquierdo
- 7. inferior derecho
- 8. inferior medio
- 9. inferior izquierdo.

* sí contiene

4.3.2.2.
CONCLUSIONES PARCIALES

Al analizar las seis portadas de las revistas de la muestra, encontramos una diferencia marcada entre lo que clasificamos como una primera etapa y una segunda. En la primera están las revistas Nos. 1 y 5, que contienen más textos -- o "blairs" que las siguientes. Además, en la primera portada aparece una fotografía y en las subsecuentes siempre es dibujo. Esto corresponde al cambio de contenido de la revista; -- de igual manera que cambió la presentación de la portada, -- cambió la presentación del contenido. En la revista No. 1, -- en la cual aparece fotografía y más textos de portada, sucede lo mismo en el interior; algunos artículos tienen fotografías y todos tienen más texto que las demás. Al transformarse en dibujo la portada y sólo tener dos "blairs", el resto de los mensajes manejan el texto más condensado y sólo aparecen -- fotografías en un artículo.

La segunda etapa es mejor, ya que es más fácil captar solamente dos mensajes con letra mayor, que seis con letra de menos puntos. Además, el dibujo permite la movilidad, -- gesticulación y situaciones graciosas de los personajes, lo -- que no sucede fácilmente con la fotografía por la inexpressi -- vidad del disfraz.

Cabe hacer notar que estos cambios en la portada -- obedecieron a los resultados del estudio realizado por Tecni -- ca, S. A. (4), en el que se encontró que los niños se guían -- más por los dibujos que por los textos. Apreciación con la que coincidimos totalmente, porque una portada más sen -- cilla es más atractiva.

También encontramos un número similar de textos -- informativos que imperativos (9 y 8 respectivamente). Esto --

(4) Tecnia, S. A. Estudio de Burbujas.

significa que el emisor concedió igual importancia a ambos. - Este balance es positivo, ya que no solamente se le habla -- impersonalmente al lector con los enunciados informativos, - sino que se le involucra directamente al ordenarle algo con - los imperativos.

En los enunciados, es más frecuente el uso de signos admirativos que de interrogativos, uso acertado pues le confieren mayor énfasis y, por el contrario, los otros dejan -- lugar a duda.

El tipo de letra utilizada en su gran mayoría fue -- de molde, sólo un enunciado apareció en letra manuscrita. -- Este resultado es significativo, pues actualmente los planes de estudio de educación primaria, no incluyen el aprendizaje de la letra manuscrita hasta los últimos años de ese periodo por lo que su escasa aparición está justificada.

Del total de enunciados en la muestra, 14 de ellos aparecen sin enmarcar, sólo uno está enmarcado, uno se presenta en cintillo y uno más en estrella. Esto demuestra que la mayoría de los textos tienen la misma importancia.

En la primera mitad de la muestra, aparecen todos los personajes de la revista en la portada; en el resto -- sólo se excluyó al Ecoloco, a excepción de la última en la que aparecen Ecoloco, Mimoso y Gofó. Es preferible la participación de todos los personajes en la portada, debido - a que cada lector puede tener inclinación hacia alguno en particular.

Los personajes aparecían, por lo regular, en primer plano, exceptuando dos ocasiones como se puede observar

en el cuadro. Notamos que no trató de destacarse a ningún personaje en particular.

Encontramos una relación cordial entre los personajes, aún cuando aparece el Ecoloco. Solamente en dos de las seis portadas, su relación con él es antagónica. Esto significa que no hay abuso de este recurso para presentar situaciones graciosas.

Las situaciones que aparecen y el vestuario que -- utilizan, varían de un número a otro de acuerdo a la circunstancia en que están inscritos. Por ejemplo, en la revista -- No. 1 se presenta el tema de rompimiento de una piñata, por -- ser el número correspondiente a diciembre, y con su vestimenta normal. Otro ejemplo es la revista No. 15, en la que hay una serenata y están vestidos de mariachis.

Hubo una constante en el empleo de las técnicas -- visuales, pues en todas las imágenes se cuidaron todos los -- detalles para lograr una sensación de equilibrio, actividad, -- unidad y profundidad, dando como resultado portadas atracti -- vas.

En ninguna revista analizada, existe la relación -- verbo-icónica. Esto sucede porque los textos de la portada -- anuncian el contenido de ésta; pero la imagen es independien -- te. En ningún caso corresponde a algún artículo del interior.

La portada cumple su función de atraer el público, -- ya que está elaborada con sumo cuidado. Se presentan situa -- ciones graciosas, la cantidad de textos es adecuado y las --- técnicas visuales fueron utilizadas con el fin de dar mayor -- atractivo. Sin embargo, hay una incongruencia ya que mien -- tras el texto sí se relaciona con el contenido, la imagen es -- completamente ajena, lo que constituye un engaño al comprador

pues si supone que va a encontrar algo relacionado con la --
imagen de la portada, se llevará una gran decepción.

4.3.3. TRABAJO MANUAL Y COCINA

4.3.3.1. CUESTIONARIO Y EXPLICACION

A esta sección se le destinó un cuestionario en particular, debido a que no entra en las categorías de los anteriores. Como su nombre lo indica, las preguntas están dirigidas a los artículos que sugieren un trabajo manual o bien una receta de cocina. Se agruparon ambos por tener características muy similares, puesto que tienen instrucciones y lista de materiales o ingredientes. En base a esto, se planteó el siguiente cuestionario:

1. ¿QUE SE INCLUYE EN EL TEXTO?

Esto es de que está compuesto el artículo.

1.1. MATERIAL.

Este punto se refiere a la lista de cosas necesarias para su elaboración.

1.2. INSTRUCCIONES.

Esta pregunta se formuló pensando en la importancia de las medidas necesarias para hacerlo.

1.3. INFORMACION ADICIONAL.

Se pretende saber si además del trabajo realizado, existen datos extras que aporten información sobre la labor realizada, para ampliar más el tema. Consideramos importante que esta información aparezca, sobre todo cuando se trata de trabajos basados en inventos o cualquier artículo útil.

2. DESTINATARIO

Pretendemos conocer quién es la persona a la que se dirige el trabajo propuesto, es decir, si es para el lector o para alguien especial. Tiene dos opciones:

2.1. PERSONAL

Cuando es para el mismo lector, se trate de un juguete o una receta.

2.2. OTRO

Cuando se trate de elaborar algo para un tercero.

3. EXPLICACION DE PALABRAS.

4. CABEZA

4.1. INFORMATIVA

4.2. SUGESTIVA.

5. ¿COMO SE PRESENTA EL TEXTO?

5.1. PARRAFOS AISLADOS

5.2. INFORMACION EN BLOQUE

5.3. GLOBOS

5.4. DIALOGOS

5.5. OTRO

I M A G E N

Remitirse al cuestionario básico.

4.3.5. CUADRO GENERAL.

Con el fin de facilitar la visualización total de los resultados obtenidos a lo largo del análisis de la revista, englobamos en el siguiente cuadro el porcentaje total de la muestra por pregunta, para conocer qué recursos fueron los más utilizados. Incluimos exclusivamente las opciones correspondientes a las respuestas afirmativas, para evitar repeticiones innecesarias.

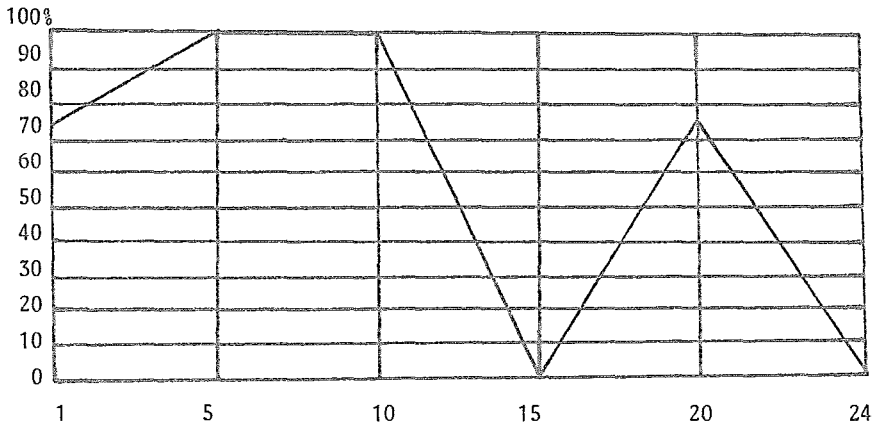
La primera columna corresponde al planteamiento de la pregunta, y la segunda al porcentaje total por pregunta.

En primer lugar, incluimos el cuestionario base -- completo. Después el correspondiente a Trabajo manual y Cocina y al final el de Entretenimiento. Para la imagen presentamos un solo cuadro por ser preguntas iguales en todas las secciones.

4.3.3.2. CUADROS, GRAFICAS Y CONCLUSIONES PARCIALES.

1. ¿ QUE SE INCLUYE EN EL TEXTO?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
1. MATERIAL NECESARIO	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2. INSTRUCCIONES	100%	100%	100%	100%	100%	100%
3. INFORMACION ADICIONAL	75%	100%	100%	-	75%	-



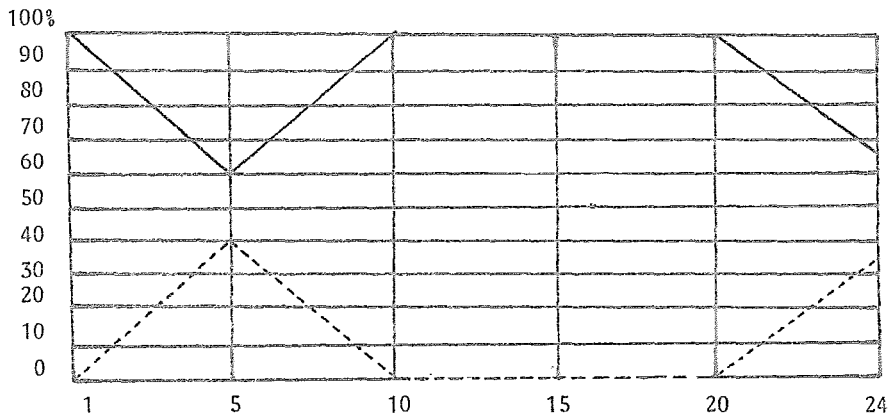
1.3. INFORMACION ADICIONAL (———)

Como las primeras opciones del cuadro tuvieron un 100% en -- toda la muestra no se graficaron.

Incluir el material necesario y a las instrucciones es lo -- mínimo necesario para realizar un trabajo manual o una receta de -- cocina. Pero lo más relevante es la necesidad de brindar infor -- mación adicional, ya sea para que el lector conozca los elementos -- nutritivos que le aporten ciertos alimentos, o para conocer la -- utilidad del trabajo que va a realizar, por lo que este punto debe -- ría haber tenido mayor importancia de la que realmente se le brindó.

2. DESTINATARIO

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
2.1. PERSONAL	100%	60%	100%	100%	100%	67%
2.2. OTRO	-	40%	-	-	-	33%



2.1. PERSONAL (———)
2.2. OTRO (- - -)

Casi en la totalidad de la muestra, el destinatario de la actividad por realizar es personal.

Esto indica que en muy pocas ocasiones se reforzó la idea de elaborar algo para alguien. Es importante que el niño aprenda a hacer cosas por sí mismo, sin embargo el hecho de hacer alguna cosa para una tercera persona, hubiera fomentado la acción de compartir y de regalar. Por lo que lo ideal hubiera sido tener un equilibrio en ambas opciones.

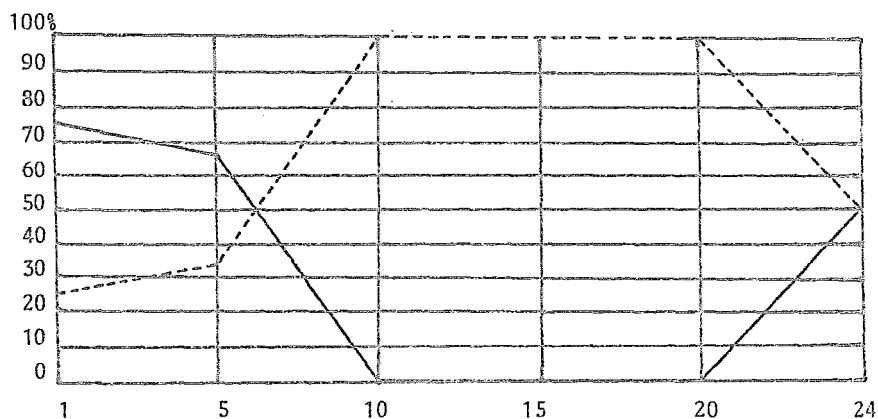
3. EXPLICACION DE PALABRAS.

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
3.1. SI	-	-	-	-	-	-
3.2. NO	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El cuadro muestra que nunca se incluyó la explicación de palabras, lo cual es negativo pues se pierde el hábito de consulta, además de que puede haber una mala interpretación del artículo -- si alguna o varias palabras no quedan comprendidas.

