

181
201



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PERSPECTIVA SOCIOHISTORICA DE LAS REVISTAS
CULTURALES A NIVEL UNIVERSITARIO.
ESTUDIO DE CASO: REVISTA LOS UNIVERSITARIOS

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A
MA. GUADALUPE UTOPIA ZEA GARCIA



DIRECTOR: MTRD. JORGE CALVIMONTES Y C.

MEXICO, CIUDAD UNIVERSITARIA,

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

INDICE

DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS	6
INTRODUCCION	7
De cultura, cotidianidad.....	11

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO TEORICO-METODOLOGICO

1.1 MARCO TEORICO REFERENCIAL

1.1.1. TEORIA DE JOHN B. THOMPSON	16
1.1.2 MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGICO.....	30

1.2 NOCIONES DEL CONCEPTO CULTURA

1.2.1 DEFINICIONES ANTROPOLOGICAS Y SOCIOLOGICAS	39
1.2.2 COMUNICACION UNIVERSITARIA Y CULTURA.....	51

CAPITULO II. ANALISIS SOCIOHISTORICO

2.1 CONCEPCION SOCIOHISTORICA DEL PERIODISMO.

2.1.1. POLITICA CULTURAL.....	58
2.1.2. PERIODISMO CULTURAL MEXICANO Y CULTURA.....	63

2.2. PERSPECTIVA SOCIOHISTORICA DE LAS REVISTAS CULTURALES Y LA UNAM.

2.2.1. UNAM Y DIFUSION. LAS IES COMO DIFUSORAS DE LA CULTURA.....	73
2.2.2. LA EXCELENCIA ACADEMICA Y SU RELACION CON LA EXTENSION Y LA DIFUSION EN LA UNAM.....	80
2.2.3. EVOLUCION Y PROBLEMATICA DE LA DIFUSION CULTURAL EN EN LA UNAM.....	85

CAPITULO III. ESTUDIO DE CASO: LA REVISTA LOS UNIVERSITARIOS

3.1. ESTUDIO DE LAS REVISTAS CULTURALES UNIVERSITARIAS REPRESENTATIVAS EN EL D.F.

3.1.1. REVISTA: <i>CASA DEL TIEMPO</i>	101
3.1.2. REVISTA: <i>IPN. CIENCIA, ARTE: CULTURA</i>	104
3.1.3. REVISTA: <i>EL ACORDEON</i>	107
3.1.4. REVISTA: <i>EL CALDERO</i>	111
3.1.5. REVISTA: <i>UNIVERSIDAD DE MEXICO</i>	114

3.2 ESTUDIO DE CASO:

<i>LA REVISTA LOS UNIVERSITARIOS</i>	120
--	-----

3.3 ANALISIS COMPARATIVO.

3.3.1. PROBLEMATICAS COMUNES	138
3.3.2. PERSPECTIVAS DE OBJETO DE ESTUDIO	139

CAPITULO IV. DIAGNOSTICO Y PROPUESTA PARA LA REVISTA LOS UNIVERSITARIOS

4.1 PROPUESTA OPERATIVA PARA ACERCAR EMISOR-RECEPTOR.

4.1.1 PROMOCION Y DIFUSION.....	141
4.1.2 DISTRIBUCION	143
4.1.3. ESPACIO DEL LECTOR	144
4.1.4 EXAMEN DE POLITICAS DE APOYO PUBLICITARIO	145
4.1.5. UTILIZACION OPTIMA DE LA IMPRENTA UNIVERSITARIA	146
4.1.6. ETICA PROFESIONAL.....	147
4.1.7 CONTENIDO.....	148
<u>V. CONCLUSIONES GENERALES</u>	<u>151</u>
<u>VI. BIBLIOGRAFIA Y HEMEROGRAFIA</u>	<u>156</u>
<u>VII. ANEXOS.....</u>	<u>159</u>

DEDICATORIA

A

**Guadalupe García y
Roberto Zea**

Mis padres

Las palabras resultan insuficientes para decirles gracias,
infinitamente gracias, porque este esfuerzo es el resultado de su
bello ejemplo, de su apoyo y de su amor .

A mi hija, **Jatziri Utopía**

Mi inspiración y mi fortaleza, por las horas de espera y melancolía ,
de alegría y de luz que te han convertido en mi utopía hecha
realidad.

A mi bebé

Ese pequeño ser que me acompaña desde dentro;
mi dulce poema sin conocer que me motiva a vivir.

A Dios

Experiencia vital que me ayuda a crecer

A Oscar

Porque fui viento cósmico a tu lado...
Porque aún te amo

Agradecimientos

Antes de agradecer formalmente a quienes contribuyeron de forma decisiva en la realización de esta investigación, quiero agradecer en primer lugar a Dios el haberme dado la oportunidad de vivir esta experiencia, pues me sirvió para conocerme aún más y aprender de mis errores, y que contrario a lo esperado, no me distanciaron, sino que me unieron con él.

En seguida quiero agradecer a dos profesores fundamentales en la realización de la investigación. El primero de ellos, mi director de tesis, el Maestro Jorge Calvimontes quien con su espíritu creativo y su motivación, me alentaron desde un principio.

El segundo de ellos, el profesor Gilberto Fuentes, que sin conocerme me brindó su confianza y por quien pude capturar la mayor parte de esta tesis, y porque con su actitud, me enseñó a valorar la confianza y la ayuda que en los momentos difíciles alguien te brinda y la cual no debes defraudar.

Quiero agradecer especialmente a Erick Peñaloza Sosa por el valor que su extraña amistad tuvo para mí en alguna parte de mi vida, y porque sin percibirlo, sus enseñanzas, su motivación y cariño, persisten hasta hoy, a pesar del paso del tiempo.

De igual forma quisieron agradecer a distintos profesores de la facultad que de manera indirecta, ya sea a través de sus clases o sus charlas, me motivaron a la reflexión no sólo académica sino personal.

Por ello quiero agradecer al maestro Enrique González Casanova, a la Maestra Carmen Vázquez Mantecón, Alejandro Gallardo Cano, Alfredo Legaria, Roberto Fernández Iglesias, Guadalupe Ferrer, Luis Alberto de la Garza Francisca Robles, Ma. Luisa López-Vallejo, Manuel Barbachano Ponce y Valdemar de Icaza, pues con su contribución, han influido y determinado una importante parte de mi formación. A todos ellos mi reconocimiento.

Finalmente quiero extender mi agradecimiento a las personas que laboran en las revistas culturales a nivel universitario y que con sus comentarios y entrevistas hicieron posible la presente investigación.

INTRODUCCION

La presente investigación forma parte del proyecto global *Definición del Periodismo Cultural Mexicano* que dentro del Programa de Becas de Licenciatura en Proyecto de Investigación, dirige actualmente el Maestro Jorge Calvimontes y Calvimontes, con el auspicio de la **Fundación UNAM A.C.**

Partiendo de lo anterior, se puede decir que realizar una investigación sobre la cultura y de su forma de divulgación en un medio de comunicación específico, en este caso, las revistas culturales universitarias, resulta una labor compleja debido a tres cuestiones fundamentales:

Primera: la cultura, con la polisemia que le es característica y con enfoques tan diversos como posturas ideológicas existen actualmente, deriva en un concepto ambivalente, cuya abstracción y delimitación constituyen *per se* una problemática fundamental a resolver.

Segunda: La difusión impresa de la cultura en las publicaciones periódicas universitarias como la revista *Los Universitarios*, objeto de estudio de la presente tesis, presenta una serie de inexactitudes en la medición de su cobertura (como sucede en todo medio de comunicación colectiva), así como en los posibles efectos que produce a la población destinataria de sus mensajes, y

Tercera: Esta rama del periodismo cultural, no resulta de interés al receptor común, por múltiples causas, que en general se enmarcan dentro de un escaso nivel educativo y un fomento a la cultura en nuestro país.

Asimismo representa un campo poco estudiado y valorado por los profesionales de la comunicación.

Aunado a ello, la edición de revistas universitarias adquiere características peculiares, por depender de un presupuesto asignado a la institución educativa a la cual pertenecen, confiriéndoles con ello una carga socio-histórica determinante, que se mostrarán en la investigación así como variaciones tajantes en la forma de realizar su tarea cultural, debido en gran medida al valor que esta actividad representa para la institución en cuestión.

Pese a que este trabajo no indaga exhaustivamente sobre los puntos arriba citados, por razones del diseño y de los propios límites que señalaré, cabe decir que son el eje que, derivado de la investigación preliminar, servirán como sustento teórico del quehacer cultural impreso que emana de la institución académica más relevante del país a lo largo de su historia: La Universidad Nacional Autónoma de México.

Partiendo de lo anterior, es preciso subrayar la importancia del periodismo cultural en el desarrollo de cualquier sociedad moderna.

Signo y reflejo de vanguardias artísticas, científicas y filosóficas, el periodismo cultural coadyuva al enriquecimiento del ser humano como un ente racional y sensitivo a la vez.

La producción cultural por parte de la Universidad Nacional Autónoma de México, no es únicamente el fin de este centro académico: debe extenderse hacia su comunidad y por ende, a la sociedad que le permite ser, con la finalidad de que estas producciones cognitivas y culturales, sean utilizadas en una mejor interpretación y transformación de la realidad circundante.

De esta manera, la cultura tiene que manifestarse y transmitirse. No debe acumularse como un conocimiento más que se añade a vasto acervo humanista.

Es y debe ser fuerza generadora que impulse cambios en actitud, en perpetraciones intelectuales y sociales que permitan al hombre ayudar y ayudarse a sí mismo.

El fin de la difusión impresa de la cultura no puede ser otro: ayudar al hombre a descubrirse a través de un viaje de profundos descubrimientos que en las revistas que nos conciernen, transitan en su universo más viejo: una hoja de papel.

Esta investigación busca proporcionar un panorama general de la forma de trabajo en las revistas culturales universitarias pero partiendo de un consenso con fines metodológicos, del concepto de cultura.

Por tanto en el primer capítulo se exponen las distintas concepciones de dicho término que, a lo largo de su historia, le han conferido riqueza y multiplicidad de interpretaciones que se

requieren reflexionar, porque así proporcionarán el marco teórico necesario para abordar el desarrollo de la comunicación cultural en el interior de las instituciones de educación superior.

Con el auxilio de estas acepciones se conforma un campo conceptual que aclara la utilización del término cultura dentro de la investigación.

En el segundo capítulo, siguiendo la lógica de consolidar un marco teórico referencial que sustente la investigación, se establece la metodología que permitirá la conducción de la investigación sociohistórica explicada por un autor: John B. Thompson .

La Metodología de la Hermenéutica Profunda es una propuesta global que inserta a los estudios cotidianos, sociohistóricos y a la interpretación, como sus elementos esenciales que finalmente permiten comprender un fenómeno social determinado.

Thompson, ha aplicado esta metodología en el estudio de los medios de comunicación colectiva y su estrecha relación con las *formas simbólicas*, que en términos generales constituyen los mensajes de todo tipo de medio de comunicación.

A continuación se procede a una macrovisión del periodismo cultural, abordando sus aspectos históricos y teóricos pertinentes para la comprensión del fenómeno de las revistas culturales .

El capítulo II establece propiamente la primera fase de la aplicación de la metodología de la hermenéutica Profunda planteada por John B. Thompson, que comprende la explicación sociohistórica de la actividad cultural que lleva a cabo la UNAM así su incidencia en las revistas culturales dentro de esta misma institución.

Aunque presento una amplia perspectiva sociohistórica, dedico especial atención a algunas de las características más importantes que adquieren los medios de comunicación universitarios.

Para concretar la explicación teórica y la sociohistórica del fenómeno de la difusión de la cultura impresa a nivel universitario y la manera como se inserta dentro de un proceso comunicativo general (el periodismo cultural), en el tercer capítulo se realiza un estudio sucinto e integral de las publicaciones culturales a nivel superior en el Distrito Federal que actualmente se editan.

Las revistas estudiadas son las más representativas de instituciones de nivel superior y son: **Casa del Tiempo, IPN: Ciencia, arte: Cultura, El Acordeón, El Caldero, Revista Universidad de México**, y el estudio de caso de la revista **Los Universitarios**.

Luego de revisar su forma de trabajo actual, sus problemáticas y concepciones editoriales en general, se realiza un análisis de sus afinidades, diferencias, detectando sus áreas de conflicto en común.

En el capítulo siguiente se elabora, con base en lo obtenido en los anteriores, un diagnóstico general y se implementa una propuesta operativa, que si bien se aplica a la mayor parte de las revistas, se orienta al mejoramiento de **Los Universitarios**.

DE CULTURA, CHOCOLATE Y COTIDIANIDAD

"De las humeantes cafeteras -narra la célebre gastronoma italiana Schiaffino-descendian a las tazas, a las más diversas horas del día, pociones que ayudaban al paladar y al espíritu; y el líquido exhalaba deliciosos vahos benéficos y estimulantes vapores que ayudaban a razonar, a discutir, a ejercitar la inteligencia, el espíritu..."¹

La cultura ronda en una taza de aromático chocolate, pero ahora se traslada al fondo de una hoja de papel a través de esas negritas entrelazadas que conforman la escritura, y que edifican un fenómeno llamado cultura.

Al igual que la historia del chocolate, la de la cultura posee un curioso camino de avatares y al mismo tiempo ha adquirido las cualidades que a esta fortificante bebida se han atribuido.

Bebida catalogada como "de compañía" por impulsar un nuevo estilo de intercambio de ideas e incluso de discusiones sobre política, religión, filosofía y arte, el sutil, meditativo y estimulante chocolate llegó a España desde América en las naves de Cristóbal Colón y más tarde en las de Hernán Cortés. Regalo divino para aliviar el cansancio y deleitar el reposo cotidiano...la cultura... el chocolate.

Es invierno, la noche esta plena de estrellas y el frío contrasta con el calor que proporciona el hogar. Nocturna lectura de divagaciones literarias, de contemplación artística y poética. Y entre las manos, no sólo está el calor del chocolate.

"Con el tiempo
con el tiempo que huye
todo se acaba
se olvida el rostro
y se olvida la voz.
Cuando no marcha el corazón
no vale la pena buscar más lejos.
Hay que abandonarse ...y ya es bastante "

Leo Ferré

¹Schiaffino, Viviane *Historia del Chocolate* en MD, año XI, mayo de 1989, Número 186
pág 11.

Poeta cantante, músico y anarquista permanente, dejo de transitar por las calles de París en 1994.

Su figura llegó a ser legendaria en aquella hermosa ciudad que tanto amó...²

De la poesía el pensamiento se puede trasladar hasta la ironía de Carlos Monsiváis en *Las tablas de la Ley*, crítica mordaz sobre la enajenación y su relación con la televisión ³.

Una y otra vez, las revistas culturales nos trasladan de un sitio y emociones a otro, y constituyen alimento literario que florece dentro de cada hombre, sin ser un simple ornamento.

A través de la intensa cotidianidad, "las publicaciones culturales establecen vínculos con la belleza, la armonía y las distintas interpretaciones en torno a la realidad. Son como parte del periodismo un pequeño muestrario de aquello que vivimos e inclusive de lo que no hemos realizado nunca, y que empero, puede ser igual de trascendente y determinante para cada ser humano.

La cotidianidad como materia prima para instaurar la cultura, como un pretexto para profundizar en el conocimiento del hombre y lo que le circunda, es el ingrediente activo para editar cualquier texto cultural.

Cabe señalar que el lenguaje, y su representación escrita, son instrumentos que han permitido la preservación del conocimiento como tal, y en consecuencia, auxilian en la sistematización e interpretación del mismo y finalmente son vehiculos por los cuales se expresa, se pronuncia y se refleja.

Por ello, la cultura en términos generales, adquiere corporeidad, desde sus formulaciones iniciales hasta sus avances y difusión, debido a que éstas se fundamentan en el lenguaje.

²González, Marcela *El tiempo de Leo Ferré* en *EL Acordeón* _Universidad Pedagógica Nacional. julio de 1994, pág 17.

³Monsiváis, Carlos *Las Tablas de la Ley* en *Revista Universidad de México* junio de 1992, págs 34-40.

La capacidad aglutinadora del periodismo cultural, capaz de mostrar un mosaico universal de sucesos y géneros literarios y periodísticos, explica ya una de sus características inherentes: la diversidad temática. Con ello, se entiende también una libertad expresiva poco común en otras manifestaciones periodísticas.

La función esencial del periodismo es registrar y dar a conocer los acontecimientos de la inmediatez cotidiana, proporcionando paralelo a ello, una sólida fuente para interpretar la circunstancia social en la que nos desenvolvemos.

Pese a que el trabajo periodístico posee una serie de limitaciones en cuanto al tiempo y el espacio, la labor de las revistas culturales debe ser un punto obligado de referencia para el inventario, el análisis y reformulación de la actividad cultural en su conjunto.

El periodismo cultural es también rescate de sucesos pasados, pues los toma revitalizándolos acorde a las circunstancias actuales.

Es por ende, labor creativa e intemporal, pues recobra el pasado, y lo mezcla al presente y al futuro mostrándonos sus rasgos, recreando su imagen, en una palabra, renovándolo.

Pese a los enormes beneficios que el quehacer cultural impreso a nivel universitario proporciona a su comunidad y a la sociedad en general, presenta una serie de dificultades en su concepción por parte de quienes emiten sus mensajes y por otro lado un escaso interés del receptor frente al fenómeno del periodismo cultural.

Pero ello tan sólo es reflejo de dos problemas aún más graves: Primero, el nivel de alfabetización en México es en promedio de Tercer grado de primaria, con lo que se explica una falta permanente de lectores para cualquier publicación en general.

Segunda, el acceso a otros medios es mayor que la de los medios impresos, además de que el rubro de la cultura se ha relegado por otro tipo de temáticas y preocupaciones.

¿A quienes escribir? ¿Quién nos lee? son preguntas fundamentales que deben plantearse los consejos editoriales en nuestro caso, de las revistas universitarias, pues la adquisición de las publicaciones es minoritaria aún dentro de sus propios ámbitos de interacción institucional. Esta una de las explicaciones que permite entender el enbodegamiento de material impreso en la UNAM.

Los Universitarios y la revista **Universidad de México** se encuentran almacenadas en las bodegas de Fomento Editorial, en el área de Difusión Cultural, en las Facultades y en el propio campus delatando una falta de proyecto de distribución articulado a la actividad de la Universidad.

Esta investigación pretende orientar el interés hacia una de estas dos publicaciones que emanan de nuestra Casa de estudios, así como busca mejorar su forma de distribución y circulación para que no se queden tantos ejemplares sin cumplir con el objetivo por el cual fueron creados: formar e informar a la comunidad, recrear y formar parte del acontecer literario y cultural que nace y evoluciona dentro de la Universidad más importante del país.

La revitalización y la formación humanista debe ser una tarea de primer orden para la Universidad Nacional Autónoma de México, pues esta tradición con las transformaciones sociohistóricas que ha sufrido el país, se ha ido deformando y la cultura debe ser revalorada en su dimensión original y total.

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO

TEORICO-METODOLOGICO

1.1 MARCO TEORICO REFERENCIAL

A) METODOLOGIA DE JOHN B. THOMPSON.

CONSIDERACION ESPECIAL: Los paradigmas lingüísticos explican que hay una serie de circunstancias e ideas previas que condicionan determinados comportamientos y valores sociales. Estos comportamientos en el caso de esta investigación son dos: predominante cultura icónica y verbal así como nivel de alfabetización deficiente que originan una falta de interés por la lectura y al mismo tiempo por los temas culturales.

El estudio de un proceso cultural presenta varias dificultades. La primera de ellas es la existencia de una gran diversidad de paradigmas y dispositivos metodológicos que han impedido la "exclusividad" de alguno de ellos para la comprensión del fenómeno que se intenta analizar.

De esta forma, la referencia teórica para abordar el estudio integral de las revistas culturales a nivel universitario, se basa en un paradigma o modelo lingüístico, con una metodología hermenéutica, que a continuación se explican.

Los paradigmas o modelos lingüísticos se caracterizan por el intento de explicar los comportamientos concretos a partir de reglas implícitas, interiorizadas por lo agentes sociales (vg. *habitus* para Bourdieu).

Los antropólogos, por ejemplo, recurren consciente o inconscientemente al modelo lingüístico cuando explican que son las referencias significativas -normativas interiorizadas (la cultura) las que rigen el comportamiento de los actores en sus prácticas sociales concretas. Dichas referencias están estructuradas a priori en su dimensión propia, esto es, en el plano simbólico o semántico.

Es decir, la circunstancia que circunscribe al actor social (en este caso, al universitario) condiciona sus acciones y actitudes dentro de la sociedad.

Entendemos que dicha circunstancia sociohistórica es la base que influye a las universidades, a la educación y al hombre, por lo que sus características determinan en mucho cada acción social desempeñada.

También la explicación de las prácticas por el *habitus* de Bourdieu guarda estrecho parentesco con el modelo lingüístico.

El *habitus*, entendido como la interiorización de las reglas sociales, como conjunto de disposiciones durables orientadoras de la acción, se define como un "sistema subjetivo pero no individual de estructuras interiorizadas, que son esquemas de percepción, de concepción y de acción"⁴

Aunque se trata de una categoría subjetiva, el *habitus* no tiene una génesis individual, ya que es el resultado de la interiorización - a través de un trabajo pedagógico multiforme⁵ - de las condiciones objetivas de existencia y de la experiencia de una "trayectoria". Lo que se interioriza, es principalmente, la lógica del funcionamiento del sistema de diferencias constitutivas de los "campos" y particularmente del área de las clases sociales.

⁴ El universitario en teoría tiene un *habitus* determinado, pero en la realidad concreta se observa que esos esquemas de percepción se alteran debido a que no se incentiva en la Universidad este sentimiento de pertenencia y aunado a ello la carga sociocultural de cada individuo, específicamente en nuestro país, condiciona una serie de carencias educativas e intelectuales, entre otros factores, por la influencia de la cultura icónica y verbal predominante.

⁵ Entendiendo como trabajo pedagógico o de aprendizaje multiforme al resultado de distintos procesos educativos también a diversos niveles, tal como lo son : la educación familiar, la educación formal o institucionalizada, y la emanada de los círculos sociales de cualquier tipo de características. Todo ello condiciona a un individuo, lo determina en su pensar y actuar y por ello se sabe que cada individuo es este caso el universitario, tiene un trabajo pedagógico multiforme que le antecede y condiciona. En este factor reside la enorme importancia que tiene el estudio sociohistórico de México, que finalmente permite comprender las carencias intelectuales y educativas que desde la infancia nos determinan.

Los agentes portadores del mismo *habitus* no tienen necesidad de concertación alguna para actuar tendencialmente de la misma manera, trátese de la propia elección de la pareja, de una profesión, o de un mobiliario. Basta con que cada individuo se deje llevar por su "gusto personal" para que se produzca espontánea e inconscientemente un acuerdo con muchas otras personas que piensan, eligen y sienten de modo semejante.

De aquí esa impresión de armonía preestablecida que produce en el observador el funcionamiento de toda sociedad. Basta con dejar operar libremente al *habitus* para que se instaure una verdadera orquestación de las prácticas "sin director de orquesta", fenómeno observable en los deficientes hábitos de lectura por parte de un grupo social como lo es el universitario.

La práctica colectiva también está guiada y sistematizada, por supuesto, por proyectos conscientemente transmitidos y recibidos, por órdenes o decisiones elaboradas de manera concertada. Pero según Bourdieu, el efecto de *habitus* es lo que confiere a la práctica colectiva su coherencia y su unidad. Por eso es también el fundamento objetivo de lo que suele denominarse "estilos de vida" o sea, conjunto de prácticas sistemáticas y de gustos, características de una clase o de una fracción determinada.

Este hecho es fundamental para entender el por qué de los grupos selectos de lectores de las revistas culturales y aún más, las revistas culturales universitarias, donde predominan los catedráticos e investigadores de las instituciones educativas a nivel superior del país, pero donde no figuran los estudiantes de dichas instituciones.

Como se observa, este tipo de explicación presenta una fuerte analogía con el modelo lingüístico, ya que explica ciertas características de la práctica social- y por supuesto, de la cultural- por referencia a un sistema de reglas sociales interiorizadas, producto

de las condiciones sociales y se ajusta a una "situación", o más bien a un mercado o a un campo.⁶

P. Bourdieu hace uso del modelo de análisis economista para el estudio de la cultura introduciendo el concepto de "campo". Bourdieu concibe el espacio social como un "mercado", esto es, como un campo de luchas donde compiten entre sí cierto número de agentes sociales en vista de la maximización de sus intereses materiales y simbólicos (en el caso que nos ocupa el campo son las distintas instituciones de educación superior).

Un campo se define como un sistema específico de relaciones objetivas -que puede ser de alianza o de conflicto, de competencia o de cooperación- entre posiciones diferenciadas, socialmente definidas y en gran parte independientes de la existencia física de los agentes que las ocupan;

El acercamiento a la índole de dichas relaciones en el marco de la universidad, su comunidad, el exterior y con ello entre sus revistas culturales, y la relación entre los lectores y los emisores de las revistas, es uno de los fines que persigue la presente investigación.

La especificidad de cada campo depende del tipo de recursos o de capital que allí tiene curso. Ahora bien, Bourdieu distingue tres tipos de capital: el capital económico (el único reconocido por los economistas), el capital cultural (v.g. los diplomas escolares y universitarios, la competencia intelectual o artística...) categoría que posteriormente será utilizada para entender la dinámica de la edición de las publicaciones; y el capital social (la red de relaciones sociales que está a disposición de un agente determinado y que puede ser movilizad a su favor).

A todo esto debe añadirse todavía el capital simbólico, es decir, ciertos atributos impalpables pero decisivos que se asocian a los que ocupan posiciones dominantes en un determinado campo y que constituyen la base de legitimación del poder: la autoridad, el prestigio, la reputación, la fama, la notoriedad, el honor, el talento, el gusto, la inteligencia etc.

⁶Bourdieu, Pierre *La Sociología* pág 45.

Esta categoría es importante pues permite entender la dinámica en que incurren ciertas revistas culturales que sólo tienen un consejo editorial que goza de renombre y prestigio sin que por ello trabaje en realidad en la creación de las revistas.

Lo mismo puede aplicarse a los colaboradores y a los encargados de editar la revista, que muchas veces van detrás de un capital simbólico o de otro tipo, sin importarles el enriquecimiento intelectual y artístico de los lectores a quienes deben su trabajo. Pero éstos últimos no se libran de incurrir en esta ponderancia a ciertos capitales sin anteponer lo más importante: su propio enriquecimiento y superación.

Según Bourdieu, existe una estrecha relación y cierta tasa de "convertibilidad" entre estos tipos de capital. Así, por ejemplo, el capital de prestigio puede ser muy rentable económicamente, lo mismo que el capital social (baste recordar el llamado tráfico de influencias).

Pero entre todas las especies de capital, el capital económico es determinante, ya sea por su mayor liquidez y convertibilidad, ya sea porque en último análisis es el que decide el éxito de las luchas. (como veremos las revistas han desaparecido por problemas económicos, los lectores constantes disminuyen por falta de dinero, la institución cuando le falta liquidez, lo primero que recorta es el presupuesto destinado a la difusión, etc).

En cada campo, el capital correspondiente se halla distribuido de manera desigual, lo que lo asemeja a un mercado donde se produce o se negocia cierto tipo de capital (vg, la competencia intelectual y artística).

De aquí que la finalidad última de los actores sociales comprometidos en un determinado campo, sea acrecentar su patrimonio específico, mediante estrategias adaptadas a sus objetivos y posibilidades.

Así, el campo de la investigación científica "es el lugar de una competencia donde lo que está en juego, es de modo específico el monopolio de la "autoridad científica (...) es decir, la capacidad de

hablar y de operar legítimamente en materia científica" ⁷ Este mismo esquema de explicación se aplica a otros campos culturales.

Así, refiriéndose al campo artístico dice nuestro autor: "Debido a que su apropiación supone competencias que no se encuentran universalmente distribuidas (por más de que tengan la apariencia de la innedad, las obras culturales son objeto de una apropiación exclusiva, material o simbólica, y por el hecho de funcionar como un capital cultural (objetivado o incorporado) , aseguran un beneficio de distinción proporcionado a la escasez de los instrumentos necesarios para su apropiación, y un beneficio de legitimación, beneficio por excelencia que consiste en sentirse justificado en cuanto a existir (de hecho se existe) y en cuanto a ser como se debe (ser)" ⁸

En cuanto a la metodología hermenéutica (explicación de los textos, e interpretación de su sentido), tenemos que en ella se enfatiza el problema del sentido y por ende, de la comprensión e interpretación de las formas simbólicas, que a continuación se detallan.

Del mismo modo, esta postura interpretativa considera a los fenómenos culturales como "formas simbólicas" susceptibles de ser comprendidas e interpretadas.

Para iniciar la exposición de la metodología utilizada cabe decir que debido a su complejidad y sus requerimientos en tiempo y profundidad, dicha metodología será aplicada de una forma parcial, pero en consonancia a las necesidades y objetivos de la presente investigación.

Como se verá más adelante, se enfatiza en el análisis sociohistórico y en la interpretación de la doxa, por lo que el estudio formal de discurso que plantea Thompson se ve restringido, pero no limitado, a nociones y descripciones generales que ayudan a comprender la situación del estudio de caso que se ha elegido.

Por razones del diseño de la investigación este aspecto discursivo de la publicación es así, una tarea analítica que puede ser retomada en otra investigación.

⁷ IBIDEM pág. 5.

⁸Bourdieu, Pierre *La Distinción* , pág 48.

METODOLOGIA DE INTERPRETACION PROFUNDA

La metodología de interpretación profunda elaborada por John B. Thompson surge de una revisión que dicho autor realiza a la concepción de Clifford Geertz.

En la perspectiva de su "concepción estructural" de la cultura, Thompson considera las formas simbólicas no sólo en sí mismas, sino también en cuanto inmersas en contextos sociales estructurados. El análisis cultural sería entonces, "el estudio de la constitución significativa y de la contextualización social de las *formas simbólicas*"⁹; este contexto cultural comprende, entre otras cosas, las relaciones asimétricas de poder, el acceso diferencial a los recursos y oportunidades sociales y los mecanismos institucionalizados para la producción, transmisión y recepción de las formas simbólicas.

Este último punto en particular concierne de manera directa a la investigación en curso, ya que podemos considerar a los textos de las revistas culturales como formas simbólicas de un fenómeno social mayor: el periodismo cultural que, como tal, se ha institucionalizado y presenta una serie de características que condicionan el quehacer cultural al interior de los centros universitarios.

Thompson comienza de esta manera señalando las características distintivas de las formas simbólicas. Estas manifiestan siempre un aspecto intencional (son producidas por un sujeto que se propone comunicarse con otros sujetos) y precisamente los fines de este sujeto -los editores-, son fundamento del estudio; un aspecto convencional ya que implican reglas, códigos y convenciones de varios tipos, un aspecto estructural: constan internamente de una estructura articulada de elementos relacionados entre sí y cuyo funcionamiento será descrito posteriormente, un aspecto referencial: se refieren a objetos externos y dicen algo acerca de ellos, y finalmente, un aspecto contextual: se hallan inmersas en contextos y procesos sociales históricamente específicos, como se ha señalado.

⁹ Thompson, John B. *La Comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría Crítica de la ideología en Versión: Estudios de Comunicación y Cultura* Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, octubre de 1991, pp: 43-74.

Las formas simbólicas así caracterizadas son objeto de procesos y estrategias de valorización que pueden ser de dos tipos: *valorización simbólica y económica* o mercantil, y que este estudio pretende discernir.

En el mundo moderno, la circulación de estas formas simbólicas esta mediada por mecanismos e instituciones de comunicación de masas, que han alterado profundamente la naturaleza misma de la cultura y los modos de transmisión o comunicación cultural.

Thompson enfatiza este hecho mayor de nuestra actual situación cultural que el denomina "*Mediazation of Culture*", es decir, la mass-mediación generalizada de la cultura.

El paradigma analítico presentado por Thompson se inspira en la idea de "hermenéutica profunda" de Ricoeur, según la cual todo proceso de interpretación científica de los fenómenos sociales y culturales tiene que estar mediada por métodos explicativos y que procuran ser objetivos. De este modo la explicación y la interpretación no serían excluyentes ni antitéticas, sino que constituirían momentos complementarios en un mismo círculo hermenéutico.

El esquema de análisis propiamente dicho comprende una fase preliminar donde se procura reconstruir, por vía etnográfica (mediante entrevistas, observación participante, etc), la interpretación cotidiana de las formas simbólicas en la vida social. En este sentido, la investigación preliminar consiste en un sondeo y encuestas a universitarios en torno a las publicaciones culturales de la UNAM. Acto seguido, se emprende una serie de entrevistas a los participantes de este fenómeno social que es la edición de las revistas culturales y personas relacionadas de alguno modo con el periodismo cultural en general.

Es lo que Thompson llama hermenéutica de la vida cotidiana, o también interpretación de la *doxa*.

Esta fase preliminar responde a las características del campo de estudio, que constituye un ámbito preinterpretado por los actores sociales antecedentemente a cualquier procedimiento de observación científica.

A continuación, el esquema introduce tres fases analíticas que corresponden a la "hermenéutica profunda" propiamente dicha.

