



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

**CREACIÓN DEL PERIÓDICO ESCOLAR
"UNIVERSO DE LETRAS" COMO APOYO PARA
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

P R E S E N T A :

MOLINA MORA RAÚL

ASESORA:

LIC. FELICIANO HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

San Juan de Aragón, México;

Marzo 2005



m 341801

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: MOLINS MORIS ROSA

FECHA: 08-MARZO-2005

FIRMA: [Firma manuscrita]

DEDICATORIAS:

A esa incomparable mujer que la vida me permite tener como madre y quien se ha convertido en mi más grande ejemplo de firmeza, valentía, amor y determinación en el transitar de la vida.

A ti con quien algún día me reuniré nuevamente y a quien agradezco el haber grabado en mis genes la voluntad y fortaleza de carácter que tanto me han respaldado.

A mis abuelos: Rodolfo y Cristina.

A mis tíos: Fito y Julieta.

A mis hermanos: Nabor, Susana, Maribel y Alicia.

A Víctor, Gerardo y Campoy.

A Mariana, Luis, Estefanía, Nallely y Rodrigo, por ser aquéllos en quienes vierto mis bendiciones y mejores deseos, hoy y siempre.

A mi amiga Olga por la confianza y el apoyo sincero que siempre me ha brindado.

**A Fili y a Vicky por su importante
respaldo y buena voluntad.**

**Al maestro Antonio Reyes por el decisivo e
inolvidable soporte que me otorgó.**

**A Félix por su enorme paciencia,
buena disposición y pertinente
asesoría.**

**A esos muchachos que
alguna vez han sido cómplices
de mis proyectos escolares.**

**A la maestra Martha Patricia y
a los maestros que enriquecieron
este trabajo con sus atinadas
observaciones.**

**A Paty por haberme enseñado
a encontrar muchas de mis capacidades.**

A todos ustedes, mi eterno agradecimiento.

ÍNDICE

Introducción	1
--------------	---

CAPÍTULO 1. ELEMENTOS CULTURALES QUE DETERMINAN LA CONDUCTA SOCIAL DEL ADOLESCENTE

1.1	Las relaciones familiares del adolescente	5
1.2	Adolescencia y escolaridad	7
1.3	La motivación en el aprendizaje	9
1.4	Importancia de la cultura en la conducta	12
1.5	El proceso de socialización	13
1.5.1	La influencia del grupo en la conducta individual	15
1.5.2	Normas de grupo	16
1.6	Grupos de referencia	17
1.6.1	Grupos de referencia positivos y negativos	18
1.6.2	Grupos de referencia múltiples	19
1.7	Estructuras de grupo	19
1.7.1	Estructura sociométrica	20
1.7.2	Estructura de poder	20
1.7.3	Estructura de comunicación	21
1.7.4	Estructura de representación	21
1.8	Las actitudes	22
1.8.1	Estructura de las actitudes	22
1.8.2	Función de las actitudes	23
1.9	Prejuicios y estereotipos	24

CAPÍTULO 2. PRENSA MASIVA Y PRENSA ESCOLAR

2.1	Antecedentes del periodismo impreso	28
2.2	Definición de periodismo impreso	33

2.3	Finalidades y funciones de un periódico	33
2.4	Inicios de la prensa infantil	34
2.5	Importancia del periódico escolar	38
2.6	Formato general de un periódico	40
2.6.1	Diagramación	48
2.6.2	La retícula en el proceso de diseño	49
2.6.3	Compaginación	51
2.6.4	Contenido: Géneros periodísticos	54

CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA
PROPUESTA PERIODÍSTICA ESCOLAR *UNIVERSO DE
LETRAS*: FORMA Y CONTENIDO

3.1	Descripción del logotipo	58
3.2	Público lector	59
3.3	Financiamiento	60
3.4	Formato del periódico	61
3.4.1	Periodicidad y diseño	62
3.4.2	Medidas de la publicación	63
3.4.3	Tipografía	63
3.4.4	Secciones	70
3.4.5	Colorido y encuadre	71
3.4.6	Directorio	72
3.4.7	Página editorial	72
3.4.8	Fotografías e imágenes	72
3.4.9	Diagramado y cuadrícula	73
3.4.10	Encolumnado	74
3.5	Presentación del boceto <i>Universo de Letras</i>	75
	Conclusiones	76
	Fuentes de Consulta	80

Introducción

En la actualidad, la calidad educativa constituye el centro de atención para las instancias oficiales correspondientes, pese a que el proceso de enseñanza-aprendizaje que día con día involucra a una mayor población en edad de asistir a los planteles educativos, no concuerda del todo con un creciente nivel cultural; entendido éste como la adquisición de conocimientos en las diferentes ciencias y la optimización de las habilidades básicas requeridas por el alumnado: como leer con mayor frecuencia y con una mejor comprensión; realizar adecuadamente las operaciones aritméticas esenciales como sumar, restar, dividir y multiplicar. Con menor razón podríase pensar que con la base de docentes imprevistos que genera el Estado, se vuelva una realidad el mejoramiento de la calidad en la enseñanza escolarizada.

Como inicio de este trabajo, resulta indispensable citar aquellos aspectos que refieren las necesidades del adolescente y las posibilidades que éste tiene de ser reorientado en la formación de sus valores, actitudes y creencias. Pues la información que puede obtener de un periódico es demasiado limitada en comparación con el bombardeo informativo recibido de diversas fuentes, que constituyen su entorno; aunque este trabajo podría ser el inicio, o cuando menos una propuesta generadora de pequeños cambios que favorezcan al alumno y al profesor.

Asimismo, los diversos apartados que a continuación se enumeran, nos permiten conocer los elementos que se entrelazan e influyen en la conducta social del individuo (específicamente del estudiante de secundaria); y concluir que el joven puede cambiar su percepción y actuar, dentro de lo posible, al proporcionarle mensajes más positivos y enriquecedores. Por tanto, el interés del alumno por aprender podría reflejarse en mejores calificaciones y hasta en el aumento del hábito de la lectura.

Es bien conocido que la forma de vida presente está colmada de hábitos y actitudes antisociales que aceleran la pérdida de valores humanos y el fortalecimiento de la violencia e inseguridad sociales. Debido a ello, deben inculcarse nuevos modelos de conducta en nuestra población como freno o atenuante de esas prácticas humanas tan nocivas para todos los que pertenecemos a uno u otro grupo social, y arrancar en los centros de socialización más primarios del individuo y más impactantes en su pensar, sentir y actuar, futuros.

De ahí que las relaciones sociales y los mensajes o informaciones que adquirimos dentro de los círculos primarios como la familia, la escuela y nuestro entorno comunitario, deberían contrarrestar aquellas informaciones que nos mantienen anquilosados en la pasividad mental y física; en el conformismo y en la seudomodernidad. Evidente resulta el incluir el impacto que ejercen los medios masivos de comunicación.

En este trabajo, nos referiremos al sujeto de estudio comprendido de los 12 a los 15 años, por ser las edades promedio en que se encuentran los escolares de secundaria, partícipes en el mismo. Por tanto, utilizaremos los términos: adolescente, joven, muchacho, estudiante de secundaria, escolar o alumno, para referirnos a la misma población.

La escuela donde se realizará esta publicación será la Escuela Secundaria Técnica, Industrial y Comercial, No. 126, "Francisco Díaz Covarrubias", localizada en el municipio de Ecatepec de Morelos, en el Estado de México.

La publicación del periódico se llevará a cabo en el turno matutino, por funcionalidad docente del autor de esta tesis. Las colaboraciones podrán pertenecer a alumnos y profesores de cualquiera de los tres grados. Asimismo, la mayor parte de los contenidos impresos en el periódico, serán seleccionados de acuerdo con el propósito editorial del periódico: instruir de manera amena al lector. Aunque no es posible determinar quiénes

ni cuántos serán los jóvenes partícipes en cada número de la publicación, se buscará involucrar al mayor rango de redactores y lectores posible.

Se propondría lograr el financiamiento del medio de comunicación con el ingreso obtenido de las cuotas anuales de los alumnos, y cuya administración está a cargo de la asociación de padres de familia; o en su defecto, emplear recursos obtenidos de los eventos sociales que permiten recaudar fondos y apoyarse, simultáneamente, de las donaciones del mismo alumnado.

La periodicidad del mismo dependerá de la disposición económica de los patrocinadores, aunque los sondeos realizados entre los lectores potenciales (autoridades escolares, padres de familia y estudiantes) precisaron que una publicación de esta naturaleza, favorecería académica y psicológicamente a los alumnos.

En síntesis, este trabajo de investigación pretende plantear una alternativa informativa escolar para docentes y alumnos y a su vez concluir con la parte escrita de titulación del autor.

En el primer capítulo son mencionados los elementos psicosociales que determinan algunas conductas del adolescente, como la relación de éste dentro de la familia y la escuela; las estructuras y normas de grupo que guían su proceso de socialización; el impacto que tienen en el joven los grupos de referencia positivos y negativos; la estructura y función de las actitudes; así como la presencia de prejuicios y estereotipos en su formación personal.

En el segundo capítulo se abordará el tema de la prensa masiva y la prensa escolar; citando los antecedentes del periodismo impreso y los inicios de la prensa infantil; la importancia de un medio periodístico escolar; y la exposición de las características generales del formato que tienen los diarios masivos.

Las características de diseño, contenido y periodicidad de la publicación serán definidas en el capítulo segundo.

En el tercero y último capítulo del trabajo, se explican los aspectos específicos de esta propuesta periodística, como el tipo de público lector, financiamiento, periodicidad, secciones, diagramado, encolumnado, tipo de fuentes, tamaños y estilos utilizados.

Finalmente, se expone el diseño y contenido de la propuesta periodística escolar: *Universo de Letras*, así como el primer ejemplar impreso.

CAPÍTULO 1

ELEMENTOS CULTURALES QUE DETERMINAN LA CONDUCTA SOCIAL DEL ADOLESCENTE

Como inicio de este trabajo, resulta indispensable citar aquellos aspectos que argumentan las necesidades del adolescente y las posibilidades que tiene de ser reorientado en la formación de sus valores, actitudes y creencias. Pues la información que puede obtener de un periódico es demasiado limitada en comparación con el bombardeo informativo recibido de diversas fuentes, que constituyen su entorno; aunque este trabajo podría ser el inicio, o cuando menos una propuesta generadora de pequeños cambios que favorezcan al alumno y al profesor.

Por otra parte, el interés del alumno por aprender podría reflejarse en mejores calificaciones y en el aumento del hábito de la lectura, pues en México sí existen lectores asiduos, sólo que el material preferido no es de alto contenido educativo.¹

Asimismo, los diversos apartados que a continuación se enumeran, nos permiten conocer los elementos que se entrelazan e influyen en la conducta social del individuo (específicamente el estudiante de secundaria); y concluir que éste puede cambiar su percepción y actuar, dentro de lo posible, al proporcionarle mensajes más positivos y enriquecedores.

1.1 LAS RELACIONES FAMILIARES DEL ADOLESCENTE

La familia, como unidad básica en la que se desarrolla el individuo, es el núcleo de su socialización, donde aprende el funcionamiento de la sociedad y desarrolla los patrones de conducta que le permitirán adaptarse y vivir de forma efectiva en una sociedad.

¹ Huerta, Teófilo. *La Prensa Infantil*. México, Colofón, 1994. Pág. 53.

Muchos de los valores, intereses y actitudes que conforman la conducta adulta, tuvieron su origen en las influencias familiares que recibió el niño.

La importancia de la familia está en proporción con la dignidad y el valor que se conceda a la persona individual, pues es dentro de la familia que nacen nuevas personas y que éstas son cuidadas con una ilimitada preocupación por su bienestar.²

No obstante, es en esta unidad familiar donde se dan una buena parte de los conflictos entre el mundo del púber y el del adulto. Estos conflictos suelen presentarse al final de la niñez y se prolongan durante la adolescencia, si no son debidamente resueltos.

Si durante la primera infancia ya se han vivido situaciones conflictivas entre padres e hijos, es en esta etapa de la pubertad, donde se intensifican o se reviven las situaciones problemáticas no superadas.

Los padres, al constatar el crecimiento físico y madurativo de sus hijos, empiezan a sentir nuevas preocupaciones con respecto a ellos. Piensan que su cooperación en la familia deberá ser mayor, que no obedecen suficientemente, que no agradecen los esfuerzos de los padres, que no trabajan debidamente y que pueden iniciar su sexualidad demasiado pronto. Debido a estos temores y a otros que van apareciendo, los padres se inquietan y frecuentemente controlan, regañan y, a veces, sancionan la conducta del hijo o la hija, sin analizarla debidamente ni reflexionar acerca de sus ansiedades respecto al hijo. De este modo, los padres, sin darse cuenta, restringen o inhiben los esfuerzos de los hijos por autoafirmarse en su personalidad, por ampliar sus amistades y por integrar su propia conducta.

² Phoenix, Philip H. *Educación y Sociedad*. México, PAX, 1969. Pág. 195.

En numerosos casos, los padres de familia olvidan la fuerte manipulación sufrida por sus hijos, imitando conductas negativas, en una era de difusión informativa sin fronteras y con muy poca o ninguna censura por parte de los productores y promotores de información.

Además, los padres de muchos jóvenes, pierden de vista que los mensajes emitidos mediante los medios de comunicación, llámense: internet, televisión, radio, cine, o algún impreso, sólo pueden contrarrestarse con otras opciones comunicativas que interesen a sus hijos por contenidos diferentes, que al menos planteen un entorno distinto al percibido por los medios masivos ya citados.

Realizar lo anterior no es tarea fácil. Pero las familias son el origen de la difusión cultural y del proceso socializante de sus miembros. Y es ahí donde se debería motivar a los niños y jóvenes para que lean textos más formativos y satisfactorios de su curiosidad. Y por qué no, hacerlos partícipes de actividades manuales o de destreza mental, accesibles en cuanto a tiempo y economía, para padres e hijos, y así reducir el tiempo dedicado a ver televisión, practicar los videojuegos, o navegar por internet, tan sólo por ocio.

1.2 ADOLESCENCIA Y ESCOLARIDAD

Es importante hablar de la escolaridad de los jóvenes de estas edades, ya que pasan en la escuela gran parte de su tiempo y por tanto, es en este ámbito donde van a establecer la mayoría de relaciones sociales y también donde van a mostrar sus capacidades intelectuales.

El éxito o fracaso al demostrar sus capacidades intelectuales y de relación afectará en gran parte el desarrollo de su personalidad y su propia valoración o autoestima.

Algunas escuelas todavía están ligadas a un régimen autoritario, por lo que se refiere a la imposición en cuestiones de disciplina. El autoritarismo puede generar dos tipos de reacciones entre los jóvenes, que no serán en absoluto beneficiosas y, por tanto, deberían evitarse. Por un lado, el autoritarismo puede generar la rebeldía, entre aquellos adolescentes que piensan que pueden dar su opinión ante distintas situaciones y que su criterio debe ser escuchado por los adultos. Por otra parte, existen muchachos que no se atreven a contradecir al adulto, porque piensan que está siempre en posesión de la verdad, se creará una relación de dependencia que en nada favorecerá al desarrollo de la autonomía de los muchachos.