4. CABEZA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
4.1. INFORMATIVA	75%	67%	-	-	-	50%
4.2. SUGESTIVA	25%	33%	100%	100%	100%	50%

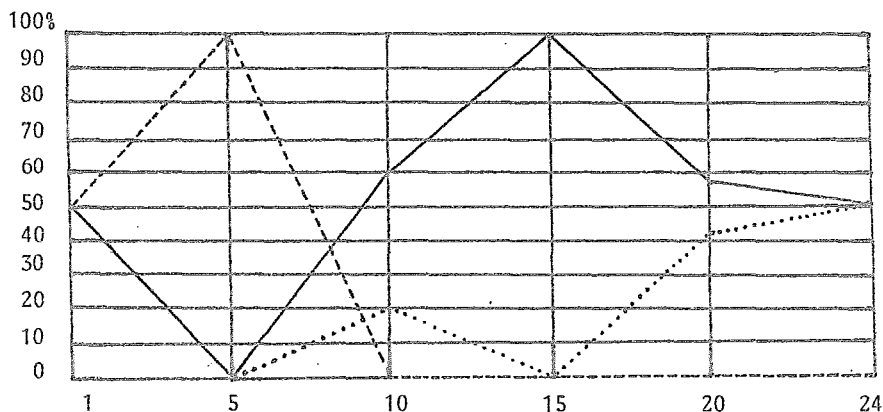


4.1. INFORMATIVA (———)
 4.2. SUGESTIVA (- - -)

La cabeza sugestiva ocupó el mayor porcentaje de aparición.-
 Esto es conveniente, ya que hace el encabezado atractivo, y más --
 imaginativo que uno que sólo se limite a informar el contenido.

5. ¿ COMO SE PRESENTA EL TEXTO ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
5.1. PARRAFOS AISLADOS	50%	-	60%	100%	57%	50%
5.2. INFORMACION EN BLOQUE	50%	100%	-	-	-	-
5.3. GLOBOS	-	-	20%	-	43%	50%
5.4. DIALOGOS	-	-	20%	-	-	-



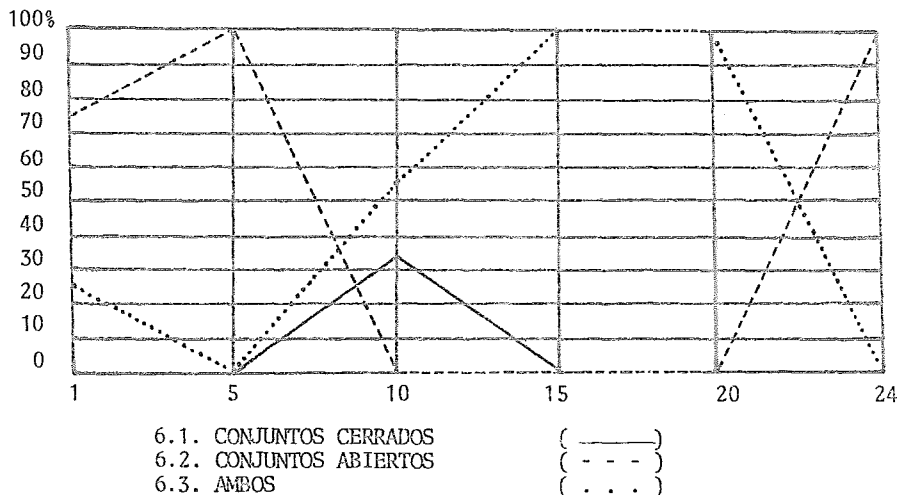
5.1. PARRAFOS AISLADOS { ——— }
 5.2. INFORMACION EN BLOQUE { - - - }

En los inicios de la publicación se abusa de la presentación del texto en bloque, misma que hacía pesada y excesiva la lectura, por lo que fue positivo introducir nuevas formas de presentación - para darle más movimiento y agilidad a los artículos.

IMAGEN

6.1. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
6.1. CONJUNTOS CERRADOS	-	-	34%	-	-	-
6.2. CONJUNTOS ABIERTOS	75%	100%	-	-	-	100%
6.3. AMBOS	25%	-	66%	100%	100%	-

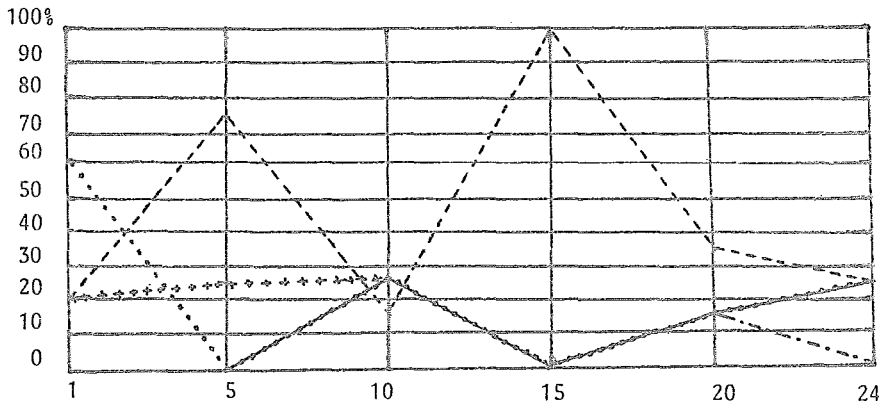


La gráfica muestra que la aparición de ambas opciones fue la más usada.

La utilidad de este recurso reside únicamente en que se le dio más importancia a ciertas imágenes, enfatizándolas a través de líneas, sin que ello alterara el concepto global del artículo.

7. ¿ EN QUE TIPO DE PLANO APARECEN LA (S) IMAGEN (ES) ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
7.1. PLANO GRAL.	-	-	28%	-	16%	25%
7.2. PEQUEÑO CONJUNTO	20%	75%	16%	100%	36%	25%
7.3. PLANO MEDIO	60%	-	28%	-	16%	25%
7.5. PLANO AMERICANO	-	-	-	-	16%	-
7.6. PRIMER PLANO	20%	25%	28%	-	16%	25%
7.7. OTRO	-	-	-	-	-	-



- 7.1. PLANO GENERAL (———)
- 7.2. PEQUEÑO CONJUNTO (- - -)
- 7.3. PLANO MEDIO (. . .)
- 7.5. PLANO AMERICANO (- . - . -)
- 7.6. PRIMER PLANO (+ + +)

A diferencia del Material didáctico, en Trabajo manual y -- Cocina se utilizó más el pequeño conjunto por la naturaleza del -- artículo. Era necesaria una mayor aproximación de ingredientes o materiales y del procedimiento para hacerlos más visibles y comprensibles, también por ello el primer plano aparece con mayor frecuencia. Esta medida es acertada porque facilita la identificación de materiales necesarios y la claridad a las instrucciones, favoreciendo una mejor comprensión del texto y obtener así un buen --- trabajo.

8. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES SEGUN SU ANGULO DE VISION?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
8.1. DE FRENTE	100%	100%	100%	100%	100%	100%
8.2. EN SENTIDO ASCENDENTE	-	-	-	-	-	-
8.3. EN SENTIDO DESCENDENTE	-	-	-	-	-	-

La manera de presentar las imágenes fue, en su totalidad, -- de frente. Esto fue positivo, pues tiene el fin de dar una versión más segura de la realidad, sin minimizar ni aumentar las dimensiones, ya que el presentar figuras en posición ascendente o descendente, puede falsear las proporciones reales y crear confusión en el receptor.

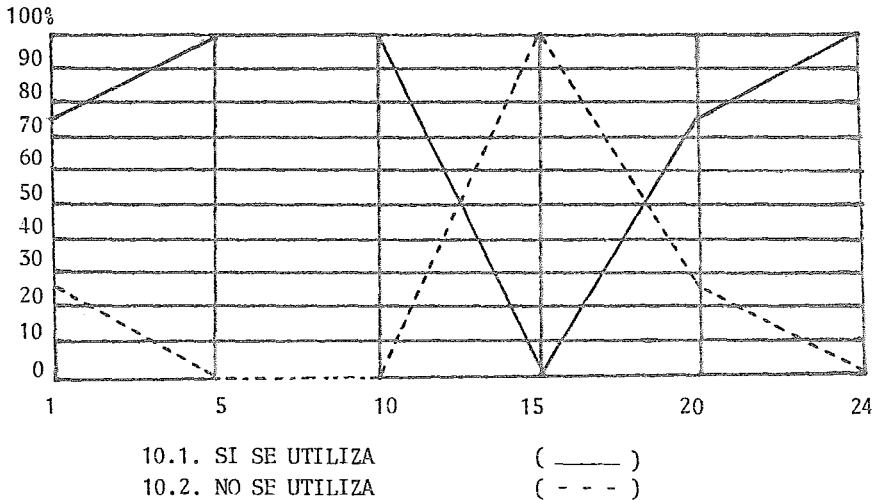
9. CUANDO APARECEN DOS O MAS PERSONAJES ¿ COMO SE RELACIONAN ENTRE SI?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
9.1. CORDIALMENTE	100%	100%	100%	100%	100%	100%
9.2. ANTAGONICAMENTE	-	-	-	-	-	-
9.3. NO SE RELACIONAN	-	-	-	-	-	-

La relación entre los personajes es siempre cordial, lo --
cual es positivo y sumamente importante, pues refleja una caren-
cia total de acciones violentas entre los personajes.

10. TEXTURA.

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
10.1. SI SE UTILIZA	75%	100%	100%	-	75%	100%
10.2. NO SE UTILIZA	25%	-	-	100%	25%	-

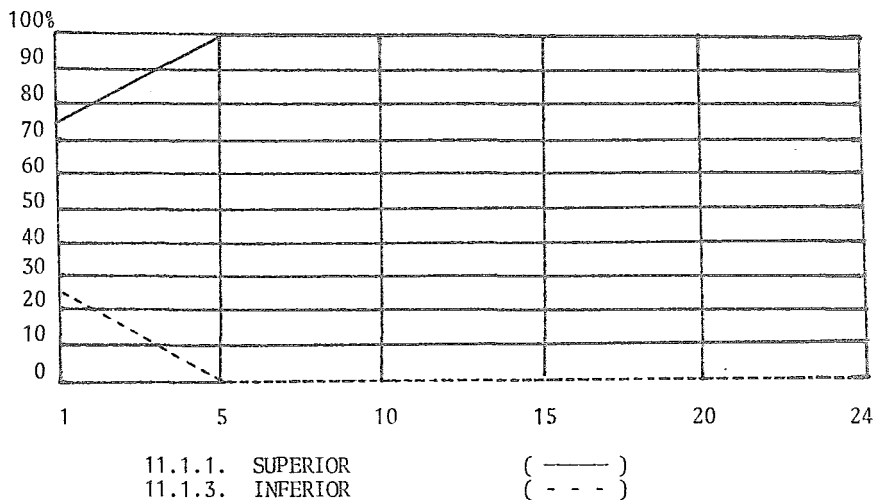


La textura es un recurso altamente utilizado en Trabajo -- manual y Cocina, a pesar de que estuvo ausente en un número de -- la muestra. Su uso es de interés, ya que en esta sección es -- relevante resaltar los detalles en la imagen, pues esto propor -- ciona una mayor claridad y comprensión a los elementos por -- utilizar y a la manera de elaborar el trabajo. Por ello es acer -- tada la participación de este recurso en la mayoría de la muestra.

11. CABEZA

11.1. ANGULO DE UBICACION.

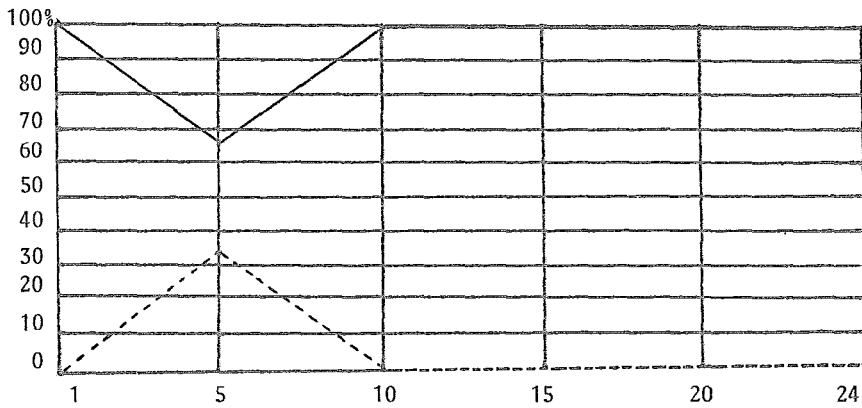
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.1.1. SUPERIOR	75%	100%	100%	100%	100%	100%
11.1.2. CENTRAL	-	-	-	-	-	-
11.1.3. INFERIOR	25%	-	-	-	-	-



En el primer número de la muestra hubo un intento por presentar los títulos de los artículos en el ángulo inferior de la página, lo cual resultaba confuso debido a que este lugar no es común. Sin embargo esto se corrigió, pues en el resto de la muestra todas las cabezas aparecieron en el ángulo superior, medida que consideramos conveniente.