Esta fases no deben considerarse en forma secuencial, sino como dimensiones analíticamente distintas de un mismo aunque complejo procedimiento interpretativo.

La primera fase es la del análisis histórico-social, presentada en los dos primeros capítulos, cuya finalidad es la reconstrucción de las condiciones de producción, de circulación y de recepción de las formas simbólicas. Estas condiciones contextuales están constituidas por los siguientes elementos que representan otros tantos niveles de análisis: el escenario espacio-temporal, el campo de interacción, las instituciones sociales, la estructura social y los medios técnicos de transmisión o difusión.

La segunda fase es la del análisis formal, que estudia la estructura interna de las formas simbólicas en virtud de la cual éstas son capaces de representar y simbolizar.

Aquí pueden convocarse diferentes técnicas inspiradas en la lingüística, que van desde la semiótica hasta el análisis narrativo y argumentativo, pasando por el análisis sintáctico y el conversacional, que empero se detendrá en el análisis de contenido de las publicación en cuestión que permita complementar la forma en que ésta se crea, con que fines, y con que impacto en la comunidad universitaria.

La tercera fase es la de interpretación y reinterpretación que, si bien requiere del apoyo de la fase anterior, constituye una operación diferente.

En efecto, el procedimiento anterior, era analítico (desconstrucción, disociación de elementos de un todo), lo mismo que la fase del análisis histórico-social. La interpretación, en cambio, procede por síntesis, construyendo creativamente un sentido global que imputa a los comportamientos o acontecimientos observados. La interpretación se propone fundamentalmente reconstruir la dimensión referencial de las formas simbólicas (que es lo que se representa y lo que se dice acerca de lo representado) apoyándose, en los resultados de los dos momentos analíticos precedentes.

Es decir, se concluirá a través del contexto socio-histórico y del análisis de la emisión y difusión de la revistas, así como de sus textos, la forma del fenómeno comunicativo cultural dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Este proceso de interpretación, mediado por métodos objetivos, es también un proceso de reinterpretación, en la medida en que las formas simbólicas forman parte, como ya se ha mencionado, de un ámbito preinterpretado.

Se trata, por consiguiente de reinterpretar lo ya interpretado en la vida cotidiana, de proyectar creativamente un sentido que puede diferir del que se construye rutinariamente en las interacciones cotidianas.

Esta divergencia sólo se podrá apreciar por contraste con los resultados de la interpretación de la doxa que, como hemos visto, constituye una operación preliminar.

Por lo demás, la posibilidad de un conflicto de interpretaciones es inherente a toda interpretación. Toda interpretación es en principio cuestionable, porque constituye una operación riesgosa, conflictiva y abierta a la disputa. En caso de conflicto de interpretaciones, la única manera de resolverlo es la discusión racional en un espacio de comunicación libre de presiones (Habermas), donde la única fuerza reconocida y admitida sea la del mejor argumento.

El propio Thompson ha adaptado esta metodología al análisis de las ideologías, donde el foco de interés es detectar como el discurso moviliza el sentido al servicio de las relaciones asimétricas de la dominación, y al análisis de los medios masivos de comunicación (donde se introduce un enfoque tripartito que distingue el momento de la producción/ transmisión, el momento de la construcción de mensajes, y el momento de la recepción/ apropiación).

La propuesta de Thompson es para los fines de esta investigación, la mas completa y ambiciosa, puesto que permite integrar, por una parte las diferentes técnicas de análisis de manera sistemática y coherente, explotando sus virtudes, pero a la vez reconociendo sus limitaciones particulares; de esta forma permite eludir la dificultad que señalábamos al principio de este ensayo: la pluralidad de los paradigmas y su problema de "exclusividad".

Asimismo se trata de una propuesta que no sólo da su debido lugar a la dimensión subjetiva y hermenéutica de la cultura, sino que ha sido construida enteramente en función de la misma. Y esto es sin menoscabo de la atención debida a los aspectos menos "semióticos" de la cultura, como lo son su contexto histórico-social y las relaciones de fuerza que la enmarcan.

Por ultimo, si bien el paradigma de Thompson enfatiza la dimensión hermenéutica de la cultura, no se presenta como una posición metodológica excluyente, ni siquiera respecto del positivismo que critica.

A este propósito, nada mas equilibrado y sensato que esta autoevaluación que el propio Thompson realiza:

"Existe por supuesto, la tentación constante de tratar los fenómenos sociales, en general, y las formas simbólicas, en particular, como si fueran objetos naturales susceptibles de ser sometidos a diferentes tipos de análisis formal, estadístico u objetivo.

Mi posición aquí no es la de considerar que tal tentación es totalmente desorientadora, que por lo tanto, debe ser resistida a toda costa; ni la de considerar que el legado del positivismo debe ser erradicado de una vez por todas. Este punto de vista puede ser el de algunos proponentes radicales de lo que suele denominarse "enfoque interpretativo" en el análisis social, pero no es el mío.

Mi razonamiento se encamina mas bien a afirmar que los diferentes tipos de análisis formal estadístico y objetivo son perfectamente apropiados y hasta de vital importancia en el análisis social, en general, y en el análisis de las formas simbólicas en particular; pero que, sin embargo, estos tipos de estudios deben ser considerados, a lo más, como enfoques parciales en el estudio de los fenómenos sociales y de las formas simbólicas.

Son parciales porque, como nos lo recuerda la tradición hermenéutica, muchos fenómenos sociales son formas simbólicas y todas las formas simbólicas son constructos dotados de sentido que, por mas exhaustivamente que se los someta al análisis formal objetivo, suscitan inevitablemente problemas de comprensión e interpretación.

Por consiguiente, los procesos de comprensión e interpretación tienen que ser considerados no como una dimensión metodológica que excluya radicalmente el análisis formal u objetivo, sino mas bien como una dimensión a la vez complementaria e indispensable respecto de la primera"¹⁰

¹⁰Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna* Universidad Autónoma Metropolitana, pág. 47.

A continuación se reproduce el esquema utilizado para el estudio integral de las revistas culturales de la UNAM tomado de Thompson, y adecuándolo al presente objeto de estudio.

Hermenéutica
de la vida cotidiana ----- Interpretación
de la doxa

ESQUEMA METODOLÓGICO DE LA HERMENEUTICA
PROFUNDA

ANÁLISIS SOCIOHISTÓRICO

*Escenario espacio-temporal
Campos de Interacción
Instituciones sociales
Estructura social
Medios técnicos de Transmisión*

ANÁLISIS FORMAL O DISCURSIVO

*Análisis de contenido
Análisis semiótico
Análisis sintáctico
Análisis narrativo
Análisis argumentativo.*

Escenario Espacio temporal:
Universidad Nacional Autónoma de México

Campos de Interacción:
Universidades y sus medios impresos de carácter literario o cultural.

Instituciones Sociales:
Instituciones educativas a nivel superior y sus áreas de Difusión cultural directivas de edición de las publicaciones.

Estructura Social:
Comunidad Universitaria en general

Medios técnicos de Transmisión:
Revistas culturales universitarias.

Como se ha observado, la metodología será una guía que permita en primera instancia, hacer un análisis preliminar que denomina Thompson *Hermenéutica de la vida cotidiana* donde se harán los primeros atisbos a los problemas de *Los Universitarios* en complemento con las otras publicaciones universitarias que se abarcan en este estudio.

Al mismo tiempo que se expone la fase citada, se complementa con el estudio sociohistórico de la difusión de la cultura a nivel universitario, a través de sus dependencias y actividades, entre las que se insertan las revistas culturales. Finalmente ello permitirá establecer una mejor interpretación del fenómeno de las revistas culturales a nivel superior y las posibles propuestas que permitan mejorar su emisión, su distribución y su promoción entre la comunidad.

MARCO
CONCEPTUAL

1.1.2 MARCO CONCEPTUAL

MARCO HISTÓRICO

La cultura de la comunicación ha integrado en su campo de acción no sólo el caudal informacional sobre el que descansa todo conocimiento; lo ha hecho también con destrezas y capacidades, que si bien forman parte del saber, se distinguen fundamentalmente por el saber hacer. Por ejemplo, las artes y las técnicas expresivas, que se desarrollan para dejar circular los mensajes por los medios de difusión de masas.

Quiere decir que nos encontramos frente a una constante y ensanchada comunicación de la cultura que, más allá del juego de las palabras, convierte al género en especie, y hace de la especie una continua y permanente generalidad.

No es incidente el que la naturaleza del ser humano, se haya erguido significativamente por el carácter imprescindible de su capacidad modificadora del medio ambiente; tanto ha hecho en ese sentido que, hoy, sin temor a equivocarnos, podemos establecer una virtual sinonimia entre los conceptos hombre y cultura.

Como se explicará en el siguiente apartado en su sentido más amplio, la cultura es todo lo que hace el hombre y, en sentido estricto hay áreas y productos de la actividad humana que siendo culturales se denominan ciencia, técnica, política, economía, literatura y periodismo, a tal punto que podría decirse que estos sustantivos hacen honor a su paternidad humana, anteponiéndose el apelativo cultural.

En el caso concreto de la comunicación, de algunos de sus canales tecnológicos, de sus lenguajes y de la inmensurable variedad de sus contenidos, la cultura es concepto genérico, pero también es nominación específica. Así tenemos al fenómeno social llamado periodismo que es, igualmente, una disciplina profesional y un producto de la cultura cotidiana, amplia y versátil; que lo mismo sirve para la difusión de la cultura general, o bien, para alimentarse de ella.

El campo específico de este proyecto de investigación, abarca aquella parte que se conoce, hoy, como periodismo cultural, y que hasta hace algunos dencenios se le denominaba periodismo literario sobre todo a esos suplemento de arte o literatura y que en el caso de las revistas, aún es mayormente literatura, lo que les ha hecho persistir con ambos nombres: revistas culturales , revistas literarias.

Estas revistas manejan temas y acontecimientos de esa parte de la acepción de cultura distinguida, esencialmente, por la creatividad y las formas expresivas del espíritu que, hurgando en la vertiente psicosocial de la existencia, se ha dado a la tarea de rescatar, fortalecer y agrupar los valores de la identidad cultural con la técnica y el estilo de los talentos individuales o colectivos.

El examen valorativo de un proceso cultural que se crea y se divulga dentro de la cultura genérica del periodismo, debe partir, necesariamente, del esclarecimiento de una serie de conceptos que si bien tiene una existencia diferenciada no dejan, por ello, de estar estrecha y orgánicamente imbricados, como ocurre con todas las facetas de la vida social.

El manejo de los instrumentos conceptuales con los que se ha de acometer esta tarea, pertenecen al campo de la formación de los comunicadores, pero encontramos en la mayoría de las ocasiones, más participación de escritores. En los planes de estudio de la carrera universitaria que forman a comunicadores y periodistas, se cursan las materias de Sociología de la comunicación. Lenguaje y sociedad, Géneros periodísticos, Literatura y periodismo, literatura y Sociedad.

Con el auxilio de esa currícula y de otras materias de carácter instrumental, así como con el enriquecimiento de una filosofía de la cultura y aproximaciones a la teoría general de la creatividad artística, el propósito de esta investigación es construir el marco conceptual para investigar y analizar el fenómeno del periodismo cultural en su vertiente de las revistas culturales universitarias.

HIPOTESIS

Las hipótesis de investigación son las siguientes:

- 1.- Las revistas culturales a nivel universitario, carecen de participación estudiantil y son poco leídas por dicha población.
- 2.- La falta de organización en cuanto a la distribución de la revista repercute en esta falta de lectores.
- 3.- La difusión y promoción de la revista es casi nula y ello impide que sea conocida y reconocida por los universitarios.
- 4.- La carga socio-histórica de la revista y con ello sus características (gratuidad, presupuesto, subsidiado por el estado) le determina su manera de trabajar y los editores no se preocupan por esta evidente falta de lectores (conformismo latente).
- 5.- El universitario no siente parte suya la revista, ni se siente parte de ella, por lo que esta falta de reciprocidad entre el emisor-receptor origina una apatía generalizada.
- 6.- Si bien la revista "Los Universitarios" no es una publicación de alcances mayores que los mismos universitarios, al menos debe preocuparse al realizar su labor para que las formas simbólicas que difunde en sus páginas sean producto de la creatividad y de una mejor organización editorial.
- 7.- No perderá nunca su carácter oficial que su propio título le confiere: "Órgano de la Coordinación General de Difusión Cultural UNAM", pero es tiempo de propiciar una apertura con el fin de que participen los lectores.
- 8.- El periodismo cultural recrea la información, por medio de un manejo diferente del lenguaje que utiliza el periodismo informativo, para dar otra dimensión a la exposición-información de la cultura.

OBJETIVOS

I.- Elaborar un análisis sociohistórico junto con la forma de trabajo actual de la difusión cultural en la UNAM, en la búsqueda del origen, causas y objetivos de *Los Universitarios* así como un análisis de contenido así como morfológico para:

- Determinar las características de periodismo cultural universitario que se lleva a cabo en la revista *Los Universitarios*, partiendo de la propia comunicación universitaria, así como sus funciones, rasgos, contribuciones y desarrollo de la difusión cultural en general.

- Dilucidar cuáles son los temas predominantes que se abordan en el periodismo cultural para lograr una recreación del lenguaje.

II.- Con base en los resultados que arroje el análisis sociohistórico, el actual y el de contenido, se harán propuestas para el mejoramiento de las revistas culturales universitarias, en este caso la revista *Los Universitarios*.

JUSTIFICACION

Las revistas culturales universitarias como medios de comunicación creados por individuos o grupos universitarios que se dirigen a universitarios, coincidiendo con Guillermo Tenorio, esperan provocar un efecto e influencia en los universitarios.

Este es el primer motivo, por el que la presente investigación opta por elegir a la revista *Los Universitarios* como objeto de estudio, pues se trata de una publicación con un carácter eminentemente universitario, al menos el su concepción original, y que procede de una de las dependencias sustanciales de la UNAM, la Dirección General de Difusión Cultural, a cargo del Maestro Gonzalo Celorio.

Otra de las causas por las que fue elegida la revista *Los Universitarios* se origina luego de la encuesta realizada a los estudiantes de esta Casa de Estudios, que explican la precaria experiencia cultural y concretamente, la casi nula lectura de las publicaciones culturales, debido a su costo.

De esta forma, el costo condiciona, a juicio de los universitarios la adquisición y lectura de publicaciones de esta índole.

Para confirmar que el costo no es uno de los factores primarios que condiciona la poca población lectora en las revistas analizadas, se hace énfasis en las características de distribución gratuita que posee la revista *Los Universitarios*.

Partiendo de estas dos aclaraciones, se puede decir que *Los Universitarios*, además de ser un medio obviamente universitario y cuyo costo no es retribuido por el lector, - pues es obra de un subsidio estatal -, representa la forma cómo concibe de manera indirecta a la difusión cultural impresa esta institución a través de su historia.

Dentro del trabajo conceptual se han manejado distintas relaciones que expresan características comunes y propias a este tipo de medios y que a lo largo de la investigación han tomado forma y definición. De tal manera examinaremos a aquellas funciones que resulten directamente de la relación entre el emisor y el lector.

El periodismo cultural es el aglutinar dentro de un espacio periodístico aquellas cuestiones que forman parte de la humanística. Es decir, la filosofía, la literatura, las críticas y reseñas de arte, y todo texto en el que la finalidad concreta sea intentar o lograr la recreación del lenguaje.

La presencia del periodismo cultural en el fenómeno de la prensa escrita, a través de secciones cotidianas o suplementos, abre un cuestionamiento acerca del lenguaje periodístico, ya que al existir géneros expresivos que exigen una ocupación creativa respecto del lenguaje, ellos son naturalmente distintos a los requisitos del lenguaje periodístico puramente informativo.

A partir de esa realidad de investigación se hacen breves señalamientos en torno al lenguaje empleado en las publicaciones culturales pero que no son elemento central de la investigación, porque a juicio propio existen mayores problemáticas a resolver en estos medios, que las que puedan existir en el lenguaje en sí mismo.

Precisamos que se va a entender como periodismo cultural las publicaciones cotidianas, semanarias, quincenales, mensuales, bimensuales, trimestrales o semestrales que circulen en el territorio mexicano. Fundamentalmente, el universo de la investigación estará constituido por la producción de revistas culturales en instituciones de educación superior, sea cual sea su periodicidad.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Dentro del proceso transformador de la UNAM es preciso revisar y reestructurar sus medios y formas de comunicación.

Se ha considerado, debido al enfoque histórico-social con que se ha abordado el estudio, la historia y el marco social actual de las revistas, incluyendo por ello, una visión retrospectiva de la UNAM y las funciones que desempeña.

La difusión, imprescindible en la UNAM y eje de la investigación, es una labor importante, que en primer orden nos guía a la concepción original que debiera tener la revista *Los Universitarios*.

De ahí que se desprenda la pregunta obligada en este trabajo: ¿ Las revistas culturales Universitarias cumplen con las características y funciones inherentes a este tipo de medios?.

La tesis propone fundamentalmente una alternativa operativa acorde a las necesidades de la revista *Los Universitarios*, que es una publicación cultural que debiera poseer mayor trascendencia y arraigo en la comunidad universitaria. Lo anterior no implica de ninguna manera, que el trabajo agota el tema propuesto.

El estudio de los medios de comunicación universitarios, aún tiene enormes lagunas cognoscitivas, y es momento de que formen parte sustancial de los estudios de comunicación.

El estudio de caso de la revista *Los Universitarios* se realizó a través de sondeos informales dentro de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; a través de encuestas, seguimientos periodísticos, análisis de contenido de la misma publicación y sobre todo de entrevistas y observación participante que en lapso de un año se lograron recabar.

Ello permitió obtener la información necesaria para comprender las circunstancias que rodea a este tipo de publicaciones. Por ello es imposible deslindar el contexto social y así mismo determina la elección de la teoría metodológica de John B. Thompson, siendo la más acorde para los fines de este estudio.

La revista "Los Universitarios", es estudiada integralmente con base en comparaciones de otras cinco publicaciones de su tipo y que cumplen con el rasgo distintivo de pertenecer a una Institución de Educación Superior del Distrito Federal.

Esto obedece a que parte de las premisas que fundamentan la investigación es precisamente un condicionamiento socio-histórico por parte de la institución educativa que edita las revistas manejadas.

Las revistas son:

- 1.- ***El Caldero***
Universidad Iberoamericana
- 2.- ***El Acordeón***
Universidad Pedagógica Nacional
- 3.- ***IPN Ciencia, Arte: Cultura***
Instituto Politécnico Nacional
- 4.- ***Casa del Tiempo***
Universidad Autónoma Metropolitana
- 5.- ***Universidad de México***
Universidad Nacional Autónoma de México.

En primera instancia se describen las características históricas y los procedimientos generales que cada revista observa para su realización. Posteriormente se hace el mismo estudio con la revista "Los Universitarios", cabe decir que dicha descripción se acompañará de comentarios y críticas al mismo tiempo.

Con base en lo anterior se procede a evaluar con parámetros críticos y argumentos, la situación y el nivel de cada revista como medios de comunicación universitarios. De este modo se buscarán diferencias y similitudes entre estos medios; asimismo se establecerá un modelo de revista.

Se retoman sus elementos clave para indicar algunos proyectos globales que sirvan para mejorar a cada revista y sugerencias globales.

El estudio del caso, será igualmente analizado y las propuestas se particularizarán con base en dicha publicación. Esta se verá condicionada, obviamente a los resultados de la investigación, pero sin duda se explicará y detallará su forma de aplicación y los beneficios que retribuirá a la revista .

La investigación se encuentra motivada por el "deber ser" de la Universidad. Es decir observar que en ellas se cumpla cabalmente la función de difusión cultural para que en un futuro se realicen acciones que mejoren la recepción del medio universitario, en este caso la revista. Esta es la preocupación principal de la tesis.

Acorde a la idea de John B. Thompson que se desarrolla en el primer capítulo, coincido en que siempre la interpretación de un fenómeno social dado, es resultado de una parte objetiva (argumentativa) y otra subjetiva.

A fin de no incurrir en faltas éticas por la procedencia de la información (que muchas veces era de manera informal), quiero ponderar la parte subjetiva del trabajo.

En este contexto es imprescindible decir que acorde a la conciencia individual inherente a mi naturaleza, emito juicios e interpretaciones que son parte de mi condición social y de mi ideología.

Ello implica ideas y sucesos que se trasladan al plano personal y que empero, a juicio propio, no entorpecen el estudio sino lo enriquecen.

1.2. NOCIONES DEL CONCEPTO CULTURA

1.2.1. DEFINICIONES ANTROPOLÓGICAS Y SOCIOLÓGICAS

La cultura en su polisemia y en sus implicaciones históricas e ideológicas, debe ser vista como un proceso y no como un concepto acabado, puesto que se entrecruzan diversas interpretaciones que le enriquecen y conforman como un todo, que precisamente en su complejidad, difícilmente permite acercarnos a su esencia para estudiarla.

La labor de definir la cultura implica dos pasos que se deben superar: Primero, comprender y aprehender sus significados con el fin de emplear correctamente este concepto y segundo delimitarlo para los fines de esta investigación.

De esta forma se realiza a continuación, una revisión de los conceptos de cultura más importantes que se han manifestado a través de la historia y que han conformado nociones generales de dicha palabra.

Cultura, según el diccionario enciclopédico Salvat es "El resultado de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio y del estudio, las facultades intelectuales del hombre.

Conjunto de conocimientos, elementos materiales y espirituales, (lengua, ciencias, técnicas, artes, instituciones, costumbres y usos, pautas de comportamiento etc.) que caracterizan a una sociedad con respecto a las otras.

Conjunto de producciones específicas del hombre en tanto ser dotado de poder de creación, que transforman tanto al ser humano mismo como al entorno." ¹¹

Asimismo, la Gran enciclopedia del Mundo explica lo siguiente: "En una determinada sociedad, conjunto organizado de respuestas adquiridas y valores asimilados, o acervo de actividades humanas, no hereditarias o ingénitas, que comparten los miembros de un grupo.

La cultura se transmite socialmente. La conducta cultural es la conducta asimilada por cada personalidad, es el producto de su única y propia historia cultural.

¹¹ *Diccionario Enciclopédico Salvat*. Tomo Siete. Madrid, España, 1979, pág 129.

En su acepción popular el término alude a las creaciones artísticas y literarias de un pueblo y en este sentido se habla de una cultura grecorromana, por ejemplo, mientras que para el sociólogo la cultura comprende todos los procesos y valores tanto sociales como materiales que integran una civilización.

La cultura cifra y resume toda la experiencia vital de cada individuo. Ella determina e informa el cuidado que éste recibe en su infancia, a educación a que es sometido de niño, las normas que rigen su matrimonio, la forma en que se realizarán sus exequias."¹²

El doctor Gamio al realizar su investigación sobre cultura la consideró en dos aspectos principales: material e intelectual.

"La cultura material se expresa en el conjunto de actividades y objetos tangibles con lo que se satisfacen las necesidades materiales de la vida individual y social: habitación, muebles, alimentación, vestido, implementos domésticos, herramientas agrícolas e industriales, vehículos, libros, instrumentos científicos, medicinas, armas, etc.

La cultura intelectual se compone del conjunto de características abstractas con que se satisfacen las necesidades intelectuales de la vida individual; Ideas y conceptos científicos, éticos, estéticos, religiosos y folklóricos".¹³

Según la conceptualización que se ha difundido en la UNESCO pronunciada por Toure Sekou Ahmed "entendemos por cultura la totalidad de instrumentos materiales y extramateriales, obras y producciones artísticas, ciencias y técnicas, saber... pensamientos, comportamientos y actitudes; en otras palabras, todo aquello que ha ido acumulando un pueblo; por otra parte, a través y gracias a su lucha por liberarse de la dominación por la naturaleza y por controlar a ésta, y por otra, en su lucha por destruir los sistemas sociopolíticos de dominación y de explotación del hombre por el hombre"¹⁴

¹²Gran Enciclopedia del Mundo. Tomo seis. Ediciones Durán. pág 135.

¹³Mendieta y Núñez, Lucio *Tres Ensayos Sociológicos*. Ed. UNAM, 1979, págs: 78-79.

¹⁴ Sekou, Ahmed Toure *Discurso ante la UNESCO*. Citado por A. Delli Sante Owens *Ideología y Mecanismos Ideológicos* Ed. UNAM, México 1980, pág. 106.

Gilberto Giménez en su seminario "Cultura e Ideología" ¹⁵ indica que Antonio Gramsci le otorga mayor especificidad al concepto cultura cuando la considera como la producción y reproducción de significados y significantes, es decir, la propia sociedad como significación.

"La cultura es un conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad; proceso simbólico dinamizado por la lucha de clases; procesos generadores de identidades colectivas y diferenciales." ¹⁶

Gramsci toma a la cultura como objeto de análisis para instrumentalizar el concepto de ideología y estudiar sus funciones y mecanismos de operación en una formación social.

Con base en ello, Gramsci concibe la coexistencia de diferentes culturas representativas de las clases sociales.

La cultura hegemónica y las culturas subalternas, culturas que en términos sociopolíticos mantienen una relación de dominio-subordinación de acuerdo a la posición que guardan cada una de ellas en la estratificación económica y en la distribución del poder político y cultural en una sociedad determinada.

Gramsci homologa los conceptos cultura e ideología, concibiendo a ésta última como "el conjunto de procesos simbólicos que penetran las clases sociales. Es decir, la ideología es una concepción del mundo o sistemas de representaciones interiorizada por medio de prácticas colectivas" ¹⁷.

"una concepción de vida y del hombre, nacionalmente propagada, coherente y unitaria, una religión laica, - una filosofía que se convierta justamente en CULTURA porque haya generado una ética, un modo de vivir, una conducta civil individual".

Por la homologación que Gramsci hace del concepto cultura con el de ideología, adquiere el primero una connotación política jugando como factor fundamental en la producción de hegemonía.

¹⁵Gimenez, Gilberto *Seminario de Cultura e Ideología*, julio de 1985, México D:F: CIESAS.

¹⁶IBIDEM .

¹⁷Gramsci, Antonio *La Formación de los Intelectuales* . Ed. Grijalbo, Colección 70, México , pág 106.

Por su parte Federico Dávalos nos complementa la concepción de cultura al decirnos que este es un concepto histórico, es decir, que ha surgido de un largo proceso evolutivo y que nunca ha sido un vocablo unívoco, pues designa varias realidades o niveles de la realidad social.

Es decir, tenemos que reconocer el carácter polivalente, la naturaleza histórica del concepto y el uso, tanto político como ideológico que se ha hecho del concepto cultura.

En su sentido lato de "cultura y crianza" proveniente del latín clásico, se entiende la cultura como "resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre"¹⁸

La aplicación del término a las sociedades humanas y a la historia es posterior a 1750 y contempla la idea de "mejora progresiva hacia la perfección".

Es en este sentido que se habla del complejo de manifestaciones de la vida espiritual de un pueblo o de una época, en que están comprendidas el arte, la literatura, etc"¹⁹, o "de las creaciones artísticas y literarias de un pueblo"²⁰

En el área de las ciencias sociales el concepto ha adquirido un sentido específico en nuestros días que apunta a los atributos y productos propios de las sociedades humanas que no pueden ser explicados en términos de herencia biológica". La aparición de este nuevo sentido ocurre en Alemania a mediados del siglo pasado.

Es en 1871 que el antropólogo inglés Edward B. Tylor en su obra "Cultura primitiva", fija y aclara el sentido social de la cultura diciendo:

"Cultura o civilización es aquella totalidad compleja que incluye conocimiento, creencias, arte, ley, moral, costumbres y cualquier otra capacidad y hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad."²¹

¹⁸Diccionario Enciclopédico Quillet. Madrid, España, 1870. tomo 2 pág 402.

¹⁹Diccionario Enciclopédico Abreviado. Barcelona, España, 1976. tomo 1 pág 189.

²⁰ Diccionario Enciclopédico Durvan. Buenos Aires, Argentina, 1982. tomo 2 pág 190.

²¹Rubio Hernández, José *La Cultura y sus implicaciones*. Conferencia, 1975. págs. 599-603.

La cultura, acota la "Enciclopedia Britannica", incluye el comportamiento y los objetos materiales producto de la actividad del homo sapiens; el repertorio de los fenómenos que la conforman, son: lenguaje, ideas, creencias, costumbres, códigos, instituciones, herramientas, técnicas, obras de arte, rituales, ceremonias y demás. La misma obra también nos informa que la existencia y uso de la cultura descansa en la capacidad de crear símbolos, es decir, "de asignar a las cosas y eventos ciertos significados que no pueden ser aprehendidos por los sentidos exclusivamente".

La cultura, en fin, es el proceso que nos hace hombres y el resultado de este proceso: los objetos que el hombre crea, transforma y humaniza..."²²

El breve y veloz repaso anterior nos muestra que el concepto cultura surge y se emplea en un contexto específico y que posee en el campo de las ciencias sociales -de antropología en particular- una definición y aplicación precisas.

Son justamente las acepciones no científicas de cultura las de uso más generalizado que entienden la cultura como una forma superior de hacer, conocer, ser y pensar o como una acumulación erudita del saber.

Es así como Dávalos explica que la cultura se convierte en un concepto interesado, pleno de matices políticos, instrumento de clase y legitimizador político, que muchas veces nos indica lo que debemos ver, sentir, hacer, gozar en nombre precisamente de nuestra "superación cultural".

Ha sido también esta reducida forma de comprender la cultura la que ha oscurecido nuestra comprensión de los medios. Es la que en ocasiones respalda prejuicios frente a fenómenos de los medios.

Esto implica que no debemos caer en ambos extremos del entendimiento de la cultura para que se aclaren los objetivos de la misma y sus efectos en las revistas culturales universitarias.

En cuanto a las instituciones educativas es importante resaltar que la cultura ha sido objeto de culto y no ha sido contemplada como una perspectiva útil para la comprensión de fenómenos vivos y en constante

transformación de la sociedad humana. Como lo afirma Guillermo Bonfil Batalla:

"Una cultura es la experiencia histórica acumulada; se forja cotidianamente en la solución de los problemas, grandes o pequeños, que afronta una sociedad.

La cultura consta de prácticas probadas y del sistema de conocimientos, las ideas, símbolos y emociones que les da coherencia y significado"²³

Por otra parte, cabe señalar las concepciones más actuales de cultura y que enriquecen y complementan el referente anterior.

Así para Raúl Béjar Navarro la cultura es vista como un proceso, como resultado de una actividad creadora, como el modo de vida de un pueblo. Cultura es practicar algo, afinarse, adquirir, formar y por lo tanto sólo se obtiene por medio del esfuerzo personal y social, la cultura no se puede transmitir en forma pasiva o genética, el hombre tiene que esforzarse por adquirirla, por hacerla suya.²⁴

Asimismo para Charles Valentine la cultura comprende las formas de observar el mundo y de reflexionar sobre él, de comprender las relaciones existentes entre las personas, los objetivos y sucesos, de establecer preferencias y propósitos, de realizar acciones y perseguir objetivos".²⁵

La concepción de nuestra realidad influida en gran parte por los medios de comunicación nos muestra que nos debemos acercar al estudio de los productos propios de la industria cultural desde una perspectiva crítica que supere la división artificial entre la cultura y el entretenimiento o la diversión.

Es decir, entender la diversión y el entretenimiento como una manifestación cultural y concebir la posibilidad de que todas las manifestaciones de nuestra diversidad cultural pueden transmitirse a través de los medios de manera entretenida.

²³ Bonfil Batalla, Guillermo *El periodismo y la cultura*, 1981, pág 20.

²⁴ Béjar Navarro, Raúl *Seminario de Cultura*, México D.F. 1992.

²⁵ Valentine, Charles citado en *Tvorita de las formas culturales*; Niccola Abbaggano.

En un país de elevado analfabetismo funcional y tradicionalmente mal informado, los medios electrónicos son fundamentales en la conformación de la opinión pública y nunca han albergado a la disidencia.

Por lo mismo el blanco favorito de la acción represiva del poder son los diarios y las revistas, bastión tradicional de la libertad de expresión, memoria diaria de la vida nacional.

Se puede decir que existen dos vertientes o cauces divergentes y a la vez estrechamente ligados entre sí.

Una de ellas, es la que considera a toda la producción del hombre como cultura, esto es, la cultura es todo lo que se opone a la naturaleza y ha sido creado por la inteligencia humana abarcando así, desde el más rudimentario utensilio hasta una obra de arte.

La segunda conexión entiende por cultura aquellas manifestaciones artísticas y humanísticas que el hombre posee, tomando en cuenta la estética y los valores artísticos pertinentes.

Ambos conceptos se complementan, pues el primero parte de una noción antropológica que abarca a toda una civilización en su conjunto, esto es, el universo de acción entendido como cultura, y al mismo tiempo ésta, es el resultado de la acción inteligente del hombre sobre su entorno.

La cultura puede ser entendida mejor si pensamos que es a la vez acción y resultado del hombre en sociedad. Pero con el paso del tiempo no debemos olvidar que ésta se ha convertido en una guía de la forma de comportarse de los seres humanos que les permite entender y explicar su entorno.