De ahí que podrían encontrarse nuevas modalidades de trabajo que no conviertan la obediencia en la principal virtud del buen alumno y no considerar un acto de rebeldía el hecho de que el alumno exponga opiniones críticas y en ciertos casos opuestas a lo que el adulto piensa.

Asimismo, es importante buscar soluciones a otros problemas, como la respuesta del adolescente ante el fracaso escolar, pues éstos pueden adoptar distintas actitudes: preocupación, angustia, descontento e incluso indiferencia; pero en el fondo el joven que fracasa se siente afectado por sus dificultades, y llega a pensar que es poco inteligente, con lo cual no hará ningún esfuerzo para superarse.³

Aunque también existen algunos aspectos que pueden dificultar el desarrollo intelectual de los alumnos, como son:

- El número elevado de alumnos en una clase.
- Escuelas demasiado grandes en las que el alumno no se siente tratado de una forma individualizada.

³ Baldrich Rodríguez, Pilar. *Manual para Padres. Psicología y Educación*. España, Ediciones Hymosa, [s. f.]. Pág. 70-75.

- Programas escolares demasiado rígidos.
- Temor y competencia ante las calificaciones escolares.

Ante todo, deberá plantearse si la institución escolar a la que asiste el estudiante, es adecuada para él. De lo contrario, es recomendable buscar ayuda psicológica o pedagógica.

1.3 LA MOTIVACIÓN EN EL APRENDIZAJE

En el aprendizaje, la motivación requiere un contexto favorecedor. Muchas de estas relaciones dependen del aspecto socioeconómico y cultural, y dejan de ser responsabilidad de la escuela misma. Es decir, las costumbres, la carencia de recursos económicos, la falta de aspiraciones, son a menudo obstáculos para el aprendizaje. Pero muchos de los obstáculos se deben a las estructuras escolares, a los programas demasiado rígidos u obsoletos, a los sistemas de evaluación y a la desmotivación de los educadores, debido a problemas personales, a la carencia de aptitudes o destrezas académicas y pedagógicas, o a la falta de motivación económica y profesional.

Debemos tomar en cuenta que “motivar es incitar a una persona a hacer u omitir algo. Motivar para el aprendizaje es mover al estudiante a aprender, y crear las condiciones necesarias para su logro, quitando las barreras que se oponen a ello” .⁴

Además, en la motivación del estudiante cumple un papel primordial el clima afectivo y humano de la escuela y de cada grupo escolar. Pues el hombre reacciona movido por impulsos positivos (deseo, interés) o negativos (miedo, desprecio, dolor); dichos impulsos proceden de necesidades sentidas y se dirigen al logro de determinados objetivos. Las necesidades u objetivos están condicionados por la situación o por el contexto en el cual se encuentra la persona. Considerando a este último como las

⁴ Suárez Díaz, Reynaldo. *La Educación, su filosofía, su psicología y su método*. México, Trillas, 1989. Pág.123.

características, los intereses y relaciones en cuyo marco se ejerce la educación. Por tanto, la influencia del ambiente es determinante en el proceso educativo.

Éste es un punto muy delicado, pues se sabe que la influencia del medio ambiente sobre el individuo es determinante para la adquisición de valores y conductas; y quizá es un aspecto en el que elaborar un periódico escolar sea de poco impacto si lo comparamos con el bombardeo de los medios de difusión masiva. Sin embargo, la escuela es generadora de conocimientos y modelos a seguir, mediante la presencia de profesores y alumnos, quienes estarán involucrados, para beneficio o perjuicio de los mismos estudiantes.

Debemos recordar que el joven pasa gran parte de su tiempo en la escuela. Y la familia al igual que ésta, son los principales centros de socialización del individuo. Lo que justifica la propagación de un material informativo diferente para escolares de secundaria.

El adolescente es movido por la curiosidad de experimentar cosas nuevas, de ver cómo están hechas y qué efectos ejercen sobre su persona. A estas experiencias directas van a sumarse las indirectas, que provienen de libros, periódicos, revistas, el cine, la radio, la televisión e internet, entre otros. Aunque ambos tipos de experiencias son importantes, con estas últimas se corre el riesgo de que adquieran un puesto central, si se cierran en sí mismas y se formalizan reduciendo y empobreciendo así el campo de las experiencias directas.⁵

También podemos señalar que se aprende cuando se quiere aprender y cuando se siente la necesidad de hacerlo. El aprendizaje está condicionado por el nivel de aspiraciones y éstas se ven condicionadas por el ambiente. El marco social define la calidad y cantidad

⁵ Bartolomeis, Francesco de. *La Psicología del Adolescente y La Educación*. México, Ediciones Roca, 1978. Pág. 115.

de aspiraciones; pero también el educador y la estructura escolar suscitan y orientan los deseos y necesidades de los estudiantes, buscando respuestas positivas a ellas y encauzando los impulsos hacia acciones benéficas para la persona y su grupo social. No obstante, los mismos impulsos pueden dar lugar a acciones diferentes. Por ejemplo: El deseo de ser reconocido por los demás, puede dar como consecuencia un alumno excelente y perfeccionista, o un alumno travieso y despreocupado de las actividades escolares.

Para William James, la mayoría de las motivaciones son de carácter inconsciente y de índole instintiva. Según Freud, la conducta humana es motivada esencialmente por los instintos de autoconservación, sexuales y de muerte. Adler creía que la ambición de poder, como compensación de los sentimientos de inferioridad desarrollados en la infancia, constituía el motivo humano fundamental. Otros recurren a motivos de índole social. Según Maslow, las necesidades y los deseos de las personas cambian continuamente debido a la diversidad de experiencias y situaciones.⁶

Asimismo, la educación actual enfrenta el reto de instruir jóvenes que poseen pocas aspiraciones para sí mismos, ya sea como producto de la excesiva complacencia paterna o como emulación de los estereotipos percibidos de su entorno social o a través de los medios de difusión masiva.

De igual manera, tanto padres como docentes, son responsables de las motivaciones que mueven al sujeto para que elija qué aprender y la calidad de este aprendizaje. Además, en la realidad, existen muchos profesores y padres de familia, que por una u otra justificación, están tan desmotivados que arrastran, inevitablemente, a sus hijos o alumnos a esta falta de interés por aprender y superarse.

⁶ Suárez Díaz, Reynaldo. *Op. Cit.* Pág.125.

Por ello, es necesario motivar a los alumnos para que reciban mensajes formativos, y mediante el análisis de éstos, adquirir valores más positivos, y por consecuencia, modificar las actitudes que llevan a conductas nocivas para el adolescente, su familia y la sociedad.

Un periódico escolar sería una posible alternativa para replantear los mensajes que recibe el joven de secundaria, y motivarlo para que aprenda aspectos formativos que lo hagan más crítico ante los medios de comunicación masiva.

1.4 IMPORTANCIA DE LA CULTURA EN LA CONDUCTA

La cultura es el aspecto más importante para comprender las causas de la conducta humana en sociedad.

Para Linton (1936), la cultura es “la suma total de los patrones de conducta, actitudes y valores compartidos y transmitidos por los miembros de una sociedad dada”⁷

Según Benedict (1934), un patrón cultural puede considerarse como un conjunto de maneras -ampliamente compartidas- de conducirse en una sociedad y de las creencias que acompañan dicha conducta. Un patrón característico o conjunto de valores es lo común a la mayoría de los miembros de la sociedad y lo que diferencia a ésta de otras culturas.⁸

El estudio de la cultura, nos muestra que toda persona tiene impulsos básicos, primarios, tales como el hambre, la sed, el deseo sexual y la necesidad de calor, de abrigo, de estimulación y de confort. Aun las motivaciones aprendidas, tales como el temor, el mantenimiento de la autoestima, la necesidad de afiliación y de aprobación

⁷ Mann, Leon. *Elementos de Psicología Social*. México, Limusa, 1981. Pág.16.

⁸ *idem*.

social, aunque diferentemente expresadas o sentidas en las diversas sociedades, son comunes a todos los pueblos.

La cultura delimita las características básicas de personalidad de los miembros de una sociedad y define en gran medida si serán agresivos o tranquilos, dominantes o sumisos, cooperativos u hostiles.

En el proceso de socialización, la cultura funciona a través de sus promotores (padres, maestros, líderes religiosos, autoridades laborales, organizadores de clubes, etc.), en una secuencia determinada de contextos sociales, tales como la familia, la escuela, los grupos de juego y de trabajo.

Por tanto, la sociedad determina las actitudes del individuo, sus valores, sus hábitos, los patrones de cooperación y de conflicto y el modo por el cual el individuo va a relacionarse con los demás. Llegar a ser miembro de la sociedad, dotado de las apropiadas actitudes y comportamientos, es el resultado del proceso de socialización. McDougall (1908), uno de los primeros psicólogos, estableció que “el problema fundamental de la psicología social es la moralización del individuo por la sociedad dentro de la que nació como criatura y se sirvió del término moralización, refiriéndolo a lo que actualmente se llama socialización, pero no hay duda de que se refería al mismo proceso”.⁹

1.5 EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

El individuo se ajusta al grupo aprendiendo las conductas que llevan a la aprobación del mismo. El término socialización se refiere a un proceso general y es aplicable a niños, jóvenes o adultos. A cualquier edad puede introducirse una persona en nuevos grupos u

⁹ *Ibidem*. Pág. 19.

organizaciones y se espera que adquiera sus valores. La socialización se lleva a cabo toda la vida, especialmente en las fases de transición tales como la entrada en la escuela, la toma de un trabajo, el casamiento, el ingreso al servicio militar, la migración a otro país, la paternidad y la jubilación, entre otras. El objetivo de la socialización es el llevar al individuo a conformarse de buena voluntad a los usos de la sociedad y de los grupos a los que pertenece.

La ideología y los valores de una sociedad determinan directamente los patrones preferidos de socialización.

Mientras no hay duda de que la influencia de los padres sobre el niño durante los primeros años, ejerce la más poderosa influencia socializadora, existen dos procesos relacionados que se emplean por diversos grupos e instituciones para modelar la conducta adulta considerada insatisfactoria o inapropiada:

A) La desocialización, que está constituida por la desaparición de valores y conductas, fundamentales, que constituyen el centro del funcionamiento social del individuo.

B) La resocialización, es el proceso mediante el cual el grupo lleva al individuo a adoptar un conjunto de modelos de conducta en sustitución de otros. En ocasiones, la resocialización puede ser una consecuencia inevitable de la desocialización. Nuevos valores pueden desarrollarse para llenar el vacío dejado por la supresión de los anteriores.

Asimismo, el medio físico es un determinante primordial del medio social del individuo, puesto que define sus oportunidades de aprendizaje y de interacción social. Hay diferencia entre vivir en un barrio de bajo nivel socioeconómico, a pertenecer a una zona con mejores oportunidades de vida. Las condiciones del medio definen el tipo de experiencias de las que el individuo aprende sus hábitos y valores.

Por otra parte, es poco común a este nivel educativo, que los muchachos cuenten con un periódico que contenga las características tipográficas y de contenido similares a las de un medio de circulación masiva, como los que conoce. Por lo mismo, un promotor de mensajes diferentes y pertinentes para el escolar, que además es adolescente, le podría influir para resocializar su actividad, en el ámbito educativo; creando un gusto por la lectura, desarrollar sus habilidades escritas, motivarlo a investigar algún mensaje que desee incluir en la publicación periódica, insertar fotos de eventos comunitarios, o en algunos casos diseñar carteles e imágenes.

1.5.1 LA INFLUENCIA DEL GRUPO EN LA CONDUCTA INDIVIDUAL

Los individuos dependen de los demás para satisfacer la mayoría de sus necesidades y, correlativamente, el grupo facilita a sus miembros la consecución de una gran cantidad de fines.

Por ejemplo, obtener del entorno social la ratificación de nuestros propios juicios y opiniones. Festinger (1954) ha hablado de un impulso de autoevaluación, una necesidad de saber que las propias opiniones son correctas y de saber con precisión de qué es capaz y de lo que no se es capaz.¹⁰

La adolescencia es un etapa en la que surgen preguntas respecto a los cambios físicos y psicológicos que se viven, aunque también se cuestiona el papel desempeñado como parte de la sociedad. Los jóvenes necesitan ver situaciones similares a las que ellos experimentan y considerar si podrían ser o no de su utilidad. Obviamente, consideramos que el estudiante se identificará más con personajes jóvenes, de su edad promedio, que atraviesen por inquietudes parecidas a éstos. Y por ello, leen y escuchan, información referente a ciertos temas como la amistad, el amor, los horóscopos, consejos para verse

¹⁰ Bartolomeis, Francesco de. *Op. Cit.* Pág.107-120.

más atractivo físicamente, recomendaciones acerca de la moda, las relaciones familiares, las pruebas proyectivas de autoevaluación personal, entre otros. Es aquí donde los estudiantes recurren a fuentes informativas a su alcance. Y el medio impreso es un recurso práctico y útil para los escolares. Aunque el contenido de este periódico sea más orientado a la instrucción académica, no debe soslayar la amenidad ni dejar de saciar la curiosidad de los lectores.

También, los grupos permiten a la mayoría de sus miembros la satisfacción de sus necesidades sociales, tales como afiliación, amistad, aprobación y reconocimiento.¹¹

El individuo necesita pertenecer al grupo puesto que es éste el que determina en gran medida los sentimientos de orgullo, prestigio y valor personal. De la participación y la aceptación en un grupo que va más allá de uno mismo se deriva un sentido de pertenencia.

De hecho, el grupo puede llegar a constituir una parte importante del sentido personal del individuo, una extensión de sí mismo. El éxito y el reconocimiento del grupo produce orgullo y satisfacción en los miembros. Si el grupo pierde prestigio, lo mismo pasa a las personas que pertenecen a él y con él se identifican. Cuando se pone en tela de juicio o se ataca la reputación del grupo, los miembros la defienden aun a costa de grandes sacrificios personales.

1.5.2 NORMAS DE GRUPO

El grupo impone un control de sus miembros para regular la serie de conductas, actitudes y relaciones permitidas, y para asegurar la continuidad del grupo. Como consecuencia de la interacción, los grupos desarrollan normas sociales que son formas

¹¹ Mann, León, *Op. Cit.* Pág. 44.

determinadas de ver su entorno, o alternativamente, actitudes y valores de grupo. Una vez establecida, la norma o estándar ejerce un efecto de obligación en los miembros del grupo. En el sentido de la adherencia al estándar se ejerce una presión y una repugnancia a violarlo.¹²

Al llegar a formar parte de un grupo valorizado, el individuo va a tener una tendencia a cambiar sus modos de actuar, de pensar o de sentir en la dirección señalada por las normas de grupo. Son factores responsables de este cambio: la frecuencia de interacción con otros miembros del grupo, las dudas acerca de la conducta apropiada y la presión ejercida por los demás.