11.2. PRESENTACION

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.2.1. UNIDA	100%	67%	100%	100%	100%	100%
11.2.2. DISTRI- BUIDA	-	33%	-	-	-	-

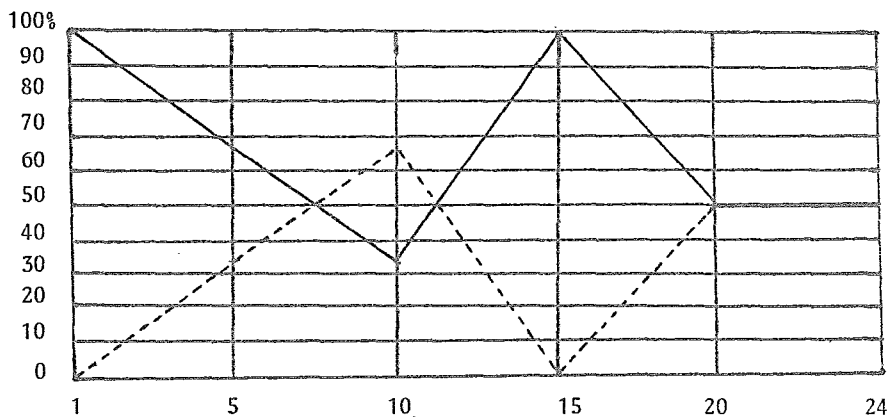


11.2.1. UNIDA (—)
 11.2.2. DISTRIBUIDA (- -)

La presentación de cabeza en partes es poco usual, por lo -- que puede provocar una mala interpretación al quedar, aparentemente, inconclusa la idea. Por ello, es positivo que la cabeza unida haya dominado en la muestra, pues se asegura una mejor comprensión.

11.3. TIPO DE LETRA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.3.1. LETRA MANUSCRITA	-	-	-	-	-	-
11.3.2. LETRA DE MOLDE	100%	67%	33%	100%	50%	50%
11.3.3. LETRA DIBUJADA	-	33%	67%	-	50%	50%



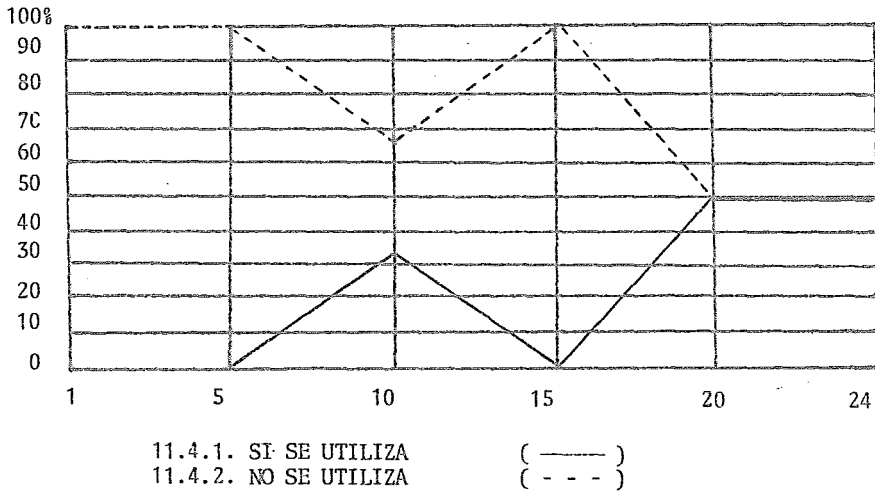
11.3.2. LETRA DE MOLDE (———)

11.3.3. LETRA DIBUJADA (- - -)

Hubo un predominio de la letra de molde sobre la dibujada, lo cual es positivo, pues la primera es más legible. La letra --- dibujada, es más llamativa que las demás, pues está más elaborada y utiliza más recursos, pero requiere de una mayor observación para su entendimiento. Por lo que es acertado que la letra de --- molde, que es más sencilla pero también más legible, haya dominado en la muestra.

11.4. TEXTURA.

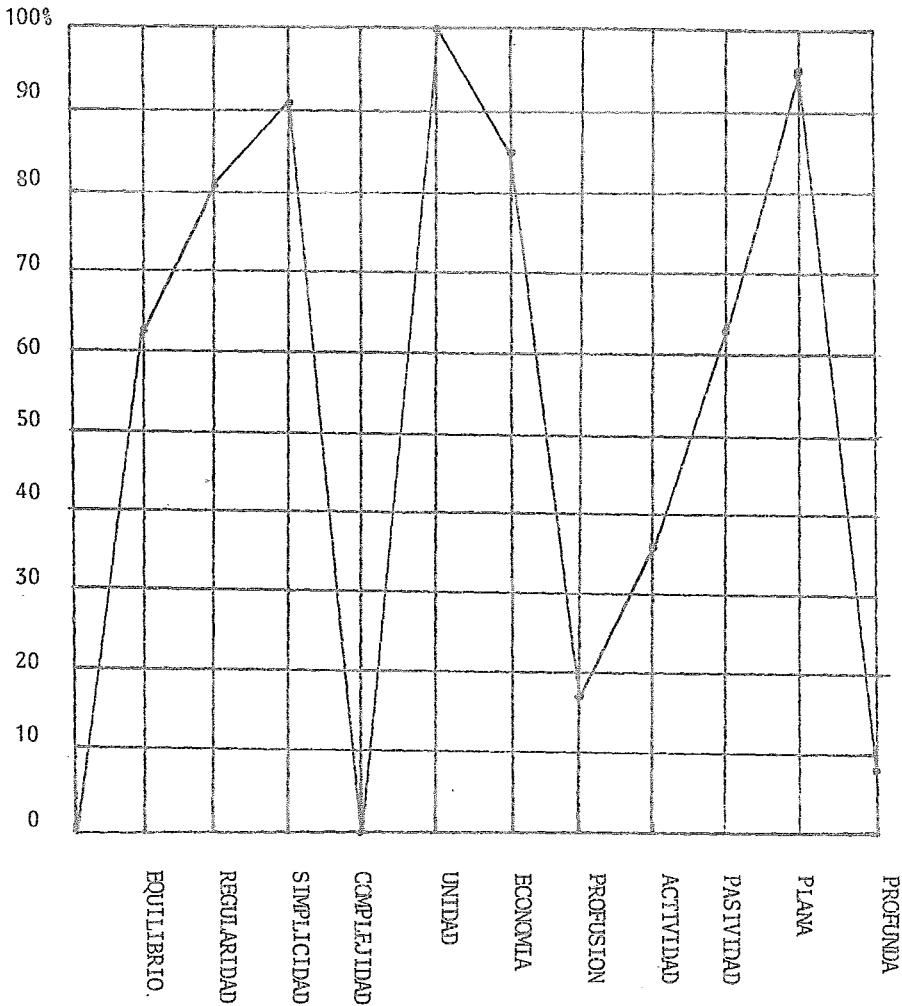
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.4.1. SI SE UTILIZA	-	-	33%	-	50%	50%
11.4.2. NO SE UTILIZA	100%	100%	67%	100%	50%	50%



Este recurso se debió utilizar con mayor frecuencia para dar más originalidad a las cabezas.

12. ¿ QUE TECNICAS VISUALES SE UTILIZAN ?

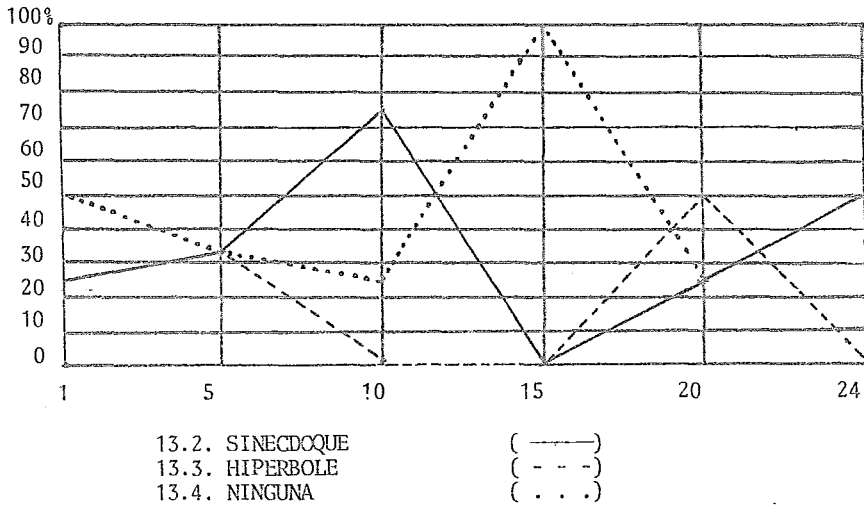
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24	PROME- DIO
12.1. EQUILI - BRIO	50%	33%	33%	100%	50%	100%	61%
12.2. REGULARI DAD	75%	66%	100%	100%	50%	100%	81%
12.3. SIMPLI - CIDAD	100%	100%	100%	100%	100%	50%	91%
12.4. COMPLE- JIDAD	-	-	-	-	-	-	-
12.5. UNIDAD	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
12.6. ECONCMIA	100%	100%	66%	100%	100%	50%	86%
12.7 PROFUSION	-	-	33%	-	25%	50%	18%
12.8. ACTIVI - DAD	25%	-	66%	-	75%	50%	36%
12.9. PASIVI- DAD	75%	100%	33%	100%	25%	50%	63%
12.10 PLANA	75%	100%	100%	100%	100%	100%	95%
12.11 PROFUNDA	25%	-	-	-	25%	-	8%



Para tener una idea más clara del uso de las técnicas, las -- agrupamos en un sola gráfica, promediando los resultados de cada revista -- de la muestra. Existe un predominio de las técnicas visuales simples -- como la unidad, que tuvo un 100%, la técnica plana con 95%, entre otras. -- Esto nos refleja una marcada inclinación por simplificar las imágenes y -- hacerlas así más comprensibles, lo cual es favorable.

13. FIGURAS RETORICAS.

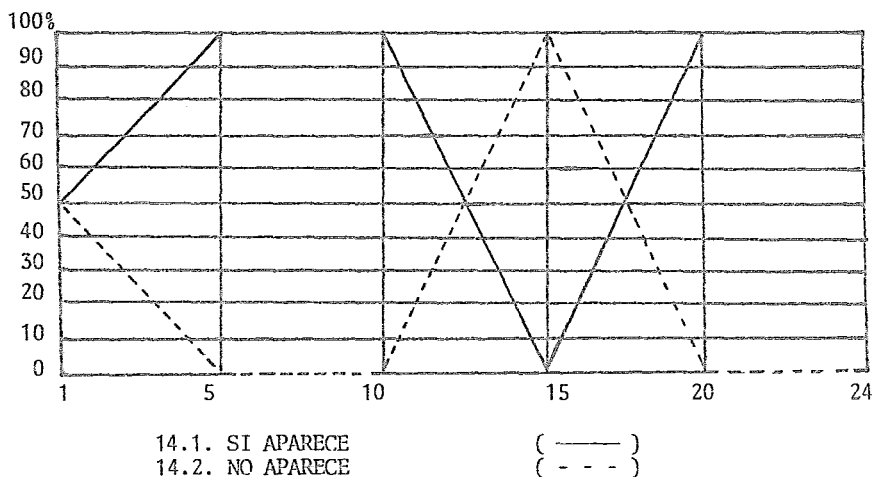
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
13.1. METAFORA	-	-	-	-	-	-
13.2. SINECDOQUE	25%	33%	75%	-	25%	50%
13.3. HIPERBOLE	25%	33%	-	-	50%	-
13.4. NINGUNA	50%	33%	25%	100%	25%	50%



Aunque predominó la ausencia de figuras, la sinécdoque destacó entre las otras. Esto es un acierto ya que, por el carácter del mensaje, era necesario enfatizar los elementos de la imagen -- para su mejor comprensión.

14. ¿ APARECE EL RECUADRO DE IDENTIFICACION DEL PERSONAJE ?

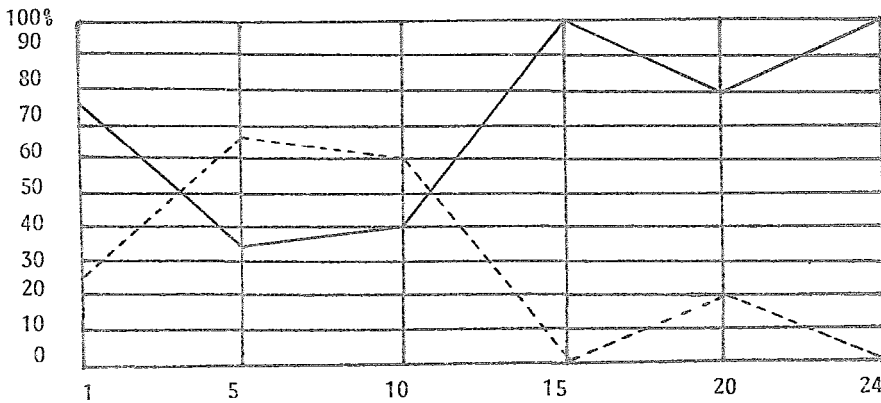
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.1. SI APARECE	50%	100%	100%	-	100%	100%
14.2. NO APARECE	50%	-	-	100%	-	-



El uso de los recuadros permite una localización rápida de la sección de cada personaje, su alto porcentaje de aparición -- está justificado, pues como se trata de una publicación para -- niños, es primordial presentarles todo con la mayor claridad -- posible. El recuadro es una forma en la que el niño comienza a -- conocer un orden en cada sección, pues comprende que los artícu- -- los van en grupo y para él es más fácil localizar lo que desea.