Forma parte de un proceso constante en el que el hombre debe procurar mejorar para beneficio de su comunidad, sea ésta del tipo que fuere y debe ser por ende, un constante enriquecimiento que nos indique que las sociedades evolucionan con el transcurrir del tiempo.

Pero, ¿Qué sucede actualmente?, nuestras actitudes delatan que la cultura en los dos sentidos del concepto, se han ido degenerando debido a la imposición de nuevos valores que aún no quedan muy claros y por una serie de problemáticas que sufren las sociedades en todo el mundo.

Así, vemos que las producciones del hombre han perdido su esencia, que inclusive estamos frente a una crisis de las manifestaciones artísticas sobre todo en nuestro país, donde la cultura se lleva y se trae de un café a otro, pero como simple adorno de la clase dominante, como un ideal y no como una posibilidad de lo que podemos ser.

Al mismo tiempo que se observa que la cultura ha pretendido ser dividida en la denominada "clásica" y la "popular", que muchas veces ha sido designada peyorativamente.

La cultura a juicio personal, no debe dividirse, pues es precisamente pluralidad de ideas, de las creaciones y percepciones estéticas que emergen de una sociedad que en su condición original es un conjunto diverso y heterogéneo.

La cultura así, proporciona identidad a una sociedad y por ende, no puede ser homogénea ni lineal, en ello reside su riqueza.

Freud afirmaba que la cultura es sinónimo de represión, que finalmente nos permite convivir en una comunidad determinada:

"la cultura humana -me refiero a todo aquello que en sus condiciones sociales, se distingue de la vida animal- muestra al observador, según es notorio, dos aspectos. Por un lado abarca todo el saber y el poder hacer que los hombres han adquirido para gobernar las fuerzas de la naturaleza y arrancarle bienes que satisfagan sus necesidades; por el otro comprende todas las normas necesarias para regular los vínculos recíprocos entre los hombre, y en particular, la distribución de los bienes asequibles"²⁶

Podemos observar que el autor sostiene que la cultura es algo impuesto por un pequeño grupo en el poder que controla las pulsiones para que de esta forma se puedan satisfacer otras necesidades fundamentales.

La cultura para Freud desde que el hombre reprime sus pulsiones de sexualidad y muerte, y tiene que sublimarlas o desviarlas hacia otros objetivos, siendo éstos las producciones artísticas.

²⁶Freud, Sigmund *El porvenir de una ilusión* pág 6. Obras Completas Ed. Amorrurtu, Madrid 1980.

Decía además que el arte "brinda satisfacciones substitutivas para las renunciaciones culturales más antiguas"²⁷

Cabe destacar que estamos inmersos en la cultura en nuestros modos de vida y en lo que percibimos día a día.

Todas las actividades del hombre nos hablan de la cultura, son cultura, y las actividades artísticas del hombre son resultado de esa cultura antropológica que citamos antes.

Así desde la perspectiva de la cotidianidad de la cultura, el periodismo es un producto de ésta y el llamado periodismo cultural que se encarga del estudio y difusión de las actividades artísticas que genera una sociedad, las expresa con el fin de mejorar el espíritu de una colectividad.

La cultura tratada en el periodismo cultural no sólo debe buscar entretener sino conformar una sociedad mucho más sensible y perceptiva ante su entorno.

La cultura es un proceso, como lo hemos señalado, exclusivamente humano, característico del hombre. Por ello se ha concluido a través de los siglos que el compromiso del hombre radica en fomentar la creatividad cultural como única forma de dominar a las fuerzas naturales y evolucionar en dicho proceso.

Todo lo que ha sido creado por el hombre para la conservación y el acrecentamiento de la humanidad se denomina cultura, a los fines de la cultura, valores y a sus logros, bienes culturales, aunque muchas veces lo positivo de la cultura haya sido medio o pretexto para esclavizar, explotar, destruir al hombre debido en gran medida a una falta de humanismo.

No debemos entender, por consiguiente, como cultura "la mera erudición estática, la información ostentosa, sino el impulso dinámico del hombre para que, conociendo reflexivamente la cultura o un sector de ella, aunado a la mayor variedad de experiencias, la acreciente con nuevas investigaciones científicas, con mejores aplicaciones técnicas, con un superior bienestar para la humanidad."²⁸

²⁷op. cit. pág 13.

²⁸Dominguez Hidalgo, Antonio *Iniciación a las estructuras literarias* pág. 25 Ed. Trillas, México, 1980.

Los procesos culturales pueden clasificarse según Antonio Domínguez en dos grandes ramas: aquellos que son exclusivamente humanos y aquellos que constituyen ampliaciones superadas, organizaciones más complejas, de los hechos animales. A los primeros les denomina "categorías intelectivas" de la cultura y a los segundos, categorías sociales de la cultura.

Dentro de las categorías intelectivas de la cultura, la ciencia y el arte constituyen, grandes impulsores del ser humano.

La ciencia busca aproximarse a la verdad; el arte transforma la realidad, la verdad, mediante sutiles equivalencias estructurales llamadas belleza (armonía y equilibrio dinámico de las formas).

Un texto significativo sobre esta teoría es el análisis histórico crítico, hecho por A.L. Kroeber y Clyde Kluckhohn, de un centenar de definiciones de cultura, en un esfuerzo por llegar a una formulación resumen que, según creían, sería aceptable para la mayoría de los autores.

"La cultura consiste en formas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y constituye el patrimonio singularizador de los grupos humanos, incluida su plasmación de objetos; el núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales (es decir, historicamente generadas y seleccionadas) y, especialmente, los valores vinculados a ellas; los sistemas de cultura pueden ser considerados, por una parte, como productos de la acción, y por otra, como elementos condicionantes de la acción futura.²⁹

Esto supone la condensación de lo que muchos antropólogos norteamericanos, al menos entre 1940 y 1960, llamaban cultura. Y ciertamente es una formulación mucho más rica y adecuada que la conocida fórmula de los años 1920 a 1940, la "cultura es comportamiento aprendido", que entonces parecía tan satisfactoria.

Como hacían observar Kroeber y Kluckhohn, si la interpretación lógica de la cultura se basa en el estudio de la conducta y de sus productos y hace inteligible la conducta, "la cultura no es conducta ni investigación de la conducta en su plena y concreta integridad. Parte de la cultura consiste en normas o modelos de conducta.

²⁹Kroeber y Kluckhohn. *Diccionario de las Ciencias Sociales*. Madrid, España, 1978, pág. 1389.

Otra parte consiste en ideologías que justifican o racionalizan determinadas formas de conducta seleccionadas .

Toda cultura supone amplios principios generales de selección y ordenación (máximos comunes divisores) , de acuerdo con los cuales las formas de, para y acerca de la conducta en muy diversas áreas de contenido cultural son reducibles a generalizaciones ponderadas."³⁰

Finalmente es importante indicar la concepción de Jonh B. Thompson, autor cuya teoría y explicación metodológica será tomada como fundamento para comprender el presente objeto de estudio.

Para Thompson existen cuatro usos del concepto de cultura: la denominada "clásica", la descriptiva, la simbólica y la estructural . De acuerdo con la concepción clásica, la cultura es un proceso general de desarrollo intelectual o espiritual. Ese uso refleja los orígenes del término y la idea de labranza o el cultivo del crecimiento.

Este uso prevalecía en los escritos históricos y filosóficos europeos en el siglo XVIII, cuando cultura y cultivado eran equiparados a civilizado y civilización y en ocasiones, se confrontaban entre sí.

Un uso que aún prevalece entre nosotros y que es ejemplificado con lo que más adelante dirá Monsiváis en torno a los hombres "cultos".

Sin embargo en el siglo XIX surgió otro uso paralelo al desarrollo de la antropología y cuyo representante fue E.B. Tylor de quien hemos citado su concepción.

Este autor pretendió desarrollar una ciencia de la cultura que estudiase las formas interrelacionadas del conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las costumbres y hábitos particulares.

Este enfoque antropológico dió como resultado una concepción amplia y descriptiva de cultura, que engloba valores , prácticas y creencias de un pueblo. La cultura como señaló Tylor es un "todo complejo" un vasto y variado conjunto de rasgos que define la forma de vida de una sociedad en un periodo histórico. en ese sentido se citan las referencias de las culturas egipcia o de un sitio determinado.

Este uso del concepto de cultura está diseminado en nuestro lenguaje cotidiano y en la literatura de las ciencias sociales , donde la "cultura"

³⁰IBIDEM pág 1389.

es analizada en tanto " sistema cultural" - sistema de valores, prácticas y creencias características- en contraste con el sistema económico o el político.

Podemos distinguir el tercer uso del concepto de cultura que Thompson señala como "simbólico". Antropólogos como White y Geertz han ligado el estudio de la cultura al análisis de los símbolos y las acciones simbólicas. Cultura para Geertz es un documento actuado un "sistema entretrejado de señales construibles".³¹

La representación de una danza ritual, los escritos de un artículo o de un libro, la creación de una pintura o una partitura son en ese sentido, actividades culturales; son acciones significativas que producen objetos significativos y enunciados que requieren una interpretación . Sin embargo es importante señalar - y esta es una consideración que no se ha enfatizado lo suficientemente en la literatura antropológica- que las actividades culturales por lo general, están situadas en contextos sociohistóricos específicos y estructurados de cierta manera.

El análisis cultural es el estudio no sólo de las acciones, objetos, enunciados significativos sino también de las relaciones de poder en las que éstos se ubican. este aspecto fundamental constituye la base de lo que puede considerarse la concepción estructural de la cultura.

Una primera caracterización de esta concepción se utiliza cuando Thompson nos dice que el análisis cultural "es el estudio de las formas simbólicas -es decir, de las acciones, objetos y enunciados significativos de varios tipos- en relación con contextos y procesos, socialmente estructurados e históricamente específicos" ³²en los que se producen, transmiten y reciben estas formas simbólicas. De ahí se desprende que los fenómenos culturales pueden apreciarse como formas simbólicas enlazadas a contextos estructurados. El análisis cultural puede considerarse entonces, como el estudio de la construcción significativa y la estructuración social de las formas simbólicas.

³¹Thompson, John B. *Ideología y Cultura Moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, pág 245, México 1988

³²IBIDEM, pag 87.

1.2.2. COMUNICACION UNIVERSITARIA Y LAS REVISTAS CULTURALES DE LA UNAM

El propósito de este apartado es aclarar y puntualizar las diversas características de los medios universitarios de comunicación, en nuestro caso concreto, las revistas culturales.

Por tanto, se realiza una concatenación entre teoría y práctica del ejercicio comunicativo de esos medios.

En su trabajo de investigación el maestro Guillermo Tenorio Herrera, principia diciendo que la comunicación humana es una "acción social, una interrelación entre actores sociales, los cuales son producto de una sociedad, quien además de sus vinculaciones comunicativas establecen relaciones con las estructuras socioculturales, las cuales son mediadoras del fenómeno comunicativo".³³

Los principales medios de comunicación según Tenorio son directos e indirectos: "Directos son aquellos medios que en la universidad permiten el contacto - independientemente de las mediaciones comunitarias e institucionales - de emisores y receptores universitarios; por supuesto que uno de dichos medios es el diálogo, pero no es el único, ni el más importante, es tan sólo un medio directo más.

Los medios indirectos de comunicación son aquellos que proporcionan las relaciones comunicativas, pero sin que emisor y receptor tengan contactos cara a cara; el más importante y eficaz de estos medios es la cadena humana de comunicación, aunque operativamente en la comunidad universitaria (y en la sociedad) existen no una sino varias cadenas de comunicación que se cruzan, entretienen y vuelven a cruzar, en medio de complejos circuitos comunicativos; circuitos que una y otra vez también se convierten en medios de comunicación indirecta".³⁴

Ejemplo de medios directos para Tenorio son las instancias académicas, consejos, foros, simposios, conferencias, en fin, todo aquello que está vinculado con el quehacer académico y de apoyo.

³³ Tenorio Herrera, Guillermo *La Comunicación Universitaria*, Tesis para obtener la maestría en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, pág. 88.

³⁴ op. cit.

Al mismo tiempo, para la comunidad universitaria son medios de comunicación directa, las asambleas, la plática espontánea consecuencia de la cotidianidad, las relaciones informativas de brigadas de distintos tipos, las marchas y mítines, la consulta y la orientación.

Otros medios indirectos son el cartel, los folletos, periódicos y revistas, elaborados por individuos o grupos universitarios que se dirigen a universitarios y esperan de ellos una respuesta, provocar un efecto, o dejar una influencia.

Cabe decir que la clasificación de Tenorio se presta a equívocos, puesto que todo medio por definición al ser vía para establecer una comunicación, es indirecto, pues al facilitar este proceso intermedia entre emisor y receptor. En este caso es má adecuada la definición de medios naturales y artificiales que va dirigida en el mismo sentido de la comunicación interpersonal, donde el individuo es el medio, y en los artificiales que requieren de un aparato para establecer eficazmente la comunicación.

El autor denota una característica esencial de la comunicación universitaria pues señala que una gran parte de la comunicación universitaria está representada por las autoridades que dirigen en la comunidad universitaria. Tal es el caso de la revista *Los Universitarios y Revista Universidad de México*.

Son formales por que se "apegan a las tradiciones, normas y reglamentos que rigen y se aceptan en la comunidad universitaria y en la propia universidad; oficiales por que son utilizados por quienes gobiernan a la universidad y son reconocidos como autoridades por los integrantes de la comunidad universitaria".³⁵

En teoría los medios de comunicación impresos son los recursos comunicativos a los cuales son más afectos los universitarios por las necesidades de una comunicación profunda, situación que corresponde a las características de quienes integran la comunidad universitaria; sujetos críticos, analíticos, racionalizadores e interesados en que su institución, efectivamente, sirva como espacio de realización y, a la vez, que sea de utilidad a la nación.

En esta perspectiva de lo efímero que involucra a los medios impresos, hay distintos niveles o grados de vigencia para los mensajes, respuestas y medios individualizados, que pueden estar representados por una hoja volante, hoja informativa y una revista universitaria.

La revista universitaria ofrece material para dar referencia o iniciar un conocimiento en diversos asuntos, y su lectura se efectúa en momentos propicios y situaciones anímicas especiales; la tendencia de los usuarios es conservar los ejemplares de dichas publicaciones.

"La eficacia de este medio depende de que sea utilizado para resolver las necesidades comunicativas y problemas comunitarios correlativos a sus características técnicas y culturales.

Sin necesidad de entablar un diálogo con todos y cada uno de los integrantes de la comunidad universitaria, basta sólo relacionarse con una parte de ellos para informar y llevar mensajes oficiales e institucionales a la comunidad y para fomentar un determinado tipo de participación y expresión de los universitarios".³⁶

Lo anterior, por ejemplo ya no sucede en las revistas culturales universitarias, pues antes eran verdaderos foros para expresiones de jóvenes escritores y universitarios, y hoy es casi nula la participación directa de los miembros de la comunidad universitaria.

Para nuestro autor las publicaciones que son órganos de la universidad, tienen un público definido, es decir ,hacia el interior, pero en el caso de la *Revista Universidad de México y Los Universitarios* se observa lo contrario , ya que se dirigen a un público más amplio, inclusive ajeno a la institución en cuestión; esto conlleva a la siguiente paradoja: las revistas se editan con miras a ser recibidas por receptores del exterior, sin que su propia comunidad las conozca.

Es importante lo que es la esencia de ser universitario si se quiere comprender la importancia que tiene la revitalización de la revista *Los Universitarios* para el bien de la propia universidad.

Ser universitario, continúa Tenorio Herrera, implica compartir y convivir en la cultura universitaria, entendida como forma de actuar, pensar, relacionarse y servir críticamente a la colectividad.

³⁶ Tenorio Herrera, op. cit. pág. 98.

Un recurso auxiliar para estabilizar y armonizar a la comunidad universitaria puede hallarse en la comunicación universitaria; si por si sola esta comunicación es parte medular de las estructuras comunitarias, más importante habrá de ser al utilizarse plena y conscientemente para elevar la funcionalidad y racionalización de la universidad y su comunidad, así como para vincularlas y comprometerlas plenamente a la funcionalidad y a la racionalización universitarias como destinos de la nación.

El señalamiento anterior, es el interés personal de que se mejore la proyección de las revistas culturales a nivel universitario, pues son una de las vertientes principales de su propia comunicación, anfatizando el papel de la revista *Los Universitarios*.

De acuerdo con investigaciones que realice en distintas universidades, en su mayoría, se ha establecido que el tiro de sus publicaciones debe ser alrededor del diez por ciento de su población activa. En el caso de las revistas culturales se llega cuando mucho al cinco por ciento.

En medio de la crisis de valores actual es difícil lograr comprender la esencia de ser **universitario**, pues la reunión de los miembros, lamentablemente en su mayoría es eventual pues pese a que se reúnen por actividades tales como la búsqueda del conocimiento, el aprendizaje o la investigación, no existe un ideal o algún tipo de tradición o de compromiso real, siendo un problema generalizado, que tiene gran relación con la propia historia de la UNAM.

Se debe recuperar la conciencia universitaria, ser más críticos y responsables ante la sociedad y enriquecer y enriquecerse así mismos con la ayuda de los medios que brinda la propia universidad.

La universidad como marco espacial del acontecer educativo y cultural determina acorde a su propia situación, la forma, hasta ahora, desorganizada, en que se edita la revista *Los Universitarios* lo que ha provocado que sus funciones sustantivas no se cumplan eficazmente.

Por comunicación universitaria se entiende:

"El proceso de intercambio de mensajes y respuestas que se da entre, por y para la comunidad universitaria.

- entre la comunidad universitaria, porque son sus integrantes los que, en lo individual o por sector-estudiantil, administrativo o docente-, actúan en el proceso como receptores o emisores, siempre en el ámbito universitario o con relación o referencia al quehacer universitario.

- Por la comunidad universitaria, por que en síntesis, es la comunidad toda la que realiza esta variante del proceso comunicativo, y por que su discurso es distintivo, o propio, de un grupo organizado e integrado a una institución destinada a difundir críticamente la cultura universal y el saber instrumental, así como a preservar y reforzar la cultura nacional y regional.

Para la comunidad universitaria, porque mediante esta manifestación comunicativa, la comunidad se mantiene integrada y fortalecida y a la vez, se transforma y se vincula a la estructura social, donde puede desempeñarse como depositario del conocimiento científico, humanístico y artístico, y en donde puede ejercer la crítica y participar con las fuerzas sociales determinantes en la creación de un orden social, económico y político más justo y equitativo³⁷

Para finalizar esta breve exposición de la comunicación universitaria y de la importancia que tiene fortalecer a una de sus manifestaciones (las revistas) es fundamental el comentario que realiza el maestro Guillermo Tenorio Herrera:

"...los estudios y los estudiosos de la comunicación cada vez dan más señales de aproximarse, con seriedad, al fenómeno de la comunicación universitaria; pronto debe terminar el abandono (descuido) en que los universitarios tienen a su propia comunicación".³⁸

³⁷Tenorio Herrera *La Comunicación Universitaria* Tesis de Maestría Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, pág 261.

³⁸Tenorio Herrera, Guillermo, op cit. págs:289-290.

CAPITULO II

ANALISIS

SOCIOHISTORICO

2.1 CONCEPCION SOCIOHISTORICA DEL PERIODISMO

El papel de los medios de comunicación colectiva es ser un vehículo del pensamiento y también eje en torno al cual se agrupen adhesiones y al mismo tiempo se expongan embriones de ideas que quizá transformarán una realidad social.

Independientemente de los orígenes de las revistas culturales, sean del orden económico o político o como simplemente academicistas, tienen la función implícita de plasmar un testimonio de una época determinada, pero además de informar, orientar y propiciar un criterio con referentes objetivos acerca de lo que sucede en la realidad.

El periodismo cultural nos transmite un asunto o tema a través de la utilización de las distintas formas expresivas o géneros (literarios-periodísticos). Entre los géneros que más se publican en las revistas de cultura, destacan: ensayo, poesía, entrevista, artículo de fondo o profundo, reseña, biografía, crónica, cuento, novela corta de ficción, reproducción de conferencias y documentos, pero la comprensión de la realización de las revistas culturales a nivel universitario no acaba en su contenido, pues son elementos de un sistema social que finalmente las determina. Es por ello importante dedicar un breve espacio a la relación macrosocial entre el Estado, la difusión de la cultura y la educación en nuestro país.

2.1.1.1.LA POLITICA CULTURAL DEL ESTADO

En la acción del Estado mexicano están vinculados inseparablemente cultura y enseñanza. Sólo estos dos términos ligados integran la educación en un sentido cabal y completo. La enseñanza sin cultura es mero saber técnico y profesional, conocimientos que renuncian al saber íntegro de la persona y, por lo tanto, que no contribuyen a la identidad nacional. Por lo anterior es preciso distinguir qué es la técnica, pues a pesar de ser un *saber*, es dimensionalmente distinto al saber que otorga la cultura.

Técnica y arte

La técnica no es más que una aplicación metodológica de los conocimientos científicos, surgidos muchas veces de la práctica misma, para el logro de un determinado beneficio social o individual. La técnica es el conjunto de reglas para hacer bien algo (definición con la que se trataba de decir lo que es arte, por confusión etimológica del *tecne* (arte), griego). En la actualidad arte y técnica son conceptos distintos. El arte implica comunicación estética. La técnica, habilidades mecanizadas para la producción de aparatos, instrumentos, obras etc., con ahorro de factores temporales, energéticos y económicos, en el sentido moderno de tal palabra.

Cuando se conoce al objeto o a los objetos de una determinada ciencia, la labor resulta más sencilla y los logros más eficaces.

La ciencia, el arte a través del trabajo creativo, libre, no a destajo, han sido los impulsores más potentes del ser humano para contribuir positivamente al auténtico desenvolvimiento de la humanidad.

Las categorías sociales de la cultura, la política, la economía y la religión, aunque han sido frecuentemente instrumentos, pretextos para el dominio y el exterminio de lo humano, constituyen también procesos culturales, aunque no tan plenos, humanísticamente hablando, como las categorías intelectivas de la cultura que hemos mencionado, ya que política y economía son actividades de índole organizativa y no necesariamente las actividades propiamente culturales buscan dicha organización.

El escritor Antonio Rodríguez Hidalgo confiere gran importancia a la cultura que permite "un ser humano desenajenado, con juicio crítico, liberado del pensamiento salvaje, desinteresado en los procesos político-económicos como único fin de la existencia, y a quien no se puede engañar (todo hombre culto sabe que la finalidad del ser humano es fomentar la creación cultural en la técnica, en la ciencia, en el arte, en la filosofía, para beneficio del todo llamado humanidad)¹

Asimismo, el autor nos acota que si el hombre transforma sus concepciones valorativas y se ubica en el fomento de las categorías intelectivas de la cultura, la humanidad subsistirá, dominará a las fuerzas naturales; de continuar en el círculo vicioso de los hechos culturales de mero origen animal como los más apreciados (economía, política, deporte, sexualidad), que aunque son bases que deben realizarse positivamente, sin remedio, el esfuerzo de todos los hombres cultos en la historia de la humanidad (científicos, técnicos, artistas, filósofos) se precipitará junto con la desaparición de lo humano. A través de la creatividad finalmente el hombre se enaltece.

Por otro lado, la cultura que no se concibe como parte integrante de la educación difícilmente se convierte en medio de liberación personal y en dinámica de liberación e identidad comunitarias; esto ocurre en el caso de la revista *Los Universitarios*, que no forma parte sustancial en el desarrollo cultural de los miembros de la UNAM.

En nuestra época y en nuestra sociedad sólo se entiende una auténtica política cultural del Estado sobre un triple fundamento: la calidad, la extensión de la difusión y la libertad de los creadores e intelectuales.

La calidad de la obra y la extensión de la difusión trascienden la vieja y falsa polémica entre cultura de élites y cultura popular. En una verdadera política cultural del Estado, la excelencia de la obra debe ponerse al alcance del mayor número, debe difundirse masivamente.

No es verdad que la calidad esté reñida con la cantidad; quienes sostienen esto en definitiva pretenden prolongar una especie de paternalismo que desconfía de la capacidad educativa y de la inteligencia del pueblo.

¹Dominguez Hidalgo, Antonio *Iniciación a las estructuras literarias* pág. 28.

El paternalismo impide que se difundan ampliamente y que se haga evidente un desprecio hacia el pueblo "no refinado", a las clases trabajadoras y a los sectores marginales de la ciudad y el campo.

Quienes sostienen, por otro lado, la exclusividad de la llamada "cultura popular" se incurren en el error de despreciar las obras universales que también son importantes en la formación del hombre.

En este trabajo se parte del criterio opuesto: las obras de la cultura deben llegar, preferentemente, a todos los grupos sociales y regiones del país.

Cuando son en verdad excelentes operan en un sentido educativo y, desde luego, son apreciadas y asimiladas por las mayorías.

Al respecto Víctor Flores Olea dice que la política cultural del Estado debe fundarse en la más estricta libertad de los creadores. Sin libertad no hay cultura. La libertad es la condición "sine qua non" de la vida cultural.² Este es el riesgo que nuestro país debe tomar día con día. Por ejemplo, vemos que al interior de la Universidad Nacional Autónoma de México se encuentran distintas manifestaciones artísticas, cuyo ejemplo más ilustrativo es el museo del Chopo donde existe una pluralidad de expresiones artísticas que pueden ser catalogadas como "subversivas y contraculturales" pero que tienen un espacio sin censura que les da cabida y ello es una cualidad que la UNAM posee en cuanto a libertad de expresión artística.

En este aspecto, es que a través de los medios masivos de difusión, muchos de ellos en manos de mercantilistas, se milita en contra de la libertad de expresión, y de la cultura.

Pese a lo anterior existe una enorme censura en los medios de comunicación colectivos y esa es la ventaja que posee la comunicación universitaria, en nuestro caso, la cultural, donde se presenta una libertad de expresión que en otros medios no se propicia.

Es obvio que al Estado sólo le compete realizar un número limitado de las acciones culturales que se dan en la sociedad. Por definición, la vida cultural de un pueblo no es, ni de lejos, actividad del Estado sino acción social, actividad de la comunidad entera, que por este acto, expresa y afirma su imaginación creadora.

²Flores Olea, Víctor. *La política estatal en la cultura*, pág 2.

En este sentido, la política cultural del Estado debe ser más bien, una invitación a la acción, un estímulo a la expresión creadora y a la afirmación de la personalidad individual y colectiva a través de una obra de arte y de la obra de la cultura.

El Estado no puede suplantar la acción que surge de la sociedad; puede en cambio propiciar su aparición, ayudar a que se manifieste libremente, contribuir a que se difunda con amplitud, otorgar facilidades para que el creador (individual o colectivo) se exprese sin graves obstáculos.

Así la política cultural del Estado tiene dos grandes vertientes: aquella actividad que le corresponde al Estado mismo y aquellas que le compete a la sociedad (y a individuos y organismos de la sociedad) y que el Estado debe simplemente propiciar, facilitar, estimular. Estos campos de acción no deben confundirse jamás, porque se derivarían graves conflictos entre el Estado y la sociedad.

Al Estado no corresponde dictar las normas, estilos y criterios estéticos a través de los cuales han de expresarse los literatos, grupos de teatro o revistas privadas de difusión cultural, y mucho menos, sustituirse burocráticamente a la acción de los hombres y grupos de cultura.

Propiciar así, pero no dirigir la creación de la cultura ni suplantar a los hombres y grupos libres cuya función consiste precisamente en la creación de la cultura.

Los objetivos más generales de esta función, cuya filosofía se ha señalado a grandes trazos, consisten en difundir la cultura para educar mejor y en promover el conocimiento, la liberación y la identidad de los hombres de nuestro país.

Y, además en reforzar la responsabilidad y el ejercicio de la libertad, así como en estimular la capacidad creadora y artística de los mexicanos.

Es decir, la formación de una sociedad más libre, y de un mexicano capaz de comprenderse mejor y de entender el mundo contemporáneo y de militar en favor de la justicia y la democracia.

En definitiva se trata de propiciar el desarrollo de una sociedad, y de un individuo, aptos para distinguir y rechazar los valores puramente mercantilistas que se difunden a través de los medios modernos de comunicación.

La posibilidad de educar al pueblo en los valores más altos de la cultura y del conocimiento humano representa el gran reto que enfrenta la sociedad mexicana de nuestros días.

La formación de la sociedad mexicana comienza en nuestros días; si no aprendemos de los avances en el pasado y cimentamos bases más sólidas para la formación cultural del universitario, y del hombre común en general, estaremos renunciando a la posibilidad misma de una sociedad más libre y justa, más cercana a las exigencias de un hombre cabal, de un hombre sensible. Tales objetivos se alcanzarían a través de :

a) La preservación del patrimonio cultural de la nación; b) por la difusión nacional de las bellas artes; c) por el estímulo a la expresión cultural y artística de los grupos étnicos y de los sectores marginados y populares, así como por la difusión entre éstos, de los valores de la cultura del país y la universal; d) por el enriquecimiento y la difusión de la cultura escrita y, e) por la organización adecuada de los medios modernos de comunicación con que cuenta el Estado para transmitir cultura, enseñanza y educación a un gran número de mexicanos, utilizando también las instalaciones y equipos del sector público así como sirviéndose de los canales de radio, cine y TV, públicos y privados.

Es importante entender lo dicho en el inciso d), puesto que la difusión de la cultura impresa ha sido uno de los elementos más olvidados en cuanto a políticas culturales se refiere, pues se impulsan sectores radiofónicos, y televisivos, pero debido a la poca resonancia e influencia que tienen los medios impresos en el país, se ha optado por implementar proyectos destinados más hacia dichos medios audiovisuales que a los escritos.

2.1.2.PERIODISMO CULTURAL MEXICANO Y CULTURA

Lo importante es que engrandezco el espíritu y coadyuvo en la formación de humanos mas sensibles y mejores. Muchos dicen que soy el traje de domingo, pero en realidad, me llamo ... cultura"

A. Rodríguez y Barrán.

El periodismo, en su globalidad y sus especificidades, forma parte del fenómeno cultural que intermedia en la variedad de los hechos sociales y produce expresiones de ese acontecer, unas veces como información noticiosa, otras como opinión y no pocas, como formas de recreación y esparcimiento.

Desde este punto de vista el periodismo es un ejercicio expresivo, informacional, valorativo y sugerente de la cotidianidad cultural. Es decir, se ocupa de una permanente reformulación de la cultura, y al cumplir esa tarea, también se comporta como una cultura específica: la cultura de la información

En este sentido, el periodismo como comportamiento social es una de las tantas facetas que tiene el poliedro llamado cultura y se ha desarrollado de tal manera que actualmente es uno de los enjuiciadores principales de la sociedad, y entre sus actividades, difunde así como analiza, el devenir cotidiano por lo que ha llegado a ser un elemento fundamental para la vida social y personal de los hombres.

Una de las formas de cultura del periodismo y que engloba a la acepción que ocupa esta investigación, es la señalada por Alberto Dallal y aún antes por E.B. Tylor³, al concebir a la cultura como un objeto formal de conocimiento: es decir, el hombre y su medio: la cultura como un proceso dinámico que involucra todo el quehacer humano y como el "sistema vital de las ideas de cada tiempo".

³Cf. primer capítulo Marco Teórico metodológico .

Al respecto, el periodismo se ocupa de mostrar lo que pasa en la economía, la política, el mundo deportivo, los hechos violentos, etc. , y aunado a ello muestra un aspecto de suma importancia: la elaboración y la conjunción de una parcela periodística que crea, informa y difunde determinadas acciones humanas conocidas y reconocidas como asuntos o temas culturales, como un coto cultural particularizado dentro de la globalidad de la cultura social ya mencionada.

Ese es el punto exclusivo que hace aparecer una cultura dentro de la cultura, un periodismo específico dentro del periodismo general: el periodismo de la cultura.

Por ello , a nadie que lea con alguna regularidad los periódicos, o vea, igualmente, en forma habitual las barras programáticas de la televisión y escuche las emisiones radiofónicas que se ocupan de acontecimientos culturales le ha de parecer extraño que en ellos se comenten, opinen y difundan una diversidad de asuntos, que en una primera tentativa de clasificación, se agrupan de la siguiente manera:

Artísticos: exposiciones de pintura, escultura, recitales o tertulias literarias, conciertos musicales, espectáculos de danza y folklore artesanal; crítica de arte, cine y teatro.

Científicos: descubrimientos y avances de la investigación científica, desarrollo tecnológico, muestras de vestigios arqueológicos, y de otras formas de vida e invitaciones en torno a seminarios o conferencias.

En general, reseñas críticas de la producción bibliográfica nacional y extranjera, ensayos, problemas filosóficos, morales o religiosos, interpretaciones o esclarecimientos históricos y desde valoraciones político-religiosas, hasta disertaciones de la moda del vestir, los usos gastronómicos, la diversión, y la recreación contemporáneos.

De este modo a las preocupaciones y/o ocupaciones científicas y la búsqueda de expresiones artísticas, se suma una constante difusión de la creatividad proveniente del extranjero en forma de entrevistas, colaboraciones directamente concertadas y utilizando los servicios cablegráficos de las agencias internacionales.