La atracción que ejerce el grupo sobre el miembro debilita también sus intentos de salirse de la norma. La comunicación directa al miembro apartado de la norma produce una presión social que lleva a la conformidad con la norma de grupo. Pero si esto falla, la persona puede dejar el grupo o el grupo puede verse obligado a abandonarlo. Por supuesto, en muchos grupos a los miembros que se apartan de la norma no se les da la oportunidad de re-conformarse a ella, sino que son inmediatamente expulsados.

1.6 GRUPOS DE REFERENCIA

A los grupos con los que un individuo se identifica y que ejercen influencia en su conducta, independientemente de que sea o no miembro de ellos, se llaman grupos de referencia. El grupo representa un punto ideal con el que el individuo se compara y a través del cual evalúa lo apropiado de su conducta. Las autoevaluaciones del nivel económico, del valor intelectual y del atractivo físico, se determinan después de una comparación con otros individuos del grupo de referencia (Hayman,1942).¹³

¹² *Ibidem.* Pág. 53.

¹³ *Ibidem.* Pág. 55.

Las actitudes con respecto a las privaciones y a las gratificaciones se basan también en comparaciones con otros individuos que se encuentran en situación similar. Esto respalda la necesidad de que los personajes incluidos en los artículos del periódico escolar, son más impactantes para el lector, cuando son parecidos: en clase social y nivel económico, en edad y en intereses psicológicos y sociales.

Asimismo, el resaltar el nombre de los colaboradores o articulistas del periódico, o hacer publicidad a los alumnos más destacados en alguna actividad, y en muchos casos la impresión de fotografías individuales o colectivas, resaltará el interés del estudiante por sentirse reconocido socialmente y adquirir popularidad.

Las comparaciones sociales que se encuentran a la disposición del individuo en las situaciones de competencia lo conducen a determinar si ha sido un éxito o un fracaso y lo motivan al mismo tiempo a esforzarse.

La segunda característica importante de los grupos de referencia es su función normativa. Los grupos son la fuente de los valores y perspectivas del individuo, no sólo porque tienen el poder de premiar y castigar a los miembros, sino también porque los no miembros que aspiran pertenecer siguen sus normas de conducta y sus creencias. Dichos grupos se llaman también grupos de identificación, dado que su función normativa como formadores de valores depende del grado en el que el individuo se identifica con ellos.

1.6.1 GRUPOS DE REFERENCIA POSITIVOS Y NEGATIVOS

Aunque usualmente grupo de referencia es aquél del que se desea aceptación y aprobación (grupo de referencia positivo), en algunos casos el individuo puede ser influenciado por un grupo que le disgusta (grupo de referencia negativo). Los grupos de referencia negativos motivan a la persona a adoptar actitudes opuestas a las del grupo.

Sherif (1948) ha escrito que “en muchos casos (quizás en todos) el referir negativamente las actitudes sociales a un grupo lleva a referirlas positivamente a otro, o viceversa, de modo que las actitudes se refuerzan doblemente”.¹⁴

Algunos grupos de referencia son muy específicos y afectan al individuo sólo en un contexto muy limitado; otros, como la familia, son más generales. No obstante, en diferentes momentos se emplean distintos grupos de referencia, y el que se emplee uno en particular depende del aspecto que se está valuando (en lo que respecta a la función comparativa) y del sistema de actitudes que esté en operación (en lo que respecta a la función normativa).

1.6.2 GRUPOS DE REFERENCIA MÚLTIPLES

Puesto que ningún grupo puede satisfacer todas las necesidades y objetivos de una persona, el individuo pertenece o aspira a pertenecer a muchos grupos diferentes. Algunas veces estos grupos tienen normas divergentes y ponen al individuo en situación de conflicto a causa de sus fidelidades contradictorias. El conflicto entre solicitudes incompatibles se resuelve usualmente favoreciendo un grupo de referencia sobre el otro, o siguiendo las exigencias del grupo más potente o sobresaliente del momento. Pero cuando no se dispone de ninguna solución satisfactoria, el individuo prisionero de esta controversia ejercida por los grupos de referencia, mostrará en su conducta inseguridad e incoherencia.

1.7 ESTRUCTURAS DE GRUPO

Estructura de grupo es el patrón relativamente estable de relaciones entre los miembros de una colectividad. Dentro del grupo existen diferentes estructuras y roles. Las

¹⁴ *Ibidem.* Pág. 57.

estructuras más conocidas y significativas para el funcionamiento del grupo son: la sociométrica, la de poder, la de comunicación y la de representación.

Es importante señalar que estas estructuras están presentes en la organización y desarrollo de un periódico escolar. En principio porque los jóvenes comparten fuertes lazos afectivos con sus compañeros, y es una etapa en la que se busca a “ese mejor amigo”, y se trata de encontrar a la gente honesta que les aprecie. Lo cual favorece el trabajo en equipo, y el intercambio de información de unos a otros muchachos, incluyendo lo que les gusta o no de su maestros, compañeros, de sus padres y de su entorno social. Por ello, se pretende que el periódico escolar satisfaga algunas necesidades del lector, y sirva de modelo referencial para los adolescentes y como un posible líder de opinión.

1.7.1 ESTRUCTURA SOCIOMÉTRICA

El patrón de gustos y disgustos entre los miembros de un grupo constituye la estructura de amistad o estructura sociométrica. Dicha estructura cubre las formas más importantes de sentimientos interpersonales, como el aprecio, la indiferencia o el rechazo.

1.7.2 ESTRUCTURA DE PODER

La estructura de poder es la distribución de la autoridad y de la influencia dentro del grupo. Si una persona controla los medios necesarios para la satisfacción de las necesidades de los demás, dicha persona tiene poder sobre los demás. Una de las más importantes bases de la influencia en los grupos es el poder de recompensar, o poder de reforzar. Otras fuentes de poder incluyen el poder del experto, en el cual la influencia se deriva de los conocimientos y habilidades de la persona, y el poder de referencia, que se da cuando la persona es imitada por otros miembros del grupo.

“Se ha encontrado que los miembros más poderosos del grupo reciben un número mucho mayor de mensajes de comunicación, gozan de mayor preferencia o popularidad y son más respetados que los demás miembros. No es sorprendente que los individuos que tienen mucho poder en el grupo estén más satisfechos, no sólo a causa de la información, respeto y atracción que conlleva su puesto, sino también porque el uso del poder satisface de por sí (Watson y Bromberg, 1965).”¹⁵

El lugar que ocupa el individuo en su grupo se refleja en sus sentimientos de autoestima. El ser admirado y consultado por otros del grupo lo hacen sentirse más fuerte e importante.

1.7.3 ESTRUCTURA DE COMUNICACIÓN

La estructura de comunicación se refiere a la red o patrón de medios de comunicación entre los miembros del grupo. El número, capacidad y distribución de las formas de comunicación afecta el funcionamiento del grupo, especialmente en la solución de problemas, en la distribución de la información y en el desarrollo de las vías organizadas de trabajo. Los grupos difieren en el grado en el que los miembros tienen libertad para comunicarse los unos con los otros.

1.7.4 ESTRUCTURA DE REPRESENTACIÓN

Ésta se refiere a la estructura de roles o de trabajo; es decir, al conjunto de tareas y responsabilidades adjudicadas a los miembros del grupo. Por ejemplo: un adolescente tiene actividades en el rol de estudiante, pero también tiene funciones en su faceta como hijo, como amigo, y a su vez como integrante de cualquier grupo social al que pertenezca.

¹⁵ *Ibidem*. Pág. 48.

1.8 LAS ACTITUDES

Las actitudes representan un determinante de primera importancia de la orientación del individuo con respecto a sus medios social y físico. Tener una actitud implica estar listo a responder de un modo dado a un objeto social.

Una actitud implica que hay una motivación despierta y una acción movilizada para acercarse o para evitar el objeto. Según Rosnow y Robinson (1967), el término actitud “denota la organización de los sentimientos, de las creencias y de las predisposiciones de un individuo para comportarse de un modo dado”. Como lo señalan Krech, Crutchfield y Ballachey (1962), las actitudes sociales tienen un significado adaptativo, puesto que representan un eslabón psicológico fundamental entre las capacidades de percibir, de sentir y de emprender de una persona. Al mismo tiempo que ordenan y dan significación a su experiencia continua en un medio social complejo.¹⁶

1.8.1 ESTRUCTURA DE LAS ACTITUDES

Tradicionalmente se hace una distinción entre tres componentes de las actitudes: el componente cognoscitivo, el componente afectivo y el componente comportamental.

El componente cognoscitivo de una actitud social consiste en las percepciones del individuo, sus creencias y estereotipos, es decir, sus ideas sobre el objeto.

El componente afectivo se refiere a los sentimientos de la persona con respecto al objeto. El aspecto emocional de la actitud es a menudo el componente más profundamente enraizado y el más resistente al cambio.

¹⁶ *Ibidem*. Pág. 137.

El componente comportamental de las actitudes sociales consiste en la tendencia a actuar o a reaccionar de un cierto modo con respecto al objeto. Es el rumbo de la acción y se mide registrando lo que el individuo dice que hará, o lo que en realidad hace.

Influir en el aspecto cognoscitivo de la actitud provocará cambios en ese componente y también podría modificar los sentimientos y la conducta manifiesta. De ahí que los muchachos de secundaria puedan modificar su actitud hacia el aprendizaje, motivados por la novedad de contenido y la presentación atractiva de los temas escolares.

1.8.2 FUNCIÓN DE LAS ACTITUDES

Las actitudes tienen una base funcional en el sentido de que una opinión específica puede desarrollarse y mantenerse para satisfacer una necesidad social importante para la persona.

La actitud que se tiene influye a otros procesos psicológicos, tales como la formación de juicios sociales simples, la percepción y la interpretación de estímulos ambiguos, el aprendizaje y la retención de materiales contradictorios y la receptividad y apertura a nuevas informaciones.

Además, el mantenimiento y la modificación de las actitudes sociales cumplen cuatro funciones diferentes en la personalidad: adaptación, expresión de valores, conocimiento y defensa del yo. Por su función adaptativa, las actitudes proporcionan gratificaciones y alejan de los castigos.

Involucrar a la población estudiantil con la publicación de un periódico permitirá que los adolescentes adquieran nuevos conocimientos y satisfagan su necesidad de prestigio y aceptación social. Pues existen alumnos que luchan por alcanzar elevadas calificaciones, aunque esto no implique un mayor aprendizaje, para autoafirmarse como individuos

exitosos y dignos de reconocimiento entre la comunidad estudiantil, sin olvidarse de la aceptación ni del lugar que gozarán dentro de sus familias, cuando aparezcan los créditos de los alumnos colaboradores en la producción de un medio informativo.

1.9 PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS

“Los prejuicios significan los juicios o ideas formadas antes del debido examen y consideración de los hechos: es un juicio prematuro o apresurado, elaborado bajo un estado de ánimo (favorable o desfavorable) exaltado”.¹⁷

Estos juicios se hacen prejuicios solamente cuando no son reversibles bajo la acción de conocimientos nuevos. Los estereotipos vienen a ser las conductas de las personas o grupos basadas en prejuicios.

Estas imágenes se han transmitido de una generación a otra, o se captan en el medio existencial difundidas como explicación popular de los acontecimientos.

En esta operación se capta sólo un aspecto del personaje o del hecho social dado: se agranda, haciendo a un lado los demás aspectos que los componen, para recordar nada más la parte interesante para la persona y transmitida entonces como representativa del todo. Esta fracción de la realidad se halla integrada por conceptos simplistas, fijos, generalmente superficiales y aparentes. Aunque se dan casos como señala Klineberg, en que los estereotipos se desarrollan sin ninguna base en la realidad objetiva sino inventados, lo que significa que hay una extensa gama de estereotipos en cuanto a su relación con la realidad.¹⁸

¹⁷ Gomezjara A., Francisco. *Sociología*. México, Porrúa, 1987. Pág. 248.

¹⁸ *Idem*.

Los estereotipos están conformados por dos fuerzas sociales. Una es la fuerza de la costumbre que hereda estereotipos de generación en generación. La otra está representada por los intereses sociales que existen en un momento determinado y que orillan al individuo a captar sólo realidades parciales a fin de que nunca llegue a obtener una conciencia clara de su realidad. Los medios de comunicación masiva son en parte responsables de la creación y difusión de multitud de estereotipos sociales actuales.

La cultura dominante se difunde entre las mayorías para hacer suyos los ideales de aquélla. Las “estrellas” (deportivas, musicales, televisivas, cinematográficas, etc.), imágenes de seres irreales encarnados en personas cercanas, palpables, conocidas por los grandes públicos, son el portaestandarte o medio por el cual la cultura preponderante se difunde y generaliza entre la población entera.¹⁹

Estereotipada esta cultura a través de las estrellas o celebridades, el público la asimila mejor y más adecuadamente será manipulado por la burguesía. Porque cultura burguesa no sólo implica el apego a diversas ideologías y creencias, sino que también representa la incitación al consumo excesivo e interminable para la gente.

Las celebridades también pueden compensar las limitaciones que la gente experimenta en la vida cotidiana y le hacen más agradable cada día.

otras funciones en la sociedad contemporánea, y son las de Por lo tanto, es posible cambiar los valores, las actitudes y las creencias del individuo; pero también existen posibles modificaciones en la manera de apreciar y juzgar nuestro entorno. Transformaciones que sólo se pueden alcanzar siguiendo un procedimiento permanente de cambio, sin olvidar que existe una resistencia muy marcada al tratar de sustituir hábitos y costumbres. No obstante, la propuesta de un periódico escolar, quizá

¹⁹ Gomezjara, *Op. Cit.* Pág. 250.

moderada, deberá ser útil para emitir mensajes diferentes y más enriquecedores para los jóvenes de secundaria.

CAPÍTULO 2

PRENSA MASIVA Y PRENSA ESCOLAR

Los medios masivos de comunicación constituyen una característica de la sociedad moderna, cuyo desarrollo ha sido paralelo al aumento de las dimensiones y la complejidad de la organización y las actividades sociales.

Los medios de difusión masiva son aquellos que mediante la utilización de recursos humanos, tecnología y equipos materiales, transmiten o multiplican mensajes destinados siempre a públicos: oyentes, lectores o espectadores. Los medios de difusión masiva que operan industrialmente son electrónicos o impresos. Entre los primeros están la televisión, el cinematógrafo y la radiodifusora; entre los segundos se encuentran los periódicos, las revistas y todo tipo de impresos distribuidos a públicos amplios.²⁰

Según Janowitz (1968), los medios masivos de comunicación difunden contenidos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso.²¹

Y aunque los medios masivos de comunicación se desarrollaron a partir de la prensa de amplia circulación; y que cada uno de ellos se ha difundido con mayor velocidad que su predecesor, “la prensa ha iniciado un despliegue expansivo y esplendoroso sobre los pequeños grupos y comunidades”.²²

Aunque las principales funciones de los medios de comunicación deberían ser: informar, educar y entretener, en la práctica no siempre son así expresadas.

²⁰ Calvimontes y Calvimontes, Jorge. *El Periódico*. México, Trillas, 1983. Pág.116.