15. RELACION VERBO-ICONICA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
15.1. DE ANCLAJE	75%	33%	40%	100%	80%	100%
15.2. DE REDUNDANCIA	25%	67%	60%	-	20%	-
15.3. DE INFERENCIA	-	-	-	-	-	-
15.4. DE CONTRADICCION	-	-	-	-	-	-



15.1. DE ANCLAJE O ACLARACION (———)
15.2. DE REDUNDANCIA (- - - -)

A lo largo de la muestra las relaciones imagen-texto fueron de anclaje y redundancia. Esto refleja una concordancia entre la idea del texto y la de la imagen, lo cual es muy importante pues facilita la comprensión del mensaje.

4.3.4. ENTRETENIMIENTO.

4.3.4.1. CUESTIONARIO Y EXPLICACION.

Este cuestionario está destinado específicamente -- a la sección de entretenimiento y diversión. Se ha separado del resto porque sus características son diferentes: en su mayoría son dibujos o actividades para resolver, que requieren una participación activa por parte del lector.

1. ACTIVIDAD.

Esta primera pregunta pretende contemplar todas las variedades de acción que se proponen en esta sección, en la que tenemos 24 opciones:

1.1. ILUMINAR.

Aquí únicamente se le pide al niño que coloree los dibujos ya hechos.

1.2. UNIR PUNTOS.

Consiste en seguir una secuencia progresiva de puntos numerados que al terminar forman una figura.

1.3. ENCONTRAR ERRORES.

Exige una observación para detectar errores en los dibujos.

1.4. ARMAR ROMPECABEZAS.

Se requiere recortar y resolver un rompecabezas.

1.5. LEER CUENTOS CON DIBUJOS INTERCALADOS.

En este tipo de artículos se relata una historia en la que le dejan espacios, en los cuales no hay palabras sino un dibujo que las representa.

1.6. INTERCALAR DIBUJOS EN UN CUENTO.

Es parecido al anterior, pero en esta modalidad los espacios están en blanco. Al final se encuentran una serie de dibujos que el niño tendrá que recortar y colocar en su respectivo lugar.

1.7. APRENDER A DIBUJAR.

Se dan instrucciones para dibujar, dando los pasos para hacerlo.

1.8. COMPLETAR FIGURAS.

El lector tiene que terminar unas figuras que no están completas.

1.9. SALIR DE LABERINTOS.

Se presenta un laberinto en diferentes formas, en las que el niño tendrá que buscar la salida.

1.10. APRENDER CANCION.

En esta sección se presentan las letras de las canciones de los discos de "Burbujas", para que los niños se las aprendan y canten.

1.11. RECORTAR.

Unicamente tienen que recortar ciertos dibujos.

1.12. ARMAR.

Se le pide al lector que arme o forme alguna figura.

1.13. RECORTAR Y ARMAR.

Se combinan las actividades anteriores.

1.14. SEGUIR SECUENCIAS.

El lector debe distinguir qué sección de un dibujo-
va antes o después que las demás.

1.15. DISTINGUIR NOMBRE DE OBJETOS.

Se presentan una serie de figuras que el niño debe-
identificar.

1.16. ENCONTRAR FIGURAS GEOMETRICAS.

En una escena dibujada se encuentran diferentes fi-
guras geométricas que el lector debe encontrar.

1.17. RELACIONAR OBJETOS.

Se incluyen dos listas con dibujos pequeños en ambos
lados de la página, para que el lector las una según su rela-
ción.

1.18. RESOLVER CRUCIGRAMAS.

Se dan claves para que el lector encuentre las palabras adecuadas y las coloque en el espacio específico.

1.19. LEER CHISTES Y ADIVINANZAS.

Sección que presenta adivinanzas y chistes que el lector lee.

1.20. DISTINGUIR DIFERENCIAS.

Entre dos dibujos iguales hay algunos detalles diferentes que el lector debe descubrir.

1.21. APRENDER UNA MAGIA.

Algún personaje muestra cómo hacer un truco.

1.22. JUEGO DE MESA.

Es un juego ya conocido, pero con algunas modificaciones.

1.25. LEER INFORMACION EN BROMA.

Esta sección, incluida en "El Chisme Cachetón", presenta noticias irreales en forma chusca.

1.24. OBRA DE TEATRO.

Orienta al lector sobre la forma de montar una obra de teatro en su casa.

2. ¿SE SUGIERE ILUMINAR LA PAGINA?

Aunque en las actividades anteriores ya está contemplado iluminar, es posible que además de la actividad princi-

pal se sugiera iluminarla. Hay dos opciones.

2.1. SI SE SUGIERE

2.2. NO SE SUGIERE

3. ¿CONTIENE INFORMACION ADICIONAL?.

3.1. SI CONTIENE

3.2. NO CONTIENE

4. CABEZA

4.1. INFORMATIVA

4.2. SUGESTIVA.

5. ¿COMO SE PRESENTA EL TEXTO?

6. PARTICIPACION

Consideramos muy importante esta pregunta, dado que en esta sección la actividad puede ser para uno solo o para más.

6.1. INDIVIDUAL

Si el niño debe hacer solo lo que se le pide.

6.2. GRUPAL.

Requiere la participación de dos o más personas.

7. ¿CONTIENE LA SOLUCION?

Ya que se le pide al niño que haga o resuelva la página, ésta puede incluir la manera como debe quedar al finalizarlo.

7.1. SI SE INCLUYE

7.2. NO SE INCLUYE

8. EXPLICACION DE PALABRAS.

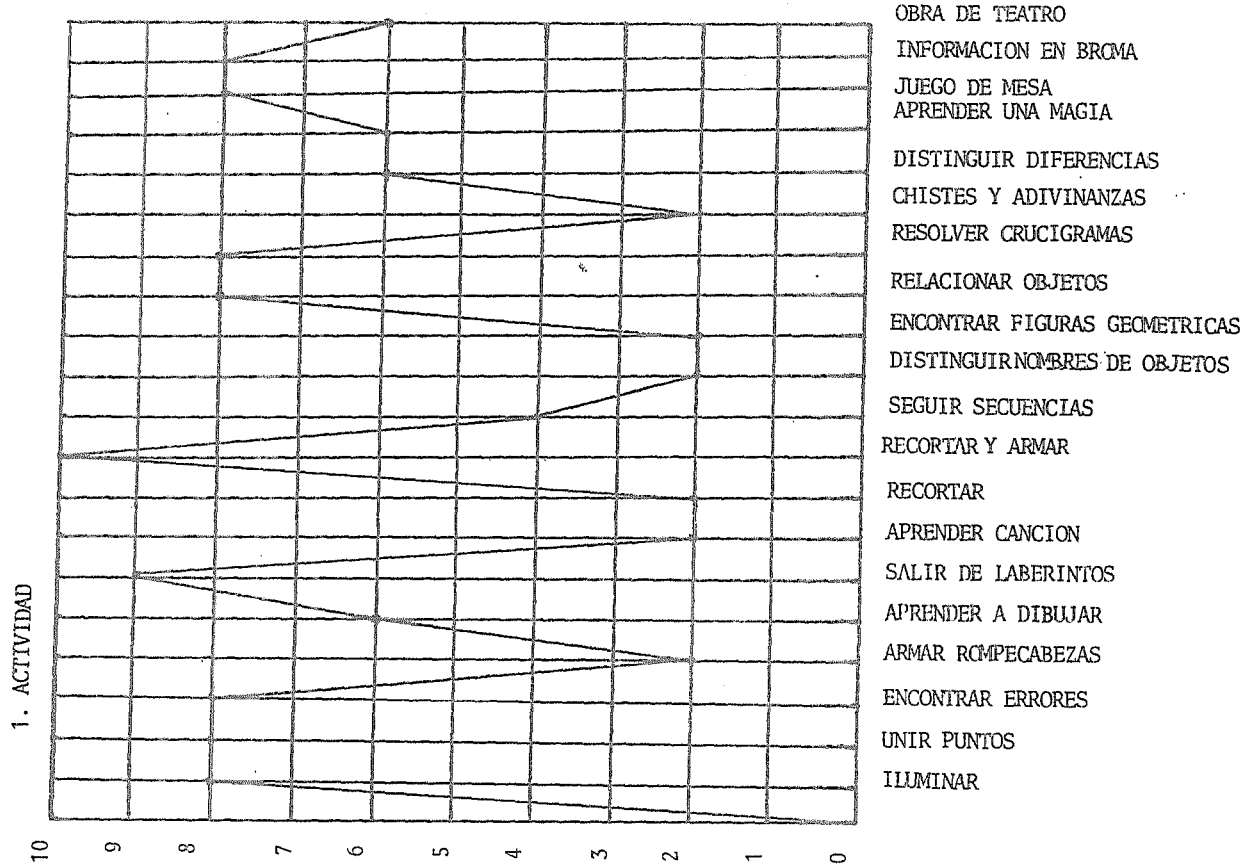
IMAGEN

Remitirse al cuestionario básico.

4.3.4.2. CUADROS GRAFICAS Y CONCLUSIONES PARCIALES

1. ACTIVIDAD.

REVISTA	1	5	10	15	20	24	TOTAL
1.1. ILUMINAR	3	1	-	-	-	-	4 8%
1.2. UNIR PUNTOS	1	2	-	1	-	-	4 8%
1.3. ENCONTRAR ERRORES	-	-	-	-	-	1	4 8%
1.4. ROMPECABEZA	-	-	-	-	-	1	1 2%
1.5. APRENDER A DIBUJAR	-	-	1	-	-	1	3 6%
1.6. LABERINTOS	1	1	1	2	-	-	5 9%
1.7. CANCION	-	-	-	-	1	-	1 2%
1.8. RECORTAR	1	-	-	-	-	-	1 2%
1.9. RECORTAR Y ARMAR	1	1	-	2	1	-	5 10%
1.10. SECUENCIAS	-	1	-	-	1	-	2 4%
1.11. DISTINGUIR	-	1	-	-	-	-	1 2%
1.12. FIGURAS GEOMETRICAS	-	-	1	-	-	-	1 2%
1.13. RELACIONAR	1	-	2	-	1	-	4 8%
1.14. CRUCIGRAMA	1	1	-	-	-	-	4 8%
1.15. CHISTES ADIVINA	-	-	1	-	-	-	1 2%
1.16. ENCONTRAR DIFERENCIAS	1	2	-	-	-	-	3 6%
1.17. MAGIA	2	-	1	-	-	-	3 6%
1.18. JUEGO MESA	1	1	1	1	-	-	4 8%
1.19. INF. BROMA	-	-	2	1	-	1	4 8%
1.20. TEATRO	1	1	-	1	-	-	3 6%
T O T A L	14	12	10	8	4	4	100%

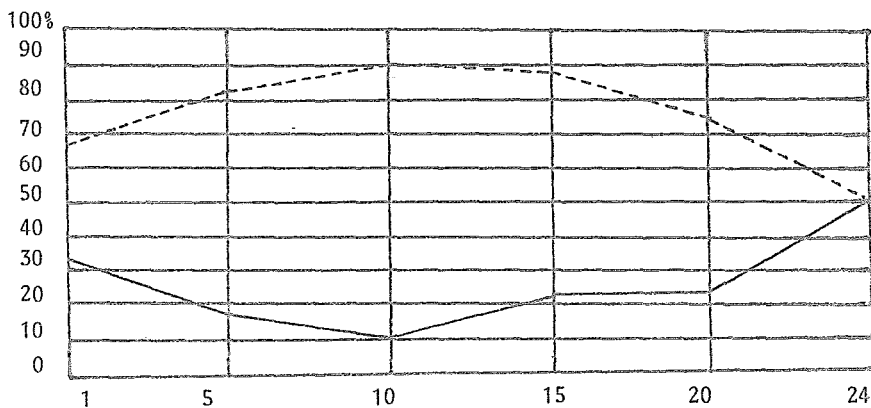


En este cuadro se incluyen únicamente los porcentajes totales por actividad, porque hacerlo de forma individual no era representativo.

Como la gráfica lo indica, la actividad más usada corresponde a recortar y armar, lo cual es acertado debido a que el lector hace una acción más activa y más duradera. Sin embargo el uso de todas las actividades es importante pues permite la participación directa del lector, y no lo limitan únicamente a la lectura. Además, le ayudan a desarrollar su creatividad y su coordinación manual y mental.

2. ¿ SE SUGIERE ILUMINAR LA PAGINA?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
2.1. SI SE SUGIERE	33%	17%	10%	22%	25%	50%
2.2. NO SE SUGIERE	67%	83%	90%	88%	75%	50%



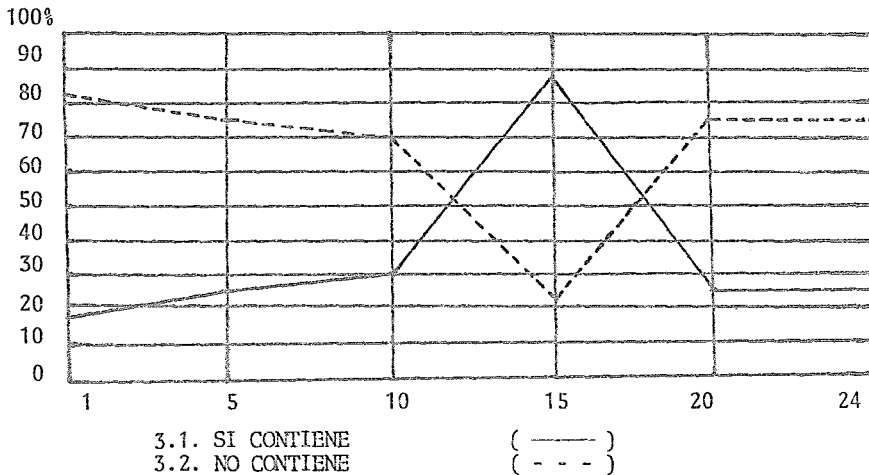
2.1. SI SE SUGIERE (———)
 2.2. NO SE SUGIERE (- - -)

Hasta la revista No. 20, la gráfica nos muestra que en el 22% promedio de los casos no se sugirió iluminar la página. Solamente - hubo un ascenso en el último número analizado con 50%.