En las agrupaciones presentadas no se agota el mosaico temático de lo que conocemos como Periodismo cultural, y pese a que fácilmente encontramos referencias que corresponden paralelamente a hechos de la vida cotidiana que pueden ser e inclusive son abordados en otras secciones ,ya sea en páginas impresas o en los noticieros de medios

electrónicos, se hace manifiesto que dichos asuntos versan sobre las expresiones simbólicas que conforman al ser humano.

Esto significa que estamos frente a dos manifestaciones comunicacionales de la cultura humana o que existen en el caudal informacional del periodismo dos vertientes culturales:

Una, en sentido estricto, es la difusión de los comportamientos sociales que, como hechos culturales, se originan en la necesidad de proveer materiales cognitivos, estéticos y percepciones axiológicas destinados a la alimentación y nutrición del espíritu humano; al desarrollo mental y al enriquecimiento cualitativo del hombre mediante el producto estético que resulta de la combinación de su aprehensión racional y de las percepciones del sentido, y que es el concepto cultural que fundamenta este estudio.

La otra vertiente, coincidiendo con Ortega y Gasset y con Ivan Tubau ⁴, es el inmenso acervo de la creatividad del hombre, es - en sentido lato-, la suma de la selección de todas las perpetraciones destinadas al mejoramiento del hombre y su vida material, sea por la vía del desarrollo científico y de la tecnología, sea por la de la economía, de la educación o de la normatividad jurídica y creadora, o también, el mundo de las sin razones que configuran el odio, la discriminación, la explotación y la violencia en todas sus formas.

Existe así, en el universo de la cultura humana, otra cultura, como forma y contenido, que tiene que ver con los elevados ámbitos de las humanidades donde el pensamiento profundo, la reflexión, la búsqueda filosófica, el arte, la música y la poesía y la cotidianidad como matriz, reberberan en el deslumbramiento estético de su novela, su cuento y su crónica:

"... discurren como una alfombra mágica para encontrar y elevar la ansiedad humana en formas simbólicas que hagan macerar del mito, de la leyenda, de la biografía y de la historia, un vino existencial que sublima la energía en euforia y lo hace discurrir para que seamos capaces de transformar los recovecos de la escapatoria en el sendero firme de una nueva y persistente afirmación: la cultura" ⁵

⁴Tubau, Iván *Manual de Periodismo cultural*. Dice que la cultura es lo que cada periódico y revista concibe como tal pero agrega: " cultura es igual a arte y libros".

⁵ Calvimontes y Calvimontes, Jorge *El nuevo periodismo mexicano* inédito, pág. 3.

Así, en el mundo del periodismo cultural se transcriben cuentos, poemas, crónicas, ensayos, etc. que dejan muestras de la creatividad de quienes al escribir, combinan la sensibilidad y los razonamientos con una particular capacidad expresiva, y que finalmente nos permiten viajar en un ámbito distinto, sensible y edificante.

No debe olvidarse, dentro de esta misma idea, que el periodismo cultural es una alternativa atractiva para los autores que, ante las dificultades económicas para la edición de libros, recurren a las páginas de los diversos diarios y a las revistas culturales.

A través de su historia estos espacios culturales impresos han servido como plataforma para artistas jóvenes que lograron consagrarse como escritores: Fernando Benítez, Octavio Paz, por citar algunos y que, después de ello, siguen colaborando dentro del periodismo cultural para darle mayor difusión a su obra.

Los espacios culturales se convierten en opción trascendental que no tienen que alejarnos de la obra del autor, sino guiarnos hacia ella, por lo que el periodismo cultural debe motivar al lector a un acercamiento con los libros de los escritores que se manejan puesto que ellos "no pueden vivir de sus libros y son los que casi siempre han dado el material para la creación de los suplementos culturales"⁶.

Cabe decir que la gran ventaja de las publicaciones culturales es la enorme variedad temática que, en relativamente pocas páginas presenta un abanico de imaginaciones y realidades diversas, sin olvidar su alcance a una población mayor.

En términos generales queda claro que el periodismo cultural pese a deficiencias intrínsecas a su praxis, posee un campo vital de información, crítica, opinión, y sobre todo de creación cultural.

Es de conocimiento general que los medios de comunicación, especialmente en las sociedades industriales son instrumentos de estabilización mas que de cambio. Ejercen una fuerte influencia en la divulgación del saber y conforman los modos exteriores de comportamiento.

⁶ Colina, de la José, Director del Semanario *Novedades en Conferencia Suplementos culturales*. en Casa Universitaria del Libro, septiembre de 1995.

Dentro de un contexto de progreso social, los medios de comunicación pueden contribuir a democratizar la cultura y la educación en un proceso lento. Sin embargo este propósito en la mayor parte de los casos, queda en idealización.

Por ejemplo, se observa que la televisión cultural- con subsidio estatal- ofrece una apertura masiva con los canales once y veintidós en nuestro país, que empero, no han dado los resultados esperados.

Uno de los factores de dicha problemática es la priorización a los programas extranjeros que impiden que se manifiesten las expresiones propias de nuestra cultura.

Por otra parte existen algunas circunstancias adversas para la televisión cultural - entre ellas la universitaria- como lo es una cobertura insuficiente, así como horarios difícilmente accesibles a los receptores mayoritarios.

Todo ello aunado a dos factores esenciales: primero, una televisión privada que no se preocupa por difundir esta área de cultura determinadamente y segundo: la falta de hábitos en torno a la cultura por parte de los receptores, ya sea por vía radiofónica o por la televisiva.

De esta manera, se enumeran diversos aspectos y características que a través de la observación cotidiana del quehacer cultural y de los estudios preliminares que conforman lo que Thompson denomina - *Hermenéutica de la vida cotidiana* , pueden servir como guía a la investigación en su conjunto.

La primera característica que se observa en el periodismo cultural es el decrecimiento del elitismo que predominaba en él hasta hace algunos años.

Ahora, el fenómeno cultural periodístico es un espacio que ve constantemente enriquecida su población participante, y aunque todavía el influyentismo es llave de ingreso, ya no son ni dos ni tres los grupos que lo acaparan.

Por otra parte, aunque la crisis económica detonada en diciembre de 1994, ha impuesto la desaparición de una significativa cantidad de publicaciones culturales (Memoria de Papel, Tierra Adentro, etc.) es todavía amplio y diverso el abanico de las mismas si las comparamos

con las escasas hojas que se publicaban hasta la década de los años sesenta⁷

Además, por citar un caso: el canal 11 cambio su imagen en los últimos años procurando formar en torno a sus programas un auditorio heterogéneo; coincidentemente ese ha sido el propósito que, en la época actual, trata de seguir la mayor parte de quienes hacen periodismo cultural.

De la misma forma la revista "Nexos" ha presentado cambios en su estructura interna con el fin de captar mas lectores pese a la situación de crisis imperante.

Rafael Perez Gay, subdirector de "Nexos" y director editorial de "Cal y Arena", señala que los cambios recientes del directorio se deben a la búsqueda de una revistas mucho mas cultural, mas literaria y con menor carga política como se había manejado recientemente:

"Pensamos que hay una sobreoferta de política en medios y hay una franja que demanda cultura; esto significa que buscamos un concepto cultural amplio con énfasis en la literatura, el cine..."⁸

Una segunda característica: el periodismo cultural mexicano se manifiesta como una convergente, aunque no predeterminada, labor de creación, revisión, reformulación y proposición de la realidad social, a través del cuestionamiento de lo formal y lo simbólico, desde el texto y el contexto de la expresión artística, de su difusión y de sus valoraciones.

Tercera característica : al mismo tiempo que un conjunto de foros de expresión plural es una crestomatía cotidiana que así como transmite también conserva, en calidad de memoria publica, la gran diversidad de las perpetraciones culturales y estéticas.

Cuarta característica : reúne, organiza y entrega a la demanda pública las versiones literarias figurativas, reconstructivas o imaginarias de la realidad social y de las individuales subjetivaciones acerca de la correspondencia que debe existir entre lo formal y lo simbólico del comportamiento social.

⁷Jimenez Padilla, Jesús *Historia Mínima del periodismo mexicano* en *Revista de Revistas de Excelsior*, 1 de junio de 1984.

⁸Pérez Gay, Rafael. Entrevistas realizada en la oficina de *Nexos*, 15 de octubre de 1995.

Quinta característica: se constituyen en espacios repetitivos para la afirmación de auténticos valores, al mismo tiempo que realizan consagraciones oficiales.

Sexta característica : aunque no existen indicadores inequívocos de que la mayor parte de las publicaciones culturales, secciones, suplementos o revistas se hayan convertido en verdaderas escuelas con filosofías, tendencias y estilo propios hay, al menos, dos o tres casos en los que la evitación y la exclusión hacen pensar en la existencia de grupos cerrados o difíciles de penetrar, como sucede en "Vuelta".

Aurelio Asiain , colaborador de dicha revista explica que las revistas literarias, surgen de afinidades y en este caso específico, es un relevo generacional lógico de "Plural" y de generaciones de amigos del director, Octavio Paz, conformándose una "revista de director"⁹ pues el es el protagonista y debido a su amplia trayectoria intelectual define automáticamente la concepción y el estilo de la revista.

Séptima característica: El periodismo cultural es el encargado de reforzar conocimientos, valores, identidad; es la expresión humanística cotidiana de un país, su expresión plural.

Cualquiera que sea su tendencia no se trata de una simple ni complicada ornamentación institucional y hay algunos que se esfuerzan por ser mas que un club de amigos e instituciones.

Octava característica: El periodismo cultural tiene una enorme responsabilidad ante la sociedad. Es y debe ser vehiculo de dialogo y polémica humanística para renovar el pensamiento de la sociedad o, por lo menos, contribuir a su constante enriquecimiento y renovación.

Novena característica: Sus formas expresivas son diferentes a las del periodismo universal. El lenguaje no solo es informativo sino que felizmente contamina de la afectividad y el arraigo literario .

Aquí la disposición a la creatividad expresiva, la motivación del cometido estético convierten al suplemento o a la sección cultural por ejemplo, en una especie de archipiélago flotante sobre el encrespado mar de la vida prosaica.

⁹ Asiain, Aurelio *Curso Revistas literarias y Suplementos culturales* 22 de septiembre de 1995.

Una vez manifestadas las distintas características observadas a un primer nivel de acercamiento práctico y teórico de nuestro objeto de estudio, es necesario mencionar el abanico de opciones que presenta la prensa cultural en la ciudad de México. Si se le analiza cuidadosamente, se obtendrá como resultado que existen ocho suplementos y aproximadamente 13 revistas que destacan por su calidad formativa e informativa.

Se hace necesario identificar dichos productos culturales debido a su relevancia en y por ello, también enlistarlos:

REVISTAS:

- Artes de México
- Biblioteca de México
- Etcétera
- Gaceta del Fondo
- La Jornada Semanal
- Poliéster
- Nexos
- Vuelta
- Universidad de México
- Los Universitarios, Casa del Tiempo
- Ciencia Arte : cultura
- El Caldero
- El Acordeón

Las últimas revistas citadas dependen de una institución de educación superior de la Ciudad de México y posteriormente serán analizadas para la comprensión de la problemática central de esta investigación.

SUPLEMENTOS:

- El Ángel de Reforma
- El Búho de Excélsior
- La Cultura en México de Siempre|
- Cultural del Universal
- Sábado de Unomásuno

México en la Cultura del Nacional
El Semanario de Novedades
Cultura del Financiero.

Si se observa esta gama de publicaciones se hace evidente un grupo de revistas, en primer término, privadas y con una concepción diferente del otro grupo: las dependientes de una institución educativa.

Por parte de los suplementos cabe reflexionar que todos se encuentran abrigados dentro de los periódicos de mayor circulación en el país, por que resulta obvia su cobertura.

Al igual que el resto de la prensa, la de cariz cultural padece de los inconvenientes de una distribución monopolizada, y aún más, de una deficiente difusión en comparación a las publicaciones de otro contenido y perfil.

Es de suma importancia indicar la relación que existe entre los diversos suplementos y revistas manifiesta en los colaboradores de unos y otras.

Asimismo, el suplemento o en su caso la revista, forman parte de todo un proyecto cultural que engloba inclusive Casa Editorial, programas televisivos y otras actividades vinculadas a la cultura que se desarrollan con fines específicos (Obsérvese Nexos, Revista Universidad de México, entre otros).

En cuanto a las publicaciones dependientes de una institución educativa caben dos señalamientos:

1) Son publicaciones que representan la concepción que posee acerca del quehacer cultural una determinada institución y por ende, son manufacturadas mas hacia el exterior que al mismo interior de las Universidades.

2) Por dicha concepción, adolecen de falta de publico entre sus propios universitarios y generalmente al trabajar con un presupuesto otorgado por cada Universidad, muchas veces no existe una preocupación real de los emisores de las mismas para que sean distribuidas, creando embodegamientos verdaderamente desalentadores.

De esta manera hablar de la edición de las revistas culturales a nivel universitario es hablar de un consejo editorial ornamental, pues casi siempre terminan elaborando las revistas un máximo de cinco personas que al conformar una revista en estas circunstancias, se ven en verdaderos problemas para complementar todo un proyecto cultural.

Esta parte del periodismo como se podrá apreciar no es puramente informativa y aunque tiene bastante información, fundamentalmente esta dirigida a promover conductas, a orientar así como a formar.

Finalmente, el Periodismo Cultural debe mantenerse en constante evolución conservando su propia coherencia interna. Su renovación y extensión requieren de libertad, de trabajo creador y equilibrio entre acercamiento por parte del lector a la publicación en su conjunto y viceversa.

El periodismo cultural es una labor edificante y que debe valorarse como quehacer creativo, educativo, participativo, pero ante todo como una experiencia vital e indispensable.

2.2. PERSPECTIVA SOCIOHISTORICA DE LAS REVISTAS CULTURALES DE LA UNAM.

2.2.1. UNAM Y DIFUSION. LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR COMO DIFUSORAS DE LA CULTURA

En la sociedad contemporánea parece existir un consenso poco usual alrededor de la necesidad de reformar las universidades e instituciones de educación superior.

En un ámbito donde el conocimiento y la tecnología se transforman de forma vertiginosa, estos centros educativos parecen ser conservadores y estar ligados a tradiciones y prácticas poco efectivas. Los sectores público y privado presionan fuertemente en favor de la adopción de cambios financieros y administrativos. En muchos casos, las autoridades de las universidades culpan a académicos y estudiantes por la inmovilidad de la educación superior.

En las universidades mexicanas, sin embargo existe al parecer una actitud contraria hacia el cambio estructural que las adecúe a las necesidades contemporáneas de la sociedad mexicana.

Se entiende por reforma estructural aquella que produce cambios a la organización sistemática del trabajo y de las disciplinas académicas, y que por ende, transforma la estructura de gobierno.

Es una modificación a nivel organizacional (ajuste de niveles de modalidades educativas), estilos de gobierno, democratización del poder y de las políticas académicas.

Esto es, un cambio que altere profundamente las relaciones tradicionales entre los miembros de la comunidad universitaria y al mismo tiempo, las de la institución con la sociedad en su conjunto.

Como es sabido, las características ideales de los sistemas de educación superior, es que gocen de una gran autonomía en la sociedad y que desarrollen sus propios patrones de acción, hecho que en la realidad mexicana parece nulo.

Es por esta razón que en la búsqueda de las características básicas de una institución de educación superior, tenemos que concentrarnos en la forma en que ésta determina el cambio y la acción. Por ello se explican a continuación las nociones generales que dichos centros

tienen del quehacer de la Extensión y en particular de la difusión y la manera en que ambos conceptos se complementan y sugieren una política cultural determinada.

Si se revisa con cuidado el proyecto del Programa Nacional de Extensión de la Cultura y sus Servicios ¹, se observa que existe una imbricación entre las tres tareas fundamentales de cualquier Institución de Educación Superior (IES): la docencia, la investigación y la extensión.

Asimismo, Graciela Hierro considera a la Extensión universitaria como una de las tareas normales de la universidad de nuestra época.²

Las tres funciones son la base en que las IES se apoyan para cumplir los objetivos para los cuales fueron creadas: enseñanza, creación y difusión de la cultura que emana de sus aulas.

En el momento de crisis actual, la extensión de la cultura se vuelve un instrumento imprescindible para el desarrollo de la educación superior.

La extensión entendida como ese poder "palpar cotidianamente el quehacer de la comunidad, su problemática y su necesidad," y que proporciona elementos de valor para la planeación y el desarrollo de la docencia y la investigación y permite que éstas sean congruentes con los objetivos y problemas nacionales.

En épocas de crisis, conviene recordar que las Instituciones de Educación Superior, como lo es la UNAM, deben ser instrumentos del pueblo al servicio de la cultura.

"Se debe propugnar por hacer de esta actividad el centro por excelencia del estudio de los grandes problemas nacionales. De esta manera se revierten sobre la sociedad los beneficios de la educación superior... debe prevalecer la función crítica en la difusión cultural, de manera que se extienda el verdadero espíritu universitario a toda la comunidad que cobija todas las tendencias y divergencias de opinión."³

¹Programa de Extensión de la cultura y sus Servicios. ANUIES, pág 5.

² HIERRO, Graciela. *Naturaleza y fines de la educación superior*. Cuadernos de Planeación, UNAM, México 1990.

³IBIDEM

En tanto que interacción: universidad-comunidad y vinculación: docencia-investigación, la extensión de la cultura y sus servicios es también, básicamente un proceso de comunicación social.

Integran este circuito comunicativo las funciones, objetivos, políticas, actividades y aún la organización de las diversas IES que existen en el país.

Paulo Freire concibe a la extensión como una "transmisión de un sujeto activo o transmisor de un contenido (seleccionado por el transmisor) hacia un receptor (del contenido) como una dación (vg. algo que se encuentra dentro de un cierto espacio y que es llevado por el transmisor a quienes se encuentran fuera del mismo); mesianismo (del agente extensorial); superioridad (de aquello que el dador entrega); inferioridad de quienes reciben; transferencia mecánica (la acción del agente extensional); invasión cultural (a través de aquello que se entrega, reflejo de la visión del transmisor, respecto del mundo y que se impone sobre quienes-pasivamente-reciben)."⁴

EXTENSION UNIVERSITARIA Y DIFUSION: ACERCAMIENTO TEORICO

La extensión universitaria es reconocida como una de las finalidades esenciales dentro de una Institución de educación superior. En nuestro caso, la extensión dentro de la UNAM se integra a partir de los siguientes géneros:

La extensión de la docencia (organizada de forma distinta a las de los planes curriculares); la extensión de la investigación, (fuera de la Universidad); la difusión de la cultura y la prestación de servicios institucionales, sociales, profesionales y asistenciales, entre otros.

La comunicación es el factor principal que conforma la extensión universitaria, aunque existen entre sus acciones grandes diferencias no sólo de forma sino de grado.

La extensión es la comunicación de la cultura pero como se ha señalado, en diversos grados.

⁴Freire, Paulo *Educación for critical conscienceness*. Continuum Book, Seabury Press, New York, 1973, pág. 95.

Raúl Béjar Navarro acota que la profunda diferenciación de clases sociales prevaleciente en México, conlleva una inadecuada comprensión mutua que se manifiesta en un decremento en la capacitación del sentido de pertenencia nacional.

“Los intentos de comprensión cultural entre clases sociales, a menudo se ven frustrados por la inadecuada comprensión mutua, directamente correlacionada con las diferencias de conducta preestablecida...”

Publicaciones, programas de televisión, proyectos de instituciones educativas y de difusión, que intentan o han tratado de difundir masivamente obras de calidad (según la élite culta) a menudo encuentran que sus objetivos no son cumplidos por la no aceptación de los destinatarios del mensaje. El fracaso de estas políticas pudiera ser el desconocimiento de la formación sociohistórica de las subculturas nacionales que se gestan en medios esencialmente distintos, terminando en un conflicto cultural.”⁵

Jorge Fernández Varela indica:

“.. es importante destacar el hecho de que las consideraciones que hemos hecho en torno al papel integrador y de desarrollo de la solidaridad, particularmente a través de la educación, no obstante el riesgo de caer en lugares comunes por lo esquemático de las exposiciones y a pesar del carácter anaglífico del tema, se proponen estimular la realización de análisis más rigurosos de estas cuestiones más útiles para el diseño de planes de extensión académica.”⁶

Generalmente en las universidades, la extensión, no se ejerce como comunicación humana ni integrada a las otras funciones: docencia e investigación.

Las universidades realizan una actividad semejante a la extensión pero que no es la función académica, que se denomina difusión cultural.

En un sentido estrictamente semántico, la extensión es la proyección de la universidad hacia el exterior, se entiende que realiza una labor de transmisión de conocimientos, ciencia, arte más allá de sus aulas para una audiencia no vinculada formalmente con ella.

Pero no basta dirigirse a un público ajeno al quehacer académico para que se configure la extensión.

⁵ANUIES *Proyecto del Programa Nacional de la Extensión de la Cultura y sus servicios*, pág. 54.

⁶IBIDEM, pág. 65.

Cuando se concibe la extensión universitaria como comunicación humana, estamos pensando en una interacción entre la universidad y la comunidad en una relación dialógica. Es el diálogo, que significa dar y recibir, lo que da a la extensión-comunicación su condición humanista.

La extensión universitaria es la integración humanista del hombre capaz de condicionar una visión totalizadora de él y su mundo con el fin de conquistar su libertad histórica, práctica y social.

El quehacer intrauniversitario totalizado - docencia, investigación, y extensión- permite llegar a través del conocimiento profundo de la realidad nacional, al análisis crítico en integral de la sociedad.

La condición dialógica de la extensión es la única vía humanista que puede propiciar un proceso de transformación social.

"la extensión, así entendida contribuye, investigando en el ámbito social y haciendo masiva esta investigación, al dar vigencia al sentido humanista en el proceso de cambios y a no permitir las formas de sojuzgamiento, de dependencias y colonialismo, que se han producido permanentemente en nuestra cultura. Fácilmente se comprende el alcance profundo, nacional y popular, que tiene la extensión así entendida y al través de ella, es como la universidad participa en el proceso revolucionario"⁷

A través de la historia de la Universidad Nacional Autónoma de México se ha ido delimitando el marco de acción y concepto de la extensión y difusión cultural. Así el nuevo concepto de extensión universitaria y de difusión cultural se halla vinculado con los análisis sociológicos de la época sobre el papel de la educación en el interior de una sociedad determinada, y que trascienden su consideración como simple fenómeno escolar o pedagógico.

La educación es un subsistema social que forma parte del sistema social global y por tanto, es un reflejo de éste, pero goza de autonomía para a su vez, influir en sobre la sociedad y propiciar su cambio, si procede de manera adecuada.

⁷Tunnermann B., Carlos *Notas sobre la conceptualización de la Extensión Universitaria*. UNAM. 1981 pág 45.

Este fenómeno se inserta dentro de una superestructura social, recibe las influencias que surgen de la infraestructura productiva y de la sociedad en su conjunto, cuya reproducción asegura.

Es por ende, una relación dialéctica al mismo tiempo que esta característica le confiere el carácter de cambios sociales.

"Los sociólogos de la educación atribuyen a estas tres funciones básicas en el seno de la sociedad: a) la función técnico-económica, que consiste en la formación y reproducción de la fuerza de trabajo, es decir, la calificación de los recursos humanos necesarios para el sistema educativo; b) la función clasista, en el sentido de que el sistema educativo actúa como un selector social, que ofrece una educación diferenciada según la extracción social y, a la vez, no excluye cierta movilidad social, pues permite reclutar el talento necesario a la clase dominante y dar así cierta elasticidad al sistema de clases sociales; y c) la función de consenso ideológico y cultural o de socialización, en virtud de la cual internaliza el esquema de valores y de normas que consolida y legitima, a nivel subjetivo, el sistema social imperante."⁸

La Universidad y por tanto, la Extensión y la Difusión de la cultura pertenecen a un subsistema cultural - si lo enfocamos desde un enfoque estructural funcionalista- que junto con los subsistemas político y económico, conforman el denominado sistema social.

OBJETIVOS DE LA EXTENSION UNIVERSITARIA

La extensión universitaria, como ya se ha mencionado es la tercera función sustantiva de la UNAM, y se institucionaliza al final del artículo primero de la Ley Orgánica (6 de enero de 1945) y del Estatuto General de la Universidad Nacional Autónoma de México (febrero-marzo de 1945), con múltiples adiciones posteriores que no han afectado a dicho artículo primero.

Se trata, en efecto, de "extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura", extensión cuya esencia es la comunicación verbal y no verbal, así como la muestra de una idea de servicio.

"Las acciones o actividades intramuros contribuyen a la formación de los futuros profesionales capacitándolos para una visión más integral

⁸IBIDEM, pág. 67.

de la cultura, que amplía la perspectiva particular de las especializaciones y en primer término de los campos a los que circunscriben los contenidos y métodos específicos de las profesiones.”⁹

La cultura en general y en lo particular, las aportaciones a la docencia y la investigación, las dos primeras funciones sustantivas de la UNAM , se comunican afuera y adentro de la institución por los canales de extensión universitaria.

Que éstos sean adecuados o inadecuados, óptimos o ineficaces es el problema del cumplimiento cabal de la finalidad asignada a la extensión universitaria .

Las funciones de la extensión universitaria son: comunicar y promover la cultura , produciéndola, difundiéndola y brindar servicios concretos de utilidad pública.

El uso de canales propios de los medios de comunicación colectiva une también a la difusión cultural y a las extensiones de la docencia y la investigación.

La difusión de la cultura impresa (libro, folleto, publicaciones periódicas) es la disseminación constitutiva de lo que Marshall McLuhan llama la “Galaxia de Gutenberg” sin olvidar la importancia del auge del cine, la televisión, y los sistemas mixtos (palabra más imagen) denominados historietas.

El emisor inmediato en la comunicación impresa es el autor, perteneciente o no a la UNAM .

Joaquín Sánchez McGregor puntualiza que la producción editorial de la UNAM se encuentra separada y dispersa, en lo académico y en lo administrativo; por lo que respecta, desde luego, al área humanística , pero también sucede algo similar en las publicaciones periódicas del área técnico-científica.

Para concluir este apartado, este autor señala que hace falta una política editorial que permita que publicaciones tales como la revista *Universidad de México*, *Los Universitarios*, *Punto de Partida* y muchas otras tengan un alcance cualitativamente mejor dentro de la comunidad universitaria.

⁹UNAM, *Universidad en Marcha* México D.F. 1980. pág. 7.

2.2.2. LA EXCELENCIA ACADEMICA Y SU RELACION CON LA EXTENSION Y LA DIFUSION EN LA UNAM

La UNAM, como el centro de educación universitaria más importante del país, repercute intensamente en lo que sucede a un nivel macrosocial dentro del país por lo que en los últimos años es el sitio de militancias políticas y conflictos de intereses y de poder que muchas veces alejan a esta institución de su cometido inicial: la educación.

Existe una divergencia en cuanto a la intervención sociopolítica que impera actualmente en las universidades y de las funciones de esta . Por ejemplo, Eleazar Morales señala:

"Al contrario de superespecialistas requerimos profesionales con conciencia social, con dominio de las interrelaciones entre disciplinas y dueños de lo axial de la sociedad.

Requerimos en fin de profesionistas egresados de universidades libres, donde se estudie el cambio y se aprenda a conducirlo, profesionistas representativos de lo nacional y de lo básico. Ni de técnicos superespecializados, ni de académicos circunscritos a la interminable preparación sin compromisos o participaciones en la producción, en la economía, en la cultura o en la política.⁹

La cita anterior nos conduce a pensar en el significado de la pluralidad como característica esencial de una institución educativa, pues ella permite conformar un todo por lo que considero que el autor es extremista pues así como es importante tener profesionistas con conciencia social, también se requiere de los "superespecialistas", sin descartar al uno del otro, pues el ideal de unir a ambos en una misma persona.

Por otro lado, las funciones que realiza la Universidad se hacen acorde a las condiciones materiales y sociales que le circundan. Es obvio que la calidad de las acciones desarrolladas en una institución universitaria dependerá no sólo de los objetivos señalados, sino de lo dicho anteriormente.

⁹Morales, Eleazar. *Conferencias en torno a la Excelencia Académica*, México, D.F. 1990.

Obsérvese que el principio de excelencia académica condiciona la calidad exigida que idealmente es la máxima, a la realidad de lo posible.

De ahí se desprende que una de las funciones prioritarias de cualquier universidad es ampliar al máximo sus posibilidades de desarrollo; en otras palabras, el rector de cualquier universidad debería preocuparse por facilitar la transformación de lo imposible en lo posible, o sea promover las condiciones que favorezcan la creación literaria, artística y científica. Esto se dice pronto pero no es fácil de hacer, especialmente cuando en los últimos tiempos la institución ha sido orientada en otra dirección.

En efecto, la masificación de la UNAM (y de todas las demás instituciones de educación superior afectadas por el mismo fenómeno) requirió la inversión de casi todos los recursos materiales y humanos en el esfuerzo docente, sin dejar prácticamente nada para las otras dos funciones universitarias, la investigación y la difusión de la cultura.

De esta manera, la UNAM se transformó en una gigantesca escuela técnica de calidad promedio mediocre, y varias de sus escuelas y facultades se convirtieron en meras fábricas de títulos.

La caída de la excelencia académica fue el resultado de una constelación de factores, entre los que pueden mencionarse los siguientes: ingreso excesivo de alumnos con pésima preparación, protegidos del examen de admisión por el pase automático; aumento consecuente del número de profesores incapaces y sin vocación académica; grupos demasiado grandes de alumnos en carreras y materias eminentemente prácticas, con prevalencia forzada de la teoría sobre la adquisición de habilidades especializadas; compresión de los programas de enseñanza anuales en semestrales, y de los días de trabajo de ocho horas en medio tiempo; aparición de las incompatibilidades de materias con secuencias obvias de aprendizaje; anarquía total en los sistemas de evaluación, tanto parciales como finales, lo que permitió obrar con impunidad a profesores "barcos" o de plano deshonestos.

La pérdida de la excelencia académica puede manifestarse a través de varios índices, de los que solamente mencionaré dos, uno externo a la universidad y el otro propio a ella.

El índice externo es el grado de aceptación de los distintos profesionistas universitarios en el mercado real de trabajo, que no sólo se conoce a través de las opiniones de los diferentes empleadores potenciales ("si se graduó en la UNAM ni se moleste en venir) sino por el grado de desempleo de los egresados de las distintas escuelas y facultades.

El índice interno es el nivel de la educación en el posgrado, medido a partir de datos tan elementales como el número de alumnos inscritos en la maestría y en el doctorado, en relación con los inscritos en las licenciaturas, o bien del número de graduados por año, y además de la producción humanística, científica y artística tan escasa derivada de las divisiones de posgrado de la UNAM, en vista de que la esencia de este nivel educativo es la creatividad original.

El grave deterioro de las funciones de la UNAM es un costo demasiado alto para obtener alguna ventaja a cambio, pues a opinión de Ruy Pérez Tamayo lo único que sucede "es que el gobierno decidió comprar tiempo a cambio de la excelencia académica y para pretender que no existía un problema gravísimo de justicia social en la juventud mexicana."¹⁰

Por lo arriba citado, es necesario detenernos en una de las funciones esenciales de la UNAM y que está estrechamente vinculada a las otras dos funciones de docencia y extensión: la investigación.

El objetivo de toda universidad debe ser el enseñar a pensar e investigar. La creatividad y la reflexión se cristalizan en el dinamismo de la labor cotidiana de la investigación.

"La investigación es el más suculento fruto de los muchos que la sociedad recibe de la universidad. Quienes la hayan degustado juzgan que no hay actividad comparable a la investigación, puesto que es al mismo tiempo, arte y creación, sistema y elegancia" ¹¹.

¹⁰Pérez Tamayo, Ruy *Las Funciones de la UNAM*, en *Nexos*, julio de 1989, pags: 14-16.

¹¹Soberón, Guillermo *La Investigación como función universitaria esencial*. México 1980, pág 65.

Como señala Héctor H. Fernández ¹² El currículo es sólo un modelo un proyecto o un ideal de lo que se pretende oficial o institucionalmente de la escuela; pero que no tiene en cuenta a los sujetos (maestros, alumnos, e incluso directivos) ni a los espacios concretos y dan existencia a esa institución escolar.

Con ello se pone de manifiesto que las condiciones de la realidad curricular en la universidad son tan distintas a los proyectos originales de la misma, aplicándose esta situación a la difusión y la extensión de la cultura, pues quedan como una posibilidad que no se estructura concretamente en la UNAM.

CONCLUSIONES

La universidad desempeña funciones insustituibles. Si no provee a la sociedad de personas capaces y cultas que puedan dirigirla, ésta será gobernada por hombres carentes de conocimientos y sensibilidad o por extranjeros. Si la universidad no divulga la cultura nacional, a más de los valores tradicionales y noveles, la sociedad se verá obligada a importar una pseudocultura. Y, si no producimos y sintetizamos la cultura por medio de la investigación independiente, no podremos cumplir con función alguna. Es esta frase la que permite entender la forma en que se concatenan las tres funciones que edifican a la universidad actual: docencia, investigación y difusión.

La universidad es el sitio ideal para investigar porque propicia la competencia académica, favorece los sistemas educativo y científico; acelera el desarrollo tecnológico e incrementa el aprovechamiento de los recursos naturales y humanos; además renueva los valores de la identidad nacional e impulsa la cultura.