²¹ McQuail, Denis. *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1976. Pág. 165.

²² Guillamet, Jaume. *Conocer la Prensa. Introducción a su uso en la escuela*. España, Gustavo Gili, 1988. Pág. 106.

McQuail/Blumler/Brown (1972), citan que el uso de los medios es un proceso interactivo, que relaciona el contenido de los medios con las necesidades, percepciones, papeles, valores individuales y contexto social en el que una persona está situada.²³

2.1 ANTECEDENTES DEL PERIODISMO IMPRESO

La curiosidad que sienten los humanos por conocer la vida de sus semejantes es el primer motor que impulsa todo el complejo de la información que, a lo largo de la historia, se ha ido desarrollando y sofisticando a unos niveles impensables.

Al principio, cuando ocurría un hecho en determinado grupo social, que trascendiera el interés individual, este acontecimiento se comunicaba de unos a otros mediante la expresión oral y que en muchos casos como los juglares, los relatos eran cantados y acompañados de música. Es a mediados del siglo XVI, con la aparición de la imprenta, cuando se inicia la época de transmitir las noticias a través de la letra impresa. Se crean las modalidades de hojas sueltas, de cartas entregadas a mano, de panfletos, que constituyen la primera figura procesadora de la información escrita periódica. El mundo europeo es un campo de batalla en el siglo XVII y los sucesos de las guerras excitan la curiosidad de los ciudadanos interesados en la victoria o en la derrota de aquellos que son sus amigos o sus enemigos.

En muchos países, entre ellos Inglaterra, la noticia manuscrita era objeto de una verdadera industria, ejercida por profesionales que se encargaban de informar a los jefes de las familias nobles.

La noticia manuscrita en el siglo XV tuvo todavía más importancia en los dos países más divididos y los más agitados de Europa: Alemania e Italia. Ésta era entonces el centro principal de la vida intelectual y social; sus ciudades encerraban un clero, una

²³ Moragas, Miguel de. *Sociología de la Comunicación de Masas*. Tomo II. España, Gustavo Gili, 1986. Pág. 136.

nobleza y una burguesía que rivalizaban en esplendor, gusto por las letras y las artes e interés por las cosas del exterior; mezcladas en todos los grandes acontecimientos del mundo, las altas clases italianas tenían necesidad de conocerlos bien.

Esta intensa curiosidad encontró hombres para satisfacerla, mercaderes de noticias, hábiles para recoger estas informaciones que ciertos ricos y poderosos personajes no vacilaban en pagar muy caras.

Por ejemplo, Venecia, quien sostenía relaciones con todos los países; en donde sus gobernantes reclamaban informaciones tan precisas y detalladas como fuera posible. Los mercaderes de noticias hicieron todo lo posible para dar estas informaciones por medio de avisos manuscritos. Su clientela se extendía fuera de Venecia, por toda Italia, así como por Alemania, pues los banqueros y los comerciantes de las ciudades libres alemanas no eran menos activos y emprendedores que los de la Península.

Cuando la noticia impresa vino a disputarle el mercado a la noticia manuscrita, no la hizo desaparecer; las dos coexistieron durante todo el siglo XVI e incluso después.

Fue preciso el tiempo para construir y multiplicar las prensas; muchas ciudades no las tuvieron hasta muy tarde. Por otra parte, aquéllas fueron monopolizadas por las autoridades civiles o religiosas. Los redactores de noticias manuscritas, que ejercían su oficio desde hacía mucho tiempo, tenían sus informadores y sus clientes; los conservaron durante bastantes años, tanto más cuanto que las noticias impresas, puestas al alcance de todos por un precio poco elevado, aparecían como algo inferior, bueno para el pueblo.

Los grandes preferían noticias manuscritas hechas para ellos solos, no censuradas y suministradas por informadores que les merecían confianza. Por otra parte, las gacetas

manuscritas se vendían clandestinamente, porque decían las verdades que sus rivales tenían que callar.

A partir de estas hojas sueltas, de estos panfletos sin control en las fechas de publicación, empiezan los primeros experimentos sobre la periodicidad en la información escrita. El primer periódico anual lo edita una empresa suiza, a base de capítulos e informando sobre la situación europea, en referencia a las guerras, el comercio, las importaciones y exportaciones, así como escándalos de familias. “Y es ya en 1609, en la ciudad de Praga, cuando nace el primer periódico diario, con el nombre de *Aviso Relation Order Zeitung*. El público europeo acoge gustoso la nueva moda que muy pronto se extiende a Londres, Viena, París y las principales capitales del mundo occidental.”²⁴

Estas primeras experiencias tienen una apariencia semejante, traducida al idioma de cada país, y la palabra que sirve de cabecera a todos es la de “Avisos”.²⁵ En general, todos estos países iniciaron con periodicidades diversas: semanal o quincenal, hasta que el éxito de su difusión y de su venta hacen recomendable la edición cotidiana.

Así como la palabra **Avvisi** o **Aviso** sirvió para denominar a la mayoría de estas publicaciones, otras fueron asignadas con la palabra *Gazette* o *Gaceta*, porque esta última palabra proviene de la pequeña moneda veneciana (*gazzetta*) con que se pagaba la hoja puesta en venta.²⁶

El historiador Théophraste Renaudot, protegido del Rey y del cardenal Richelieu, consolida en Francia el primer periódico capaz de soportar y garantizar una periodicidad estable y una larga vida: *la Gaceta de Francia*, y desde ese momento los estudiosos de

²⁴ Alcalde, Carmen. *Cómo leer un periódico*. España, A.T.E., 1981. Pág. 9.

²⁵ *Idem*.

²⁶ Weill, Georges. *El Periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. Tr. Virgilio Beléndez. México, UTEHA, 1979. Pág. 5, 7.

la prensa escrita tendrán que partir de esta experiencia para hablar de la historia del periodismo. Por ello, se considera a Renaudot como el padre de la prensa moderna.

Renaudot, en su periódico inauguró también la fórmula del editorial que todavía subsiste en la mayoría de los periódicos actuales. En esta sección hacía un compendio de lo ocurrido en el año anterior y formulaba previsiones del acontecer social, político y económico del año venidero.

Los primeros periódicos que empiezan a circular de una manera regular y estable por el mundo, a fines del siglo XVII, se ocupan de informaciones de carácter general, del comercio y de la industria, colaborando eficazmente a las relaciones internacionales. Es el momento del capitalismo naciente. Además, los negocios empiezan a centrar su atención a los temas de la vida social, en las historias sentimentales y en los diversos escándalos que se producen en la época.

Es cuando empiezan las primeras diferencias entre dos tipos de prensa: la conservadora y la sensacionalista. El editor toma conciencia de la amplia influencia que tiene su publicación en la opinión pública. También los políticos se dan cuenta de que pueden utilizar los periódicos como instrumentos de poder para mentalizar a la sociedad hacia sus propios intereses.

Por su parte, el público empieza a sentir la necesidad de seleccionar su propia prensa, la que le merece más credibilidad. Aunque los primeros periódicos se elaboran de una forma muy artesana y personal, los periodistas adquieren gran influencia entre sus lectores. Es a partir de este momento cuando los gobernantes empiezan a restringir la libertad de escribir y publicar.

Después de la experiencia francesa, Inglaterra es el segundo país que, con la publicación del *Times* el 2 de enero de 1804, se consolida la prensa diaria con puntualidad en el horario de salida y un tiraje constante.²⁷

Si bien al principio casi todos tenían un formato parecido al de un libro, los editores pronto echan mano de su imaginación y elaboran otras formas que todavía prevalecen. En el momento en que se empieza a combinar el texto con la ilustración, empiezan a incorporarse al periodismo las técnicas de la compaginación.

Después de 1789, el periódico se convierte en todas partes en el diario; enseguida se separa claramente de la revista, que aparece ya raramente y trata los mismos temas de un modo más profundo. En los siglos XVII y XVIII la prensa periódica no era todavía tan rica y tan variada como para hacer distinciones tan rigurosas.

Durante mucho tiempo se creyó que estas efímeras publicaciones, destinadas a desaparecer después de una lectura rápida, sólo inspiraban desdén a los hombres de letras y a los sabios que hubieran podido ocuparse de ellas. De ningún modo se pensaba en recopilar, en conservar estas frágiles hojas, fácilmente desgarradas; ésta es la causa de que muchas hayan desaparecido.

Si bien la imprenta suministra los elementos necesarios para esparcir las noticias, es la organización del servicio postal, con los correos que parten cada semana, lo que determina la aparición de las gacetas semanales. Asimismo, la prensa de vapor y el ferrocarril son los que facilitan en el siglo XIX la difusión de los diarios.

No tuvieron menor importancia las transformaciones políticas y los progresos de la democracia, que llevan aparejados como consecuencias la instrucción primaria gratuita y

²⁷ Alcalde. Carmen. *Op. Cit.*, Pág. 12.

el sufragio universal, que hicieron posible y necesaria la difusión de los periódicos a mayor escala.

2.2 DEFINICIÓN DE PERIODISMO IMPRESO

“El periodismo impreso: Es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.”²⁸

Por su parte, Jorge Calvimontes señala que “Abraham Moles da al periódico el papel de punto de almacenaje de una serie de noticias que le llegan por distintas vías, en donde se elaboran para la definitiva recepción del público. El diario es un organismo central que recoge las noticias de una red de informadores y de organismos secundarios como las agencias de prensa”.²⁹ El periódico es una organización que proporciona un servicio público mediante la búsqueda, recolección, análisis y transmisión de la noticia impresa.

2.3 FINALIDADES Y FUNCIONES DE UN PERIÓDICO

El periódico por su finalidad esencial es un medio de difusión que trasmite mensajes. Por el público vasto y heterogéneo al que se dirige es un medio de difusión de masas.

Como medio de difusión, el periódico emplea un código; los signos del código periodístico son las palabras y las imágenes con los que se elabora el mensaje. El mensaje es aquello que el periódico trata de hacernos conocer, de informarnos. Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye y plantea soluciones. Influye así en el público lector; esto es, orienta cultural e ideológicamente.

²⁸ Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo*. México, Trillas, 1983. Pág. 34.

²⁹ Calvimontes y Calvimontes, Jorge. *Op. Cit.* Pág. 26.

Podemos resumir de manera más precisa las funciones que tiene un periódico:

- *Exponer hechos de actualidad.*
- *Suministrar explicaciones y comentarios sobre las noticias que produce.*
- *Hacer la función de vehículo publicitario.*
- *Ser un recurso de importancia en la investigación elemental.*
- *Enseñar mediante la difusión del conocimiento popular.*
- *Permitir que el estudiante aprenda de la vida misma y no únicamente en la escuela.*

2.4 INICIOS DE LA PRENSA INFANTIL

Teófilo Huerta refiere que “se es niño de los 0 a los 12 o 13 años y todavía se disuelve con la adolescencia hasta los 16 años”³⁰, por ello, en la presente investigación incluimos datos históricos que ilustran los antecedentes de la prensa infantil escrita, por ser escasos los materiales referentes a este tema, cuya clasificación se denomina en forma explícita como “prensa para adolescentes”, pues la línea divisoria entre una y otra de estas etapas de la vida no es tan precisa.

“Es justo advertir que pese a las variaciones dadas en estas dos etapas hay semejanzas que las hacen factiblemente fusionables, más si se trata de considerar al niño a partir de los 10 años. Así pues, lo importante de la edad que se maneja (10-16 años) es la fuerza que adquiere la inteligencia, cómo existe una lógica que abre la perspectiva del análisis, siendo nuevamente a la edad de los 12 años cuando adquiere un punto climático con el paso del pensamiento formal o “hipotético deductivo”, para encontrar su desenlace en ese sistema de abstracción en la adolescencia.”³¹

Por lo tanto, nos referiremos al autor ya mencionado porque hace alusión a múltiples semanarios infantiles que son publicados en México y en el extranjero. Especificando

³⁰ Huerta, Teófilo. *La Prensa Infantil*. México, Colofón, 1994. Pág. 24.

³¹ *Ibidem*, Pág. 66.

que de acuerdo con los informes recabados por Gisela Katzew, la primera publicación de un periódico infantil inglés fue *The Lilliputian Magazine*, en 1751.³²

En el mismo siglo, se edita en Francia: *L' Ami des Enfants* y *Le Magazin des Enfants*. En Alemania: *Kinderfreund* (El Amigo de los Niños). En España: *Gaceta de los Niños*, *El Amigo de la Niñez*, *El Mentor de la Infancia* y *El Faro de la Niñez*.

En el siglo XIX son publicados en Inglaterra: *Aunt Judy's Magazine*. Mientras que en Francia aparecían: *Le Journal des Enfants*, *La Semaine des Enfants*, *Saint Nicholas*, *Mon Journal* y *Le journal du la Jeunesse* (el periódico de la juventud). En Estados Unidos apareció *The Youth's Companion*. En Nueva York es editado *La Edad de Oro* por José Martí, destinada al niño hispanoamericano.

La mayoría de las anteriores ediciones se distinguieron por su inclinación a lo literario y sus contenidos se enfocaban a la enseñanza de temas morales, la ciencia y las artes. Pero muy distantes de poseer un auténtico estilo periodístico. México no fue una excepción de este tipo de publicaciones.

Entre los periódicos del siglo XIX se encuentran: *El Correo de los Niños*, *El Diario de los Niños*, *El Ángel de los Niños*, *El Ángel de la Guarda* y *El Niño Mexicano*, todos semanarios sabatinos o dominicales.

Nacido en 1916 y renovado en 1925 por la Secretaría de Educación Pública, el periódico infantil, *Pulgarcito*, estimulaba al niño a hacer actividades artísticas, a través del ejemplo de otros escolares.

³² *Ibidem*, Pág. 70.

En 1933, la publicación independiente, *Aladino*, destacaba los deportes infantiles. En 1943, el periódico *Chapulín*, de la Secretaría de Educación, abordaba noticias de relevancia histórica con un lenguaje sencillo.

Respecto a los periódicos escolares, con recopilación informativa y redacción de los propios niños, destacaban *Lluvia de Rosas* (1954), del Colegio de las Rosas; y el *Azucarillo*, de 1955, publicado por un colegio veracruzano.

Posteriormente aparecen otras publicaciones, nacionales y extranjeras, como en Francia donde se edita, *Astrapi y Okapi*, una revista para cada edad, tomando en cuenta de una manera estricta las diferentes etapas por las que atraviesa el muchacho.

En Estados Unidos, surge *1, 2, 3 Contact*, revista de orientación científica y entretenimiento, responsabilidad del equipo creador del programa de televisión *Plaza Sésamo*. También se publica *Penny Power*, revista que orienta a los niños sobre sus hábitos de consumo. Su similar, en México, sería el suplemento infantil *El Brinco* (1982-), publicado por la *Revista del Consumidor*.

En Latinoamérica, Argentina ha jugado un papel determinante en la publicación de revistas, dirigidas al esparcimiento, pero con cierta calidad informativa, como es el caso de *Anteojito*, que se inclina por las historietas y los pasatiempos, así como por algunas notas biográficas.