Este recurso se debió utilizar con mayor frecuencia, dado que al niño se le proponen dos actividades a la vez. El hecho de iluminar la página, le permite desarrollar la capacidad de observación -- y de delimitación, y le da un mayor aprovechamiento al artículo.

3. ¿ CONTIENE INFORMACION ADICIONAL?

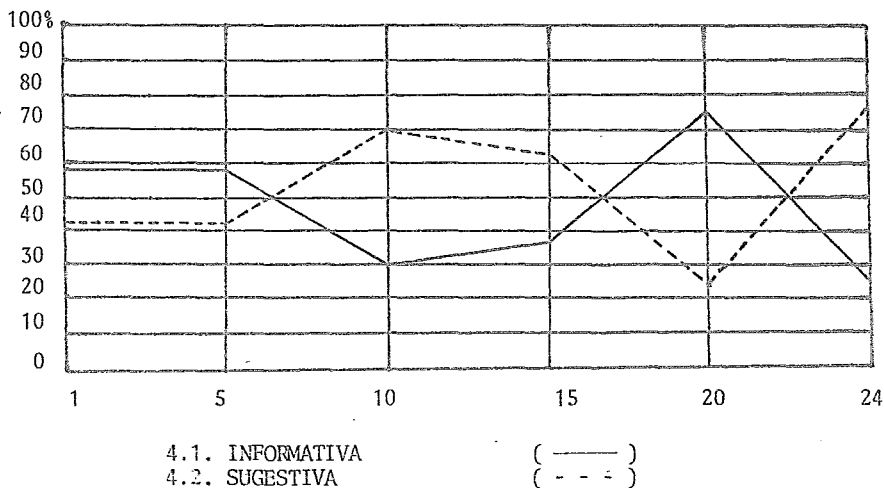
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
3.1. SI CONTIENE	17%	25%	30%	88%	25%	25%
3.2. NO CONTIENE	83%	75%	70%	22%	75%	75%



La información adicional se ofreció en un promedio del 35% de los casos. Este recurso, que en apariencia carece de importancia por tratarse de entretenimiento, también puede aportar información, lo que haría el artículo más completo, razón por la que debió ser más utilizado.

4. CABEZA

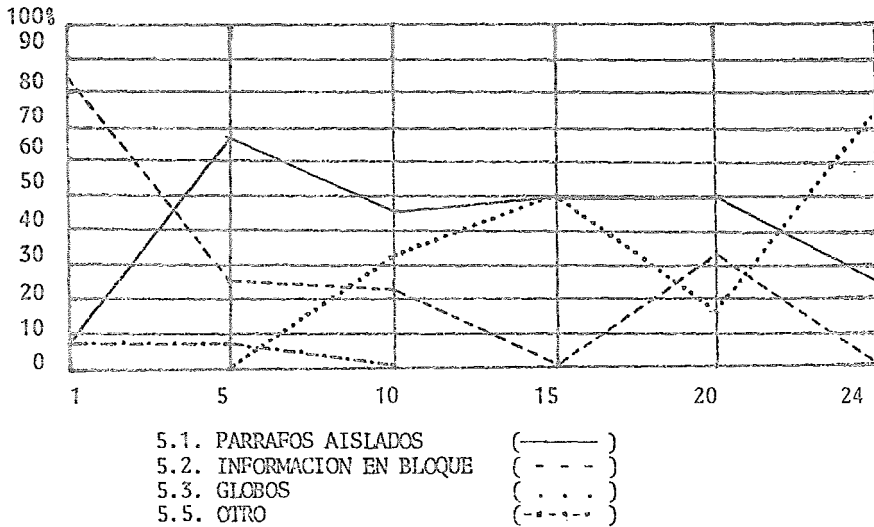
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
4.1. INFORMATIVA	59%	59%	30%	37%	75%	25%
4.2. SUGESTIVA	41%	41%	70%	63%	25%	75%



La cabeza informativa reportó un leve porcentaje mayor de aparición. Sin embargo, encontramos equilibrada esta medida, -- pues por un lado es positivo dar información precisa de lo que se ofrece, y por el otro, también es bueno despertar la duda en el -- lector, pues esto funciona como gancho de atracción. El uso de -- estas opciones fue positivo.

5. ¿COMO SE PRESENTA EL TEXTO ?

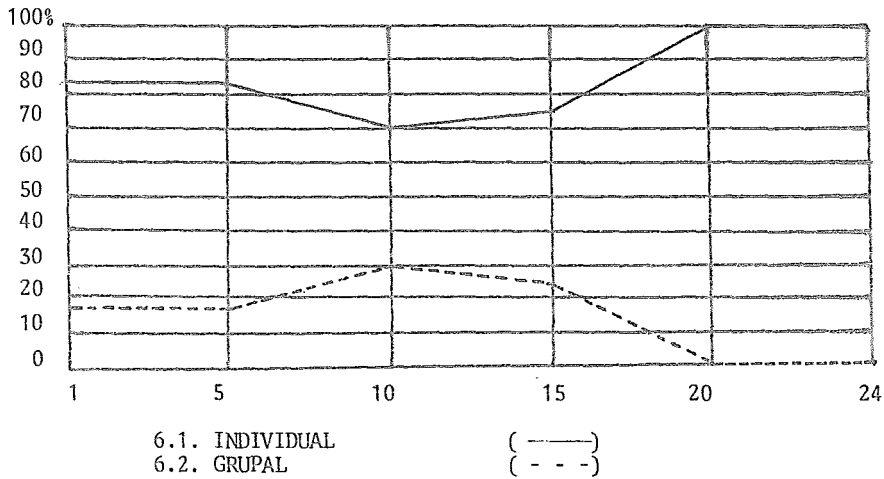
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
5.1. PARRAFOS AISLADOS	3%	67%	46%	50%	50%	25%
5.2. INFORMACION BLOQUE	94%	25%	23%	-	33%	-
5.3. GLOBOS	-	-	31%	50%	17%	75%
5.4. DIALOGOS	-	-	-	-	-	-
5.5. OTRO	8%	8%	-	-	-	-



En las primeras revistas de la muestra existía una mayor --
 tendencia a presentar la información en bloque, la cual fue dis --
 minuyendo para dejar su lugar a los globos y a los párrafos aisla --
 dos. Esto es un acierto, pues el texto es más ligero y fácil de --
 leer.

6. PARTICIPACION

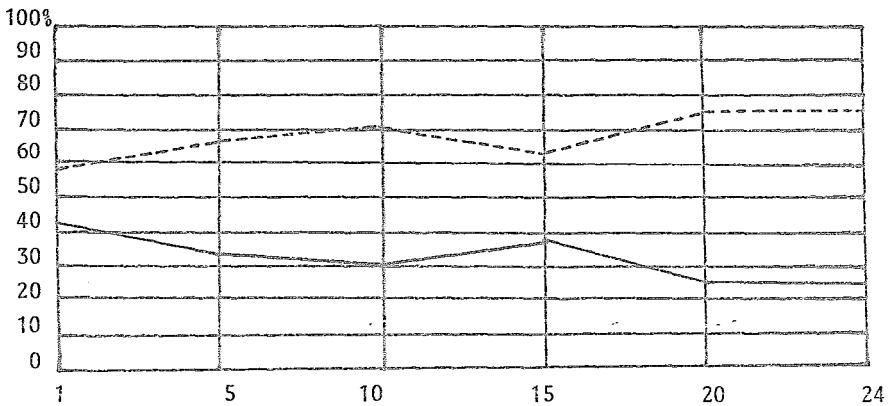
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
6.1. INDIVIDUAL	83%	83%	70%	75%	100%	100%
6.2. GRUPAL	17%	17%	30%	25%	-	-



A pesar de la importancia que tiene que el niño aprenda a -- trabajar en equipo, es positivo que la mayoría de los artículos sean de participación individual, ya que el pequeño lector puede entretenerse solo con su revista y no requiere de un tercero para poderse distraer.

7. ¿ CONTIENE LA SOLUCION ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
7.1. SI	41%	33%	30%	37%	25%	25%
7.2. NO	59%	67%	70%	63%	75%	75%

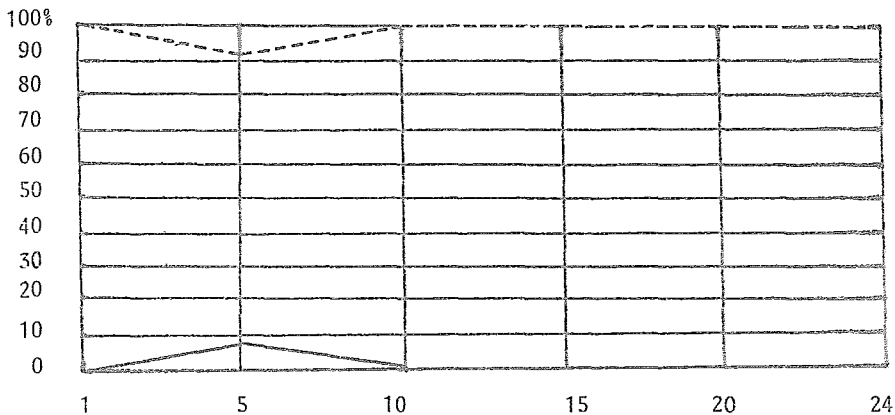


7.1. SI CONTIENE (———)
7.2. NO CONTIENE (- - -)

La curva de frecuencia se mantiene en un promedio de 31% -- para artículos que sí contienen la solución. El porcentaje mayor -- corresponde a la negativa de brindar la solución, recurso que se -- debió incluir en todos los casos, pues ello le permitiría al lector conocer aciertos y errores, al confrontar las respuestas correctas.

8. EXPLICACION DE PALABRAS.

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
8.1. SI	-	8%	-	-	-	-
8.2. NO	100%	92%	100%	100%	100%	100%

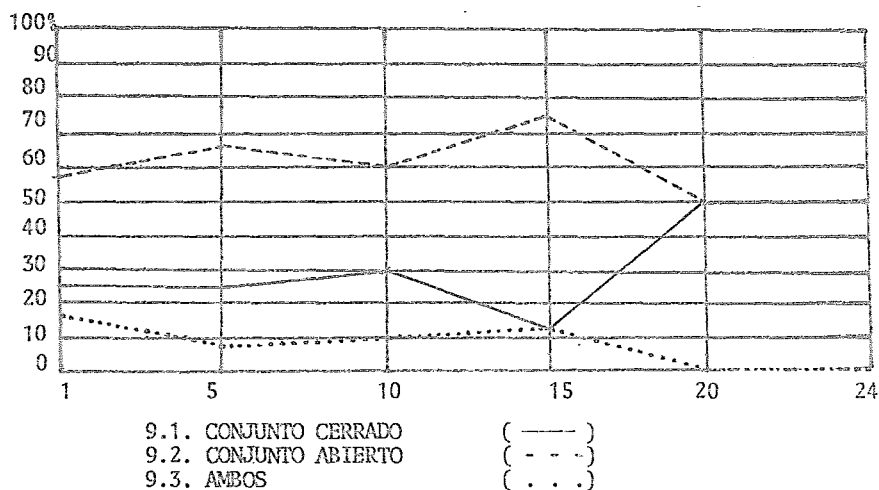


8.1. SI SE EXPLICAN (—)
 8.2. NO SE EXPLICAN (- - -)

La mayoría de los artículos de entretenimiento, no incluyen la explicación de palabras, ya que no es necesario su uso, pues las instrucciones son sencillas y se brinda poca información sobre la actividad sugerida.

9. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES ?

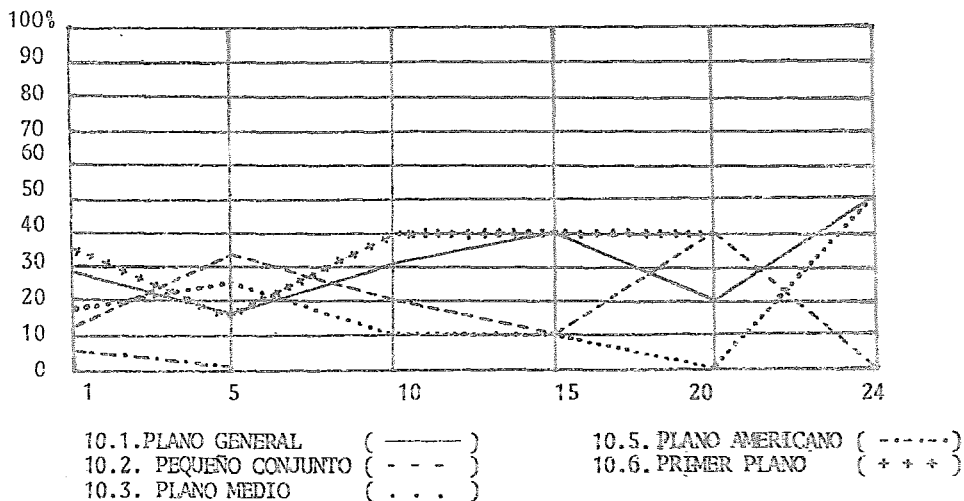
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
9.1. CONJUNTO CERRADO	25%	25%	30%	2%	50%	50%
9.2. CONJUNTO ABIERTO	59%	67%	60%	75%	50%	50%
9.3. AMBOS	16%	8%	10%	2%	-	-



La mayor parte de las imágenes se presentaron en conjuntos -- abiertos, y hubiera sido preferible hacer mayor uso de los cerrados, dado que sirven para enfatizar ciertos elementos.