La difusión y la extensión universitarias deben ser elementos centrales en la constitución de un verdadero modelo educativo en la UNAM y es importante redefinirlas, repensarlas y sobre todo tomar conciencia del valor sociohistórico que dichas actividades poseen.

¹²Fernández R. Héctor *Apuntes generales sobre el currículo* en *Foro Universitario*, marzo 1987, págs: 47-52.

Si se quiere llegar a la modernidad, ésta no se puede concebir sin una integración coherente y planificada de las tres funciones de la UNAM.

Por una parte la docencia debe mejorar sus estrategias didácticas y sus planes de estudio deben ser más apropiados a las necesidades de la sociedad sin olvidar la formación integral del individuo.

Por su parte la investigación debe ser el sitio donde refuerce cotidianamente la docencia y el avance a los nuevos conocimientos.

Pero ello no tiene sentido si los beneficios de la generación y suma de conocimientos que emanan de la docencia y de la investigación, no se logran transmitir a su comunidad y al exterior en lo que hoy conocemos como la Extensión y la Difusión cultural y cuyo vehículo ideal se encuentra en sus publicaciones culturales.

2.2.3. EVOLUCION Y PROBLEMATICA DE LA DIFUSION CULTURAL EN LA UNAM

Las revistas culturales a nivel universitario forman parte de un proyecto general que implica a la Difusión y a la Extensión universitarias. Si se observan las características sociohistóricas concretas de dichas funciones de la universidad, se verá explicada en gran medida, la forma de operar de dichas publicaciones, ya que son reflejo de lo que acontece a otro nivel, con la política cultural de la institución, y son la realización o no de un proyecto.

En la historia de nuestro país durante el presente siglo, el aspecto cultural y artístico había existido siempre como una expresión heterogénea del pueblo, y avanzaba paralela al desarrollo político y social del momento histórico. Esto es, las manifestaciones, artísticas se daban en la sociedad mexicana como algo natural.

El arte surgía y florecía, las expresiones autóctonas y las tradiciones se mantenían, sin que hubiese un gran aparato, público o privado, que promoviera y alentara el desarrollo cultural.

En algunos centros de educación superior se apoyaba y se promovía el arte y la cultura, por ejemplo en la UNAM, desde sus orígenes se buscó difundir la literatura (en la década de los veinte editó una colección de lecturas clásicas); y el IPN a través del canal de televisión 11 y su revista *IPN: Ciencia, arte, cultura* resaltó el aspecto cultural mientras que en el sector privado cada vez se le dio mayor impulso a las manifestaciones artísticas con la creación de fundaciones culturales.

Sin embargo, en el amplio entorno social aún se les veía al arte, a sus creadores y a la cultura en general, como algo distantes, quizá no como un hecho ajeno pero sí como una actividad del hombre que por su propia naturaleza requería o debía estar aislada.

Como ya se ha explicado, una de las actividades medulares que se llevan a cabo en las Universidades, es la difusión y extensión de la cultura, ya que es el vehículo de transmisión al interior y exterior de la institución, de la producción cultural que genera cotidianamente.

De lo anterior se desprende la importancia de la difusión cultural para una institución de educación superior como actividad necesaria para que sus funciones cierren un ciclo de enseñanza-aprendizaje y divulgación de los productos de dicho proceso.

La difusión cultural en la UNAM, presenta dos aspectos fundamentales en su labor: por una parte, se encuentra la realización de diversas actividades consideradas "culturales" y por otra la difusión cultural impresa a cargo de las publicaciones especializadas en distintas ramas del arte y la cultura que permiten conformar un todo en cuanto a su labor concierne.

Cabe señalar que pese a esta organización que en teoría se cita, la práctica de la difusión cultural en la UNAM, es resultado de un presupuesto asignado por el Estado y dicha función es muchas veces burocratizada a medio de políticas culturales a seguir deficientes e inoperables y de una falta de proyecto que contemple las posibilidades a largo plazo.

Las primeras décadas de Extensión Universitaria (1913-1960)

La difusión cultural y la extensión universitaria en la UNAM han cumplido cabalmente con los objetivos para los cuales se crearon, y que han sido señalados en capítulos anteriores.

Su meta desde 1929 es "extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura", pero se observa lo contrario debido a que en su primera instancia existe una falta orgánica dentro de su proyecto cultural para que eventos y actividades que se realicen, mantengan un vínculo entre sí.

En sus dos primeras décadas, Extensión Universitaria de la UNAM combina la devoción por los grandes logros de Occidente con el tributo al "espíritu de la época", o si se quiere ser más preciso al régimen de la revolución mexicana, que demanda de los universitarios atenuar el egoísmo, seleccionando para su divulgación algunas parcelas del conocimiento.

El régimen posrevolucionario no discute lo concerniente a la alta cultura pero acepta complacido de los universitarios, sus adversarios ideológicos, las muestras de buena voluntad.

Y Extensión Universitaria hereda simultáneamente el legado de la cultura tradicional y las todavía no muy asimiladas lecciones de la Universidad Popular, que en 1913 fundan los escritores del Ateneo de la Juventud. A esto se añaden la fe de los muralistas en las enseñanzas del arte público, y las tesis de la izquierda sobre el arte comprometido.

El arte para el pueblo, y que los universitarios mismos y el pueblo (al que se cree entidad ajena por naturaleza a la universidad) gocen de los conocimientos valiosos pero (socialmente) secundarios, que corresponden a la fusión de arte y humanismo que enriquece la vida pero no es en estrictamente, formativa y normativa.

Cultura es entonces, la obsesión individual que mejora el saber indispensable y, por ejemplo Carlos Monsiváis diría al respecto: "el abogado culto o el médico culto será aquel que en las horas libres, busque perfeccionar con algún conocimiento ameno o excéntrico su prestigio social. Y se dice con énfasis idéntico "india bonita" y "abogado culto".¹³

En los años treinta, no es muy visible la tarea de Extensión Universitaria opacada por la querrela entre quienes desean incrustar la Universidad en el pueblo, y los partidarios de mantener a la UNAM en el claustro.

Esto es lo más significativo culturalmente de una etapa: la discusión sobre libertades académicas y funciones y atributos sociales de los universitarios.

En 1933 Antonio Caso y Vicente Lombardo Toledano polemizan célebremente. Lombardo afirma que uno debe abstenerse de discutir valores eternos cuando hay gente hambrienta y Caso contesta: la competencia por las ideas es el mejor modo de hallar la verdad.¹⁴

El debate se resuelve como es frecuente, en la autocomplacencia de ambos lados, y la vida cultural en la UNAM se aletarga bajo una premisa poco convincente: "aquí - a la Universidad- acude la aristocracia del espíritu", concentrada en unos cuantos nombres y obras valiosas y/o melancólicas y segura que el saber es producto de la apropiación solitaria.

Se agradecen las contribuciones de Extensión Universitaria, pero sólo le atañen a quienes nunca gozarán de una cultura verdadera.

¹³Monsiváis, Carlos. Conferencia en *VII Encuentro de facultades de Comunicación*, Acapulco Guerrero, 26 de octubre de 1993.

¹⁴IBIDEM

Entre 1930 y 1950 no es muy variada la oferta de Extensión Universitaria. Los pocos interesados, buscan la cultura a través del "espontaneísmo dirigido" que se prodiga en las revistas en torno a grupos literarios, las escasas editoriales, las pequeñas galerías, el Palacio de Bellas Artes.

Y por su parte, Extensión Universitaria se encarga de la *Revista de la Universidad*, que mezcla textos literarios y notas de arte con divulgaciones históricas y reflexiones filosóficas.

Asimismo se encarga de la programación de Radio Universidad, de las conferencias de gente prominente de algunos concierto y obras de teatro. La cultura aunque es manejada como un añadido gracioso y superficial, inadvertidamente resultará posteriormente indispensable.

Cultura es, durante un largo período, el acervo humanista y artístico de Occidente, que anima a cientos y conforta a miles y en la UNAM, por tres decenios, se libra una batalla pasiva contra el nacionalismo cultural que adopta e impulsa, aún sin proponérselo demasiado, el Régimen de la Revolución Mexicana y contra el marxismo "vulgar".

Así, si la UNAM era el sitio de la formación indispensable, también debía ser el sitio para difundir las claves de la cultura clásica.

Alfonso Reyes de esta forma, señala al régimen lo que es para él, su gran falla: la ausencia de una dimensión humanista. Pero la prédica es en vano y no hay espacio para la conciliación en esta época.¹⁵

Fue en 1954, con el cambio del Centro hacia Ciudad Universitaria, donde se realiza un cambio conceptual, que modificará radicalmente la idea de "lo universitario". Resulta casi imperceptible el desarraigo de la tradición (el cambio de paisaje tan densamente histórico apresura el olvido de un modo de ser) y complementariamente, la noción de campus remite por fuerza a la "modernidad", el nuevo signo de la época.

De esta forma se rechazan dos arquetipos o estereotipos: el universitario post-virreinal y antirrevolucionario, y el universitario nacionalista y premoderno, y se aspira a imágenes dinámicas,

¹⁵Reyes, Alfonso *La cultura en nuestra época. Fragmentos* en *El Acordeón* mayo de 1993. pág. 26.

influidas por Estados Unidos y por la necesidad de entreverar las nuevas mentalidades con los edificios tan de hoy.

Se profesa el culto a la juventud como etapa gozosa ya sin los antiguos deberes de formalidad y sin preocupaciones así como a la despolitización por medio de las tardeadas, y se le adjudica al cuerpo sano la idea de mente sana.

Y el entorno (la arquitectura que glorifica la modernidad y los edificios que exigen nuevos comportamientos), de algún modo le facilitan a la Difusión Cultural su logro: ser unos años y con energía extraordinaria, la vanguardia donde se transforma el papel atribuido a la cultura.

Desde la UNAM, y con vehemencia, se adopta frenéticamente la cultura y en primera y última instancia, el mensaje se destina a los propios universitarios, hecho que actualmente no queda muy claro.

Carlos Monsiváis dice al respecto que en esa época la adopción de valores se realiza de una manera muy mística pues existe en una minoría en expansión un creciente fervor por la lectura, las puestas en escena, el cine y las audiciones de ópera y sinfonías.

En el lapso del rector Nabor Carrillo (1953-1960) y Jaime García Terrés como director de Difusión cultural de la UNAM, y en en el primer periodo del rector Ignacio Chávez (1961-1965), la vanguardia se concentra en la UNAM.

Son los años de poesía en voz alta y el teatro universitario como una atmósfera que genera un público distinto, de la *Revista de la Universidad*, de Radio Universidad y la Casa del Lago.

La *Revista de la Universidad* es, para el criterio vigente, tan festiva y cosmopolita que admite el compromiso político (por ejemplo causa escándalo el número dedicado a la revolución cubana) y le da espacio a las obras y las propuestas posteriores a Alfonso Reyes.¹⁶

De los grupos de vanguardia de los años sesenta sólo **Nuevo Cine** no se desarrolla en terrenos universitarios, y esto es posible porque al

¹⁶Cf. *Revista Universidad de México* núm especial La Revolución Cubana, 1969.

ser en gran parte la cultura oficial una represión hipócrita, Difusion Cultural

de la UNAM resulta, en esos años sin libertad de expresión política, algo equivalente al "territorio libre", donde los afanes colectivos de estar al día reducen al mínimo la censura.

En el esquema, lo político ocupa un sitio muy reducido, pero en rigor es determinante el desprecio por la cultura oficial, sus inercias y sus cortesías, que hacen del gobierno en turno la fuente de los dogmas implícitos y del explícito: rechazo a cualquier disidencia, la que existe y que hay que desaparecer antes de que nazca.

Por eso cabe destacar el papel protagónico que desempeñó la UNAM, antes del auge de la industria cultural, pues fue el mayor espacio formativo del público nuevo en esta época y junto con toda la institución, sus revistas.

El movimiento estudiantil de 1968 y Difusión Cultural .

En 1968 coinciden durante los meses del Movimiento Estudiantil la vanguardia cultural y la vanguardia política. Y la mezcla es fundamental, porque al autoritarismo del régimen se le constesta desde posiciones muy encontradas. La interpretación más frecuente subraya la hegemonía de lo político, la influencia de la izquierda mexicana, los ecos civiles del culto guerrillero en América Latina ("No queremos Olimpiada, queremos revolución").

Esto es cierto y parcial, al no tomar en cuenta la fuerza de lo específicamente cultural en amplios sectores desilusionados de la Revolución Mexicana, y devotos de novelas, películas, poemas, ensayos filosóficos, música clásica y de rock, viajes reales y no tan imaginarios.

Al autoritarismo también lo enfrenta la urgencia de vivir fuera y lejos del ahogo nacionalista. Y ambas tendencias confluyen un tiempo y se distancian luego de la tragedia del 2 de octubre.

En la UNAM, el 68 engendra consecuencias diversas. Por un lado estimula la crítica y la revisión de la historia nacional, amplia y sistematiza la conciencia académica -hasta entonces representada en

forma que hoy calificaríamos de simbólica- solidifica el distanciamiento crítico con el sistema. También vuelve un fetiche el rechazo al gobierno, y le imprime a la enseñanza del marxismo un tono semirreligioso (que alcanza a los estudiantes del CCH hasta mi generación) y santifica la consigna demagógica la "Universidad-Pueblo", que arrasará por dos décadas el desarrollo académico en diversas universidades .

El presidente Gustavo Díaz Ordaz, por formación y temperamento, detesta al nuevo universitario o lo que él imagina que es el nuevo universitario: antiolemne, desnacionalizado, radical o revoltoso, enemigo de la autoridad, carente del debido respeto a las instituciones, influido por los "filósofos de la destrucción".

El presidente Luis Echeverría, en cambio se afana por recapturar al sector de las clases medias que el 68 alejó del sistema. Y para devolver a los universitarios, al regazo presupuestal sin conciencia de culpa, Echeverría decide, entre otras tácticas asimilatorias, incrementar el dinero para la enseñanza superior, creando sobre la marcha institutos y facultades, multiplicando instalaciones en todo el país, acrecentando el número de investigadores y profesores de tiempo completo y medio tiempo. Al respecto, la reflexión es típica: "Si la pobreza lleva al resentimiento, la dádiva generosa conducirá a la gratitud".¹⁷ En función de esto, la difusión cultural modifica el rumbo.

El crecimiento de las clases medias le abre mercados a la industria cultural que se encarga de lo que no pueden, no quieren o no saben hacer el gobierno y las universidades. A tiendas y supermercados llegan - sobre todo de España y Estados Unidos- los discos de música culta, las reproducciones de la gran pintura , las ofertas de clásicos literarios.

Y el veloz crecimiento de la educación superior y el desarrollo mismo de la sociedad, trastocan las reglas del juego. El público se consolida y amplía, y esto aporta nuevas exigencias, las demandas formales e informales propias de colectividades que ya consideran normal su acceso a lo que antes fue privilegio de unos cuantos (la

¹⁷Tavera Alfaro, Xavier *Una reseña histórica del periodismo en Cuadernos Americanos*, México, año XIIIXXIV, no. 2 marzo-abril 1954: págs: 187-190.

educación media y superior, algo de cultura). con lo que poco a poco se extingue la arraigada idea del elitismo.

Entre 1970 y hoy la difusión cultural en México se extiende y logra una infraestructura excepcional en América Latina. Y en la UNAM, la vasta nómina, cada vez más insuficiente, se distribuye entre la Orquesta Sinfónica, la Casa del Lago, el Palacio de Minería, el Museo de Arquitectura, Radio UNAM, el Centro Cultural Universitario, la Galería Aristos, Voz Viva de México y de América Latina, la televisión universitaria, los teatros, los grupos de danza, la Imprenta Universitaria y fomento editorial.

Y ahí sucede lo mismo que en versión más cuantiosa y confusa, en el aparato cultural del gobierno: crece el presupuesto, se va desvaneciendo el proyecto, se multiplica la burocracia e intervienen muchos en actividades que pierden una visión de conjunto.

Gastar el dinero se convierte en el programa explícito de cada administración, y los esfuerzos surgen aislados, sin relación con otros, porque ya son en lo básico capítulos de la nómina.

Los requerimientos del público se desdibujan y lo económico es la parte vencedora. Se diluye la "mística" y no se vigoriza la idea de servicios culturales.

Existe tanta competencia que es absurdo creer en el carácter indispensable de la tarea, y el estupor domina cuando se sabe que, en materia de difusión, son cada vez más los que no precisan de intermediarios. Apoyado por la gran industria cultural, el autodidactismo se masifica (o esa gran variedad de autodidactismo, lo que uno conoce por su cuenta al salirse de las universidades), y quien lo desee puede acercarse a Freud y Marx y Foucault y Paz y Borges.

Y si ya no es intermediaria en el nivel más alto ¿Qué papel le toca a la difusión cultural?.

Al decir esto, no califico la tarea de las Administraciones sucesivas de Difusión Cultural, que en medio del desorden que es el propio de la burocracia, cumplen de un modo u otro con ese proyecto involuntario, la acumulación (gratuita por ritual) de "acontecimientos", en medio de la falta de discusión sobre el sentido mismo del trabajo, ya trasladado de la idealización a la su realidad: una institucionalización de servicios.

Por eso, a la urgencia de programas distintos se responde instensificando lo probado: simposios, conferencias, conciertos, festivales de teatro universitario, mesas redondas, cursillos, homenajes.

Las fórmulas en algo funcionan y en algo aburren y acaban integrándose al paisaje de la "escolaridad".

Y lo que suele diferenciar a la UNAM de las otras instituciones, es su ventaja previa: la carencia relativa de censura. Sólo la UNAM, por ejemplo, puede alojar el trabajo de los grupos denominados contraculturales y garantizarles la libertad de expresión. Un ejemplo importante: las actividades del Museo Universitario del Chopo: la celebración anual de la Semana de la Cultura Gay, las sesiones de los colectivos punk, etc.

Desde los años setenta, se desata el proceso de encarecimiento de las actividades culturales, lo que frena su ampliación, y pone en peligro logros evidentes. Aquí conviene examinar por ejemplo la situación de las orquestas sinfónicas, o en un nivel fundamental, la situación de la Biblioteca Nacional.

En las ponencias previas al Congreso Universitario¹⁸, las críticas han sido categóricas: la Biblioteca Nacional no cumple con sus objetivos, adquirir, conservar y difundir la producción bibliográfica nacional; disponer de un sistema efectivo de seguridad que evite la mutilación y la sustracción del material que guarda, y evitar la pérdida "impresionante" de información.

Y en el caso de lo que no cuesta mucho dinero el público adquirido casi desaparece, como sucede con los lectores potenciales de la revista *Los Universitarios* y la *Revista Universidad de México*. Tómese además el caso de los cine-clubes. En los primeros años de Ciudad Universitaria no se le concede mucha atención al "Séptimo Arte" que, se dice, nada más le importa a unos cuantos que ya frecuentan los cine-clubes existentes. Pero la moda francesa -promovida por la revista *Cahiers Du Cinema*- le da sitio de honor al director, en México el grupo Nuevo Cine descubre y localiza a los autores nacionales y los cine-clubes florecen al grado del estreno

¹⁸Cf. *Cuadernos del Congreso Universitario, 1989. Introducción por Leopoldo Zea.*

mundial en el Auditorio de Humanidades de "*Viridiana*" de Luis Buñuel así como la exhibición de "*La Sombra del Caudillo*".

Pasa la moda y el impulso divulgador se aletarga porque aumenta extraordinariamente el nivel medio de cultura cinematográfica. A los cine-clubes los minimizan los ciclos de la televisión, y en los ochentas, el auge del video cassette. Una vez más, desaparece el auditorio fijo y el proyecto general se derrumba. Ya no se sabe con certeza a quién se dirigen las actividades cinematográficas .

Y en el transcurso de esta falta de significación tan común en el área cultural, donde no se tiene claro el perfil de receptor ni el fin de la actividad cultural, la UNAM produce unos cuantos proyectos que paradójicamente no tienen proyección.

Así, entendemos por proyecto no una suma de actividades y múltiples ediciones de revistas culturales, sino como la determinación de metas a mediano y a largo plazo, que apuntalen y lleven adelante la alternativa cultural universitaria hacia el exterior de esta casa de estudios y de manera urgente en el interior de la misma.

Uno de los factores que determina el fracaso parcial y fortalece la red burocrática en la difusión cultural, se dio al aceptarse pasivamente la existencia de la universidad de masas. Ante el dilema de la manera en que se podría atender a cientos de miles de estudiantes, profesores y trabajadores, se optó por el viejo esquema, afinándolo en algo.

Pero en su desarrollo, las minorías ya prescindían de la difusión cultural típica, en cambio, para las nuevas mayorías no hubo política que tomase en cuenta su proceso y sus necesidades.

Ante la encrucijada, casi se sacralizó la falta de planificación. Cito un caso patético: la producción del libro universitario en las tres últimas décadas. Ahí se ha deshechado el camino de una editorial manejable y planeada en su conjunto, competitiva en lo tocante a libros de texto, que se apoye en y apoye a la producción académica de calidad.

En vez de eso, se deja todo librado al autoconsumo, los institutos imponen su repertorio de intereses, las colecciones aparecen y desaparecen, los libros importantes no alcanzan promoción alguna, etc.

Sin duda se publican libros valiosos, a precios por lo común muy accesibles, pero de la falta de un proyecto unificador se desprende lo que -desde fuera- parece un fatalismo: es inútil, el catálogo no es comercializable. Al fin que los libros ya están pagados y nadie depende de la venta. Y esto resulta adecuado en el caso de las revistas culturales de la UNAM. Y como señala Carlos Monsiváis: "el magno proyecto editorial se asila en la bodega infinita (simbólica y real), donde se extraviarían el Arca perdida y el equipo de filmación de Spielberg".¹⁹

Y la producción editorial, indispensable en el quehacer universitario, se vuelve ese objeto huidizo que de, cuando en cuando se deja atrapar en alguna Feria del Libro.

Y de repente aparecen explicaciones (integrables o aisladas) de esta "zona de desastre": la inexperiencia o la permanencia fugaz de los funcionarios, las rémoras del sindicalismo, la presión de los académicos la facilidad para aprobar y la tardanza para editar, la ansiedad clientelista de los directores de institutos y facultades que deben satisfacer a los autores de sus intermediaciones, la vanidad de los universitarios poderosos que le conceden a los libros de lujo la calidad de espejos de su gloria.

La agresividad del Movimiento del 68 persuadió al gobierno, por si le hubiera hecho falta, de los riesgos que se corrían de autorizarse un canal de televisión universitaria. En radio UNAM se mantienen las críticas y un lenguaje que con alguna frecuencia el gobierno debe juzgar retador, pero es una estación ya "cedida" a la libertad de expresión y, además según el criterio gubernamental, la radio no importa, las palabras son por naturaleza inferiores a las imágenes, lo cual nos habla de esta cultura icónica a que se hace referencia previamente.²⁰

¹⁹Monsiváis, Carlos *Junto contigo le doy un aplauso al amor* en *Nexus*, junio 1993, págs: 17-19.

²⁰Postman, Neil y Camille Paglia *Televisión versus Libro* Conversación en *Intermedios* junio de 1992, págs: 50-68.

En la actualidad las condiciones de las publicaciones periódicas se ha visto menguada debido a múltiples circunstancias entre ellas la económica, ya que la sociedad o empresarios participan de modo circunstancial y más bien publicitario en estos medios sin mayor repercusión.

Y al no darse este apoyo necesario a las revistas culturales por parte del Estado y la sociedad, urge reconsiderar el esquema operativo de la difusión cultural, con sus proyectos a posteriori, su ambición cuantificadora y su dependencia de las modas y las políticas culturales.

En la crisis de la educación superior en las universidades públicas (crisis de recursos, de calidad formativa, de cauces vocacionales, de oportunidades laborales), la difusión cultural no es como tanto tiempo se ha creído, un complemento de amenidad, sino el remanente comprobado de la formación humanista, descartada oficialmente en los años sesenta. Ese fue el sentido de la difusión cultural y ese debe seguir siendo, con el apoyo de la televisión y otros medios de comunicación universitarios sumados a una producción editorial cuyo destino no sea la bodega.

Ante la barbarie del proyecto neoliberal, que se propone sacrificar generaciones enteras, la revitalización del humanismo es tarea de primer orden, y en la UNAM un instrumento óptimo que debe ser repensado y reformulado es la difusión cultural.

CAPITULO III

ESTUDIO DE CASO

REVISTA

LOS UNIVERSITARIOS

3.1. ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS REVISTAS CULTURALES UNIVERSITARIAS REPRESENTATIVAS EN EL D.F.

Para iniciar el estudio de Caso de la revista *Los Universitarios*, es necesario tener suficientes elementos de comparación que permitan una mejor comprensión del fenómeno en que dicho medio se inserta.

El presente apartado es por tanto, un esbozo general de las revistas culturales a nivel universitario.

Se eligieron diversas instituciones de educación superior, - se encontró que muchas carecen de un órgano cultural que las represente,- y que transmita de manera periódica sus actividades y su quehacer cultural cotidiano.

Asimismo se toman en consideración diversos ejemplares tomados de manera aleatoria, en el transcurso de su historia, con el fin de acopiar diversos puntos de referencia para un análisis completo de las revistas citadas arriba.

A continuación se enumeran los aspectos que sirvieron como índice de trabajo para adentrarnos en el conocimiento de nuestro objeto de estudio.

1. Examen de las temáticas recurrentes y obtener a grandes rasgos un perfil de su contenido.
2. Inventariar los temas específicos comunes
3. Hacer un índice de los autores con mayor permanencia en las revistas.
4. Señalar las formas expresivas (géneros) que comúnmente se utilizan.
5. Elaborar un examen del diagramado que incluye:
 - a) distribución y organización
 - b) espacio y diseño
 - c) papel y color
 - d) tipografía.

Los resultados de dicho análisis se complementan de una manera más pormenorizada en los anexos que se presentan al final de este trabajo de investigación, y a los que se hace referencia constantemente y cuya ubicación obedece a fines de comparación más prácticos y detallados.

Dentro de este capítulo se encuentran explicados y descritos los aspectos más relevantes para editar una revista cultural a nivel universitario.

Para ello se toman en cuenta diversos cuestionamientos que se hicieron a los encargados de la publicación y que finalmente permitieron entender la manera en que trabajan estas publicaciones universitarias.

Cabe destacar que por desgracia los encargados de estas publicaciones no han tenido el interés por conservar y transmitir su evolución a lo largo de los años. Por ello, lo esencial determinar que los datos aquí presentados, fueron obtenidos a través de investigación participante y gracias a las entrevistas concedidas por parte de uno o más miembros que integran la revistas culturales en cuestión.

Por ello es obvio que la presentación de datos históricos o antecedentes es mínima, y varía acorde a la revista que se estudie.

Reitero mi agradecimiento a los integrantes de las distintas publicaciones por su cooperación para lograr sistematizar el conocimiento de su publicación, así como las sugerencias y aportaciones en torno a sus problemáticas en particular.

*"Te forman las palabras -que salen del
silencio-del tanque de sueño en que me
abogo-libre hasta despertar".*

3.1.1 REVISTA *CASA DEL TIEMPO*

DATOS GENERALES :

Oficinas:	Medellín Núm. 28
Col:	Roma
CP:	06700
Teléfono :	511-61-92
Periodicidad:	Mensual
Institución que la edita:	Universidad Autónoma Metropolitana

Casa del Tiempo surge en 1982 . En su primera época edita ciento un números ¹ y actualmente se encuentra en la segunda época que lleva 50 números. Dentro de dicha época , ocurrieron transformaciones en la concepción de la revista por el cambio de editor, que el año pasado era Víctor Hugo Piña Williams, cargo que actualmente ocupa la Licenciada Mónica Lavin.

En términos generales, la revista continua la línea editorial que planteó Victor Hugo Piña Williams. Sin embargo trata de buscar un estilo menos literario, pero no olvida el género poético al editar de manera conjunta el suplemento "*Margen de Poesía*" desde hace quince años.²

De esta forma la revista integra en su contenido, textos de política, ciencia y cibernética y multimedia. Esto último obedece en primera instancia a la labor del denominado "Centro del placer", círculo de alumnos especializados en los temas sobre cibernética, computación y multimedia.

¹ Cf. Anexo donde aparece la comparación de portada y contenido entre el primer número de la Primera época y el número 101.

² Cf. anexo. Portada de *Margen de poesía* núm. 49 , abril de 1996.

Una característica de la revista es que da cabida a los escritores jóvenes, cuyos materiales, llegan a la redacción sin que éste les sea solicitado. Las encargadas de corrección de textos revisan y toman en consideración estos textos que generalmente son de gente joven.

La revista hace encargos exclusivamente para lo que denomina su "sección de fondo" que es el tema general tratado en cada número de la publicación, y que se encuentra perfectamente planeado con dos meses de antelación.

Destaca el orden y la disciplina en el trabajo que emprenden principalmente cinco personas: el editor, Mónica Lavin Maroto, el director, Bernardo Ruiz y los asistentes de redacción: Citlalli Bayardi y Laura López. La diseñadora: Lilibian Avila y dos ayudantes Fermín Suárez y Patricia Rodríguez.

El pago en promedio por cada artículo oscila entre los 350 y 500 pesos acorde al contenido y calidad de los textos e inclusive a la persona que los crea.

No existe al igual que en las demás revistas culturales universitarias, publicidad. Únicamente se da el intercambio. En este caso se debe a que ésta es difícil de conseguir, y a que no hay interés en ello puesto que el presupuesto se otorga sin problemas.

La temática es variada. Entre los géneros más constantes se encuentran la crónica urbana, la entrevista, y artículos.

Existe un departamento de distribución que envía la publicación a las ciudades de Monterrey, Jalisco y Campeche, entre otras.

La distribución se encuentra organizada por dos instancias: CITEM y por el departamento de distribución que entrega ejemplares en librerías de la Universidad Autónoma Metropolitana y sitios de la propia universidad. El jefe de distribución es Ernesto Lumbreras.

Entre los colaboradores predominan los escritores profesionales y en menor cantidad, los periodistas. Asimismo, colaboran investigadores, docentes de la Universidad Autónoma Metropolitana y los propios alumnos.

El tiraje es de dos mil doscientos ejemplares y es mínimo comparado con otras publicaciones, pero relativamente constante en sus lectores suscritos y compradores.

La impresión es independiente a la imprenta de la universidad debido entre otros factores, a la tardanza de la misma para editar una publicación periódica como *Casa del Tiempo*, es decir, prevalece, una evidente burocracia en la imprenta de la UAM.

El diseño

El procedimiento es como sigue a continuación: El día primero de cada mes se le entregan a la diseñadora los diskettes con las colaboraciones y el material que ilustrará cada artículo (José Luis Almeida es el encargado de entregar las ilustraciones correspondientes). En caso de que no se haya encontrado ilustración, se le pide a la diseñadora que encargue a diversos ilustradores el material gráfico faltante.

Ella elige entre la diversidad de ilustraciones, acorde al espacio y la armonía entre imagen y texto. Asimismo la redacción de la revista le entrega una cuadrícula marcada con las distintas secciones y el número de páginas que deben abarcan en promedio. También se le indica qué páginas son a color, aunque generalmente son las centrales.

ruleta

	ruleta	tema central	tema central	pintura	comic
ruleta	tema central			pintura	artículos

En promedio en cada página se inserta una ilustración. Se hacen juegos tipográficos tanto con el texto como con las ilustraciones y todo ello se maneja en diseño asistido por computadora. ³

³Cf. anexo. ejemplo de diseño en la revista *Casa del Tiempo* abril 1996, vol 14, época II, pág. 37

Se utilizan los espacios que sobran en una sección dada, para insertar los anuncios, que son de intercambio y de promoción de las actividades de la UAM.

El papel es nacional. La portada de la revista es de papel couché de 255 grs. con un barniz mate. Las hojas del interior son de papel couché pero de 135 grs. El almacén del papel se encuentra por el Toreo junto a la rectoría.

3.1.2 REVISTA *IPN, CIENCIA ARTE: CULTURA*

DATOS GENERALES

Oficinas:	Nuevo Edificio de la Dirección General del Instituto Politécnico Nacional. Unidad Zacatenco
Colonia :	Lindavista
CP:	07738
Teléfono:	754-83-01
Periodicidad:	bimestral
Institución que la edita:	Instituto Politécnico Nacional.

La revista *IPN Ciencia, arte: cultura*, se edita desde 1964. Actualmente se encuentra en su segunda época, que inicia en 1995.

La revista es fundada por Antonio Rodríguez, profesor del IPN. En ella escriben desde entonces, investigadores, maestros, postdoctorados y se entrevista a egresados que en conjunto buscan dar un panorama del quehacer científico y cultural del Instituto enfocado principalmente hacia el exterior.

La impresión no se realiza en la Imprenta del IPN por la burocracia prevaleciente. De igual manera, el diseñador es independiente de la Institución.

El tipo de papel es importado y la portada tiene barniz ecológico. El costo integral de la revista oscila entre los cien mil nuevos pesos y se distribuye en librerías y a través de convenios institucionales.

Por ejemplo, 400 sobres con la revista son distribuidos entre la comunidad intelectual del país, como científicos, escritores, otros se

reparten en el Senado, en centros de investigación y a periodistas de distintos medios.