En Venezuela, el Ministerio de Educación distribuye gratuitamente la revista *Tricolor*. En Cuba, los niños organizados en círculos o grupos, elaboran su propia publicación: *Pionero*, de carácter político. En Guatemala, *Chiquirín* es un esfuerzo periodístico, destinado a los niños.

En nuestro país, es importante señalar la etapa competitiva de varios de los principales diarios nacionales en 1974. Motivación que resurge a la prensa infantil en nuestros días. En este año se publicaron en México algunos suplementos como: *Mi Mundo* de El Universal, *El Heraldo Infantil* de El Heraldo de México, *El Sol y los Niños* de El Sol de México y *Mi Periodiquito* de Novedades; posteriormente en 1975 surge *Amigos de Ovaciones*, editado por el periódico del mismo nombre.

Mi Mundo, por iniciativa norteamericana del The New York Times. Tenía como meta dar a los niños mexicanos un tipo de lectura que pudiera asimilar fácilmente, con el propósito de brindarles en forma amena los temas escolares que justamente obedecían al plan escolar. Su contenido representaba además información cultural, deportiva, notas sobre excursionismo, aeromodelismo y clases de inglés; sin embargo, el contenido principal era el aspecto educativo. Este suplemento se llegó a distribuir gratuitamente en algunas escuelas. *Mi Mundo* desapareció a fines de 1976 por escasez de papel y falta de publicidad.

Por su parte, *El Heraldo Infantil* surge de una encuesta realizada a 200 niños capitalinos de los 8 a los 12 años de edad. Entre los resultados obtenidos se encontró que casi la mitad de éstos sí se interesaba por los periódicos, además de que su tiempo diario dedicado a la lectura era de 39 minutos.

El Heraldo Infantil contenía temas de espectáculos y lugares de diversión, pasatiempos, historietas, reportajes sobre colecciones, deportes, automóviles y aviación. Sin embargo, éste tampoco se centró en una actividad informativa, sino en una difusión de personajes mexicanos y norteamericanos, pero con marcada influencia extranjera, esto indica que el suplemento tendió a una tarea de divertimento. Este suplemento también desapareció por falta de apoyo publicitario.

No obstante, existen otras publicaciones más recientes que han sabido cómo seguir vigentes y representan esa difícil pero digna labor de informar a niños y adolescentes de nuestro país, como *La Jornada Niños* (1987-1998) y *Un, dos, tres por mí y todos mis compañeros* (1998-), publicados por la Jornada. *Gente Chiquita* (1998-), del periódico Reforma. *Niños Universa* (1999-), de El Universal; y *Ovaciones para los Niños*, del diario Ovaciones.³³

2.5 IMPORTANCIA DEL PERIÓDICO ESCOLAR

La utilidad del periódico para un estudiante puede demostrarse desde diferentes puntos de vista. No sólo es un vehículo que informa a quienes buscan la noticia en sus páginas, y a los jóvenes que están pendientes de acontecimientos cotidianos como el deporte, los espectáculos y la vida cultural; sino que también ofrece un campo amplio y variado para quienes se inquietan por el curso de los acontecimientos políticos y sociales, por la economía mundial por el crecimiento de la población, los descubrimientos científicos, las novedades científicas y literarias.

Asimismo, “la pequeña prensa es hoy la prensa que más crece, que más se extiende. El futuro auge de la prensa está quizá en los pequeños grupos sociales: en la vida local, en las entidades culturales y recreativas, en el deporte, en la fotografía, en los clubes, en las asociaciones de vecinos, en los círculos artísticos y literarios, en las empresas, en los partidos políticos, en los sindicatos, en las escuelas y universidades”.³⁴

Por ello, el estudiante debe incorporar el periódico a sus instrumentos de trabajo, conocer y aprender a partir de él, analizar y criticar su política informativa y cuestionar sus puntos de vista confrontando la realidad con lo que se dice de ella en la información periodística.

³³ Guerra Martínez, María del Socorro y Aguilar Barragán, Víctor Manuel. *La Prensa Infantil en el Distrito Federal*. Tesis Profesional. Enep-Aragón. México, 2000. Pág. 18-21.

³⁴ Guillamet, Jaume. *Op. Cit.* Pág. 106.

También puede utilizarse como auxiliar didáctico en diversas asignaturas escolares, pues la información contenida en el periódico es actual y de interés innegable. Es un lugar para el análisis del uso del lenguaje. Mide las tensiones en que vivimos y señala sus causas. Relaciona nuestro presente con el ayer y el mañana. Aunque debemos recordar que ningún periódico es imparcial; pues cada uno podría obedecer a tendencias ideológicas muy diversas.

Los alumnos que deban realizar trabajos de carácter histórico encontrarán constantes referencias a hechos significativos de la vida nacional; los que tengan que ver con temas sociales hallarán ensayos de interpretación sociológica en los reportajes sobre la multiplicidad de los acontecimientos cotidianos; igualmente quienes deban trabajar cuestiones relacionadas con la biología, la química, las teorías y la tecnología moderna. Hasta los avisos clasificados, desplegados y otro tipo de anuncios, pueden convertirse en medios de información acerca de facetas de la vida cotidiana como transacciones comerciales, movimientos de la bolsa de valores, precios vigentes en el mercado de automotores, oferta y demanda de empleo, ventas de ocasión, transferencias o traspasos de inmuebles. Todo esto, bien observado y analizado, puede brindar un indicador de la sociedad. Sólo es necesario acercarse al periódico con la finalidad de aprender.

Por su parte, el periódico no podría sustituir a los libros; pero sí es un auxiliar valioso que sirve como introducción y complemento de muchos temas relacionados con el estudiante, dentro y fuera del aula.

Incluso se puede mencionar que mucho antes de que surgiera el actual interés por el uso de la prensa en las escuelas, ya se hacían periódicos escolares. La historia del periodismo local de cualquier ciudad registra alguna publicación elaborada esporádicamente en alguna escuela. Las primeras corrientes de la pedagogía vieron su interés. El periódico escolar se ha planteado como un compendio de las actividades de los alumnos en un curso o de una escuela entera, publicando cuentos, poesías, dibujos y

redacciones sobre las materias de estudio y sobre las propias actividades de la escuela. La publicación de un medio de información en la escuela, lo convierte en un medio de expresión real.³⁵

Además, “Ninguna información, por pequeña y de detalle, es una prensa insignificante. Es una prensa de vinculación social, de identidad de grupo. Probablemente sus lectores no siempre lo son de prensa profesional. Esta consideración es importante para saber que hay que aplicar las técnicas de la claridad y la sencillez, pero no por ello falta de rigor.”³⁶

2.6 FORMATO GENERAL DE UN PERIÓDICO

El objetivo primordial del periódico es informar al público acerca de los acontecimientos que tienen importancia general, ya sea en el aspecto local, nacional o internacional. Cada periódico tiene una manera determinada de acomodar y presentar sus contenidos, pero existen elementos comunes para todos los diarios, como los que se mencionan a continuación:

TAMAÑO

El tamaño más común de los periódicos, llamado normal o estándar, es de 57.5 x 38 cm; otro tamaño más pequeño es el que se conoce como tabloide o compacto, y que mide 38 x 29 cm.

En el tamaño estándar caben ocho columnas y en el tabloide cinco, aun cuando algunos presentan variaciones de una a dos columnas menos. Para organizar y presentar tipográficamente el material informativo de los periódicos se usan los términos

³⁵ *Ibidem.* Pág. 125.

³⁶ *Ibidem.* Pág. 107.

diagramación, formato y diseño, entre otros. Para medir la altura de las columnas se usa el término “líneas ágata” (catorce líneas ágata equivalen a una pulgada). Para medir el ancho de las columnas se usan los “cuadratines”. Una columna mide 11 cuadratines equivalentes a 22 líneas ágata o 4 cm en el tamaño estándar. En los periódicos tabloide el ancho mide 4.7 cm.³⁷ El tabloide es más apropiado para el uso de varios colores; su distribución en menor cantidad de columnas naturales exige estilos de diagramación especiales; se presta más a la información gráfica y a titulares más llamativos.

En muchos diarios de formato estándar, la primera página es una selección de las noticias más destacadas del día, pero la tendencia europea de los últimos años es ocupar el espacio de primera plana con una o dos noticias a las que se acompaña de todos los elementos publicitarios que les son inherentes. El periódico es un cuerpo estructurado con páginas destinadas a secciones fijas. La primera plana de estándar admite, por su extensión superficial, tanto encabezados como textos íntegros de varias notas.

A pesar de que los periódicos de mayor tirada prefieren el tradicional blanco y negro, algunos otros utilizan sepia para los textos y fotografías. Los periódicos sensacionalistas emplean el rojo, amarillo, azul y verde, para combinarlos con líneas negras gruesas en la presentación de sus encabezados y títulos de apertura. En el periodismo diario es poco común el uso de varios colores.

TITULARES

El titular de un periódico juega un papel fundamental, ya que hace de línea divisoria entre uno y otro artículo publicado. El titular es lo primero que el lector ve y lee, seguido de la parte gráfica que acompaña al texto.

³⁷ Medina Carballo, Manuel. *Taller de lectura y redacción*. México, Trillas, 1986. Pág. 44.

La función principal de un titular es resumir el tema que se va a tratar en cualquiera de los géneros periodísticos; es una orientación sobre el conjunto de elementos que se producen en un artículo. Además el título debe ser sugestivo al indicar al lector de qué tratará el asunto y convencerlo de que lo lea.



Muchas veces, no es suficiente el espacio otorgado para un titular que resulte lo suficientemente ilustrativo y es entonces cuando se le acompaña de antetítulos (cintillos) y subtítulos (sumarios); e incluso, cuando la noticia es redactada en forma de reportaje, suelen colocarse dentro del texto pequeños subtítulos (ladillos) para ayudar a descifrar mejor el contenido.

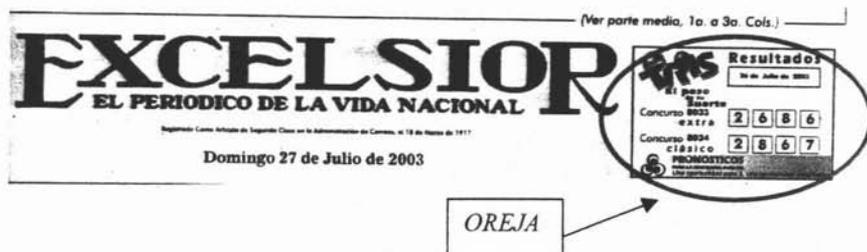
Los títulos conocidos con el nombre de cintillos se publican en primera plana cuando dentro del flujo informativo hay dos o más noticias de igual valor informativo. Por regla general, el cintillo se localiza encima del nombre del periódico y ocasionalmente, en la parte inferior de la página, entre el margen y el borde. En ambas situaciones, el cintillo es una línea que cubre todo el ancho de la página y con la referencia necesaria de que el texto es localizable en el interior de la página o en una página interna del mismo cuerpo de edición. (ver lámina 1)

LÁMINA 2



Por su parte, los títulos que se denominan, orejas, van a los lados de la cabeza y generalmente son espacios que se ocupan con anuncios y, en ocasiones, con informaciones de última hora que, aunque breves, deben publicarse. (ver lámina 3)

LÁMINA 3



Los títulos llamados ladillos, se intercalan en la información, para destacar las partes más importantes de ella. En principio, la palabra ladillo se empleó para designar pequeños textos, títulos o notas aclaratorias colocadas a un lado del texto, incluso en los márgenes.

REFERENCIAS

Debajo del logotipo suele interlinearse la zona de referencias, donde se publican los siguientes datos: número de edición, año, lugar y fecha, precio; a veces el nombre del director o editor responsable; si bien éstos pueden remitirse a otras páginas, habitualmente se sitúan en la página editorial. Los periódicos publican también debajo del logotipo un lema que puede revelar la tendencia informativa del mismo, pero que en muchos casos sólo es una frase estereotipada. (ver lámina 1)

DIRECTORIO

Es la parte en la cual aparecen los nombres de los principales funcionarios de la publicación, así como sus cargos.

PÁGINA EDITORIAL

Es en la que aparecen artículos sobre temas diversos. Los que no llevan firma constituyen la opinión oficial del periódico; los demás van firmados por sus autores.

SECCIONES

Los periódicos dividen su información en secciones y las identifican con letras o números, o bien en forma específica por los temas tratados en ellas. Por lo general, la sección A o primera, está destinada a información general tanto nacional como internacional. En ella aparecen también las páginas editoriales y las noticias de última hora. Otras secciones son: deportes, sociales, espectáculos y anuncios clasificados.³⁸

³⁸ *Ibidem.* Pág. 46.

ENTRADA O LEAD

Para captar mejor la atención del lector, sobre todo cuando las informaciones son muy extensas e importantes, se acostumbra que éstas vayan precedidas de lo que en inglés se llama lead o entrada; y es en donde aparece el resumen del contenido de la noticia. (ver lámina 2)

FOTOGRAFÍAS

Para realzar cualquier información y darle más atractivo a la presentación del periódico se publican fotografías acompañadas de explicaciones alusivas al grabado. A esas leyendas se les llama pie de foto.

En el periodismo impreso las acciones comunicativas se plasman en conjuntos gráficos, por medio del dibujo o de la cámara fotográfica. Se trata de la visualización de acontecimientos y personas a través de la fotografía, caricaturas, mapas y esquemas, con los que se cumple, en cada caso, funciones de apoyo documental, de redundancia, de amplificación e interpretación, incluso, la presentación de nuevos elementos informativos.

“La imagen, en el sentido de la semiología vendría a ser el referente icónico del referido (acontecimiento, idea, sentimiento, hecho noticiable). Y una imagen posee el atributo de “buena imagen” como resultante de las interrelaciones de la imagen con lo que representa un hecho real o lo que acerca de éste puede representar. La imagen se auna a la palabra escrita para conformar un mensaje.”³⁹

Una clasificación de las fotografías, atendiendo a su relación con el hecho actual es:

³⁹ Rivadeneira Prada, Raúl. *Op. Cit.* Pág. 164.

FOTOGRAFÍA NOTICIA (FOTONOTA). Contiene algunos elementos informativos del hecho noticioso, sin embargo, requiere ser reforzado por el texto. Ejemplo: la imagen de un partido de fútbol.

FOTOGRAFÍA AUXILIAR DE LA NOTICIA. Contiene algunos elementos informativos ambiguos, no referentes al hecho ocurrido en sí, sino a antecedentes, resultados o situaciones derivadas. Precisa con mayor fuerza de la palabra escrita para fijar su significado. Ejemplo: la fotografía de un avión en tierra o en vuelo, antes de sufrir un accidente.

FOTOGRAFÍA ILUSTRATIVA. Se caracteriza por no guardar una relación inmediata con el acontecimiento noticioso, sino con circunstancias muy colaterales. Ejemplo: la foto de un científico para señalar que en México existen nuevos tratamientos para combatir la adicción a las drogas.