10. ¿EN QUE TIPO DE PLANO APARECE (N) LA (S) IMAGEN (ES)?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
10.1 PLANO GENERAL	29%	17%	30%	40%	20%	50%
10.2. PEQUEÑO CONJUNTO	12%	33%	20%	10%	40%	-
10.3. PLANO MEDIO	18%	25%	10%	10%	-	50%
10.4. PLANO ITALIANO	-	-	-	-	-	-
10.5. PLANO AMERICANO	6%	-	-	-	-	-
10.6. PRIMER PLANO	35%	25%	40%	40%	40%	-



La selección de planos fue adecuada, ya que al presentar una actividad en plano general están mostrando toda la escena, y al presentar los primeros planos, se enfatizan los elementos que así lo requieren. En general hubo un equilibrio en el uso de todos los planos.

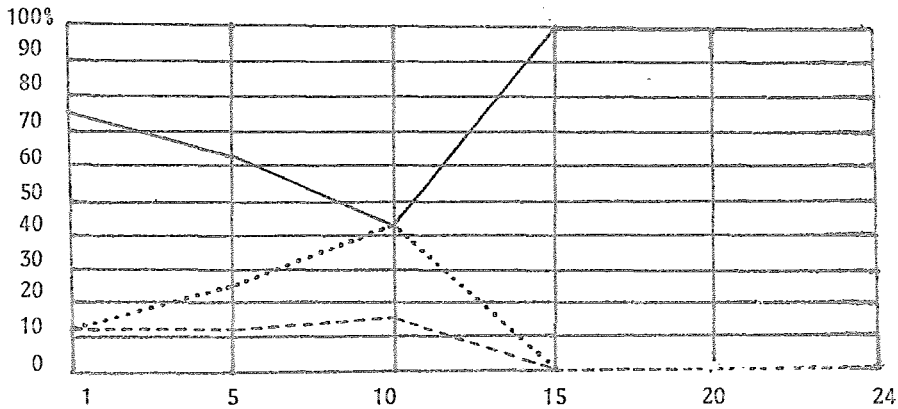
11. ¿ COMO SE PRESENTAN LAS IMAGENES SEGUN SU ANGULO DE VISION ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
11.1. DE FRENTE	100%	100%	100%	100%	100%	100%
11.2. ASCENDENTE	-	-	-	-	-	-
11.3. DESCENDENTE	-	-	-	-	-	-

El 100% de los artículos presentaron las imágenes de frente. -
Como lo mencionamos en el cuestionario de material didáctico, la -
representación de frente es la más objetiva y cercana a la reali -
dad, sin pretender minimizar o engrandecer objetos o personajes.

12. CUANDO APARECEN DOS O MAS PERSONAJES, ¿COMO SE RELACIONAN-
ENTRE SI ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
12.1. CORDIALMENTE	75%	62%	42%	100%	100%	100%
11.2. ANTAGO- NICAMENTE	12.5%	12.5	16%	-	-	-
NO SE 11.3. RELACIONAN	12.5%	25%	42%	-	-	-

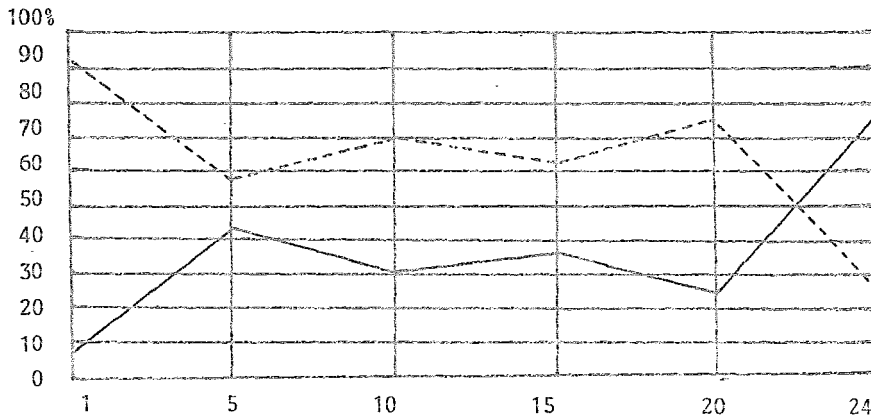


12.1. CORDIALMENTE (—)
12.2. ANTAGONICAMENTE (- -)
12.3. NO SE RELACIONAN (. . .)

El mayor porcentaje lo ocupó el tipo de relación cordial entre los personajes, uso apropiado pues no fomenta la agresión.

13. TEXTURA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
13.1. SI SE UTILIZA	8%	42%	30%	37%	25%	75%
13. NO SE UTILIZA	92%	58%	70%	63%	75%	25%



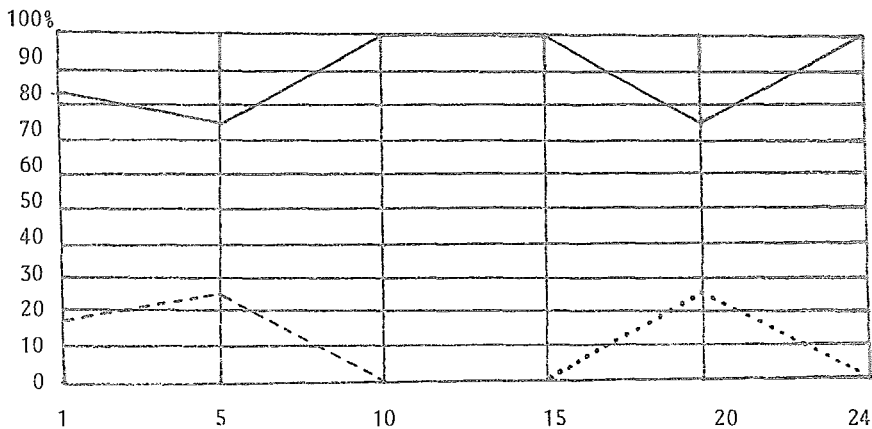
13.1. SI SE UTILIZA (—)
13.2. NO SE UTILIZA (- - -)

La textura fue muy poco utilizada a lo largo de la muestra. En este caso, tiene menor importancia que en los cuestionarios anteriores, ya que los dibujos no necesitan este recurso para ser entendidos y, además algunos de ellos deben ser iluminados por los lectores.

14. CABEZA.

14.1. ANGULO DE UBICACION

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.1.1. SUPERIOR	83%	75%	100%	100%	75%	100%
14.1.2. CENTRAL	17%	25%	-	-	-	-
14.1.3. INFERIOR	-	-	-	-	25%	-



14.1.1. SUPERIOR (———)
 14.1.2. CENTRAL (- - -)
 14.1.3. INFERIOR (. . .)

Las cabezas se localizan, en su mayoría, en el ángulo superior-
 que es lugar más visible de la página.

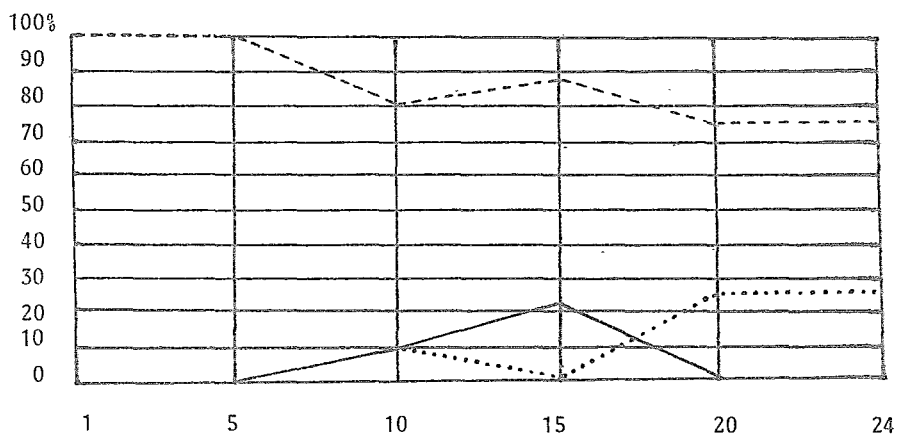
14.2. PRESENTACION

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.2.1. UNIDA	100%	100%	100%	100%	100%	100%
14.2.2. DISTRI - BUIDA	-	-	-	-	-	-

Todas las cabezas se presentaron unidas. Como ya se ha explicado, éstas son las predominantes pues son las más claras y sencillas. Una cabeza presentada en partes puede resultar difícil de entender a primera vista, sobre todo porque se trata de un público que apenas empieza a formarse el hábito de la lectura.

14.3. TIPO DE LETRA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.3.1. MANUSCRITA	-	-	10%	22%	-	-
14.3.2. MOLDE	100%	100%	80%	88%	75%	75%
14.3.3. DIBUJADA	-	-	10%	-	25%	25%

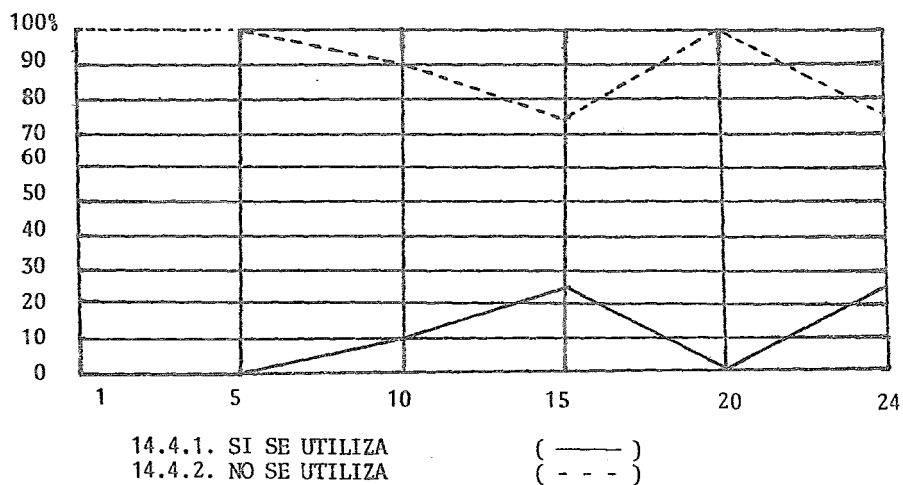


14.3.1. LETRA MANUSCRITA (- - -)
 14.3.2. LETRA DE MOLDE (———)
 14.3.3. LETRA DIBUJADA (. . .)

La letra de molde es la más fácil de leer, por lo que justificamos su uso, ya que siempre es mejor el uso de recursos sencillos para no dificultar la interpretación del lector.

14.4. TEXTURA.

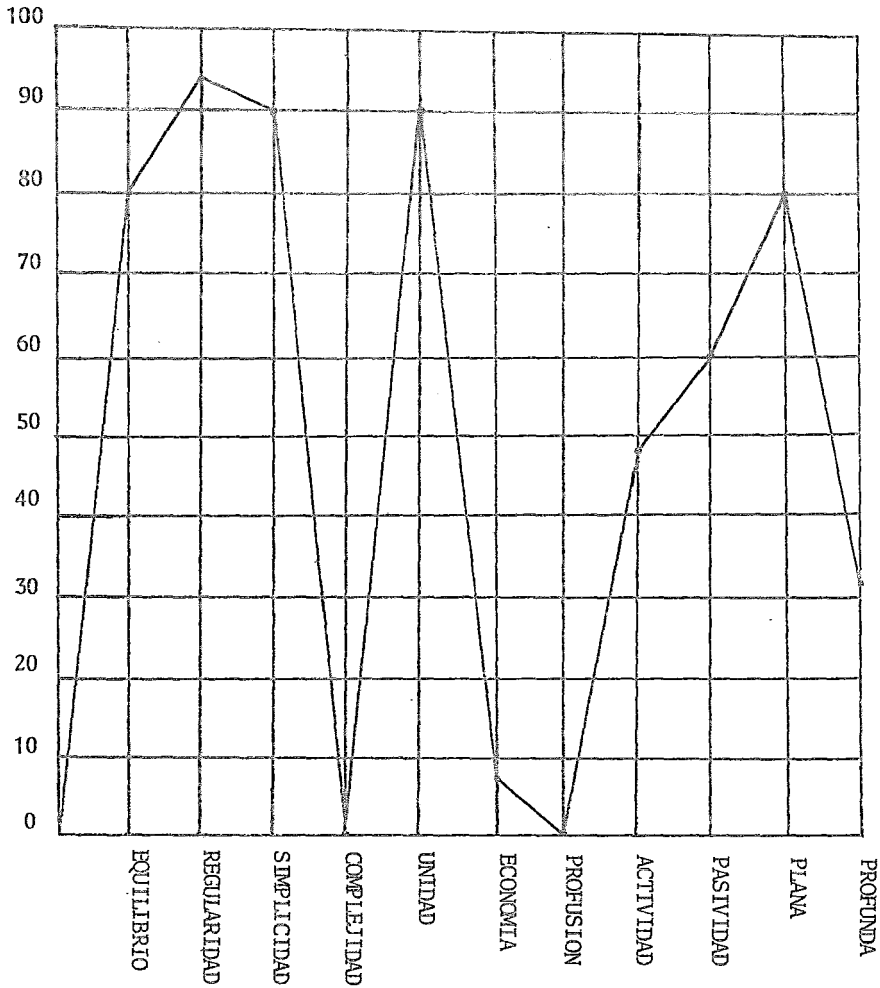
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
14.4.1. SI SE UTILIZA	-	-	10%	25%	-	25%
14.4.2. NO SE UTILIZA	100%	100%	90%	75%	100%	75%



Esta categoría tuvo un uso prácticamente nulo, esto es lógico, pues al haber un porcentaje bajo de letra dibujada, es imposible que se incluya este recurso. Sin embargo, es adecuado este resultado pues ya se explicó anteriormente que la letra dibujada suele ser más difícil de leer.