El tiraje es de cinco mil ejemplares que son a su vez subsidiados por la Institución y existe ya un proceso de suscripción a raíz de la nueva época.

Las personas encargadas de editar la revistas, lo hacen conjuntamente que editan la Gaceta Politécnica y los libros del IPN.

La coordinación editorial está a cargo de:

Virginia Alcántara, Luis Felipe Bustamante. Cinco personas editan la revista. Investigan, entrevistan y entregan su diskette al diseñador para la encuadernación y la edición.

La entrega de cada número es generalmente puntual. El consejo editorial se encarga de conseguir y proponer los textos. Se paga a reporteros del exterior para que realicen las entrevistas y para que se corrija el estilo. y todo ello da como resultado una temática más inclinada hacia la ciencia y la tecnología

Hay personas por ende, que les auxilian desde fuera, como por ejemplo el director del periódico *El día* y el *Centro Nacional de las Artes*.

El pago de un artículo o entrevista en promedio de 7 cuartillas, es de 500 nuevos pesos.

El perfil de la revista es plural con una línea institucional pero goza de libertad de expresión: Son en este sentido, artículos criticos.

Los colaboradores son generalmente del Centro de investigaciones tecnológicas avanzadas y del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

Las personas que trabajan directamente en la realización de la revista son : Felipe Bustamante, Virginia Alcántara y el director el doctor Manuel Rodríguez que revisa cada número. También hay una hay un fotógrafo, que frecuentemente ilustra la revista.

No se trabaja por temas como en otras publicaciones universitarias de este tipo, se reúne cierto número de material que tenga temas comunes o similares, y son los propios artículos los que guían el contenido que cada mes va a tener la revista . Paralelo a ello, se da ponderancia a la trayectoria profesional y académica de personas importantes dentro del

IPN. En la época anterior abundaba la literatura y no había una concepción del diseño, contrario a lo que sucede actualmente.⁴

Existen en el Politécnico trece revistas especializadas. El perfil de la revista es cultural-científico y está dirigida a investigadores. La revista es concebida como la cara del IPN al exterior.

En los eventos de la misma institución de educación superior, se distribuyen los ejemplares de la revista. La revista tiene un cupón de suscripción, se vende en las librerías. En síntesis actualmente la revista tiene apertura que debe buscar mejorarse en todos los sentidos. No hay publicidad, sino intercambios.

⁴Cf. anexo con revista *IPN, Ciencia, arte: cultura* abril de 1996.

3.1.3 REVISTA *EL ACORDEON*

DATOS GENERALES:

Oficinas	Camino al Ajusco 24
Col.	Héroes de Padierna
CP:	14200
teléfono:	645-49-65.
Periodicidad:	Trimestral
Institución que la edita:	Universidad Pedagógica Nacional.

Historia

La revista El Acordeón surge en el Verano de 1990. El rector de entonces de la Universidad Pedagógica Nacional (UPN) , el profesor mariano Díaz Gutiérrez inaugura la revista con las siguientes palabras: " A la par que la investigación y la docencia, una de las labores sustantivas de las instituciones de educación superior es difundir la cultura. A las universidades les compete naturalmente la extensión de las actividades no docentes que ocurren en su seno, pero también les corresponde mantenerse atentas al movimiento general de la cultura, del que son ellas mismas depositarias privilegiadas.

En la Universidad Pedagógica Nacional hemos creído conveniente crear la revista de cultura *El Acordeón*, tanto para lograr que se difundan más ampliamente algunas de las actividades culturales relevantes que se realicen en las instalaciones de la universidad, como para reflexionar sobre aspectos destacados de la cultura y la artes en México.

Así , la Universidad Pedagógica Nacional cuenta a partir de ahora con un medio de expresión que será simultáneamente un lugar para el disfrute, el análisis y el debate de la amplia gama de tópicos que constituyen la cultura nacional. Invitamos cordialmente a la comunidad de la Universidad Pedagógica a que se sume a la aventura de *El Acordeón*.⁵

⁵Revista *El Acordeón*, UPN núm. 1 verano de 1990.

La revista surge podría decirse, sin un porqué de su origen, pero condicionando sus resultados a la respuesta del lector. " Esta es la mitad de *El Acordeón* que a nosotros nos tocó hacer, la otra mitad es cosa del lector. *El Acordeón* podría ser una excusa para lanzar una retahíla de palabras que a su vez justifiquen lo que aquí nos ahorramos con estos puntos suspensivos... sobre la razón o múltiples motivos que tiene una revista para nacer y buscar permanecer." ⁶

El editor de la revista es Angel Miquel. La periodicidad de la revista es trimestral. El contenido es variado y se divide en secciones y con ciertas preferencias temáticas que a continuación se explican:

Las temáticas recurrentes en esta publicación atañen de manera regular a la literatura y al cine, principalmente. A lo largo de sus trece números editados *El Acordeón* presenta reflexiones, ensayos, entrevistas de todas las artes y siempre desarrolla en su sección de "Fuelle" el tema central que le preocupa abordar.

Se distingue un equilibrio entre los textos que se ocupan de cine, teatro, literatura, música, medios e inclusive, política. Al respecto se observa una gran diferencia en el tratamiento de la política nacional que sólo se observa, por ejemplo, en la revista *Casa del Tiempo*, cuando entrevistan al subcomandante "Marcos", que por sus características de actualidad, no se encuentran tan directamente en las revistas culturales de la UNAM. Ciertamente se encuentran situaciones sociopolíticas actuales pero del extranjero y la política nacional es secundaria.

Pese a la periodicidad citada, la revista da cuenta de los acontecimientos actuales que se desarrollan en el país. Es una revista cultural, pero con preocupaciones eminentemente sociales del país, y logra insertarlas a través de sus textos, lo que hace una publicación enriquecedora. Vemos que esta tendencia le lleva a combinar la política, las nociones de identidad y educación al interior de sus páginas.

La forma de presentar la información en cuanto al lenguaje, es mucho más coloquial y hasta periodística, si se compara con las revistas culturales que en este estudio se presentan.

Empero, los textos poseen la cualidad de atraer la atención de manera inmediata por la sencillez de este lenguaje. Ello me permite abrir un paréntesis en el lenguaje que encontramos dentro de las revistas culturales universitarias.

Por ejemplo, la revista Universidad de México posee el lenguaje más científico en comparación con las demás revistas, lo que habla de que los medios se adecuan a ciertos requerimientos del tipo de lector que buscan: Pese a que no tienen establecido un perfil del lector, se observa que esta revista se dirige más a los académicos que los estudiantes, por lo que el círculo de colaboradores es de un nivel académico mucho más elevado que los que colaboran en las otras publicaciones culturales universitarias.

El lenguaje, es un factor que determina el tipo de revistas y el perfil de lector de dicha publicación y *El Acordeón* es una lectura accesible y amena, cualidad que destaca la importancia de la participación del lector. Por ello a menudo hay textos de estudiantes y profesores, elemento sustancial que permite que esta revista se dinamice constantemente.

El tema central de *El Acordeón* es ilustrado con fotografías a lo largo de las páginas, sin descuidar otros temas que confieren cierto equilibrio y armonía latentes en la publicación.

De igual manera se puede indicar que posee riqueza y variedad en sus temas que, aunado a su tratamiento plural logran ser productos culturales bien elaborados.

Los temas que se han abordado en la revista son van desde la música popular (Núm. 1), un homenaje a la raza negra (Núm 2) hasta la situación sociocultural de Canadá (Núm 13).

Los colaboradores son variados, desde profesores hasta periodistas y escritores de renombre, en ello reside la riqueza de contenido de la revistas. Juntos, principiantes con expertos en el lenguaje conviven en lo que bien señalaba el rector en la cita principal: una aventura cultural.

Entre los colaboradores más frecuentes a lo largo de los números que lleva de vida la revista se encuentran:

Carlos Monsiváis, conocidísimo doctor en Filosofía de la UNAM y cuya sarcasmo e ironía en torno de la cultura moderna nos incita a reír y a reflexionar intensamente; Luis G. Urbina, Evodio Escalante, Jorge Ibarquingoitia, Hernán Lara, Alain Derbez, Renato Leduc (reconocido en cine mexicano), Angel Miquel, el editor de la publicación, Paco

Ignacio Taibo II que colabora en suplementos como La jornada Semanal, el Suplemento cultural de el Universal y otros, José Emilio Pacheco, uno de los más brillantes escritores mexicanos que aprovecha todas las propiedades de nuestra lengua para enriquecer una narrativa también muy contemporánea, además de que se incluyen textos de escritores ya fallecidos, entre muchos otros.

Los géneros que regularmente se manejan en la revista *El Acordeón* son los siguientes y de mayor a menor en el orden de aparición:

- a) ensayo
- b) entrevista
- c) reproducciones de textos de diversos autores
- d) crónica
- e) fragmentos de libros
- f) poesía
- g) cuento
- h) artículos
- i) reseñas de libros y de filmes
- j) narraciones de ficción diversas.

Como se puede observar el ensayo, la entrevista y los artículos son los géneros más utilizados en *El Acordeón*. Los textos oscilan de una página a seis como máximo de extensión. El uso del lenguaje literario es evidente en cada uno de los escritos vertidos en la publicación y poseen en general un manejo estilístico y sintáctico adecuado para conformar opiniones y argumentos, cualidades que permiten la creación de un verdadero texto cultural de calidad.

3.1.4 . REVISTA *CALDERO*

DATOS GENERALES:

Oficinas:	Prol. Paseo de la Reforma 880
Colonia:	Reforma Lomas
CP:	01210
Teléfono	726-90-48
Periodicidad	cuatrimestral
Institución que la edita :	Universidad Iberoamericana

La revista *Caldero* se edita tres veces al año: Primavera, Verano y Otoño.

La distribución es gratuita y los encargados de editarla son miembros de la comunidad universitaria ya sea de la Dirección General de Alumnos o de la Dirección de Relaciones Internas.

El tiraje es de tres mil ejemplares y la población total de dicha universidad es de diez mil estudiantes, es decir, abarca a un 30 por ciento de sus lectores potenciales.

La forma de distribución y exhibición es a través de los despachadores y mostradores en las oficinas de la universidad. Se envía un porcentaje menor por correo a funcionarios de la institución y a colaboradores. La revista generalmente se distribuye totalmente, debido en parte, a su periodicidad y que es gratuita.

Historia

La historia de la revista es inrastreadable pues el grupo que la crea se desintegró hace tiempo y no existen nexos ni manera de localizar a los integrantes de dicho grupo, y por ello no tiene un propósito definido siendo retomada después pero sin rumbo. Ello dificulta el trabajo creativo de la comunidad universitaria.

No hay mucho interés, pese a que gusta y tiene lectores, no existen hábitos de participación. De su evolución sólo tuve acceso a la explicación de su nombre:

“En el antiguo libro de las *Mutaciones* o *I Ching* , encontramos , en el hexagrama 50, *Ting*, plena de significado, la imagen de El Caldero. Todo el signo ofrece la imagen de un caldero o marmita:abajo las patas, luego el vientre y arriba las asas y las argollas para portarlo.

El hexagrama se compone dos trigramas:abajo Sun, ☰ — lo suave, la madera; arriba, Li ☲ , el fuego .⁷

Cuando se introduce leña en el fuego se mantiene el calor que prepara el banquete ceremonial. El caldero representa la alimentación, pero no la comida común, la de todos los días, sino el alimento espiritual que se ofrenda a Dios y que consumen los hombres que aspiran a ser mejores.

En la antigua China el caldero, fundido en Bronce era el utensilio que en el templo consagrado a los antepasados contenía los alimentos cocidos durante los festines sagrados.

El caldero representa la más alta cultura, la religión misma, lo más elevado de lo terrenal que ha de ser sacrificado a lo divino ; en él se contiene la devoción del hombre hacia lo invisible , el espíritu, el alimento transformador. Las llamas que cocinan el manjar sagrado, como en la vida humana, deben arden constantemente a fin de conservar las condiciones correctas para que perpetuamente manen las fuentes de la vida

Por otro lado, en la revista no hay participación externa, pues los lineamientos para colaboradores especifica que sólo pueden colaborar miembros de la comunidad, o en su defecto, egresados o lo que denominan "amigos" de la universidad, pero que escriban algo relacionado con la misma.

Dichas colaboraciones no se pagan y en teoría cualquier alumno puede participar en la revista.

Las áreas más participativas son :

Letras, Filosofía, Historia, Educación, Centro del Servicio Social, Psicología, Ciencias Sociales y Desarrollo Humano.

El número de artículos en promedio dentro de cada número es de 8 y doce. El consejo editorial se deshizo y las responsabilidades recaen en una sola persona: La Licenciada Ma. Antonieta Graf.

Las ilustraciones se buscan pero si no se encuentran se recurre a la Oficina de Diseño de ediciones, pero es importante resaltar que todas estas ilustraciones no son fotografías, sino dibujos.

⁷Explicación en el número 17 de *El Caldero* , UIA, verano de 1995.

Juan Alcántara Pohls es profesor de Letras y actualmente se encuentra en el departamento de letras y sigue colaborando con la revista. La editora es la Lic. Ma. Antonieta Graf. y ambos narran en entrevista el surgimiento de la revista.

“La revista surge a fines de 1989. Ha tenido continuidad pero los primeros trabajos eran mucho más periodísticos y los colaboradores fijos, y actualmente la revista ha perdido este carácter.”⁸

El perfil que tiene, es más literario, de trabajo creativo, mientras que el tipo de lector a quien quieren dirigirse es su comunidad universitaria, tanto estudiantes, como profesores y todo el personal de la institución.

Se imprime en los propios talleres de la universidad. Pero a diferencia de las universidades o institutos de educación superior subsidiados por el Estado, la revista no presenta problemas de puntualidad y ni de burocracia en la conformación total.

El arquitecto Luis Mariano Acevez es el director de relaciones internas y a su vez director del periódico local: *Ladrillo*.

El Caldero aborda cuestiones de educación, ensayo literario, creación, de desarrollo humano, problemas socio-políticos de México y de psicología en general.

Es decir, es una revista plural como hemos observado es común de las revistas universitarias ya mencionadas.

La edición de la revista no resulta costosa pues es impresa a un sólo color de tinta, la tapa es de dos tintas, no hay fotografía como se ha mencionado antes, pues se utiliza el dibujo para ilustrar, tampoco hay honorarios para los colaboradores.⁹

En su primera época era parte de la Dirección de Arte a cargo de Mariano Acevez y actualmente depende de la Dirección de Relaciones Internas, pues no se distribuye más allá del campus de la Universidad Iberoamericana.

⁸Entrevista realizada en febrero de 1996 en el Departamento de Letras de la UIA con el Lic. Juan Alcántara POHls y La Licenciada Ma. Antonieta Graf.

⁹Obsérvese anexo donde se muestran las ilustraciones del Verano de 1993.

3.1.5. REVISTA *UNIVERSIDAD DE MEXICO*

Una de las principales características de la revista *Universidad de México* es la variedad temática que en cada número se manifiesta . pues en sus secciones fijas de Poemas y Miscelánea, aborda distintos aspectos de la cultura.

A lo largo de su historia la revista ha cambiado de colaboradores, de director y de consejo editorial, por lo que se observa una falta de seguimiento en el concepto editorial, lo que provocó una dispersión de tendencias artísticas e intelectuales que predominan en sus números.

En este sentido podemos volver un poco atrás cuando la revista estuvo a cargo del recién fallecido Jaime Gracia Terrés, y ésta se convirtió en playa de lanzamiento de una generación de escritores, pasando luego por la época en que Carlos Fuentes hacia la crítica de cine y el término modernidad se volvía en la obsesión de aquellos tiempos, como ya se ha explicado en el capítulo anterior.

Carlos Monsiváis en la presentación de los números 533, 534 y 535 dedicados a las "Formas de Gobierno" en julio de 1995, reseñó la historia de esta publicación universitaria desde los años cuarenta hasta el momento actual.

Monsiváis explica el escándalo producido en 1960 cuando Fuentes, García Terrés y Flores Olea viajan a Cuba y a su regreso lanzan un número favorable a los cauces de la revolución cubana. Ese hecho desencadena la inmediata reacción de la derecha y destierra desde entonces la política de la revista.

Como ejemplo de las tendencias que posee la revista *Universidad de México* acorde al director en turno, es palpable un ánimo más literario cuando se encarga de dicha publicación García Ponce, desdeñando la actualidad y basándose en temas extemporáneos y no por ello, menos interesantes.

Por último es imprescindible decir que no existen temas recurrentes sino una variedad temática manifiesta en cada número, pero que indudablemente nos muestra una revista con mucho más tendencia literaria, como ocurre en la mayor parte de las revistas estudiadas.

Al respecto, Monsiváis refirió en la presentación de "Formas de Gobierno" que a partir de Miguel de la Madrid " con la consigna de la diversificación nacional, la revista, como todas las publicaciones recupera la idea de variedad temática..."

Para una mayor comprensión de la temática y objetivos de la revista se insertan una serie de temas manejados en el primer número de la revista.

Posteriormente se transcribe el primer editorial de la revista del año de 1936, cuando surge. También se reproducen los títulos de textos que aparecieron en los primeros años de la revista (1946-1952), con el fin de ver el interés cultural que predominó hacia el fin del decenio de los cuarenta y principios de los cincuenta.

Temas del primer número

Sobre Derecho escribe José Vasconcelos

Filosofía: Emilio Uranga

Arte: El espectador, Samuel Ramos

Novela: De la Novela, Agustín Yáñez

Grupos literarios: Martín Guzmán

"Contemporáneos", escribe José Luis Martínez

Poesía: Villaurrutia, Max Aub

Arte visual: Posadas, Francisco Díaz de León

Universidades, Jaime Torres Bodet

Música: Física musical, Julián Carrillo

Pintura: Dr. Atl, Heliodoro Valle

Otro tema: el peyotl, Gonzalo Aguirre Beltrán

Libros de Mariano Azuela y Alfredo Cardona Peña

Autores: Borges escribe Juan José Arreola.

En esta breve síntesis de temas y autores se hace evidente que los temas son variados, como hasta la fecha dentro de la revista, y también que los que escriben ahora son reconocidos escritores y profesionistas dentro del ámbito en que cada uno se desenvuelven, lo que habla de una revista cultural que sirvió como foro de expresión a los más importantes intelectuales de México en su época. No se descarta esta característica actualmente, pero sí un descenso, tanto en la revistas *Los*

Universitarios como en **Universidad de México** en el impulso a jóvenes creadores.

Por ello resulta importante que sobre todo en el primer medio se implemente un espacio para el lector universitario que desee expresar y mostrar sus textos.

Formas expresivas

Entre las formas expresivas que se utilizan dentro de esta revista destacan:

- a) el ensayo
- b) el artículo de fondo
- c) la narrativa dividida en cuentos, reseñas y poesía
- d) la crónica
- e) el editorial institucional plasmado en la sección denominada **Presentación**.
- f) Conferencias y ponencias
- g) guiones
- h) entrevista
- i) Reportajes

La revista tiene una acentuada tendencia hacia la literatura. Este rasgo permite garantizar una calidad expresiva que no se observa en otro tipo de publicaciones.

Diagramado y Distribución

Existe en la primera página una sección permanente que se señala arriba como la editorial, denominada **Presentación**, donde se expresa la postura y opinión de la revista y de los miembros de su consejo editorial acerca del tema principal que será abordado en sus páginas. Paralelamente se da una breve explicación y se hace la presentación de los artículos de mayor importancia.

La mayor parte de la revista está compuesta por artículos que versan sobre el tema que en la Portada y en la **Presentación** se alude.

En semejante número hay diversos ensayos críticos que versan sobre otras problemáticas que la revista quiere manejar. Dichos textos no rebasan las cuatro cuartillas en promedio.

La presencia de un poema es un elemento constante en la revista, que se intercala entre un ensayo y un artículo, como una especie de

descanso visual luego de densos contenidos.. La mayoría de las veces este poema va enriquecido con juegos tipográficos,¹⁰ que proporcionan al lector un doble placer: el de la lectura del poema, y el del goce visual.

Las narraciones de ficción y los cuentos cortos también son permanentes y generalmente abarcan una página de espacio, al igual que los poemas. Entre las diversidad de textos se elaboran discusiones en los ámbitos literario, político, cinematográfico, de arte y cultural, principalmente, por ejemplo en el número 510 "Artes del espectáculo" se hacen la reproducción de un guión para cine de José Gorostiza "Huracán" y el mismo es comentado por Alfonso Reyes en un ensayo titulado "Huracán, el corazón del cielo".

No se olvidan tampoco las fechas importantes dentro de la cultura como el caso del centenario de la muerte de Mayakovski ¹¹

El tema central es manejado desde la perspectiva particular de cada área social y humanística: Así en el número 530 "La experiencia Latinoamericana" vemos que el tema central es abordado desde un enfoque antropológico por Valquiria Wey en su ensayo " Del salvaje al Indio" . En el ámbito de la ciencia política se maneja "la cultura política en Chile" por Larissa Lomnitz, en el ámbito de la Letras se analiza la "Literatura infantil en Costa Rica" y en poesía encontramos " Otras aspostillas de poesía cubana" por Oscar Sánchez Aguilera.

Las páginas centrales se ocupan generalmente de artículos del área de las artes plásticas y visuales , tales como pintura, diseño, fotografía. Dichas páginas se distinguen del resto porque el grosor del papel es mayor, y se utilizan multitonos para su cabal apreciación.

En el número 502 se encuentra en las páginas centrales el análisis biográfico del pintor Marcos Davison. En el número 530 se hace referencia a otro pintor contemporáneo: Ramiro Jácome y al fotógrafo Paolo Gasparini.

La sección Miscelánea expone aproximadamente de cuatro a cinco reseñas, artículos breves y una especie de columna con una multiplicidad de temas que no son dependientes del tema central. La variedad que caracteriza a esta revista no sólo se basa en la integración

¹⁰Cf. Anexo de juegos tipográficos de poemas en la revista *Universidad de México*

¹¹IBIDEM

de varias disciplinas que profundizan sobre un tema específico en múltiples vertientes, sino además, en esta sección se abordan aspectos culturales y sociales a manera de comentarios y sugerencias no profundizados, pero sí reflexionados brevemente.

El último apartado de la revista es un listado por orden alfabético que merece especial atención, pues en otras publicaciones no se alude a sus colaboradores, de la manera en que lo hace la revista *Universidad de México*.

De esta manera se encuentran el listado de los colaboradores de la revista que aportaron en ese número determinado un texto, proporcionando además la trayectoria académica y profesional de dichos autores, así como su participación en números anteriores de la misma publicación.

El propio director de la revista colabora y es citado al final en esta especie de referencias: en el número 530 de la publicación escribe el maestro Alberto Dallal, profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, creador de varios libros en torno de la danza y el lenguaje del cuerpo tal como "danza contra la muerte". Su texto habla sobre la cultura y su relación con la integración.

Las últimas páginas, la ante y contraportada de la revista están dedicadas generalmente a lo que se denomina intercambios, es decir, se anuncian eventos o instituciones culturales e inclusive algunas dependencias de la UNAM que no pagan esta promoción pues no es publicidad como la que vemos cotidianamente en otro tipo de publicaciones. Esta es una característica común en todas las revistas culturales estudiadas.

Diseño y Tipografía

En cuanto a la distribución icónica y de los textos en la revista, se hace uso de la obra de un sólo artista para ilustrar toda la revista, cuidando la armonía que señalaba Bernardo Recamier, entre el discurso escrito y el propiamente icónico. Las ilustraciones se encuentran intercaladas entre una o dos páginas como máximo.

El papel utilizado ha tenido una sensible disminución a lo largo de su historia, en cuanto a su calidad. El tamaño de la revista es el denominado oficio y a menudo el número de hojas de esta publicación va de las sesenta a las setenta páginas totales.

En cuanto al uso del color, éste sólo se presenta como se ha mencionado, tanto en las pastas a todo color así como en las páginas centrales. La nitidez y la variedad son rasgos característicos de la publicación. Las demás ilustraciones de la revista son de un sólo tono.

La revista emplea juegos tipográficos para la sección que hemos mencionado de poesía, con los cuales se busca despertar una sensación de interés o atracción no sólo a nivel verbal sino visual que enriquezca la forma y la presentación del lenguaje poético.

En cuanto a la portada, casi siempre es plasmada una fotografía o reproducción de una obra de arte visual de cuyo autor se hace referencia en las páginas centrales de la publicación.

Historia

Debido a las características y trayectoria humanista que ha precedido a ets publicación en particular, tenemos que ella posee una historia paralela a la universidad y ha trascendido culturalmente dentro y fuera de la misma institución, evolucionando al mismo tiempo que ella.

Por lo anterior y porque pertenece a todo un proyecto cultural universitario vale decir que se encuentra insertada en un marco histórico mayor que las otras publicaciones que se han estudiado.

La propia revista objeto de este estudio, *Los Universitarios*, no cuenta con una configuración histórica, puesto que es más actual y su origen obedece a otras circunstancias que le han marcado un rumbo distinto al de la revista Universidad de México.

Esta revista surge en el seno de Extensión Universitaria y desde sus orígenes se puede observar esta tendencia literaria y filosófica predominante. Al respecto, en el segundo capítulo se ha abordado la historia de esta dependencia de la universidad y su relación con la revista .

A través de sus páginas han pasado los mejores talentos intelectuales y artísticos del país y del extranjero. Es por ello, que la historia de la revista se encuentra vinculada a la propia universidad de un modo tajante y su estructura y concepción obedecen a esta circunstancia histórica.

3.2 ESTUDIO DE CASO: LA REVISTA LOS UNIVERSITARIOS

El estudio del contenido general de la revista de la coordinación de Difusión Cultural de la UNAM resulta esencial para comprender la concepción que esta institución maneja de la divulgación cultural, y que como se puede observar con el estudio de la revista *Universidad de México*, resulta ser una tendencia o perfil de revistas literarias cuya diversidad temática y de colaboradores difiere pese a pertenecer a una misma institución educativa.

De esta forma se realiza un análisis de la revista *Los Universitarios* partiendo de la tercera época indicada en 1988, lo cual permite un acercamiento actual a esta publicación.

El estudio se presenta de la misma forma que el de la revista *Universidad de México* siguiendo la forma de análisis establecida previamente, pero con aspectos más específicos a considerar, que a continuación se explican.

ESTUDIO DE CASO

Toda revista nace a partir de una idea, la cual debe responder a exigencias básicas: qué decir, cómo decirlo, quiénes lo dirán, a quiénes decirlo. De igual forma, tendrá dos factores determinantes: el ideológico y el monetario. Ambos determinan al producto cultural que se elabora.

Una revista no podrá hacerse sin un proyecto que la anteceda, éste constituye la primera y más importante etapa al crear una revista.

Como ya se ha mencionado, dicho proyecto en el estudio de caso no ha quedado registrado claramente, por lo que existe una noción vaga del mismo.

El proyecto, una vez aprobado, se convierte en un manual operativo en el que se especifican: objetivos, características, tiraje, circulación, organización editorial y costo aproximado.

También se incluye la descripción de funciones, responsabilidades y dependencias. Cabe decir, que en el estudio de caso no existe tal manual operativo.

Sería conveniente preparar uno para facilitar el seguimiento y la correcta ejecución de las etapas de elaboración de la revista.

El punto inicial del proyecto es definir los objetivos, al hacerlo, es conveniente pensar en los recursos que se necesitan para realizar la revista.

Los principales recursos que deben considerarse son:

- personal: tendrá que integrarse un equipo de trabajo capaz de funcionar con eficiencia, responsabilidad y profesionalismo, cubriéndose el área editorial (redacción, diseño y fotografía), administrativa (contabilidad, ventas) y de producción.
- equipo y materiales: puede plantearse la adquisición de alguna parte del equipo y ahorrar tiempo y costos. El equipo y los materiales se eligen tomando en cuenta la calidad que se desea obtener. Si no se puede adquirir ninguna parte del equipo, se recurre a los maquiladores.
- tiempo: es conveniente trabajar con cierta holgura pues el trabajo que a menudo sale con prisas tiene errores, que si se previera este factor, no se cometerían.
- dinero: debe definirse el tipo de capital y su manejo. Esto incluye formas de patrocinio y de inversión directa para obtener utilidades e ingresos con la venta de publicidad y de ejemplares en circulación.

OBJETIVOS

La esencia del proyecto de la revista son sus objetivos, estos una vez aprobados, no deben olvidarse. Básicamente reponderarán a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué se quiere hacer una revista? Es importante tener claro el concepto de revista y si es el medio de comunicación adecuado para comunicar algo.
- ¿Por qué surge la revista? La revista surge debido a una necesidad comunicativa amplia y conlleva intereses.
- ¿Qué clase de revista? En este caso, las revistas culturales universitarias.
- ¿Cuáles serán sus funciones? Van desde entretener, informar, educar, orientar, etc.
- ¿Cómo será la revista? La revista tiene una presentación específica : tamaño, impresión, papel y acabados.

CARACTERISTICAS

La revista se caracteriza por su contenido, su presentación, su periodicidad y su tiraje.

El contenido puede variar tanto en temas como en tratamientos de los mismos. Al quedar claro el tipo de revista que se hace se dan lineamientos generales del contenido. Sus partes fundamentales son:

- Portada: expresa con imágenes y títulos, uno o más detalles de las páginas interiores; lleva en un lugar permanente su logotipo y su título (cf. anexo de portadas de las revistas); debe informar y atraer la atención. Con la portada se establece el primer contacto del público con la revista ya sea de aceptación o rechazo.

- Editorial: en él se plasman los puntos de vista de los editores sobre un acontecimiento o tema especial. Cuando no se incluye editorial, la opinión se refleja en el tratamiento de los mensajes que pueden seguir una línea marcada por los editores o ser responsabilidad de los autores.

- Secciones: ésta tienen (cada una) varias páginas; comúnmente se da más espacio a lo que se considera más importante. Las secciones pueden ser fijas o variables y en ellas se abordan los temas que conforman el contenido, que puede ser tratado utilizando cualquier género periodístico o literario, en nuestro caso.

La fotografía, el dibujo, cuadros, e ilustraciones en general, constituyen los recursos para informar por sí mismos (cf. núm 88 de *Los Universitarios*) o para complementar o ilustrar la información escrita.

PRESENTACION

Una revista se caracteriza según Francisca Robles, por su presentación física y gráfica.*

La presentación física delimita el tamaño de la revista. Los medios comerciales son 21 X 28 (carta) y 21 X 14 cm (media carta) . Sin embargo puede ser cualquier otro. Sólo se tendrán en cuenta las medidas y múltiplos de los pliegos de los papeles de impresión, los

*Clase impartida en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación. *Taller de diseño y diagramación*. SUA, 1995.

cuales influyen al definir el número de páginas, mismas que, por razones técnicas y de doblez, resultarán en múltiplos de cuatro. Este hecho es notorio cuando *Los Universitarios* inserta dos colores y éstos siguen la lógica anterior.

La elección del papel es determinante para la asimilación del mensaje y la presentación del impreso. Para ello se toma en cuenta la calidad que se quiere obtener, la tersura de la superficie, la blancura, la opacidad, gramaje y costo, así como para los forros (cubiertas), generalmente se utiliza un papel más grueso que para los interiores, o en su defecto, se utiliza el mismo, pero se protege con una capa de barniz o de plástico.

La presentación gráfica marca pautas para el diseño y la impresión. El primero es la planeación física y gráfica de lo que se quiere presentar, su propósito es presentar un mensaje al público, de la forma más clara posible y traducido visualmente, de manera organizada. Al diseñar, debe prevalecer la preocupación de lo que se comunica, a quién se comunica y cómo se comunica, sin dividir niveles estéticos, técnicos (de impresión) y periodísticos, sino conjuntándolos.

Al diseñar la revista, según la diseñadora de *Los Universitarios*, Adriana Estevez se tiene presente que el trabajo será sometido a posteriores procedimientos, de los cuales se tiene que entender para preparar instrucciones.

A nivel general el diseño toma en cuenta:

1. El tamaño de la revista: incluye medida de la página y medida de la caja tipográfica (rectángulo de medidas menores que las de la página, que señala el límite del texto, tanto por razones estéticas, como para prever que ningún texto pueda ser mutilado por las cuchillas que refinan la revista).
2. Tipografía (letra) que se empleará, considerando el interlineado (espacio entre líneas) y el ancho de las columnas, pero más que nada la "familia" tipográfica para el texto y para títulos.
3. Material gráfico: fotografías, ilustraciones, gráficas.
4. Blancos (superficies no impresas de las páginas) o los colores de fondo.
5. Papel, considerando clase, medidas y funcionalidad.
6. Método de reproducción a utilizarse (generalmente se emplea el offset).

7. Acabado(encuadernación de lomo o caballete, laminado o barnizado de forros).

El diseño se trabaja principalmente para páginas específicas, por ejemplo : la primera de forros o portada, páginas dobles (par e impar enfrentadas), información especial que ocupa varias páginas.

Respecto a las páginas interiores, se diseñan diferentes posibilidades de diagramación que se puedan utilizar.

Parte importante del diseño es la elaboración del diagrama o dummy. Este puede ser:

-esquemático: es un bosquejo sencillo. Se coloca la guía de cada página y los colores o tintas que lleva. Se conoce también como dummy de impresión porque es auxiliar del impresor al formar los negativos en pliegos, planear el acabado y calcular el papel.