PASES

Los textos largos ocupan una porción más grande del espacio informativo de una página, limitando las posibilidades de diversificación de mensajes de igual importancia. El sistema de *pases* proviene del periodismo norteamericano y surge por la diversificación en las páginas de noticias cortas.

Cada nota lleva un encabezado, un lead y un trozo pequeño de texto, todo lo demás se destina a páginas interiores, y se conocen con el nombre de páginas de pases.

Sin embargo, la primera dificultad sintáctica presentada es por el fraccionamiento de la información, ocasionando interferencias en el mensaje; el número de informaciones incompletas altera la atención y fácil captación por parte del lector; el receptor que se enfrenta a numerosos pases termina por cansarse.

“Las fórmulas más usuales son: (Sigue en la pág...), (Viene de la pág...), (Continúa en la pág...), (Continuación de la pág...) y (Pasa a la pág...). Cada pase precisa también de la reproducción, por lo menos parcial, del título de la nota para la identificación respectiva.”⁴⁰

JUSTIFICACIÓN

Lewis dice que la justificación es “el espaciado exacto e igual de las letras y palabras, de acuerdo con una medida dada”.⁴¹ Para que un texto quede justificado se intercalan espacios adicionales, entre palabra y palabra. Mediante este procedimiento se consigue simetría en la composición de los textos de acuerdo con las medidas de columna natural y columnas falsas. La justificación en el periodismo es una regla inevitable, sin la cual no sería posible la separación armónica y equilibrada de las columnas, se dispersaría la atención del lector y dificultaría la lectura.

ENCOLUMNADO

Existen dos tipos de columna: la natural y la falsa. La primera consiste en una franja formada por líneas de texto que se prolongan verticalmente desde el margen superior hasta el margen inferior de la página, sin interrupción.

Una columna es falsa cuando el texto se extiende horizontalmente, invadiendo la totalidad o parte de una o varias columnas vecinas. El empleo de columnas falsas hace posible un juego armónico con los elementos sintácticos del diagrama. El uso rígido de columnas naturales da a las páginas impresas aspecto de pesadez y monotonía, que cansan la vista del preceptor.

⁴⁰ *Ibidem.* Pág. 159.

⁴¹ *Ibidem.* Pág. 160.

Por lo dicho, las columnas falsas pueden ser más frecuentes de una y media y dos columnas, excepcionalmente, columnas falsas de mayor anchura sirven para avisos u otros mensajes que deben imprimirse en letra grande.

2.6.1 DIAGRAMACIÓN

Diagramar es la distribución del material informativo en las páginas de un periódico, dentro de una estructura básica llamada estilo, que se propone conseguir un efecto estético y facilitarle la lectura al receptor. De igual forma se pretende la realización de obra en el menor tiempo posible y con el mínimo de costos.

Entre los principales estilos empleados se encuentran los siguientes:⁴²

ESTILO SIMÉTRICO. Este estilo parte del hecho de que cada página es divisible en dos o más partes iguales, cada una de ellas para un mensaje.

ESTILO HORIZONTAL O APAISADO. Consiste en la división de una página en espacios rectangulares de base ancha, que predominen sobre otras figuras. En este estilo, los titulares son más amplios y con caracteres más grandes.

El estilo apaisado es más común en periódicos de formato tabloide. La monotonía del estilo se rompe con la inserción de notas en cuadros rectangulares verticales, fotografías y figuras cuadradas, preferentemente enmarcadas.

ESTILO VERTICAL. En éste se sigue el curso normal de las columnas naturales; sirven de guía para la construcción de unidades rectangulares verticales totalmente opuestas a las apaisadas. Las formas rectangulares de base angosta, con texto, predominan sobre las cuadradas de las fotografías.

⁴² *Ibidem.* Pág 174.

Por ser el espacio más angosto, los encabezados se reducen en cantidad de palabras y se elaboran con tipos de imprenta más pequeños. A pesar de obtener más espacio para el texto, se pierde la agilidad visual.

Pocos diarios estándar se sirven de este modelo; es más apto para formato tabloide y, en ambos casos, da al periódico un aspecto de seriedad. Tanto el estilo horizontal como el vertical simplifican las tareas del diagramador.

2.6.2 LA RETÍCULA EN EL PROCESO DE DISEÑO

“La retícula o pauta, es la división geométrica de un área en columnas, espacios y márgenes medidos con precisión.”⁴³

Por tanto, el primer paso para el diseño de un periódico es el formato de la retícula y establecerlo a partir de una serie de composiciones esquemáticas, dibujadas con líneas muy finas, a lápiz o tinta azul. Una vez lograda una gama de retículas, puede empezarse a recopilar la información gráfica que deberá incorporarse al diseño. Si no se tiene experiencia, la manera más sencilla es dibujar la hoja a escala real, para establecer el espacio para el texto.

Posteriormente, los recortes del texto se colocan en el espacio destinado del boceto, contando previamente el número de caracteres y espacios de cada línea. Esto facilitará el número de caracteres de ese tamaño que cabe en el espacio asignado. Una vez considerados los caracteres del manuscrito, podrá decidirse si es o no necesaria una tipografía de diferente tamaño.

A partir de este punto se puede desplazar el texto sobre la superficie de trabajo para crear diferentes tamaños y formatos, utilizar encabezamientos de distintos estilos y

⁴³ Swann, Alan. *Cómo diseñar retículas*. España, Gustavo Gili, 1990. Pág. 7.

construir ideas para las fotografías o ilustraciones que darán un énfasis visual a la composición general. También, pueden introducirse otros recursos de diseño, como bandas coloreadas en la parte superior e inferior de las páginas y cuadrados de color que resalten los pies de página, convirtiéndolos a su vez en rasgos distintivos de diseño. Con ese fin, pueden aplicarse en un texto matices, manchas de color, líneas, puntos, divisiones de retícula, subrayados y muchos otros rasgos. Incluso pueden hacerse cambios, de forma que los rótulos queden en blanco sobre un fondo de color. Sin embargo, cualesquiera que sean los recursos utilizados, la retícula debe permanecer como guía a lo largo del proceso de diseño.

El área de diseño puede dividirse en tantas columnas como se quiera. No obstante, las columnas deben tener en cuenta la funcionalidad de la anchura de las mismas.

Tradicionalmente se considera que la retícula de 3 columnas es una opción acertada para los folletos y periódicos: Esta retícula le proporciona anchas y legibles columnas de texto, y la flexibilidad adicional de poder subdividirlas y convertirlas en 6. Esta disposición es aún más eficaz cuando se emplea para obtener una doble página, pues permite optar entre las 6 y 12 columnas. Esta fórmula, junto con la división a dos columnas, que fácilmente puede ajustarse a 4, es la de aplicación más común. La razón es debido a que el número par de columnas permite al diseñador mantener una distribución simétrica y equilibrada de la página, aunque esto suponga cierta restricción de libertad y pueda desembocar en composiciones poco imaginativas. Asimismo, al duplicar la retícula de 3 columnas, los caracteres de cada columna podrían resultar demasiado pequeños.⁴⁴

Es necesario elaborar un boceto terminado, que concentre las características del diseño original. Este boceto debe tener la máxima semejanza posible con la lámina que se

⁴⁴ *Ibidem*. Pág. 30-38.

imprimirá finalmente. Por su puesto, la retícula habrá desaparecido, sólo se reflejarán los contenidos de texto e imagen.

Se considera que es conveniente elaborar más de un boceto, pero a una escala menor que la del trabajo final, para facilitar su producción y limitar los costos.⁴⁵

Para concluir, podemos mencionar que los periódicos suelen atenerse rígidamente a una retícula preestablecida, por lo que sólo existe libertad de elegir otra de ellas cuando se funda una publicación o cuando la publicación decide una transformación voluntaria de su diseño. De ahí que todos los periódicos siguen un estilo propio.

2.6.3 COMPAGINACIÓN

La manera más común de dividir el periódico es en secciones de información general y secciones especiales. Dentro de las secciones especiales están las de economía, espectáculos, deportes, sociedad, cultura y entretenimiento, principalmente.

El interior de un periódico no es una sucesión de páginas, una detrás de otra, que suministra la información de una forma desordenada e incoherente. Al contrario, el lector podrá encontrar en el interior del diario, debidamente ordenadas y previamente jerarquizadas, las noticias. Esta organización del material depende de muchos factores relacionados con la política informativa, de entretenimiento y de propaganda de cada medio impreso.

Las páginas del periódico tienen diferente valor informativo, según su ubicación. De ahí que la primera página tiene un papel fundamental en la estructura del periódico, pues permite que el lector reconozca en ella la identidad del diario, y que el lector se entere

⁴⁵ *Ibidem.* Pág. 52.

rápido del contenido interior del medio, pero sobre todo, de las noticias más relevantes.⁴⁶

La primera página tiende a utilizar la imagen gráfica y los recursos tipográficos que atraen visualmente al lector.

La fórmula del periódico obedece, básicamente, al tomar conciencia de que la gente tiene cada vez menos tiempo para leer los diarios. El periódico, en efecto, refleja la técnica que los italianos llaman *manifesto* en que, aun intentando el mayor número de noticias posible dadas en la primera página, no desarrollan en ella la temática abordada, sino que suele limitarse a poner el título a muchas columnas, ilustrado con fotografías y con un aviso de que el tema continuará en otras páginas del interior.⁴⁷

En el periódico de formato tabloide queda al descubierto toda la primera plana, en tanto que en el de formato estándar, por el doblez, la zona superior es inmediatamente visible; en cambio, la otra mitad es inmediatamente invisible.

La parte superior visible, se divide en las siguientes partes: zona de cabecera, por lo general integrado por el logotipo que lleva el nombre del periódico y dos espacios laterales llamados orejas u orejillas, en donde se insertan avisos comerciales u otros mensajes que el periódico cree conveniente localizar ahí.

En ocasiones, las orejillas se usan para anunciar el precio del periódico o el número de secciones de la edición. Hay periódicos que dejan las orejillas en blanco, con lo cual destaca aún más el logotipo sobre un espacio blanco mayor.

⁴⁶ Alcalde, Carmen. *Op. Cit.* Pág. 89.

⁴⁷ *Ibidem.* Pág. 93.

El logotipo puede ser fijo o variable. El primero se sitúa siempre en el mismo lugar y con los mismos caracteres tipográficos, edición tras edición. El variable cambia de posición y de caracteres, principalmente en el tamaño de las letras; puede jugarse con él para acomodo de titulares y fotografías. Es más común el logotipo fijo en periódicos estándar y el variable en los tabloide.

La zona de información en la primera página cubre todo el espacio comprendido entre la zona de referencias y el margen inferior, absorbiendo incluso la franja de doblez.

El área más importante de la zona de información es el campo de las aperturas de primera página. Se considera que las informaciones de apertura son las más importantes a juicio del periódico, trátase de comentarios, noticias o fotografías. Las aperturas deben atraer la atención visual del lector.

La segunda página está destinada a temas menores. En otros casos se destina a darle una continuidad a la primera página, cuando por falta de espacio, ésta no ha podido absorber una información completa.

La tercera página varía según la filosofía y los criterios del periódico. No obstante, en la mayoría de casos se inserta en ella los artículos de opinión, de prestigio y, casi siempre, también el editorial (artículo de opinión del periódico). En la tercera página se incorporan siempre las mejores firmas del periódico.

En esta página además suelen colocarse los artículos de fondo, con la característica de no ir acompañados de fotografías, o en su caso, como máximo una, que sea alusiva al tema tratado.

2.6.4 CONTENIDO: GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los escritos publicados en un diario presentan diferentes características en la forma de expresión. Es decir, diferente estilo o género. Considerando por ello importante señalar las particularidades que distinguen a cada uno de ellos. Tomaremos como referencia el Manual de periodismo de Vicente Leñero y Carlos Marín.⁴⁸

<i>INFORMATIVOS</i>	<i>Noticia o nota informativa</i>
	<i>Entrevista</i>
	<i>Reportaje</i>
<i>OPINATIVOS</i>	<i>Artículo</i>
	<i>Editorial</i>
<i>HÍBRIDOS</i>	<i>Crónica</i>
	<i>Columna</i>

Asimismo, pueden clasificarse de otra manera:

<i>INFORMATIVOS</i>	<i>Noticia</i>
	<i>Entrevista</i>
	<i>Reportaje</i>
<i>OPINATIVOS</i>	<i>Artículo (dividido a su vez en: editorial, crónica, crítica o reseña)</i>

NOTICIA O NOTA INFORMATIVA: es el relato de un hecho actual y de interés general. La noticia es el género básico del periodismo. En ésta se aborda un hecho veraz, oportuno y de manera objetiva.

ENTREVISTA: es un procedimiento que permite recopilar información; la eficacia de la entrevista se ubica en las respuestas del entrevistado. La entrevista es la conversación

⁴⁸ Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*. México, Grijalbo, 1986. Pág. 39.

entre una o más personas que funcionan como entrevistadores; y uno o varios individuos que son denominados como los entrevistados.

Las entrevistas que proporcionan, principalmente, los datos que servirán para integrar la noticia se llaman noticiosas o de información. Las que concentran las opiniones, juicios y puntos de vista, se denominan de opinión. Las que permiten describir psicológica y físicamente al entrevistado, se llaman de semblanza.

CRÓNICA: está integrada por el relato cronológico de hechos noticiosos y por el comentario de los mismos. Los hechos noticiosos relatados pueden ser actuales o tomados de acontecimientos pasados que siguen vigentes.

Por su parte, el comentario es el enjuiciamiento o interpretación, la ampliación y el ordenamiento de los hechos noticiosos, narrados por el cronista.⁴⁹

Existe la crónica informativa, en donde el cronista se limita únicamente a informar sin emitir juicios. La opinativa, es la cual entrelaza los datos y las opiniones del cronista. La interpretativa, es aquella en donde se menciona la información básica respecto al hecho abordado, pero se resalta la interpretación o juicio del cronista.

REPORTAJE: es una exposición detallada y documentada de un suceso, de un problema, de una determinada situación de interés público. El reportaje es el género periodístico más completo, ya que puede incluir a los demás.⁵⁰

COLUMNA: es un escrito que expone de manera breve uno o varios asuntos de interés general y que aparece publicado con la misma presentación tipográfica y con un nombre invariable.

⁴⁹ Medina Carballo, Manuel. *Op. Cit.* Pág. 185.

⁵⁰ Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Op. Cit.* Pág. 185.

Existen tres tipos de columnas: la informativa que aborda hechos cuya importancia no los hace merecedores de un lugar independiente dentro de la publicación. Divide por bloques o por temas los hechos de interés público.

La de comentario, da a conocer información acerca de un asunto o personaje, con la inclusión de los comentarios del columnista. Por su parte, la columna crítica o columna reseña, expone y comenta asuntos que requieren especialización. De ahí pueden encontrarse columnas alusivas al contenido de libros, cine, arte, música y teatro.

ARTÍCULO DE FONDO: en este género el periodista expone, brevemente, juicios y opiniones sobre temas de interés general. Estos artículos llevan la firma del autor, quien es responsable directo del contenido del mismo. Cuando este tipo de artículos no aparece firmado se llama editorial.