15. ¿ QUE TECNICAS VISUALES SE UTILIZAN ?

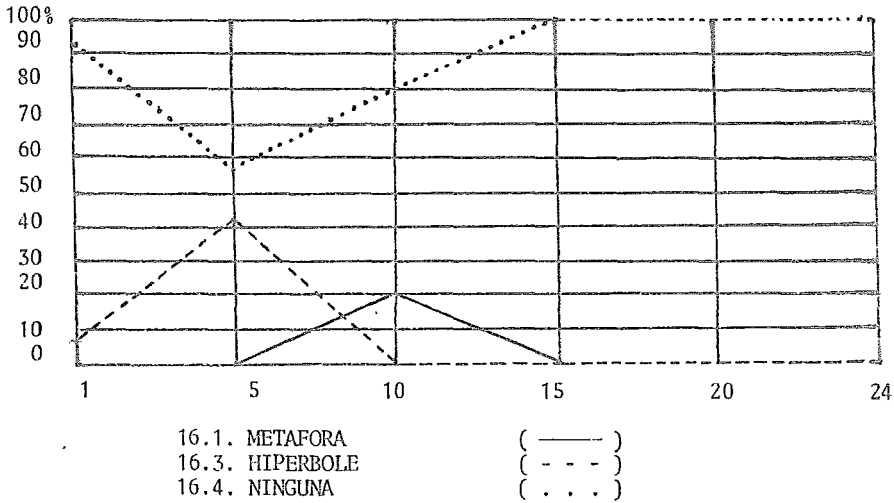
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24	TOTAL
15.1. EQUILIBRIO	58%	100%	60%	87%	100%	75%	80%
15.2. REGULARIDAD	100%	75%	90%	100%	100%	100%	94%
15.3. SIMPLICIDAD	100%	91%	90%	62%	100%	100%	90%
15.4. COMPLEJIDAD	-	8%	-	-	-	-	2%
15.5. UNIDAD	91%	75%	100%	100%	100%	75%	90%
15.6. ECONOMIA	100%	100%	80%	75%	100%	75%	8%
15.7. PROFUSION	-	-	-	-	-	-	-
15.8. ACTIVIDAD	41%	25%	40%	37%	75%	75%	48%
15.9. PASIVIDAD	75%	75%	60%	75%	25%	50%	60%
15.10. PLANA	100%	91%	90%	75%	75%	50%	80%
15.11. PROFUNDA	8%	8%	1%	62%	25%	75%	31%



En esta gráfica agrupamos los resultados de la muestra en promedios con el fin de tener una visión general del uso de las técnicas. La más utilizada fue la regularidad con un 94%, le siguen la simplicidad y la unidad con un 90 % respectivamente. Esto nos indica el predominio de las técnicas simples sobre las más elaboradas, lo que es favorable pues facilita la comprensión de la imagen.

16. FIGURAS RETORICAS.

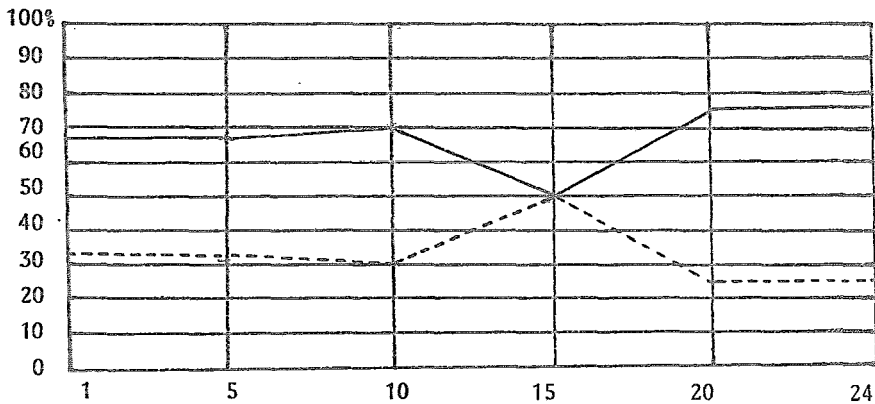
NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
16.1. METAFORA	-	-	20%	-	-	-
16.2. SINECDOQUE	-	-	-	-	-	-
16.3. HIPERBOLE	8%	42%	-	-	-	-
16.4. NINGUNA	92%	58%	80%	100%	100%	100%



Las figuras retóricas son poco usadas en la muestra de entrenamiento, lo cual facilita al máximo la comprensión de cada dibujo. La sinécdoque, que en otros cuestionarios tuvo importancia, aquí -- nunca se incluyó. Esto es positivo pues era necesario mostrar la - totalidad de la imagen y no sólo resaltar alguna de sus partes.

17. ¿ APARECE EL CUADRO DE IDENTIFICACION DEL PERSONAJE ?

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
17.1. SI APARECE	67%	67%	70%	50%	75%	75%
17.2. NO APARECE	33%	33%	30%	50%	25%	25%

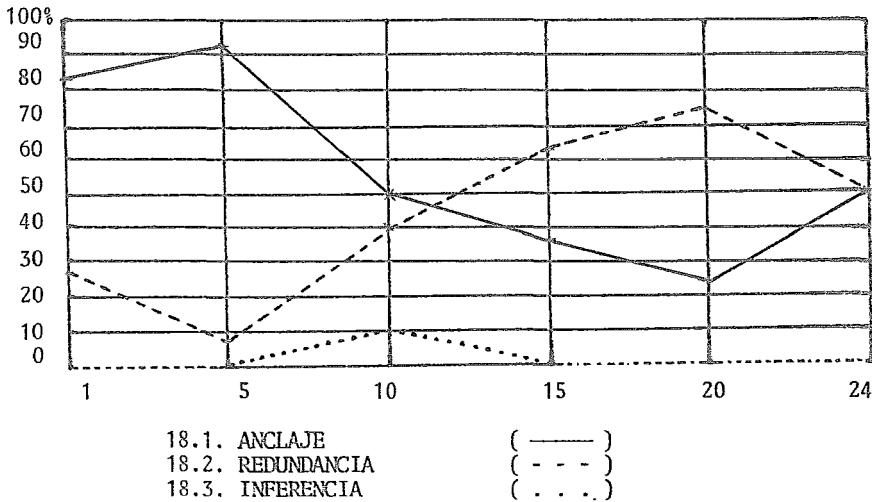


17.1. SI APARECE (———)
17.2. NO APARECE (- - -)

Es notorio que la curva de frecuencia se mantuvo en un nivel alto a lo largo de la muestra, lo cual indica que predominó la aparición del cuadro de identificación. Este recurso sirve de guía al lector, para localizar con mayor facilidad el artículo que desea leer, según su personaje favorito, por lo que su uso pudo ser más frecuente.

18. RELACION VERBO- ICONICA

NO. DE REVISTA	1	5	10	15	20	24
18.1. ANCLAJE	83%	92%	50%	37%	25%	50%
18.2. REDUNDANCIA	27%	8%	40%	63%	75%	50%
18.3. INFERENCIA	-	-	10%	-	-	-
18.4. CONTRADICION	-	-	-	-	-	-



El tipo de relaciones más frecuente en la mayoría de cuestionarios es la de anclaje y la redundancia. Esto representa un doble recurso para asegurarse de que el receptor captará bien el mensaje, pues la imagen representa un apoyo al texto. Es positivo si tomamos en cuenta que no debe haber contradicción entre la relación verbo-icónica para no crear confusión.

4.4. CONCENTRACION TOTAL DE RESULTADOS.

4.4.1.: PORCENTAJES TOTALES DEL CONTENIDO POR REVISTA

REVISTA	MATERIAL DIDACTICO	TRABAJO MANUAL Y COCINA	ENTRETENI - MIENTO	PUBLICIDAD	PROPAGANDA	PORTADA	TOTAL
1	36.9%	6%	26.7%	28%	1.2%	1.2%	100%
5	55.9%	7.4%	18.4%	9.5%	7.4%	1.4%	100%
10	50%	7.4%	17.4%	13.3%	10.3%	1.4%	100%
15	66.6%	3.3%	15%	15%	-	1.6%	100%
20	55.7%	11.5%	15.38%	21%	2%	1.9%	100%
24	43.3%	6.6%	11.6%	35%	1.6%	1.6%	100%
TOTAL	44%	8%	23%	20%	3.5%	1.5%	100%

4.4.2. PORCENTAJES TOTALES DEL CONTENIDO POR PREGUNTA

4.4.2.1. CUESTIONARIO BASE. CUADRO GENERAL.

PREGUNTA	PORCENTAJE
Texto con relato	62%
Sí se califican los personajes	38%
Móviles hedónicos	6%
Móviles pragmáticos	82%
Móviles éticos	12%
Rol del personaje: relator	35%
Rol de informante	37%
Rol de partícipe	28%
Otros personajes: Héroe	10%
Otro: destinatario	13%
Otro: adversario	13%
Otro: don	25%
Otro: complementario	22%
Otro: relator	17%
Enunciados tautológicos directos	19%
Enunciados tautológicos mediatizados	45%
Enunciados sin intención tautológica	36%
Cabeza informativa	37%
Cabeza sugestiva	63%
Introducción informativa	30%
Introducción circunstancial	26%
Introducción valorativa	38%
Sin introducción	6%
Texto en párrafos aislados	30%
Información en bloque	30%

PREGUNTA	PORCENTAJE
Textos en globos	30%
Texto en diálogos	10%
Explicación de palabras	30%
Uso de proverbios	3%
Uso de metáfora	19%
Uso de sinécdoque	50%
Uso de hipérbole	4%
Enunciados retóricos: universalización	19%
Enunciados retóricos: despersonalización	12%
Enunciados retóricos: inclusión	30%
Enunciados retóricos: redundancia	13%
Enunciados retóricos: vía del ejemplo	27%
Enunciados retóricos: ninguno	12%

4.4.2.2. CUESTIONARIO TRABAJO MANUAL Y COCINA. CUADRO GENERAL

P R E G U N T A	P O R C E N T A J E
Incluye material necesario	100%
Incluye instrucciones	100%
Incluye información adicional	55%
El destinatario es personal	85%
Explicación de palabras	0
Cabeza informativa	32%
Cabeza sugestiva	68%
Texto en párrafos	50%
Información en bloque	20%
Texto en globos	25%
Texto en diálogos	5%

4.4.2.3. CUESTIONARIO ENTRETENIMIENTO. CUADRO GENERAL

PREGUNTA	PORCENTAJE
Sugerencia de iluminar	25%
Incluye información adicional	33%
Cabeza informativa	52%
Cabeza sugestiva	48%
Texto en párrafos aislados	42%
Información en bloque	31%
Texto en globos	23%
Texto en diálogos	0 %
Otro	4%
Participación individual	82%
Participación grupal	18%
Contiene la solución	34%
Explicación de palabras	5%

4.4.2.4. IMAGEN. CUADRO GENERAL

PREGUNTA	MATERIAL DIDACTICO	TRABAJO MANUAL Y COCINA	ENTRETENIMIENTO	TOTAL
Conjuntos cerrados	33%	6%	28%	22.3%
Conjuntos abiertos	44%	47%	62%	51 %
Ambos conjuntos	23%	47%	10%	24 %
Plano general	42%	15%	29%	29 %
Pequeño conjunto	22%	53%	19%	25 %
Plano medio	15%	26%	17%	19 %
Plano italiano	22%	0%	0%	7 %
Plano americano	5%	4%	2%	4 %
Primer plano	14%	22%	33%	23 %
Imágenes de frente	95%	100%	100%	98 %
Imágenes en sentido ascendente	5%	0%	0%	2 %
Imágenes en sentido descendente	0%	0%	0%	0 %
Relación cordial personajes	90%	100%	72%	87 %
Relación antagónica personajes	10%	0%	9%	6 %
No se relacionan personajes	0%	0%	19%	6 %
Uso de textura	43%	82%	32%	52 %
Angulo de cabeza: superior	92%	95%	94%	94 %
Angulo de cabeza: central	5%	0%	6%	4 %

P R E G U N T A	MATERIAL DIDACTICO	TRABAJO MANUAL Y COCINA	ENTRETE- NIMIENTO	TOTAL
Angulo de cabeza:				
inferior	3%	5%	0%	2%
Cabeza unida	92%	94%	100%	95%
Cabeza distribuida	8%	6%	0%	5%
Letra manuscrita	8%	0%	4%	4%
Letra de molde	77%	64%	90%	77%
Letra dibujada	15%	36%	6%	19%
Uso textura en cabeza	6%	30%	8%	15%
Técnica visuales:				
Equilibrio	42%	61%	80%	61%
Regularidad	76%	81%	94%	83%
Simplicidad	74%	91%	90%	85%
Complejidad	8%	0%	2%	3%
Unidad	71%	100%	90%	87%
Economía	64%	86%	88%	79%
Profusión	14%	18%	0%	10.6%
Actividad	75%	36%	48%	53%
Pasividad	20%	63%	60%	47%
Plana	57%	95%	80%	77%
Profunda	40%	8%	31%	26%
Figuras retóricas:				
Metáfora	10%	0%	4%	5%
Sinécdoque	10%	35%	0%	15%
Hipérbole	11%	24%	12%	16%
Ninguna	69%	41%	84%	65%
Aparece cuadro de identificación	85%	82%	60%	76%
Relación verbo-icónica				
Anclaje	35%	70%	64%	56%

P R E G U N T A	MATERIAL DIDACTICO	TRABAJO MANUAL Y COCINA	ENTRETE- NIMIENTO	TOTAL
Redundancia	53%	30%	34%	39%
Inferencia	8%	0%	2%	3%
Contradicción	4%	0%	0%	1%

CAPITULO V

C O N C L U S I O N E S

Desde el principio de este trabajo trazamos un esquema en la hipótesis de que la revista infantil Burbujas, además de entretener, representaba material de apoyo en el aprendizaje del niño.