-De líneas generales: en él se determinan proporciones y disposición de la áreas de texto e imágenes y títulos principales.

- Sistemático: este ya es un verdadero boceto que hace el efecto de impreso terminado.

-Diseñado: consiste en mostrar el dibujo completo y detallado del impreso ya como quedará, es el máximo acercamiento a lo que se quiere. Se hace utilizando "tipografía" de galeras u "originales" de offset.

La realización del dummy depende de las funciones e importancia del impreso. Una publicación especial requiere un sistemático o diseñado. Cuando se continua con algo establecido, se hará uno de líneas generales. La imprenta requiere uno esquemático.

La revista es finalmente un impreso y como tal exige nitidez en su impresión. Asimismo el dummy debe solucionar detalles técnicos de dobles y cortes por pliego de papel, pues como se ha dicho, la página forma parte de un pliego.

El sistema de impresión que se emplea no puede separarse del tipo de papel elegido, el cual se fabrica en diferentes medidas y pesos. El peso es determinado en gramos por metro cuadrado.

Los tamaños se miden en pliegos. Las medidas más usadas en México son 57 x 87 cm., 61 x 90 cm y 70 x 95.

Es recomendable recordar que la blancura y tersura del papel permiten una impresión óptima, que hará lucir la impresión del contenido que sin un buen diseño, por muy interesante que sea, parecerá tedioso y cansado.

PERIODICIDAD

Como se puede apreciar la periodicidad de las revistas comparadas con *Los Universitarios* tienen distinta periodicidad.

NOMBRE DE LA PUBLICACION	PERIODICIDAD
CARACOSTRUCO	MENSUAL
CULTURO	CUATRO SEMANALES
IPN. CIENCIA, ARTE, CULTURA	BIMESTRAL
UNIVERSIDAD DE MEXICO	MENSUAL
EL ACORDON	TRIMESTRAL
LOS UNIVERSITARIOS	MENSUAL

La periodicidad dará la pauta para calendarizar las actividades que demanden los diferentes procesos que intervienen en la elaboración de la revista.

TIRAJE

El tiraje o el número de ejemplares que se imprimen se define con base en la cantidad de público que se tenga o en el caso de este tipo de revistas por un porcentaje de su comunidad estudiantil.

NOMBRE DE LA PUBLICACION	TIRAJE
CASA DEL TIEMPO	1000 EJEMPLARES
IPN. CIENCIA, ARTE: CULTURA	1000 EJEMPLARES
LOS UNIVERSITARIOS	20 000 EJEMPLARES

Cabe decir que las revistas *El Acordeón*, *Casa del Tiempo*, *ipn. Ciencia, arte: cultura* no declaran su tiraje.

PUBLICIDAD

Una revista tiene que solventar muchos gastos. Cuando es patrocinada por una institución, tiene un presupuesto determinado. De no ser así, una solución para afrontar los gastos es la venta de espacios publicitarios, ya sea que se trate de una cooperativa o una sociedad anónima.

Algunas revistas a pesar de ser patrocinadas por alguna institución, buscan el autofinanciamiento en la publicidad, fenómeno que no se observa en ninguna de las revistas analizadas junto con el estudio de caso.

El objetivo principal de la publicidad es dar a conocer productos y servicios y para fomentar las ventas de sus anunciantes, éstos buscan el medio que capte al público que pueda consumir sus productos.

Así como se busca compensar el material textual y el visual, se puede buscar una compensación en las páginas de publicidad.

Las tarifas de inserción publicitaria se determinan en la medida de la página (una, media, un cuarto), la posición (par o impar), y las tintas (una, dos, cuatro, especial). Los forros (cubiertas) tienen un costo especial, generalmente van en cuatro tintas, las cuales corresponden a

los cuatro colores básicos , inagenta, cyan-azul claro-, amarillo y negro, con los que se obtienen todas las combinaciones posibles de color.

La publicidad, algunas veces comprende anuncios que resaltan características cualidades o instrucciones de uso de un producto. En este caso también se da un servicio informativo.

CIRCULACION

La circulación consiste fundamentalmente en la distribución y ventas de la publicación.

Las ventas de una publicación se hacen normalmente por dos sistemas: suscripciones y venta directa. Las suscripciones ofrecen la ventaja de contar con un número determinado de lectores que garantizan un tiraje mínimo.

En nuestro caso, *Los Universitarios* se distribuye gratuitamente.

Nombre de la publicación	Distribución y costo
CASA DE LA CULTURA	15 PESOS
CALDERA	GRATUITA
IPN CIENCIA Y CULTURA	15 PESOS
EL ACORDEON	7 PESOS
UNIVERSIDAD POLITECNICA	15 PESOS
LOS UNIVERSITARIOS	GRATUITA

ORGANIZACION EDITORIAL

La revista requiere de una organización editorial, cuya finalidad sea la capitalización de actividades y esta dada en función del trabajo que cada sección o área desempeñen.

Aunque la organización de las revistas culturales a nivel universitario difiere se puede coincidir en que poseen cuatro tipos de acción:

- Redacción. Dirige lo periodístico (dirección, editorial, redacción, diseño, diagramación, fotografía).
- Gerencia: atiende lo económico (ventas, finanzas, administración).
- Circulación: vigila la distribución y ventas de ejemplares.
- Talleres: se encargan del proceso de reproducción (composición de textos, fotomecánica, impresión y encuadernación).

Los talleres y la circulación muchas veces están fuera de la organización editorial, pero llevan una colaboración estrecha.

Algunas revistas poseen parte del equipo para reproducción, generalmente las de tirajes grandes y lapsos breves de periodicidad.

Un organigrama para estudiar la revista estudio de caso de la investigación, incluye preponderantemente un área: la editorial, pero también se encuentra determinada por área administrativa.

El organigrama puede quedar integrado de la siguiente manera:

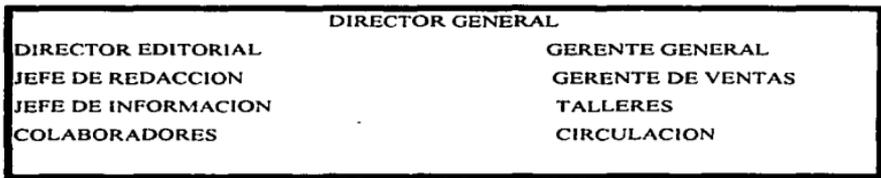
1. El director general vigila y marca las políticas de lo que aparece en la revista, de acuerdo a los lineamientos marcados por la institución y los objetivos de la publicación.

2. El director editorial ejecuta las indicaciones de la dirección general respecto a todo lo periodístico: qué decir, cómo decirlo, es el responsable de lo que se publica. Se auxilia de un jefe de información y en nuestro caso, de un secretario de la redacción.

3. El gerente general ejecuta las indicaciones de la dirección general respecto a lo económico. Coordina a la gerencia de ventas que a su vez atiende aspectos de la publicidad y la circulación.

4. Los talleres y la circulación pueden o no estar integrados a la organización.

A continuación se presenta un ejemplo de organigrama:



A continuación se procede a analizar pormenorizadamente el estudio de caso siguiendo los tópicos desarrollados con antelación.

El primer número de la revista apareció en marzo de 1973, respondiendo a la necesidad de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, de contar con un órgano informativo que sirviera de enlace entre todos los miembros de la comunidad universitaria y diera a conocer en el ámbito interno y externo los puntos de vista de sus colaboradores en relación con el acontecer cultural y universitario .

OBJETIVOS

Considerando que la revista es una publicación periódica que refleja la imagen de la Coordinación de Difusión Cultural a través de sus actividades, se tienen determinados los siguientes objetivos:

1. Informar ampliamente a la comunidad sobre las actividades que realiza y mostrar los acontecimientos culturales más destacados del área literaria en la actualidad.

CARACTERISTICAS

Las características de la revista son:

periodicidad: mensual

tiraje: 20 mil ejemplares

tamaño: oficio

páginas en promedio:30

papel: couché nacional mate.

impresión: offset (color y negro)

encuademación: a caballo con dos grapas al centro

publicidad: no hay, sólo intercambios.

Las secciones que integran la revista son:

1. Contraportada: Índice
2. Centrales : Cartelera
3. Última de forros: Intercambio
4. No hay editorial
5. Últimas hojas: reseñas o fragmentos de libros.
6. Sección de poesía fija.
7. Sección fija de entrevista
8. Sección del tema central, abarcando el mayor número de páginas de la publicación.

Contenido y temáticas recurrentes

El perfil de la revista es meramente literario, característica peculiar e inherente a este tipo de publicaciones. La recurrencia temática que se puede precisar en esta revista es la elaboración de poemas que también ocurre en las publicaciones ya estudiadas.

La variedad temática es común y generalmente se suma a un tema general que con cierto desorden desarrollan a lo largo de sus páginas. Existe un equilibrio entre los textos de estos rasgos y los que aparecen independientemente del tema propuesto por la revista.

Generalmente se elige el tema acorde a una conmemoración, evento inclusive de temas de interés del consejo editorial.

A lo largo de su tercera época vemos en la revista una gran variedad de problemáticas planteadas, se posee un estilo de ficción particular en tanto que se presentan textos de creación literaria que involucran este género, lo que proporciona a esta revista un toque de "irrealidad".

Índice de colaboradores

La tercera época de la revista *Los Universitarios* surge en julio de 1989 y en su primer número se enlistan los siguientes participantes en el proceso de su edición:

Director: Gonzalo Celorio; Subdirector: José Ramón Enríquez
Editor: Francisco Hinojosa; Comisión editorial: Alejandro Aura, Edgardo Benítez, Alberto Dallal, Rosa Martha Fernández, Raúl Herrera, Hernán Lara Zavala, Elena Mijares, Francisco Noriega, Rodolfo Rivera, Jorge Rodríguez e Iván Trujillo. Diseño: Adriana Esteve G. Ilustración: Rogelio H. Rangel.

Destacan las colaboraciones de :

Juan Villoro, David Huerta, Gonzalo Celorio, Gerardo Ochoa Sandy, Andrés de Luna, Antonio Eyzaguirre, Alberto Blanco, Bertolt Bretch, Pura López Colomé, José Luis Martínez, Eduardo Cesar González, Fabienne Bradu y Roberto Fernández Sepúlveda.

Entre las funciones más importante y lamentablemente, más deficientes de la revista *Los Universitarios*, se encuentra la distribución, pues es irregular, pese a que tiene una encargada de dicha actividad, Anabel Rodrigo.

Los objetivos con los cuales surge la revista son dar a conocer las actividades de la Dirección de Difusión Cultural de la UNAM, y por ello es de suma importancia la cartelera que se encuentra en las hojas centrales de dicha publicación.

De esta forma es esencial la puntualidad con que se debe entregar, sin embargo existen deficiencias en este rubro.

La cartelera es muchas veces insuficiente pues no abarca todas las actividades de la institución.

El propósito de los actuales miembros del Consejo editorial, es realizar una revista lo más literaria posible.

Actualmente existe un departamento de crónica que habla exclusivamente sobre actividades y recintos. Son diferentes artículos no firmados y de estilo muy complaciente con la UNAM.

En términos generales se trata de realizar una búsqueda crítica en tomo a la literatura, la teoría literaria, la poesía y el arte.

El contacto con los colaboradores ha sido a través de múltiples cadenas interpersonales y aunque ha disminuido la búsqueda de jóvenes escritores y fotografías inéditos, se procura dar cabida a este tipo de escritores y artistas.

La elección del contenido de cada número es acorde a un tema aunque eventualmente hay números espontáneos.

En este momento se encuentran trabajando en el número 84, en el que se conmemora el centenario de la muerte de André Bretón y de ahí que el tema central se base en textos acerca del surrealismo.

Una de las características de la revista *Los Universitarios* es su capacidad de considerar el trabajo cultural como un acto de diversión, y ¿porqué no? de actos irreverentes, en la medida de lo posible puesto que es una publicación de corte institucional y esta carga histórica la determina en gran medida.

Las colaboraciones se pagan en promedio en 200 nuevos pesos.

El perfil editorial y de lector no está definido y considero que ello forma parte de algunos de sus problemas en cuanto a la falta de un lector constante y creciente.

Los miembros de la revista buscan no conformar un grupo o "mafia" determinada, y sin embargo, vemos que los colaboradores y el quehacer de la revista indican lo contrario pues existe cierta familiaridad y prevalece la amistad para crearla .

Como se puede observar este tipo de revistas, son casi siempre producto de amigos que se reúnen a platicar, a hacer crítica y análisis culturales en un ambiente amistoso y de afinidades. Lo negativo de este aspecto, es cuando se cierran las puertas a otros escritores con posturas diferentes a las propias de la publicación, pero dicha censura no se manifiesta en *Los Universitarios*.

Las reuniones del consejo editorial se realizan cada mes pero no asisten todos los miembros debido a sus ocupaciones, es decir, sólo son un cuerpo editorial ornamental.

Existen colaboraciones de funcionarios que en general abordan temáticas universitarias y que hacen que se pierda la unidad literaria de la publicación, y que además por su significación sociopolítica, son muchas veces, artículos que el editor no puede desechar o enmendar.

Sin embargo, existe cierta libertad expresiva en la revista, aunque muchas veces se suscitan problemas por los temas, artículos e inclusive fotos que aparecen en cada número. Cabe señalar el caso del mes de abril donde se presentaron fotografías del conflicto en Chiapas.

Existen, así, dos posiciones que conforman la revista : por un lado, los miembros editoriales y por otra, los funcionarios.

Pese a que ambas posturas son antagónicas por las causas arriba citadas, se observa que se complementan y se sobrellevan unas a otras.

Esta circunstancia crea un ambiente ambivalente en la producción de la revista, que tiene de esta forma limitantes considerables en su contenido.

La aspiración de la parte editorial es una búsqueda por no ser una "mafia" más dentro de las existentes a nivel cultural, y que no haya censura ni tendencia política que los encajone, pues ello impide la pluralidad que idealmente debe poseer una revista de este tipo.

Nunca se ha realizado un estudio del perfil de lector , pero coinciden en que tiene que ser alguien preparado (el universitario) , que guste por la innovación literaria y la poesía. Ello determina cierto círculo, que implica una separación radical entre los mismos universitarios, por lo

que es evidente que la publicación no sea del gusto de facultades no afines a estas tendencias.

El tiraje es de veinte mil ejemplares actualmente y es preciso estudiar la historia de la revista, pues ni los miembros del consejo editorial conocen la concepción original de la revista, que impide finalmente entender una parte sustancial de su proceso histórico.

Los cambios de época, en este sentido, se deben a los cambios administrativos y de funcionarios dentro de la universidad, hecho que ha perjudicado la concepción editorial e histórica de la revista, que actualmente se desconoce cabalmente.

Los fines que actualmente manifiestan los dirigentes de la revista es la discusión permanente sobre arte y literatura, dedicándole más espacio a la poesía.

Se reciben trabajos con opiniones diversas y en consecuencia con capacidades distintas.

Casi no participa el universitario común, y no se ha pensado en realizar un proyecto de participación en este rubro.

Debido a la burocratización constante se separó la producción de la revista, además de ser vista como un negocio del editor quien es el dueño de la actual imprenta donde se edita la publicación.

Una persona se encarga de capturar la información, otra, Adriana Estevez del diseño y entre el editor, Francisco Hinojosa y el secretario de la redacción, Ari Cazés, se encargan de revisar y aprobar los textos.

Cabe decir que los textos pertenecientes a la crónica, la mayoría de las veces, son escritos y aprobados por funcionarios de distintas dependencias de la UNAM, y deben insertarse dentro de la revista, aún sin la aprobación del editor, es decir, se emplea el amiguismo y es una colaboración comprometida oficialmente.

En términos generales se busca que la revista sea puntual en la entrega y ello lleva a que se edite con premura, con el fin de proporcionar al lector un espacio de lectura gratuito y con el propósito general de difundir la cultura.

Los universitarios se acercan poco a la publicación a criterio del secretario de la redacción, Ari Cazés, debido a que no tienen la calidad suficiente ya que la revista aspira a tener una alta calidad. Pero en caso de que llegue un texto, éste es considerado, pero si no cubre con los requisitos de calidad expresiva, de estilo y de contenido, no se compromete a publicar.

que es evidente que la publicación no sea del gusto de facultades no afines a estas tendencias.

El tiraje es de veinte mil ejemplares actualmente y es preciso estudiar la historia de la revista, pues ni los miembros del consejo editorial conocen la concepción original de la revista, que impide finalmente entender en parte sustancial de su proceso histórico.

Los cambios de época, en este sentido, se deben a los cambios administrativos y de funcionarios dentro de la universidad, hecho que ha perjudicado la concepción editorial e histórica de la revista, que actualmente se desconoce cabalmente.

Los fines que actualmente manifiestan los dirigentes de la revista es la discusión permanente sobre arte y literatura, dedicándole más espacio a la poesía.

Se reciben trabajos con opiniones diversas y en consecuencia con capacidades distintas.

Casi no participa el universitario común, y no se ha pensado en realizar un proyecto de participación en este rubro.

Debido a la burocratización constante se separó la producción de la revista, además de ser vista como un negocio del editor quien es el dueño de la actual imprenta donde se edita la publicación.

Una persona se encarga de capturar la información, otra, Adriana Estevez del diseño y entre el editor, Francisco Hinojosa y el secretario de la redacción, Ari Cazés, se encargan de revisar y aprobar los textos.

Cabe decir que los textos pertenecientes a la crónica, la mayoría de las veces, son escritos y aprobados por funcionarios de distintas dependencias de la UNAM, y deben insertarse dentro de la revista, aún sin la aprobación del editor, es decir, se emplea el amiguismo y es una colaboración comprometida oficialmente.

En términos generales se busca que la revista sea puntual en la entrega y ello lleva a que se edite con premura, con el fin de proporcionar al lector un espacio de lectura gratuito y con el propósito general de difundir la cultura.

Los universitarios se acercan poco a la publicación a criterio del secretario de la redacción, Ari Cazés, debido a que no tienen la calidad suficiente ya que la revista aspira a tener una alta calidad. Pero en caso de que llegue un texto, éste es considerado, pero si no cubre con los requisitos de calidad expresiva, de estilo y de contenido, no se compromete a publicar.

Lo anterior pone de manifiesto que es necesario abrir un espacio al lector y de este modo sea viable una relación más eficaz entre publicación-lector.

Dentro de las nociones manejadas en este trabajo, se ha hecho referencia a la acción pedagógica, entendiendo con ello que es preciso integrar a la instrucción universitaria, de una manera más ordenada y sistemática, la difusión cultural impresa.

La revista *Los Universitarios* debe promoverse por parte de los académicos y los propios estudiantes, es decir, lograr una participación directa de la comunidad para que deje de ser como ya se ha dicho, un conjunto de hojas superpuestas sin dirección.

Para lo cual se propone un espacio para el lector, que permita dinamizar a la publicación. Así, la creación de la revista será parte sustancial y real de la comunidad.

Los Universitarios a través de su evolución, como nos muestra el estudio de caso, ha sido una publicación en donde, junto con la revista *Universidad de México* abrió espacio a jóvenes creadores que ahora son reconocidos escritores, investigadores y periodistas.

Por citar algún ejemplo en los primeros números de la revista escribieron: Carlos Monsiváis, Gabriel Careaga, Ali Chumacero, Víctor Flores Olea, -entonces director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-, Fernando Benítez, Vicente Rojo que ya ha sido ponderado por su trabajo como diseñador y la influencia que dejó. Asimismo han escrito Octavio Paz, Salvador Elizondo, Elena Urrutia, Alaide Foppa entre otros.

Cabe señalar que en la primera época de la revista, ésta no posee un carácter eminentemente cultural, pues aborda problemas universitarios por ejemplo, Guillermo Soberón escribía sobre temas universitarios como la política y la violencia dentro de la institución, los nuevos edificios universitarios, el Sistema de Universidad Abierta, etc, y cuestiones internacionales, sin olvidar que en los primeros años de esta publicación, era quincenal y se otorgaba un sitio especial a los caricaturistas. Las reseñas de libros han sido una constante.

La apertura de un espacio para el lector significaría un nexo renovado entre el medio y los universitarios, como lectores potenciales que a su vez captarían más auditorio.

Por el hecho de no tratarse de una revista privada (vista como empresa) que deba asegurar un cierto número de lectores, por su capital económico, diría Bourdieu, ya que depende de un presupuesto asignado, dicha publicación por mero compromiso e interés humanístico debe ampliar su círculo de lectores, para que de algún modo se fomente la lectura de este tipo periodismo cultural y en conjunto enriquezca al lector y obtenga así beneficios por ser un realmente un foro universitario que difunda la cultura que cotidianamente se crea y recrea en la UNAM.

El diseño de la portada se realiza buscando lucir la calidad de reproducción, pese a que el uso del color es limitado, explotando la fotografía en blanco y negro.

El diseño de las páginas interiores es agradable a la vista y facilita la asimilación de los mensajes.

En el diseño se da especial interés al manejo correcto de los espacios en blanco, que se utilizan para dar mensajes de eventos de actualidad.

La tipografía seleccionada en "univers" y "Andover" en 10 puntos con interlínea de 1.

Se emplean tipos claros para el texto en general y se resaltan con negras (bold) los títulos.

REQUISITOS LEGALES

El responsable de la publicación desde el punto de vista político es la Universidad Nacional Autónoma de México y la Coordinación de Difusión cultural es la persona jurídica

El nombre de la revista es *Los Universitarios* órgano de la Coordinación de Difusión cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México. No tiene oficinas centrales, pero sus miembros se encuentran en la Secretaría de Comunicación, de la Coordinación, edificio D, cuarto piso, Circuito del Centro cultural, Ciudad Universitaria, C.P. 04510, México D.F.

La impresión se hace en Impresiones modernas, S.A. de C.V., Sevilla 702 Bis Col. Portales, México, D.F.

La tipografía y formación se realiza por AGM Computación, asesorías y trabajo tipográfico.

El certificado de licitud tiene el título 4466 y licitud de contenido No. 3622, expedidos por la Comisión calificadora de publicaciones y revistas ilustradas, el 20 de diciembre de 1989.

La revista como se mencionado, es mensual y de distribución gratuita. La circulación comprobada es de 20 000 ejemplares . Los artículos pueden ser reproducidos dando el crédito a la fuente y a su fecha de publicación.

La revista circula entre los distintos centro educativos y dependencias de la UNAM entregándose en las direcciones de dichas entidades.

La estructura editorial difiere un poco de los esquemas clásicos de un empresa periodística, debido principalmente a que se trata de una publicación de servicio de una institución.

La institución absorbe toda la actividad administrativa: contabilidad y cobranza.

Todo el proceso productivo (fotocomposición, fotoreproducción, transporte, impresión y acabado) se manda a hacer fuera, es decir, a maquilar.

No se tiene taller de impresión ni fotocomponedora, aunque sí existe toda la infraestructura de la imprenta universitaria.

La revista cuenta con una solvencia económica, debido al presupuesto que le es otorgado .

El organigrama de la publicación toma en cuenta únicamente las actividades relativas a la publicación (Redacción, arte, intercambio y distribución).

Lo administrativo es un elemento aparte que condiciona el contenido , pero que no presenta mayor complejidad, debido a que forma parte de una estructura educativa mayor.

Las actividades que realiza cada área se esquematizan en la descripción previa del procedimiento . En ellas se observan todas las relaciones y dependencias que existen en las áreas de trabajo.

Sin embargo, esta labor se ve simplificada en la publicación ya que en la práctica su procedimiento se basa en:

- 1) Recopilación en diskette de los textos que son revisados por el editor y el secretario de la redacción.
- 2) Entrega del diskette a la diseñadora.
- 3) Entrega del trabajo de diseño total a la imprenta.

Para concluir con el estudio de caso, propiamente dicho, se presenta a continuación una breve descripción del primer número de la revista, correspondiente a la fecha 30 de marzo de 1973 y en seguida una descripción similar del número 88 de la misma publicación, que corresponde a octubre de 1996.

LOS UNIVERSITARIOS PRIMERA EPOCA NUMERO I

Temáticas:

De una revisión general de los número del primer año de la revista se observa que tiene una tendencia academicista y formal, predominando los temas de actualidad universitaria.

El primer artículo de la revista versa sobre el excesivo número de alumnos que ingresa en ese entonces a la universidad, titulado *La UNAM no puede crecer más*. *75 mil alumnos recibirá la universidad en el primer semestre de 1973 que se inicia el 30 de abril*. Escrito por el Secretario General de la UNAM, Sergio Domínguez Vargas.

Destaca, por otro lado, un artículo propiamente cultural de Ali Chumacero titulado *La fragilidad de la inteligencia* que fue tomado del prólogo que se realiza al disco *Voz viva de México* editado por la UNAM.

En un ámbito distinto, se encuentra la disertación de Arturo Bonilla, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas, referente a la devaluación del dólar.

Como se puede apreciar, la revista en un principio no tenía una tendencia marcadamente literaria como sucede ahora.

Sin embargo existen una constante en este primer número y el último de *Los Universitarios* : la cartelera .

Desde su primer número encontramos la necesidad de la revista por difundir sus actividades a través de su cartelera y en la actualidad persiste dicha actividad.

Temáticas:

Destacan artículos sobre literatura con un tema central, en este caso, sobre el músico Silvestre Revueltas. Dos poemas intercalados a lo largo de la publicación.

Asimismo se incluyen textos de creación literaria y reseñas de libros en las últimas páginas. Una entrevista con el poeta Eduardo Milán.

Destaca la reproducción de fragmentos de los libros, por ejemplo de *Con cinco barajas* de Rodrigo Rey-Rosa. En las páginas centrales se encuentra la cartelera del mes de octubre.

De lo anterior se desprende que la revista ha cambiado con el cambio de épocas y que actualmente debe redefinir sus objetivos y particularizarlos a la labor literaria que realiza en cada uno de sus números.

Lo anterior permitirá que no se pierda la finalidad de publicación y que en adelante tenga un registro más claro de su papel, como medio de difusión de la cultura a nivel universitario.

3.3 ANALISIS COMPARATIVO

3.3.1 PROBLEMATICAS COMUNES

Los resultados que se han obtenido a través del estudio integral de las revistas culturales a nivel universitario permiten entender que existen problemas sintomáticos y comunes, es decir, se repiten conflictos que sugieren una circunstancia peculiar a este tipo de revistas y que las vinculan por ser dependientes de una institución de educación superior. A continuación se enumeran dichos problemas comunes con el fin de contrastar situaciones entre revistas y específicamente hacer una análisis comparativo con base en la revista *Los Universitarios*.

1. Las revistas culturales a nivel universitario dependen de un monto presupuestal considerable para su realización global. Dicho presupuesto es proporcionado por la Institución en cuestión.

2. No existe en estas revistas la publicidad pagada, sino los conocidos intercambios de una institución educativa o relacionada a la cultura que se promociona en las publicaciones.

3. La impresión corre a cargo de particulares puesto que las imprentas de las instituciones, (salvo el caso de la revista El Caldero) se encuentran sumergidas en procesos burocratizados que impiden la puntualidad y eficiencia que debe tener una publicación de este tipo.

4. No existe un espacio exclusivamente dedicado al lector potencial, es decir, el universitario.

5. El consejo editorial no se reúne frecuentemente para discutir el rumbo de la revista.

6. Existe un hueco histórico enorme debido a que por sus propias características, las revistas culturales universitarias, cambian constantemente de directorio lo que ocasiona que se pierda el sentido y la propia historia y filosofía de la publicación. Se pierden de vista los fines para los que fue creada la publicación, se descontextualiza por tanto, un concepto editorial de la misma.

3.3.2. PERSPECTIVAS DEL OBJETO DE ESTUDIO

En el presente análisis se encuentra como revista modelo de una publicación cultural a nivel universitario, con organización, nivel y calidad, a la revista *Casa del Tiempo*, editada por la UAM.

Esta se encuentra organizada de manera dinámica, se permite la colaboración de estudiantes universitarios, se recibe puntualmente y pese a que el tiraje (dos mil ejemplares) es el menor de todas las revistas estudiadas, se distribuye correctamente en recintos universitarios y en librerías de la misma institución.

Por el contrario, la revista *Los Universitarios*, tiene problemas serios de distribución y de reconocimiento como una revista cultural trascendente en la vida cotidiana cultural en la UNAM.

La propuesta integral va dirigida en este sentido: la publicación debe mejorar en los rubros de distribución y de apertura a la comunidad universitaria.

En cuanto a las demás revistas, cabe señalar que por ejemplo, la revista El Caldero, posee la mejor manera de organizar su producción al interior de la propia universidad ya que no existe la burocracia imperante en las instituciones públicas. La revista del IPN cuenta con una concepción innovadora de la cultura, pero se enfatiza en la ciencia y falta participación de su comunidad puesto que las inclinaciones profesionales de esta institución son opuestas y no se ha impulsado lo suficiente la educación cultural.

La revista Universidad de México, acorde a lo que ha concluido este estudio, es una publicación que tiende a ser especializada en el área humanística y con un perfil más académico en su contenido. La revista debe impulsar una campaña de difusión que le permita ser conocida por la comunidad universitaria a través de los medios de comunicación con que cuenta la Universidad.

CAPITULO IV

**DIAGNOSTICO Y
PROPUESTA PARA LA
REVISTA**

LOS UNIVERSITARIOS

4.1 PROPUESTA OPERATIVA PARA ACERCAR EMISOR-RECEPTOR.

4.1.1 PROMOCION Y DIFUSION.

- * COMPILACION GENERAL DE TEMAS Y AUTORES (1973-1996)
- * INDICE TEMATICO MENSUAL
- * PROMOCION Y DIFUSION EN OTROS MEDIOS.

Es preciso integrar a la instrucción universitaria, de la manera más sistemática posible, la revista *Los Universitarios* .

Ello se logrará a través de la promoción de dicha publicación por parte de los académicos y los propios estudiantes.

Se propone realizar un índice temático de la publicación que, con un mes de antelación, señale el contenido del próximo número y publicado en la revista.

La revista debe promoverse en otros órganos comunicativos como es la *Gaceta*, la revista *Universidad de México*, y en medios electrónicos.

Si se quiere ser coherente en la aplicación de la "Acción Pedagógica", que nos dice que los medios de comunicación deben surgir y funcionar en el aula, en el proceso mismo de enseñanza-aprendizaje que cotidianamente vive la universidad, se comprende la propuesta en cuanto a promoción y difusión se refiere.

Otra propuesta es realizar un compilación general de los temas y autores de la revista *Los Universitarios* que contenga las referencias bibliográficas de los artículos, entrevistas, reseñas, ensayos, notas, poemas, crónicas, cuentos, etc. publicadas por el órgano de la coordinación de difusión cultural de la UNAM, durante el periodo de Abril de 1973 a Junio de 1996. Como ya se ha señalado, la publicación se encuentra en su tercera época.

El propósito de este compendio es el seguimiento de los distintos temas que han conformado la revista. Asimismo se busca organizar y clasificar el contenido de *Los Universitarios* desde diversas formas de acceso y recuperación como:

Índice cronológico., que es el índice principal al que se remiten los temas y ordena la revista secuencialmente por año y clasifica y enumera los textos.

Índice por autor, comenzando por los apellidos, los nombres con el número de revista donde se puede encontrar a dicho autor y el número de texto.

Índice temático., consta de dos secciones:

- conceptos
- personajes

Esta compilación será un instrumento de gran utilidad para quienes estén interesados en estudiar el desarrollo y las manifestaciones culturales de la UNAM, a través de la publicación, facilitándoles la localización de materiales y permitiendo su sistematización para estudios e investigaciones académicas.

Asimismo podrá propiciar una difusión más amplia de los textos y coadyuvará a que la revista se convierta en referencia así como una nueva alternativa para que el lector se acerque a los textos.

4.1.2. DISTRIBUCION

El resultado de esta investigación en el área de distribución de la revista ya ha sido señalado: no existe organización por parte de la publicación para que ésta se encuentre regularmente en las distintas entidades de la UNAM.

Por ejemplo, la revista no se conoce en el Colegio de Ciencias y Humanidades. Al mismo tiempo no es puntual la entrega a las distintas Facultades.

En la Facultad de Ciencias Políticas, no se entrega con regularidad y con el mismo número de ejemplares.

Es evidente el descuido en la distribución del producto cultural que debe ser atendido no sólo en su fase de elaboración, pues finalmente la deficiente distribución, impide que exista el vínculo necesario entre el emisor y el receptor.

La propuesta consiste en crear un mecanismo de distribución bajo la supervisión de una persona de la revista que junto con alumnos del servicio social, distribuyan en proporción adecuada para cada centro educativo de la UNAM, de acuerdo al tiraje de la revista, la población de cada centro de estudios y el número de ejemplares requeridos, cuidando de que se haga directa y oportunamente a dichas entidades que existen en la universidad.

Se distribuirá posteriormente verificando que el total sea recibido por la comunidad de manera puntual.

Así se garantizará que la revista no se quede en las bodegas, pues su objetivo es que sea leída por la comunidad universitaria, incluyendo a trabajadores, estudiantes y académicos.