EDITORIAL: “es el análisis y el enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial de este género es que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo. El editorial no aparece firmado. Sus conceptos son responsabilidad de la empresa periodística, que de esta manera expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.”⁵¹

Por su parte, el estilo periodístico, la tendencia hacia la simplificación de frases y párrafos reduce al mínimo indispensable el empleo de la coma, el punto, el punto y coma y otros signos ortográficos.

Por eso son raros los puntos suspensivos que denotan interrupción por asombro, duda, ironía; escasos son los signos de interrogación y admiración y muy poco frecuentes los

⁵¹ *Ibidem*. Pág. 45.

guiones largos y paréntesis para el intercalado de oraciones y especies de elementos incidentales.

Para destacar la importancia de una palabra o una frase se utiliza cursiva, subrayado o negritas.

Sin embargo, el estilo periodístico reemplaza con tipografías definidas como tamaño y grosor de las letras, iniciales mayúsculas y textos en mayúsculas, los efectos de una interrogación y una admiración.

Finalmente, señalaremos que la diferencia entre periódico infantil y periódico escolar radica en que el primero está dirigido a un público de lectores comprendido de los 12 a los 16 años.⁵² Por lo general sí admite publicidad para su manutención. Y un periódico escolar es destinado a niños o jóvenes, de diferentes edades, pero basado en contenidos netamente académicos, ya sean temas de los planes y programas de estudio, para cada nivel educativo, o describe los eventos desarrollados entre la comunidad estudiantil de la escuela que lo publica. Comúnmente no recibe ingresos por publicidad.

En cuanto a la forma de la retícula, secciones, financiamiento, distribución y periodicidad de la publicación son determinados por el responsable del proyecto periodístico de cada escuela o zona escolar.

⁵² Huerta, Teófilo. *Op. Cit.* Pág. 17.

CAPÍTULO 3

DESCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA PERIODÍSTICA ESCOLAR *UNIVERSO DE LETRAS*: FORMA Y CONTENIDO

En este capítulo señalaremos las características de contenido y forma que distinguen al periódico *Universo de Letras*. En principio referimos que el nombre para esta publicación derivó de la perspectiva del autor, basada en que la palabra universo, alude a una infinidad de contenidos que pueden expresarse como consecuencia de la arbitrariedad del signo lingüístico y, por tanto, estructurables a capricho del que construye un mensaje escrito. De ahí que la diversidad sintáctica y semántica empleadas para formar mensajes puede motivarnos a la producción de textos, basados en cualquier tema, y adaptado dentro de los múltiples estilos de composición. Por otra parte, la pluralidad informativa de los escritos del periódico, podría servir de aliciente para fortalecer el hábito de la lectura y con ello establecer el criticismo informativo. En síntesis, este periódico escolar se tituló *Universo de Letras* por toda esa vastedad de significados que puedan hacerse llegar a su público receptor.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

UNIVERSO DE LETRAS 

Aparecerá la frase *Universo de Letras*, en fuente Comic Sans/24 puntos/altas/en cursiva/en color azul/alineación izquierda. Las letras iniciales de las palabras *universo* y *letras*, aparecerán en 36 puntos. A la derecha del nombre se colocará una imagen con cuatro niños que giran alrededor de un mundo, en color azul más claro que el nombre

del periódico, verde y blanco. La imagen será en caricatura y contorno incrustado a la imagen del mismo.

3.2 PÚBLICO LECTOR

El público receptor de nuestro periódico podría hacerse extensivo a los familiares de los alumnos lectores, a las autoridades educativas de ésta y otras escuelas, así como a los vecinos y comerciantes ubicados en la colonia Villa de Guadalupe Xalostoc, localizada entre las avenidas R-1 y Periférico, en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México en donde está situada la secundaria “Francisco Díaz Covarrubias”, misma en la que se realizará esta propuesta periodística. Pues existen familiares, autoridades y vecinos que tienen escolares inscritos en este plantel y presumiblemente interesados en conocer el desempeño académico y social de los mismos.

Para determinar el nivel socioeconómico de la población receptora de este medio de comunicación se aplicó una muestra de 200 encuestas a padres de familia y posibles lectores de la publicación; pues en total se estima que de los 450 alumnos que asisten a la escuela en el turno matutino, en promedio dos o tres de ellos pertenecen a la misma familia. Por tanto, muchos padres son comunes para más de un alumno.

La recopilación de los resultados arrojó los siguientes datos:

Escolaridad	Primaria	40%
	Secundaria incompleta	39%
	Secundaria terminada	18%
	Técnico/Licenciatura	3%
Ocupación	Comercio	64%
	Empleado	17%
	Obrero	7%

	Ama de casa	8%
	Técnico/Profesionista	4%
Vivienda	Casa propia/Terreno construido	49%
	Terreno en construcción	13%
	Casa rentada	38%
Automóvil	Costo de 20 a 30 mil pesos	52%
	Costo de 30 mil o más	8%
	No tiene	40%
Integrantes por familia	3 o 4 integrantes	42%
	5 o más	58%
Cubre gastos familiares	Esposo y esposa	87%
	Sólo esposo	13%
Salarios mínimos percibidos	dos salarios	28%
	tres o más	5%
	no saben	67%

Los anteriores resultados permiten situar a los lectores y colaboradores de *Universo de Letras* como pertenecientes a una comunidad de clase media baja, tanto por el nivel escolar como por la ocupación laboral de los padres o tutores de éstos. Cabe destacar que pese al nivel socioeconómico promedio de las familias, la penetración que alcance la publicación dependerá del apoyo que la Sociedad de Padres y en particular las autoridades de cada plantel brinden al proyecto. Pero sobre todo, los alumnos, pues son ellos la razón y el motor de este tipo de proyectos.

3.3 FINANCIAMIENTO

La publicación podría ser financiada por la sociedad de padres de familia de cada plantel; y en último caso, dividir los costos de impresión entre las aportaciones de la asociación citada y la cantidad simbólica proporcionada por el lector, como donativo por

cada ejemplar. Aclarando que la aportación económica que hagan alumnos y otros lectores será, únicamente, como apoyo financiero para la continuidad del medio informativo y así compensar la falta de publicidad en él; pues sabemos que esta última es la fuente de manutención para cualquier medio periodístico.

Asimismo, en la prensa infantil no siempre son niños o adolescentes los que redactan u organizan los contenidos del suplemento. En cambio, en la publicación escolar son los estudiantes quienes deben redactar y elegir la información que será publicada, sin descartar el apoyo otorgado por parte de algunos profesores, como respaldo inevitable. Por ello, en este medio informativo los contenidos podrán redactarse tanto por los alumnos como por profesores que deseen colaborar en él.

Los costos estimados por ejemplar se podrían plantear de esta manera:

Proceso de impresión	Tonalidad	Precio por ejemplar	VALORACIÓN HECHA CONSIDERANDO EJEMPLARES DE 10 HOJAS IMPRESAS
<i>Offset</i>	Una tinta	\$2.60	
	Dos tintas	\$2.90	
<i>Inyección de tinta</i>	Blanco y negro	\$7.00	
	Uso de color	\$7.00	
<i>Thonner</i>	Blanco y negro	\$3.50 a \$7.00	
<i>Fotocopiado del ejemplar ya impreso</i>	Blanco y negro	\$2.00	

3.4 FORMATO DEL PERIÓDICO

La retícula empleada en *Universo de Letras* será variable. No obstante, precisaremos a continuación algunas características frecuentes.

3.4.1 PERIODICIDAD Y DISEÑO

La periodicidad será mensual, debido a las necesidades funcionales y carencias económicas predominantes en las instituciones públicas. La necesidad de reducir costos, conduce a la participación gratuita y voluntaria de los alumnos redactores o fotógrafos, así como del profesor diseñador de cada número que aparezca.

En cuanto al diseño, la publicación será formada con los recursos técnicos de cualquier programa de computadora que permita valerse de cuadros de inserción de texto e imagen, apegado a la capacidad del equipo empleado por cada plantel, y de la mayor o menor dificultad con que el software sea ejecutado por parte de alumnos y profesores, colaboradores, en cada institución. Para el grabado, se usará el proceso de offset, la impresora de inyección de tinta y láser. No obstante, podrían utilizarse diferentes formas de diseño, tamaño del papel y de impresión; dependiendo de los recursos e intereses de cada plantel, en donde se publique algún informativo escolar.

Los tiempos estimados y los responsables de las etapas que anteceden a la aparición de un nuevo número de la publicación, podrían expresarse de la siguiente manera:

CALENDARIZACIÓN MENSUAL PARA ELABORAR *UNIVERSO DE LETRAS*

<i>Semana 1</i>	<i>Semana 2</i>	<i>Semana 3</i>	<i>Semana 4</i>
Redacción, recopilación, selección y corrección de los escritos	Captura de información y diseño	Impresión final, reproducción de ejemplares y distribución de los mismos	Distribución de ejemplares y organización del siguiente número
<i>Realización:</i>	<i>Realización:</i>	<i>Realización:</i>	<i>Realización:</i>
Alumnos y profesor Coordinador	Profesor coordinador	Dirección escolar y profesores	Dirección escolar, profesores, alumnos y profesor coordinador

3.4.2 MEDIDAS DE LA PUBLICACIÓN

El tamaño será de media carta por página.

<i>Formato de la página:</i>	21.5 cm. x 27.9 cm.
<i>Tamaño de la caja:</i>	12 cm. x 19.3 cm.
<i>Márgenes:</i>	
Superior	0.8 cm.
Inferior	1.3 cm.
Derecho	1.0 cm. (0.9 cm. en la página impar)
Izquierdo	1.0 cm.
<i>Interlineado:</i>	sencillo
<i>Columnas:</i>	variable (de 3.3 cm. hasta 5.5 cm.)
<i>medianil:</i>	a tres columnas 0.4 cm.
	a dos columnas 0.5 cm.

3.4.3 TIPOGRAFÍA

Sección: primera plana

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Logotipo</i>	Comic Sans	24, 36	Altas/cursiva inicial
<i>Referencias</i>	Comic Sans	7	Negritas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial Black	16, 11	Negritas/altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas
<i>Créditos/texto</i>	Arial	5	Altas y bajas
<i>/foto</i>	Arial	5	Negritas/altas y bajas
<i>Pies de foto</i>	Arial	5	Negritas cursivas/altas y bajas
<i>Pase de página</i>	Arial	7	Cursivas/bajas

Sección: editorial y directorio

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Cabezas</i>	Arial Black	24	Altas
<i>Texto</i>	Arial	12	Altas y bajas
	Arial Narrow	12	Cursivas negritas/altas y bajas
	Comic Sans	12	Negritas/altas y bajas
	Times New Roman	14	Negritas cursivas/altas y bajas
<i>Créditos</i>	Arial	5	Altas y bajas

Sección: ¿sabías que...

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Negritas cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Times New Roman	12	Negritas/altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New roman	10,11	Altas y bajas
<i>Créditos</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>Pie de foto</i>	Arial	5	Negritas cursivas/altas y bajas

Sección: literatura

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial Black	12	Altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	7	Negritas/altas y bajas
	Century Gothic	7	Negritas/altas y bajas
<i>Créditos</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>Pase de página</i>	Arial	5	Cursivas/altas y bajas

Sección: tecnología escolar

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas y bajas
<i>Cabezas</i>	Times New Roman	12	altas
<i>Texto</i>	Times New Roman	9	altas
	Times New Roman	10	Altas y bajas
	Times New Roman	11	Negritas/altas y bajas
	Times New Roman	7	Altas y bajas
<i>Crédito/texto</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>/foto</i>	Arial	5	Altas y bajas

Sección: continuación de notas principales

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Cabezas</i>	Arial Black	14	Cursivas/altas
<i>Texto</i>	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas
<i>Omblijo</i>	Arial Black	12	Altas y bajas
<i>Crédito/foto</i>	Arial	5	Altas y bajas
<i>Pie de foto</i>	Arial	9	Negritas Cursivas/sombreadas/altas y bajas
<i>Pase de página</i>	Arial	7	Cursivas/altas y bajas

Sección: información oficial para alumnos

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Cabezas</i>	Arial Black	8	Altas
	Arial Black	10	Negritas cursivas/altas
<i>Texto</i>	Arial Black	9	Negritas/altas
	Times New Roman	5	Cursivas/altas
	Times New Roman	7	Cursivas/altas
	Times New Roman	9	Negritas/altas y bajas
	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas

Sección: cultura

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	36	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial	14	Cursivas/altas
	Arial Black	22	Altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas
<i>Pie de foto</i>	Arial	5, 7	Negritas/altas y bajas

Sección: notirreportes escolares

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial Black	9	Altas
	Arial Black	10	Altas
	Arial Black	14	Cursivas/altas
	Arial Black	12	Cursivas/altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	9	Altas y bajas
	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas
<i>Créditos/texto</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>/foto</i>	Arial	5	Negritas/altas y bajas

Sección: tradiciones y verbenas

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial Black	14	Cursivas/altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	9	Negritas/altas y bajas
<i>Créditos/texto</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>/foto</i>	Arial	5	Negritas/altas y bajas

Sección: adolescen-tips

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Comic Sans	13	Negritas/huecas/sombreadas/altas y bajas
<i>Texto</i>	Arial Black	14	Cursivas/subrayadas/altas
<i>Créditos</i>	Arial	7	Altas y bajas

Sección: mochila de los secretos

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Texto</i>	Arial	12	Altas y bajas

Sección: listening and grammar

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Arial	10	Negritas/altas
	Times New Roman	9, 10	Negritas/altas
	Times New Roman	11	Altas y bajas
<i>Texto</i>	Times New Roman	9	Altas y bajas
	Times New Roman	10	Negritas/altas y bajas
	Comic Sans	8	Altas y bajas

Sección: bionoticias

	Tipo	Tamaño	Estilo
<i>Nombre de sección</i>	Times New Roman	24	Negritas cursivas/altas
<i>Cabezas</i>	Times New Roman	20	Negritas/altas y bajas
<i>Ombbligo</i>	Comic Sans	12	Cursivas/altas
<i>Texto</i>	Times New Roman	10	Altas y bajas
<i>Créditos/texto</i>	Arial	7	Altas y bajas
<i>/foto</i>	Arial	5	Negritas/altas y bajas

TITULARES O CABEZAS:

- Los titulares serán de uno y dos pisos, aunque podrán incrementarse.
- Aparecerán en altas y/o en altas y bajas.
- Empleo de la misma tipografía para toda la cabeza.
- Alineación: centrada, justificada o izquierda.

SUBTÍTULOS

- La fuente será la misma que la cabeza, pero de menor tamaño y diferente estilo.

TEXTOS

La letra inicial de cada texto será en igual fuente y puntaje/altas/hueca/sombreada.

FECHARIO DE PRIMERA PLANA

En él se mencionarán los meses y el año de aparición; el número de publicación y la leyenda: PERIÓDICO ESCOLAR DE LA ESTIC 126.