Para demostrarlo, hicimos un análisis profundo de la revista; desde la portada hasta la última página, para lo cual la descompusimos en las seis partes que la integran.

Cada pregunta planteada en los cuestionarios cumple una función específica; desde lo más significativo hasta lo que en apariencia es demasiado simple, lo que conforma la estructura total de la revista. Al hacer una recopilación de las conclusiones parciales, encontramos datos que confirman la importancia de cada pregunta, lo cual nos lleva a una conclusión final.

Los resultados obtenidos en el cuadro global de porcentajes, arrojan cifras que nos permiten conocer los elementos que maneja el emisor para lograr captar la atención del público infantil; qué conocimientos les aporta y cómo los mantiene entretenidos.

La portada cumplió con su función de atraer y atrapar a los compradores potenciales, dado que el tiraje iba en aumento mes tras mes. Sin embargo, no existió en ningún caso la relación verbo-icónica, ya que la situación de la imagen presentada no correspondió al contenido de la revista.

En cuanto a la Publicidad, sería ideal que no apareciera para que el niño no consumiera productos innecesarios -

para su desarrollo, como los alimentos chatarra (gansitos, papas fritas, etc.) y juguetes sofisticados. Sin embargo, en la realidad esto no puede suceder, ya que la revista no podría mantenerse a sí misma, a menos que su precio fuera elevado y se saliera de las posibilidades de compra y la competitividad del mercado. La publicidad abarata su costo y la coloca en un precio accesible.

Pero lo que consideramos más importante, es que los mensajes de la revista no los apoyó por sí misma. Esto es, no incluyó artículos que derivaran en promocionarlos. Ni siquiera se les pidió algún ingrediente que se anunciara a continuación ni de manera subliminal. La publicidad fue independiente del material ofrecido por la publicación. La propaganda fue escasa y adecuada, pues se ocupó de anunciar los números siguientes y los concursos internos.

Esta revista destinó el 44% del total de sus mensajes a Material didáctico. De éste, encontramos elementos de cultura general: conocimientos técnicos, científicos, morales, sociales, históricos y literarios. Algunos de estos temas están comprendidos en los planes de estudio de Educación Primaria, tales como Geografía, Historia, Literatura, Biología y Civismo. A la vez trató temas de actualidad como los viajes espaciales recientes. Aún cuando se les dio prioridad a ciertos temas como la Zoología, la Geografía y los inventos, que aparecen en todos los números de la muestra, hubo equilibrio en la presentación de las demás materias, alternándolas a lo largo de la publicación.

Además del 44% de Material didáctico, el Entretenimiento ocupó el 23.3% y los Trabajos manuales y Cocina un 68%. Esto es, se le dio mayor importancia a informar que a entretener, aunque al dar información lo hizo de manera entre --

tenida y al presentar pasatiempos brindó información.

Al confrontar los resultados de cada una de estas secciones, visualizamos puntos a favor y puntos en su contra.

Los puntos positivos son:

- a).- La presencia de textos con relato en Material didáctico fue del 62 %, lo cual hace la lectura más amena.
- b).- Los móviles de las acciones de los personajes son pragmáticos en un 82 %. Esto refleja preferencia por enseñar, a diferencia de los móviles éticos y hedónicos.
- c).- Hubo un equilibrio en el papel que desempeñaron los personajes de "Burbujas", pues el 37% de los casos fueron informantes, el 35% fueron relatores y el 28% partícipes.
- d).- El tipo de personajes, fuera de los Burbujos, que apareció más frecuentemente fue el correspondiente a Don, con 25%; le siguen los complementarios con un 22 % y el relator con 17%.
- e).- El uso de los enunciados tautológicos se incluyó a los mediatizados con 45%, en vez de los directos que no dan ninguna justificación a cada afirmación, los cuales tuvieron 19%.
- f).- Los dos tipos de cabezas usadas para los artículos son adecuadas, ya que cada uno cumple una función diferente y ambas son válidas. La sugestiva ocupó el 60% y la informativa el 40%.
- g).- Las introducciones a cada artículo fueron, en su mayoría, valorativas con 38%, las informati

- vas con 30% y las circunstanciales con 26%,--- dejando el 6% a los artículos sin introducción
- h).- La presentación del texto en forma de párrafos aislados con 40% hicieron más ligera la lectura, pues las interrupciones de imagen proporcionan un descanso visual. El 27% fue para la información en bloque, el 26% para los globos y el 3% para diálogos.
- i).- Poco uso de la metáfora y la hipérbole con 19% y 4% respectivamente, lo que es positivo porque el empleo de estas dos figuras retóricas pueden hacer confuso el lenguaje. A su vez, la sinécdoque tuvo 50%, lo que es equilibrado.
- j).- Los enunciados retóricos fueron poco frecuentes en el texto, la inclusión ocupó el 30%, la vía del ejemplo el 27%, la universalización el 16%, la despersonalización el 12% y la redundancia el 13%.
- k).- Las actividades propuestas por la revista, tales como recortar, armar, diferenciar, etc., - esto es, el entretenimiento que ocupa el 23.3% ayuda al niño a desarrollar su capacidad de - coordinación, asociación y concentración.
- l).- Los artículos de Trabajo manual y Cocina incluyeron en el 100% de los casos el material necesario y las instrucciones.
- m).- El 44% de los artículos de Trabajo manual y Cocina y Entretenimiento, proporcionaron información adicional.
- n).- La participación en los artículos de Entretenimiento, fue individual en un 82%, así que el lector puede recrearse solo.
- ñ).- Las imágenes estuvieron representadas de frente en un 98%, lo que es más objetivo.
- o).- El uso de planos fue del 29% para generales; - 25% para pequeños conjuntos y 23% para primeros planos.

- p).- El 19% de las cabezas estuvieron colocadas en el ángulo superior, unidas en el 95% y la letra fue de molde en un 77%.
- q).- La relación de los personajes fue cordial en el 87%.
- r).- Las técnicas visuales más usadas fueron la unidad con 87%; la simplicidad con 85%; la regularidad con 83% y la economía con 79%.
- s).- El 52% de la muestra tuvo textura.
- t).- El 85% de los artículos contuvieron el cuadro de identificación del personaje.
- u).- La relación verbo-icónica más frecuente fue la de redundancia con 53%, seguida por la de anclaje con 35%. La de inferencia y contradicción tuvieron un 8% y 4% respectivamente.

Los puntos negativos son:

- a).- En un principio, los personajes se calificaban a sí mismos en un 38%, es decir, empleaban adjetivos tendenciosos y repetitivos. Es preferible que proyecten su verdadera imagen con hechos y no con el uso constante de adjetivos.
- b).- Existió mucha irrealidad en la narración de ciertos temas, en los que los personajes se presentaron como partícipes, en un 28%, siendo esto imposible. Con la narración atractiva del mismo hecho se logra despertar el mismo interés y resulta más objetivo.
- c).- Únicamente en el 12% de los casos hubo explicación de palabras.
- d).- El 6% de los artículos de Entretenimiento no se brindó la solución, lo que puede crear confusión en el lector pues no tiene cómo confrontar sus resultados.

Esto nos demuestra que la revista Burbujas es el tipo de publicación ideal para los niños, porque todas las secciones que maneja tienen un fin educativo; cada artículo está elaborado con el propósito de que el niño aprenda. Y lo más importante es que los presenta de manera atractiva, para que el niño no sienta que se le trata de enseñar al estilo de un libro de texto y así absorba los conocimientos al mismo tiempo que disfruta de una lectura, elabora una manualidad o resuelve un pasatiempo.

La revista maneja elementos para conseguir que el niño capte el mensaje, uno de ellos, además de los ya mencionados, son los personajes. Estos juegan un papel clave al hacer más personal la relación con el niño. Es una combinación de mundo irreal y fantasioso, como la mente infantil, y el mundo real como son los sucesos históricos. El niño siente que no es un adulto el que le dice que se lave las manos, ni que aprenda la capital de un país o que se debe honrar a la patria, sino que son seres cercanos a él, que juegan con él y están para divertirse juntos. En cuanto al Ecoloco, a pesar de ser el personaje antagónico, ayuda a reforzar los conceptos manejados por los demás.

Los mensajes de la revista Burbujas son de estructura rígida y emplean, en nivel bajo, los recursos de la retórica. Lo significativo del empleo de técnicas persuasivas, es que van dirigidas a que el niño conozca algunos temas que presentados de manera seria y convencional, pueden resultarle aburridos; a resaltarle valores morales y cívicos; a despertarle un interés por el mundo en que vive. Estos mensajes harán que el niño lector tenga conciencia de la limpieza, de la contaminación, de los avances científicos, de la importancia del trabajo en equipo, de ayudar a los demás y de sentir amor y -

respeto por las personas, la naturaleza y los logros del hombre.

Burbujas es un intento bien logrado de ser una revista diferente, de convencer que la educación no debe ser aburrida ni monótona. Cualquier tema puede resultar interesante si el comunicador maneja el mensaje de una manera amena. Los mensajes de nuestro objeto de estudio son la demostración. -- Burbujas cumplió su objetivo.

F I N

BIBLIOGRAFIA.

- 1.- Aranguren, José Luis. La comunicación humana. Editorial Epoca. Quito. 1976.
- 2.- Barthes, Roland. Elementos de Semiología. Editorial Comunicación. Madrid 1971.
- 3.- Berlo, David Kenneth. El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires. Editorial Ateneo. 1969.
- 4.- Blake y Haroldsen. Taxonomía de conceptos de comunicación. Ediciones Nuevomar. México 1977.
- 5.- CIMPEC, OEA. Periodismo educativo y científico. Editorial Epoca, Quito, 1976
- 6.- Cosío, Manuel. Estudio de Burbujas. Tecnia, S.A. México 1981
- 7.- Dondis, Donis. La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 1976.
- 8.- Dorfles, Gillo. Nuevos ritos, nuevos mitos. Editorial Imagen.
- 9.- Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Editorial Lumen. Barcelona 1976.
- 10.- Herner, Irene. Mitos y monitos, historietas y fotonovela en México. Editorial Nueva Imagen. México. 1976
- 11.- Latapí, Pablo. Política educativa y valores nacionales.- Editorial Nueva Imagen. México. 1979.
- 12.- Maletzke, Gerhard. Sicología de la comunicación social.- Editorial Epoca, Quito. 1976.
- 13.- Mattelart, Armand. Medios de Comunicación de masas. -- Buenos Aires. El Cid. 1976.
- 14.- Paoli, J. Antonio. Comunicación. Editorial Edicol. México 1977.
- 15.- Prieto, Daniel. Una introducción a los fantasmas. UAMA. -- México 1975.
- 16.- Prieto, Daniel. Estética. Editorial Edicol. 1977.

- 17.- Prieto, Daniel. Método elemental de análisis de mensajes. Apuntes previos de la edición final.
- 18.- Santa Cruz y Eraso. Compropolitán. Editorial Nueva -- Imagen. México. 1981.
- 19.- Schramm, Wilbur. Procesos y efectos de la comunicación - colectiva. Editorial Ciespal. Ecuador. 1970.
- 20.- Schramm, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana.- Editorial El Roble. 1966.
- 21.- Selección de lecturas. Análisis de contenido. ENEP. -- Acatlán. UNAM 1977.
- 22.- Selección de lecturas. Metodología de las ciencias sociales. Segunda edición. ENEP Acatlán UNAM 1977.
- 23.- Wilson, Bryan Key. Seducción Subliminal. Editorial Diana
- 24.- Write, Charles. Comunicación de masas. Editorial Paidós. Buenos Aires. 1980.