Paralelamente se hace más eficaz el área de la prestación del servicio social, que la mayoría de las veces se emplea en actividades poco útiles y que no benefician a la colectividad.

4.1.3. ESPACIO DEL LECTOR.

Esta investigación concluye que la participación del lector universitario es esporádica y sin ningún patrón sistematizador. Escriben funcionarios, escritores y tal vez algún investigador, en una selección que descarta la participación constante de jóvenes que aspiran a ser escritores.

Al mismo tiempo, no hay espacio que permita al universitario expresar sus opiniones acerca del contenido de la publicación.

Por lo que se plantea dividir en tres partes la propuesta del espacio al lector:

Primera: la apertura de un espacio para que el lector externé sus opiniones y sugerencias sobre los temas y textos que prefiere, y de algún modo influya en la creación de la revista, y sean tomadas en cuenta en los siguientes números.

Segunda: El lector podrá plasmar sus potenciales creativos a través de los distintos géneros literarios o periodísticos y mostrar el trabajo cultural que los universitarios realizan en la UNAM.

Tercera: la participación del lector puede llegar a ser tan amplia, que el espacio dedicado a éste, si resulta insuficiente se puede plantear un concurso denominado:

"Los universitarios en los universitarios"
donde se expongan los textos para ver cuales se van a publicar.

4.1.4 . EXAMEN DE POLITICAS DE APOYO PUBLICITARIO.

La revista *Los Universitarios* no tiene anuncios publicitarios en su contenido, como sucede en todas las revistas culturales a nivel universitario.

Las revistas privadas - cuya concepción empresarial es evidente - utilizan publicidad para costear la realización de su publicación.

Desde hace dos o tres años, *Los Universitarios* recibió la propuesta de una institución bancaria para hacer lo mismo en esta publicación, pero sin motivo, no es aceptada la idea.

Si la universidad recibe un presupuesto estatal para todos sus gastos, considero que la publicidad pagada beneficiaría, pues una institución privada subsanaría los gastos, alrededor de 400 mil nuevos pesos, que implica editar una revista.

La propuesta es que se analicen las posibilidades de que se incluya publicidad pagada para apoyar el gasto y con el capital excedente se construya una oficina para la publicación, que actualmente no posee.

Debe realizarse un reglamento especial para que opere esta propuesta que incluya el margen de admisión para la publicidad, así como sus costos.

Del mismo modo, que continúen los intercambios pero en un espacio menor.

4.1.5. UTILIZACION OPTIMA DE LA IMPRENTA UNIVERSITARIA.

A través de su historia, la UNAM ha logrado una enorme infraestructura en cuanto a la imprenta universitaria. Posee una gran tradición pero al mismo tiempo se encuentra en procesos burocratizados que le impiden trabajar adecuadamente.

Este no es un problema exclusivo de la UNAM, pues todas las revistas dependientes de una institución de educación superior pública, encuentran la alternativa de imprimir la publicación en una empresa privada, debido a los problemas de puntualidad, calidad y presentación que se reflejan en el producto cultural.

En el caso de la revista *Los Universitarios* esta deficiencia se ha prestado a hacer negocios de carácter personal.

La propuesta de impresión busca lograr que una entidad universitaria - como lo es la imprenta - se responsabilice de sus funciones pues a ella corresponde imprimir puntual y eficazmente las publicaciones de la UNAM.

La UNAM, que hace un gasto considerable en poseer la infraestructura necesaria de una imprenta, no debe admitir este tipo de irregularidades, ya que entonces su gasto se duplica de una forma innecesaria.

Por otra parte, es responsabilidad del editor y del director de la publicación, hacer que la revista sea impresa por la dependencia y presionar para que esta labor, se lleve a cabo óptimamente.

Para amplitud en cuanto al desarrollo de la imprenta universitaria y su relación con la tradición humanista de la UNAM, consúltese *anexo 4*.

4.1.6. ETICA PROFESIONAL

En la revista *Los Universitarios* participan dos tipos de colaboradores: el funcionario y el escritor. Ambos provienen de un grupo de amigos.

A lo largo de la investigación fue evidente que la mayoría de estas publicaciones excepto *El Caldero*, *El acordeón*, *Casa del Tiempo*, no se han integrado por grupos o "Mafias" de amigos que crean un órgano de difusión de la cultura imponiendo barreras impenetrables para el lector común.

Pero al mismo tiempo se ha señalado que una revista literaria, por sus propias características se conforma en una tradición, en un sentimiento de amistad que le confiere un ambiente familiar.

Partiendo de lo arriba dicho, y debido a esta ambivalente situación, realizó una propuesta en el plano ético y profesional.

Ya que no se puede hacer una crítica contundente, si se puede exhortar a que la revista *Los Universitarios* realicen su trabajo evitando el "amiguismo" que impera no sólo en este ámbito, si no en el país.

La propuesta es que se evite publicar un " texto comprometido" por ser de un funcionario o amigo y que los editores como profesionales honestos seleccionen publicar los textos, a partir de la calidad del escrito, importancia temática, y no de los prejuicios de amiguismo y compadrerío.

No es democrático proponer que los funcionarios no colaboren en la revista, pero los editores deben respetar la calidad artística e intelectual por encima de la alabanza innecesaria y de la amistad.

Ello dará como resultado una revista más auténtica, y por ende de una mejor calidad.

4.1.7. CONTENIDO DE LA REVISTA

El contenido de la revista es literario y predomina la crítica de arte. Así mismo tiene una parte de crónica universitaria, donde se narran acontecimientos o se describen sitios históricos de la UNAM.

En la revisión de las épocas anteriores de la publicación se obtuvo que en sus orígenes ésta era de un carácter más academicista, pues trataba de temas de actualidad universitaria, como el gasto del presupuesto, abordaba investigaciones e incluso tesis de licenciatura de las distintas facultades.

Con el transcurso del tiempo se observa que en cada cambio de administración, las personas que ocupan los cargos directivos y del consejo editorial, han perdido la tradición y la concepción editorial original.

Ello ha propiciado que la revista se ajuste a las necesidades y gustos de un grupo de amigos y por ende, el contenido no corresponde a la evolución histórica de la publicación, sino a una multiplicidad de preferencias que no sólo repercuten en la organización de la revista, sino en su contenido.

A) La revista necesita un estudio de perfil del lector. Esto beneficiará pues el lector idealmente debe ser la comunidad universitaria y al realizar el estudio de este tipo se obtendrá una publicación más acorde a la realidad que vive la Universidad.

Con lo obtenido en el estudio se podrá delimitar la política a seguir para elaborar la revista, tomando en cuenta las sugerencias de los lectores.

B) La revista se ilustra con fotografías en blanco y negro. Se recomienda realizar un concurso para que se seleccionen los materiales fotográficos que ilustran la revista.

C) Diseño.

En cuanto al diseño, se propone que se cambien tipos de letra diferentes cada 6 meses para que la imagen general de la revista, no parezca monotonía.

D) se propone implementar diferentes secciones de acuerdo con los temas que se tratan en cada número de la revista.

En primer lugar quedaría, si lo hay, el tema monográfico.

En segunda los textos de ficción.

En tercer lugar se insertaría la crónica universitaria, y para dividir cada sección, se colocarían los poemas y entrevistas, serán los géneros que se intercalaran a través de la publicación.

E) Diversidad y actualidad temática.

Se propone que se amplíen los temas y que en la revista se escriban artículos sobre música, filosofía, cine y teatro, y cuestiones sociopolíticas del país, que pocas veces se publican en esta revista.

Cabe destacar que la revista Los Universitarios es un órgano de difusión cultural dirigido a la comunicación estética y por ende, no se deben cambiar estas cualidades que le enriquecen.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En el último decenio ha sido evidente el reconocimiento unánime de la importancia en el manejo de los medios de comunicación colectiva como apoyo a los sistemas educativos y, se subraya al mismo tiempo, la necesidad de emprender investigaciones referentes a dicha utilización para comprender así el vínculo entre éstos y la educación, entendiendo a ésta última desde una concepción integral.

Por ello es preciso analizar en toda su dimensión las manifestaciones comunicativas que se desarrollan al interior de las instituciones educativas, en este caso particular, las de nivel superior, motivo central en la investigación llevada a cabo.

Se requiere entonces sondear y cuidar la influencia de estos medios de comunicación colectiva especialmente, pues son agentes potenciales de control social y también promotores de una conciencia social de acuerdo al uso que se haga de dichos medios.

Las comunicaciones como un fenómeno que ha transformado a toda una generación, han modificado de esta forma algunas estructuras sociales. Tan violenta ha sido su penetración que muchas veces el hombre y las sociedades no alcanzan a comprender el nivel real de impacto de dicho fenómeno.

Por todo lo mencionado arriba, se vuelve tarea académica dilucidar desde la perspectiva de la universidad, la utilización y los efectos que los medios de comunicación colectiva, en este caso, los universitarios, ejercen o pueden ejercer sobre la comunidad que les da vida. Este debe ha sido el fundamento objetivo de la investigación en este rubro.

Los medios de comunicación universitarios pueden servir como herramienta privilegiada de apoyo dentro del proceso educativo, sólo si son utilizados adecuadamente en beneficio de un concepto humanista del hombre, que lo abarque en su totalidad.

Corresponde a la Universidad diseñar una estrategia de comunicación social que impulse su presencia institucional mediante la divulgación de sus actividades fundamentales: la docencia, la investigación y , mediante la extensión de la cultura y el arte, como expresiones cotidianas del quehacer universitario.

Hay que destacar, por tanto, que los objetivos educativos prevean que los medios deben surgir y funcionar en el seno mismo de la acción pedagógica .

En consecuencia, la difusión cultural en las revistas de la UNAM, tiene como misión mejorar sus formas tradicionales de producción, distribución y emisión de mensajes.

Su tarea es recuperar e integrar los elementos y recursos del lenguaje escrito que permitan estructurar el discurso cultural, en la búsqueda de una acción participativa por parte del lector universitario, en donde éste adquiera aprendizajes significativos y los refleje, gracias a la motivación que el medio -las revistas culturales- pueda proporcionarle.

Debe ser uno de los objetivos de las revistas culturales no sólo dar información sino formación a sus lectores.

La educación es el proceso sociohistórico que sirve de marco a un perfil determinado de sociedad , que responde a su origen, a su historia y aspiraciones.

Lo anterior nos obliga a precisar que una de las funciones de las revistas culturales no es sólo el plasmar una pluralidad de valores sino que pueden ser utilizadas por sus creadores con un enfoque social y ético que les permita distinguirse de simples hojas superpuestas.

Por ello a lo largo de esta investigación se pide claridad en la práctica de la comunicación universitaria ,con énfasis especial en la forma en que esta comunicación se articula con el proceso educativo.

Si la Universidad recoge en su actividad cotidiana, aquellas expresiones que abren camino al mejoramiento de los niveles educativos enmarcados en la preservación y fortalecimiento de nuestro pasado y en el diseño de nuestro futuro, sus revistas culturales deben ser el fundamento que guíe una conciencia social que redescubra nuestros valores y alimente nuestra creatividad.

Las revistas culturales a nivel universitario son un vasto campo de estudio que debe ser indispensable marco de referencia para quienes quieran comprender la propia historicidad de las instituciones de educación superior y la forma en que difunden la cultura que cotidianamente crean y recrean.

Las hipótesis que fundamentan este trabajo se han visto fortalecidas a lo largo de la presente investigación, pues se ha observado que la difusión cultural en las revistas de la UNAM debe evolucionar a través de un cambio en su forma de emisión y producción de mensajes, como podría ser la apertura de un espacio para que el lector universitario intervenga con sus textos culturales.

Debe entonces, dinamizar su actividad para consolidarse como un medio de comunicación colectiva que trascienda y que pueda ser, como antaño, eje para la vida cultural al interior de la universidad. Sin descartarse su enfoque hacia el exterior, pero esta peculiaridad que a juicio personal, debe ser secundaria, pues es en el interior de nuestra universidad donde se requiere una mejoría humanística y en la que puede coadyuvar *Los Universitarios* .

Luego de puntualizar en un amplio apartado las distintas concepciones que se ha otorgado al concepto cultura, la investigación se encaminó hacia la comprensión de ésta como un proceso que se puede subdividir en dos momentos:

El primero entendiendo la cultura como el espacio simbólico y real donde se conforman las significaciones de los individuos que integran una sociedad. Y la segunda, la cultura como resultado de la acción de dichos sujetos que resignifican su entorno, es decir, como producto de la configuración simbólica previa.

La cultura cuando se comprende como el conjunto de acciones y actitudes humanas que poseen un significado y una serie de unidades axiológicas, tales como la belleza , la armonía , el bien, cobra sentido en las revistas culturales como la aspiración ideal de las mismas. .

La cultura implica para la Universidad Nacional Autónoma de México un factor fundamental en la integración de un pensamiento universitario más íntegro y cabal.

A través de la historia de la difusión cultural dentro de la UNAM, que se ha descrito sucintamente en un apartado de esta investigación, se nos muestra que han sido insuficientes los esfuerzos por vincular acciones y metas dentro de esta actividad de la universidad. Ello aunado a los problemas socioculturales del país, presenta un panorama verdaderamente preocupante.

Así, la revista *Los Universitarios* se encuentra en una especie de letargo, pues no existe motivación para el lector ni se buscan cauces adecuados por parte de los emisores, para que la revista sea tomada como lo que en teoría debería ser: un foro, un marco y una experiencia cultural.

Pese a que el campo económico no es determinante en estas revistas, vemos que el capital social predomina sobre el cultural, debido a que a los emisores de la publicación les interesa más un valor de prestigio que de enriquecimiento intelectual y estético que puedan ofrecer con su producto.

La cultura no sólo debe crearse, debe difundirse a su vez para que sirva a quienes la reciben, como un elemento que amplie su perspectiva en cuanto acción y reflexión.

No podemos seguir viendo a la cultura como un ente ajeno a la realidad; ésta debe servirnos para interpretar y comprender dicha realidad, e idealmente debe conducirnos a formas más inteligentes de actuar y transformar nuestro entorno.

Los cambios que debe motivar la cultura a través de los distintos soportes comunicacionales que tiene la universidad deben reflejarse en los estudiantes.

Este es el fin de todo medios de comunicación colectiva y para cumplirlos, la revista *Los Universitarios*, habrá de vincularse, ampliarse y fortalecerse con ayuda de sus lectores.

En cuanto a las referencias significativas-normativas que rigen a los individuos, encontramos principalmente, los precarios hábitos de lectura de nuestra sociedad.

Ello obedece a que su referencia significativa-normativa dentro de su rol en la sociedad, le indica que la lectura no es trascendente ni vital para su desarrollo personal.

La explicación aunque no es asunto de esta tesis, sí es un fenómeno que actualmente se cuestionan los investigadores de la cultura mexicana.

La sociedad mexicana no está habituada a leer. Somos, como se ha explicado a lo largo del trabajo, una sociedad que se basa más en las imágenes y en la cultura oral antes que ser una sociedad lectora (como sucede en Francia, por ejemplo).

Es pertinente recordar lo que Camille Paglia y Neil Postman decían acerca de la cultura icónica en nuestra sociedad contemporánea y sus efectos, que se traducen en malos hábitos de lectura y casi nulo acercamiento a las publicaciones culturales como las estudiadas en esta investigación.

Si la escritura es un sistema simbólico que está dos veces distanciado de la realidad, el reto de la alfabetización (no sólo de los infantes), es acostumbrarse a permanecer quietos en un ámbito anormalmente silencioso, para que se pueda transitar libremente por el mundo de la palabra y muy especialmente el mundo de la cultura.

¿Cómo puede el silencio competir con la televisión?, es una pregunta que se puede responder sin evadir a este medio, pero sí aprendiendo a controlarlo.

Este trabajo ha buscado establecer vínculos más eficaces entre el proceso educativo y un fenómeno de comunicación que debiera estar concatenado al primero, pero que en la praxis no ocurre.

En este sentido el principio y fin de la investigación ha sido la búsqueda de una adecuada valoración de este tipo de medios de comunicación, que fueron al menos, en una parte de su historia, un foro de y para los universitarios.

Estos medios tienen un potencial aún no explotado y pueden ser fuente de conocimiento, sensibilidad y motivación para quienes acepten incursionar a través de sus páginas y en su forma particular de transmitir la conocida pero tan poco estudiada comunicación cultural.

BIBLIOHEMEROGRAFIA UTILIZADA

Adorno, Theodor la Industria cultural, 145 pp. España, 1981.

Alsina , Rodrigo Miquel La construcción de la noticia Ed. Paidós , 191 pp. España, 1985.

ANUIES Proyecto del Programa de Extensión de la cultura y sus servicios pp: 73-84 en Crítica núm. 30-31 enero-junio de 1987.

Barragán, Antonieta Industria editorial. Las batallas en el desierto en Expansión pp: 20-38. 30 de agosto de 1995.

Barros, Nicolás Cultura, educación, Universidad (Reflexiones filosófico-educativas) en La Nación, pp: 28-32. Núm. 1793. 15 de diciembre de 1989.

Benjamin, Walter La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica

Bonilla Amador, Venustiano Análisis de un órgano de comunicación universitaria. Propuestas de cambio para una publicación de su tipo: La Gaceta de la Facultad de Química. FCPyS , UNAM, Tesis de licenciatura .

Bourdieu, Pierre La distinción , FCE , 1978, México pág 1 .

Calvimontes y Calvimontes, Jorge El nuevo periodismo mexicano . Inédito. México D.F. 1993.

Campbell, Federico Periodismo Cultural . Ed. Trillas pp 167-180.

Carpizo Jorge Fortaleza y debilidad en la UNAM. en Revista de la Universidad pp 1-8 junio de 1988.

Centro de información SEP. Algunas consideraciones sobre el concepto cultura en Cuadernos de cultura SEP , pp: 31-35.

Dallal , Alberto Periodismo y literatura. Ed. UNAM, 1986, México D.F. , 148 pp.

De la Torre, Gerardo Periodismo cultural, palabras en juego en Memoria de papel pp: 5-39. México agosto de 1995.

Dominguez Hidalgo, Antonio Iniciación a las estructuras literarias. México Porrúa, 1980, 253 pp.

Fernández , Héctor Apuntes generales sobre el currículo en Foro universitario. marzo de 1987. pp: 47-52.

Fernández Varela et al. Notas sobre la conceptualización de la extensión universitaria UNAM, 1981 , México D.F. Dir. Gral . de Publicaciones . 75 pp.

Flores Olea , Víctor *La política cultural del Estado. Cuadernos de Cultura. Secretaría de Educación Pública* pp: 2-6.

Garay Cruz, Luz María Otros medios: Antología sobre medios de comunicación. FCPyS tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación , 1994.

García Canclini , Héctor . *Políticas culturales e integración en El Angel suplemento del Reforma.* núm. 51, noviembre 20 de 1994.

Geertz, Clifford La interpretación de la cultura., 1973 Ed. Gedisa. pp: 45-50.

González Reyna, Susana *La Creación Periodística en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales.* Núm. 144 Abril-junio de 1991. pág 45

Gramsci, Antonio . Cultura y literatura. 1977, Península, Barcelona. 274 pp.

Gramsci, Antonio Cuadernos de la Cárcel , FCE , 1978, México pág 19

Hernández Luna, Juan *La UNAM* pp:170-179 en Cuadernos Americanos año 10 vol. 59. núm 5 septiembre-octubre de 1992.

Hierro, Graciela . *Naturaleza y fines de la educación superior* en Cuadernos de Planeación. UNAM, México 1990.

Martínez, Humberto Las técnicas de investigación documental. UAM Unidad Azcapotzalco;méxico 1977. 118 pp.

Morales Eleazar, Conferencias en torno a la excelencia académica , México Cd. Universitaria, 1990.

NEXOS . *Nuestros lectores. Autorretrato* en Nexos núm. 186 , junio de 1993. pp: 5-8 Y 97-104.

Ordoñez Andrade, Marco . La comunicación colectiva y el desarrollo cultural. Ed. Ciespal, Quito Ecuador, 1972 71 pp.

Padilla López, Raúl *Universidad y modernidad.* en Nexos pp: 31-35 vol. 13 núm. 149 mayo de 1990.

Pérez Tamayo, Ruy *Los últimos 50 años en la UNAM* en Revista de la UNAM núm. 500 septiembre de 1992.

Pérez Tamayo, Ruy *La UNAM y la excelencia académica* en Nexos pp: 59-60. año II vol II núm 122 , marzo de 1988.

Postman, Neil y Camille Paglia *La TV versus el Libro* en Intermedios, junio 1992. pág 50

Reséndiz, Rafael R. *El espacio creativo del comunicólogo* en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Núm. 144 Abril-junio de 1991. pág 21

Rodríguez, Anastacia *La cultura como traje de domingo* en Gaceta UPN núm. 3 31 de agosto de 1995.

Sánchez Azcona, Jorge *Universidad y medios*. en Perfiles educativos. pp: 43-46 núm. 33 julio-septiembre de 1986.

Sánchez McGregor, Joaquín. Filosofía y sistema de la extensión universitaria. Modelo UNAM. Cuadernos de Extensión universitaria, UNAM 1981. México D.F. Dirección General de publicaciones 80 pp.

Soberón, Guillermo La investigación como función universitaria esencial. México 1980, 89 pp.

Tenorio Herrera, Guillermo. La comunicación universitaria. Cuadernos del Colegio de México, Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM, abril-junio de 1993.

Thompson, John B. *La Comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría Crítica de la ideología* en Versión : Estudios de Comunicación y Cultura Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, octubre de 1991, pp: 43-74.

Thompson, Jonh B. Ideología y Cultura Moderna Universidad Autónoma Metropolitana , pa'g. 47.

Tunnerman B., Carlos. Notas sobre la conceptualización de la extensión universitaria. UNAM, 1981, 60 pp.

Universidad de México Examen de la cultura núm. 520 mayo de 1994. Vol. 41.

Zea , Leopoldo Sentido de la difusión cultural latinoamericana . UNAM, Centro de estudios sobre la universidad , 1981, México D.F. 122pp.

ANEXO A

LA IMPRENTA UNIVERSITARIA

El humanismo, en sus tres vertientes principales nos ha legado un cúmulo de conocimientos y experiencias vitales que de un modo u otro determinan la evolución de la cultura y de su quehacer cotidiano, el periodismo cultural.

Dichas vertientes son en primer lugar, los materiales escritos y registrados en los libros, las revistas (que interesan en esta investigación) y los periódicos; en segundo lugar se encuentra la participación directa humanista, ya sea vía la política, ó mediante el ejercicio académico; finalmente la creación artística en sí misma, y que en su conjunto integran los temas y materiales de las revistas culturales en general, proporcionándonos sabiduría infinita, a través de sus imágenes y los giros del lenguaje en la prosa y en la poesía.

Todo ello ha permitido configurar paulatinamente la historia de la difusión cultural impresa en nuestra sociedad, y en particular de nuestra Máxima Casa de estudios.

Este humanismo se hace "evidente a partir de la inteligencia novohispana, que refleja su consistencia en las ideas y las letras de la Colonia, en la militancia política, literaria y periodística de nuestros más notables hacedores de la nacionalidad mexicana del siglo XIX y desemboca en los proyectos literarios, periodísticos y académicos de la Revolución y la posrevolución."

La Universidad como un centro de cultura perfila una suma de conocimientos logrados en años de experiencia y estudios. Su estrecha relación con los libros y con las publicaciones periódicas, nos habla de una historia paralela con una retroalimentación peculiar.

Coincidiendo con el maestro Mario Melgar Adalid en el recientemente publicado Catálogo de las Colecciones de la Coordinación de Humanidades, se comprende que " conocer nuestro patrimonio editorial, rastrear nuestros orígenes y evolución es una manera de defender esta parte sustancial de nuestra tarea"***

Por desgracia, este patrimonio ha sido desdeñado pues pese a que el nivel de analfabetismo es menor que décadas anteriores, " otros son los enemigos y más poderosas sus armas. El reino de la fantasía , como alegoriza Michael Ende en *La Historia Interminable* se ve gravemente amenazado por quienes buscan el control del pensamiento o su total desaparición."****

En una visita a los talleres de la Imprenta Universitaria se puede recorrer la historia de la misma. Desde el monotipo donde son fundidos en plomo cada uno de los caracteres , hasta la instantánea reproducción a través del rayo láser , el hombre ha atestiguado en este siglo XX un desarrollo sin igual en las artes gráficas.

Cabe señalar la importante labor de la imprenta al presentar libros y materiales impresos que respeten los cánones de durabilidad y resistencia.

Pero no se trata de un trabajo aislado sino del trabajo armónico de varias voluntades . Sin el ojo educado del tipógrafo , la plana no tendría el aire y la elegancia necesarias; sin la pericia del linotipista, no sería posible la traslación del original al cuerpo tangible de la letra; sin la habilidad del cajista , la plana no tendría la simetría que ha identificado tradicionalmente al libro o publicaciones universitarias; sin la precisión del prensista , cada página carecería de uniformidad ; sin el cuidado del encuadernador, el texto no tendría la longevidad que lo caracteriza.

Cabe señalar la importante labor de los diseñadores de nuestra Universidad que realizan su trabajo con precisión, sensibilidad y exigencia.

**Melgar Adalid, Mario *Catálogo de colecciones de la Coordinación de Humanidades.*

pág 9.

***Quirarte, Vicente "*La Universidad como libro*" en *Revista Universidad de México* , pág 7 diciembre de 1994.

El trabajo de Vicente Rojo creó toda una escuela , de la que cabe destacar los nombres de Rafael López Castro, Bernardo Recamier, Germán Montalbo y Ricardo Noriega, entre otros.

En entrevista con el diseñador Bernardo Recamier explica que existen tres aspectos que integran la totalidad de una revista: las colaboraciones, el aspecto visual y el diseño gráfico.

Dichos elementos confieren su particularidad a cada revista y considera al diseño algo más que una herramienta gráfica y un arte.

El diseño a través de imágenes va a apoyar con pertinencia los textos. Es decir debe existir un equilibrio entre el texto y la imagen. Ejemplificando, la revista cultural "Casa del Tiempo" publicada por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) sobre todo en su segunda época, poseía un diseño tan llamativo que literalmente "se comía" al texto. En cambio la revista "Vuelta" tiene un predominio de las letras sobre las imágenes y esto finalmente nos conduce a entender que "para presentar un adecuado diseño debe existir una relación armónica con el texto." ****

Las ilustraciones a su cargo en diversas revistas alcanzan el 35% del total de la publicación, que en promedio implica una ilustración por página.

Cabe señalar que acorde al presupuesto que se tenga, se obtendrá un determinado diseño en color y tipo de papel.

Al diseñador se le debe transmitir el concepto editorial de la revista para que en primer término se adapte a las necesidades del editor, y en segundo para crear con base en una proyección del material que se requiere.

Existe asimismo un fenómeno de descentralización importante en la historia de la Imprenta Universitaria. En 1986, con el crecimiento propio y natural de la institución se asigna a otras empresas, la edición de libros y publicaciones.

Tal es el caso de la revista *Los Universitarios*, donde este cambio se suscita por irregularidades en la entrega puntual de dicha revista. Lo que habla de una serie de deficiencias también en el ámbito técnico en la conformación de esta revista.

Sin embargo, el material bibliográfico que se desprendió de la Imprenta en sus primeros años de creación, estuvieron destinados a cumplir con las tres funciones sustantivas asignadas a nuestra institución: docencia, investigación y difusión de la cultura.

En 1961, el entonces rector Ignacio Chávez presidió la constitución de una Comisión Editorial que subrayaba lo anterior.

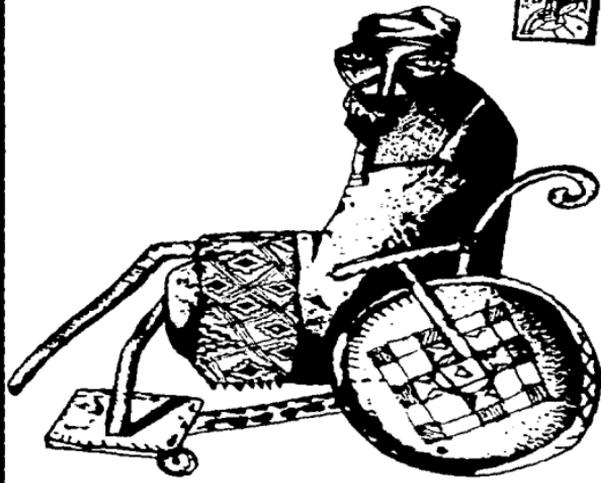
Resulta ilustrativo citar un fragmento del acta constitutiva para comparar el quehacer cultural universitario de entonces con el que hoy nos ocupa:

" 1. En cuanto a la producción literaria , dar desde luego preferencia a ella en sus manifestaciones de investigación en los institutos , libros de los profesores, tesis de alumnos que ameriten publicarse.

2. En cuanto a la producción de libros de texto, tratar de incrementarla con la publicación de textos tanto de profesores universitarios, como de profesores mexicanos ajenos a la Universidad que quisieran dar esa contribución a nuestra casa de estudios.

3. En cuanto a la producción de obra mexicanas raras por uno u otro motivo y que los editores comerciales no se lanzan a publicar por ser inactuales o incosteables."*****

Si bien la Universidad no es la de ese entonces, en esencia su labor editorial se ha mantenido en esta línea de docencia, investigación y difusión, que empero, no debe caer en límites de ediciones que muchas veces no trascienden las bodegas.



Un poema de Hilda Doolittle ▶ Juan Carvajal, ¿Qué fue de tanto galán?
 Sollo y Saizueros: convergencias ▶ La frontera por Crashtwaite y Comepo
 ▶ Dazmuñoz sobre Monsraiz | Jan Russek: horizontes
 ▶ Un texto de Manuel Capatillo ▶ Poesía de Muñoz y Finisterre ▶
 Cantelera ▶ Tercera época ▶ Mayo de 1996

LOS U niversitarios 83

LOS UNIVERSITARIOS

REYES
Y TORRI

POR GONZALO CELORIO
Y JOSÉ LUIS MARTÍNEZ



"UN SER
HUMANO
ES UN CUERPO
DE AMOR":
JESUSA"



FEDERICO
SILVA
EN LA UNAM

TERCERA ÉPOCA



BERTOLT
BRECHT

POR ALBERTO BLANCO
Y PURA LÓPEZ COLOME



TEXTOS DE
DAVID HUERTA
Y JUAN VILLORO



CARTELERA

JULIO 1989

CITLALLI H. XOCHITIOTZIN ORTEGA

MARGEN

49

POESÍA

DÍAS DEL POLVO

(1987-1994)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

LOS UNIVERSITARIOS

PERIÓDICO QUINCENAL
PUBLICADO POR LA EMBLECCION GENERAL
DE DIFUSION CULTURAL • UNAM

El estudiante universitario
NUMERO 1 • 30 DE MARZO DE 1971





Un Nuevo Marco de
Referencia
Para la Educación
Tecnológica

Edificio
Inteligente
Vanguardia
Tecnológica

Color y Forma
en la Escultura de
Manuel Marín

Louis Pasteur
En el Centenario
de su Muerte

Rafael Ramírez
Heredia
Un "Diablo"
Hecho Palabra



LA CULTURA DE ACORDEÓN

Carlos Monsiváis
Luis G. Urbina
José Agustín
Quino
Mónica Mansour
Eugenia León
Juan Villoro
Real de 14
Ismael Rivera
Evodio Escalante
David Haro
Frank Zappa
Mariano González P.



Número 1
Volúmenes de 1990
Precio: \$4 000 M.N.
ISSN 0188-3791

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

RICARDO PÉREZ MONTFORT • VÍCTOR SOLA • LAURA EMILIA PACHECO • ALVARO RUIZ ABREU

Casa del Tiempo

Volumen 14

Epoca No.

Margen de poesía No. 49
Días del Polvor. Citlali Xochitlotzin.

\$ 15.00



LA CIUDAD DE LOS OLVIDADOS
RIBERRO APATRIDA DE LA LITERATURA
UN CUENTO DE MEXICO GIARDINELLI
OTRA VEZ LOS BEATLES
VICTORIA EN ABRIL



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CALDERO



JUSTIFICACION*

La Universidad Nacional vive ahora una intensa etapa de reorganización, trabajo y disciplina, cuyo designio para un futuro inmediato es afirmar las capacidades y el rigor en la formación de los profesionistas que pasan por sus aulas cuatro veces centenarias.

La publicación de la revista *Universidad de México* tiene como propósito asociar a los universitarios en un esfuerzo común para mejorar y dignificar su Casa de Estudios, así como fomentarles un sentimiento de solidaridad indestructible con ella.

Cada mes se recogerá aquí la voz de los más destacados maestros, que a través de nuestras columnas prolongarán su diálogo con los estudiantes. Estos, a su vez, hallarán en la revista todas aquellas disposiciones y noticias relativas a actividades de la Universidad.

En el ambiente de la más alta Casa de Estudios mexicana, y fuera de ella, la revista *Universidad de México* será un reflejo de las inquietudes culturales del país y un vehículo puesto de modo permanente al servicio de la mejor coordinación y logro de tales esperanzas.

* Primer editorial de la *Revista* (Vol. I, no. 1, octubre de 1946, p. 1).

ENI

Imprenta Madero, S. A.
Avenida 102
México 13, D. F.