-SEPTIEMBRE DE 2004 PERIODICO ESCOLAR DE LA ESTIC 126 AÑO 1 NÚMERO 1

PIES DE FOTO O DE IMAGEN:



PASE DE PÁGINA

Y dijo que ante este escenario existe el problema de que los menores de edad consumen drogas sintéticas por ser más baratas, y que provocan un mayor efecto destructivo entre los niños y jóvenes mexicanos.

(continúa en la pág. 11)

FECHADO/ NÚMERO DE PÁGINA Y LOGOTIPO

La fecha, el número de página y el logotipo estarán situados horizontalmente en el margen superior izquierdo, en las páginas pares; y en las impares se alinearán sobre el margen superior derecho. La fuente será Arial/7 puntos/altas/en color negro. El logotipo se mantendrá igual al de la primera plana/de 3 por 4 milímetros/contorneo incrustado a imagen.

SEPTIEMBRE DE 2004/ PÁGINA 8 

CRÉDITO DE COLABORADORES

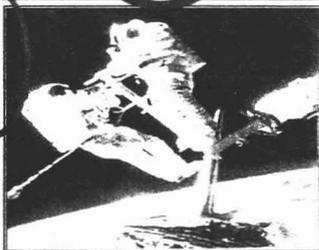
En artículos: Arial /5 y 7 puntos/altas y bajas/en color negro.

Para fotografías o imágenes: Arial/5 puntos/altas/altas y bajas/color negro/en línea vertical.

...NEIL
ARMSTRONG FUE
EL PRIMER HOMBRE
QUE PISÓ LA LUNA?

Por Itzel Soto

IMAGEN DE ARCHIVO



3.4.4 SECCIONES

En cada parte lateral izquierda de la página se colocará el nombre de la sección informativa, de manera vertical, de abajo hacia arriba. En fuente Times New Roman/24 y 36 puntos/negrita cursiva/en altas.

¿SABÍAS QUE...?: en dicha sección se tratarán efemérides y datos históricos que capten la curiosidad del lector.

LITERATURA: en ésta se publicarán cuentos, leyendas, poemas, descripciones y todo tipo de relatos que expresen las percepciones y sentimientos del escritor; Utilizando el lenguaje figurado o incluyendo fantasía y realidad, dentro del mismo.

ADOLESCEN-TIPS: en ella se presentarán carteles elaborados en cualquiera de las asignaturas, que aporten consejos personales y sociales, para el receptor informativo.

LA MOCHILA DE LOS SECRETOS: es un apartado que brindará esparcimiento al alumno, ya que en éste se publicarán saludos, felicitaciones y textos dedicados para los amigos o personal de la escuela.

TECNOLOGÍA ESCOLAR: en ésta se publicarán experimentos de manera clara y accesible para los alumnos, tales como la creación de un perfume, grasa para calzado, preparar gel para el cabello; así como algún tipo de tratamiento para la conservación de alimentos. De igual forma, se presentarán anécdotas y comentarios sobre científicos relevantes y sus aportaciones a la sociedad.

CULTURA: se integrará con biografías de personajes célebres y artículos periodísticos que aborden temas actuales, en cualquier campo del saber.

NOTIRREPORTES ESCOLARES: es la parte que concentra los artículos elaborados en estilo periodístico por los alumnos que deseen colaborar en la publicación.

TRADICIONES Y VERBENAS: será formada con la explicación de las tradiciones nacionales más notables y los relatos de las convivencias desarrolladas dentro del plantel escolar.

LISTENING AND GRAMMAR: esta parte de la publicación permitirá apoyar la enseñanza del inglés con un ejercicio auditivo, la breve explicación temática de un contenido del programa de esta asignatura y la aportación de vocabularios en español-inglés.

BIONOTICIAS: en ella se abordarán temas relacionados con la salud de los adolescentes como el SIDA, drogadicción y embarazo, entre otros.



3.4.5 COLORIDO Y ENCUADRE

Debido a la flexibilidad en la retícula, tanto textos como imágenes podrían acompañarse de algún tipo de sombra, subrayado, encuadre y colorido. Sin embargo, el manejo de colores en la publicación podría alternar con el blanco y negro, que son los básicos de nuestro periódico.

3.4.6 DIRECTORIO

El directorio se publicará en la segunda página y tendrá los nombres de los alumnos y profesores que colaboren en la redacción y diseño de cada ejemplar del periódico. Es decir, cada número publicado puede cambiar el nombre de los integrantes del directorio.

La fuente utilizada será Arial/12 puntos/en altas y bajas/en color negro/en un marco de líneas en color negro.

3.4.7 PÁGINA EDITORIAL

Este artículo de opinión será redactado por algún profesor que aborde el tema más relevante del momento.

Podrán aparecer editoriales creadas por alumnos, en forma de cartel o dibujo, las cuales mencionarán celebraciones y eventos sociales, entre otras.

Los editoriales gráficos serán en un número máximo de tres por publicación. Ésta aparecerá en la segunda página del periódico, en analogía con las páginas editoriales de los diarios de circulación nacional.

3.4.8 FOTOGRAFÍAS E IMÁGENES

Estarán presentes los diferentes tipos de fotografía periodística; las cuales podrán imprimirse a color o en blanco y negro. Los dibujos y gráficas que refuercen algún texto tendrán colorido variable, y en ciertos casos irán acompañadas de sombras, contornos y líneas. Color y tamaño variables.

3.4.9 DIAGRAMADO Y CUADRÍCULA

El estilo vertical y horizontal servirán para la distribución del material informativo: texto o imagen.

CUADRÍCULA



SECCIONES FIJAS SECCIONES LIBRES

CONTENIDO EDITORIAL

PÁGINA	NOMBRE DE LA SECCIÓN
1	Notas de primera plana
2	Editorial y Directorio
3	¿Sabías que...
4	Literatura
5	Tecnología escolar
6	Continuación de notas principales
7	Información oficial para alumnos
8	Cultura
9	Cultura
10	Notirreportes escolares
11	Notirreportes escolares
12	Tradiciones y verbenas
13	Adolescen-tips
14	Mochila de los secretos
15	Listening and grammar
16	Bionoticias

3.4.10 ENCOLUMNADO

El diseño permitirá combinar columnas falsas y naturales, pese a que estas últimas serán las más frecuentes debido a la facilidad que representan al momento del diseño de la página. El número de columnas en que se presente cada artículo dependerá de las necesidades que se tengan en cuanto a importancia del tema y la extensión del escrito publicado.

3.5 PRESENTACIÓN DEL BOCETO Universo de Letras

Conclusiones

Este trabajo concentró un material teórico fundamental para la realización de periódicos escolares con los más elementales recursos técnicos y económicos que podrían facilitar el inicio de proyectos periodísticos en otros planteles educativos.

La libertad en la retícula y el sencillo diseño del mismo, respalda su funcionalidad para alumnos y profesores comprometidos con la calidad educativa; o en su defecto, con aquellos que deseen crear herramientas que motiven a un mayor número de alumnos a involucrarse en la producción y lectura de textos.

Es importante que propuestas como la aquí planteada superen las limitaciones de financiamiento del periódico y la concentración y organización del material para cada número publicado. Pues el proceso ejecutado para la impresión de este primer ejemplar, demostró el interés y voluntad de jóvenes dispuestos a transcribir sus ideas; contribuir con algunas fotos o imágenes y proponer características y modificaciones de diseño.

No obstante, es fundamental explicarle a la comunidad estudiantil qué beneficios aporta la existencia de una prensa escolar; mejorar continuamente su técnica de redacción y de lectura; así como enseñarle al adolescente que sus pensamientos, emociones e intereses, pueden ser compartidos con muchos jóvenes más, que como ellos, buscan ser escuchados e integrados a nuevos proyectos que satisfagan esa avidez de identidad.

Cabe destacar que los contenidos del primer capítulo respaldan un conocimiento previo del adolescente y sus características como tal. Pues entender que el aprendizaje está motivado por factores externos situados en la familia y el entorno social, no siempre es una conjetura aprovechada para beneficio de los jóvenes.

El saber que la motivación proviene de impulsos positivos y negativos, y que en ocasiones los padres y profesores ejercen presiones excesivas en los alumnos de secundaria, conduce a reflexionar si es o no provechoso el atacar a éstos, con consejos y exigencias que sólo remarcan la rebeldía y desaprovechamiento escolar.

Por otra parte, resultó necesario indicar la manera en que el entorno social determina la personalidad del joven. Es decir, fue importante citar cómo el muchacho posee valores y conductas que lo identifican con los grupos de referencia múltiples; comportamientos que, en muchos casos reclaman ser resocializados. En resumen, este apartado planteó, de manera breve, la importancia de la psicología social en la conducta del adolescente y la necesidad de utilizar los procesos personales que el joven experimenta dentro de un grupo, y que en consecuencia determinan sus actitudes, valores y estereotipos.

Respecto al capítulo segundo, se expuso la importancia histórica que ha tenido el periodismo impreso y, sobre todo, adentrarse en el origen de la prensa infantil, que va dirigido a un importante sector de lectores, cuya receptividad no antepone límites o censura a los mensajes que le bombardean cotidianamente.

Sin embargo, al no ser comunes las publicaciones masivas dirigidas a los adolescentes, aquéllas sirvieron como antecedente inmediato de éstas. Obviamente, también se planteó el impacto que tienen los medios impresos y la funcionalidad que éstos pueden alcanzar a nivel escolar. Asimismo, se incluyeron los sustentos documentales sobre diseño y estilos periodísticos que no sólo sirvieron para crear el boceto de *Universo de Letras*, sino que podrán apoyar publicaciones futuras similares que quisieran emprender alumnos y profesores de otras instituciones educativas.

Por su parte, en el tercer capítulo se definió con precisión el contenido y forma de la propuesta escolar: *Universo de Letras*; así como la presentación final del boceto, el cual una vez terminado, fue distribuido entre los alumnos, profesores, autoridades y padres

de familia de la comunidad, y pese a que muchos de los ejemplares fueron distribuidos en blanco y negro, para reducir el costo por ejemplar, se pudieron inferir los siguientes resultados:

Se cumplió el objetivo general de nuestra investigación, ya que algunos profesores de la secundaria 126, argumentaron que el adolescente rompe la monotonía de leer materiales impresos que le parecen ajenos y no son tradicionales. Y permite que el proceso de enseñanza-aprendizaje realizado en el aula, sin importar la asignatura, podría respaldarse en un medio que refresque y replantee el contenido y sobre todo, la presentación visual de los temas de las asignaturas.

De igual manera, se encontró que los muchachos colaboradores de la publicación, iniciaron la búsqueda documental y otros tantos, la captación de imágenes que ilustraran esos contenidos, pero en ambos casos se mostró la disposición por trabajar en proyectos como éste y construir escritos que reclamaban obtener información previa y redactar textos más interesantes para el lector, sin descartar la seriedad sintáctica en la elaboración de los mismos.

En cuanto al objetivo inicial de crear alumnos mejor informados y más críticos ante el cúmulo de mensajes emitidos por los medios masivos, no se reflejó un avance muy notable, ya que fue difícil, y en muchos casos momentáneo, convencer al alumno de que todo mensaje tiene una connotación de fondo.

No obstante, con la difusión del ejemplar uno de *Universo de Letras*, se observó que los jóvenes interesados en colaborar comprendieron que sólo pueden escribir en él, aquellos alumnos que se comprometan en entregar escritos de cierta proyección y calidad informativa, así como de una redacción clara.

Por otra parte, el periódico demostró que la necesidad de prestigio y popularidad es un recurso potencial para motivar al alumno a aprender. Es decir, la difusión experimental del periódico entre el público lector referido, provocó que se tuviese que asignar una comisión de alumnos organizadores y recolectores de mensajes o imágenes para posteriores publicaciones de *Universo de Letras*. Además, la curiosidad entre el alumnado por poseer un ejemplar del periódico, los llevó a estar dispuestos a contribuir con un donativo monetario, a cambio de tener el boceto.

Como fue mencionado, la necesidad de prestigio y popularidad por parte de los que busquen colaborar activamente en el periódico, podría seguir motivando a los alumnos para que se documenten, fortalezcan su hábito de lectura y la disciplina en entregar trabajos con la fecha asignada. De ahí que los alumnos lectores de *Universo de Letras*, podrían valerse del boceto como auxiliar para apoyarse en ciertas materias, y realizar tareas o reforzar temas vistos en clase, pero de forma atractiva y sencilla para ellos.

Finalmente, podemos decir que la realización de esta propuesta cumplió con la mayor parte de los objetivos planteados en un inicio; sin embargo, puede ser modificada y enriquecida con las apreciaciones e intereses de alumnos y profesores que deseen crear publicaciones periodísticas escolares como ésta, y optimizar los contenidos ya expuestos.

FUENTES DE CONSULTA

Alcalde, Carmen

Cómo leer un periódico

España, A. T. E. , 1981. PP 124.

Baena, Guillermina

Manual para Elaborar Trabajos de Investigación Documental

México, Editores Mexicanos Unidos, 1986. PP 121.

Baldrich Rodríguez, Pilar

Manual para Padres. Psicología y Educación

España, Ediciones Hymosa, [s. f.]. PP 103.

Bartolomeis, Francesco de

La Psicología del Adolescente y la Educación

México, Ediciones Roca, 1978. PP 210.

Calvimontes y Calvimontes, Jorge

El periódico

México, Trillas, 1983. PP 182.

Guerra Martínez, María del Socorro y

Aguilar Barragán, Víctor Manuel

La Prensa Infantil en el Distrito Federal.

Tesis Profesional. Enep-Aragón. México, 2000. PP 86.

Gomezjara, Francisco

Sociología

México, Porrúa, 1987. PP 469.

Guillamet, Jaume

Conocer la prensa, introducción a su uso en la escuela

Barcelona, Gustavo Gili, 1988. PP 141.

Huerta, Teófilo

La Prensa Infantil

México, Colofón, 1994. PP 137.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos

Manual de Periodismo

México, Grijalbo, 1986. PP 306.

Mann, Leon

Elementos de Psicología Social

México, Limusa, 1981. PP 186.

McQuail, Denis

Sociología de los Medios Masivos de Comunicación
Buenos Aires, Paidós, 1976. PP 165.

Medina Carballo, Manuel

Taller de lectura y redacción
México, Trillas, 1986. PP 76.

Moragas de, Miguel

Sociología de la Comunicación de Masas
Tomo II. España, Gustavo Gili, 1986. PP 178.

Phoenix, Philip H.

Educación y sociedad
México, Pax-Mexico, 1969. PP 339.

Rivadeneira Prada, Raúl

Periodismo
México, Trillas, 1983. PP 87.

Suárez Díaz, Reynaldo

La educación, su filosofía, su psicología y su método
México, Trillas, 1989. PP 167.

Swann, Alan

Cómo diseñar retículas
España, Gustavo Gili, 1990. PP 133.

Weill, Georges

El periódico. orígenes, evolución y función de la prensa periódica
Tr. Virgilio Veléndez. México, UTEHA, 1979. PP 5, 7.

Zorrilla, Santiago, Torres Xamar, Miguel

Guía para elaborar la tesis
México, McGRAW-HILL, 1990. PP 103.