

UNIVERSIDAD DE SEVILLA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL,
PUBLICIDAD Y LITERATURA

OTRA PRENSA: LA ESCOLAR

Tesis doctoral

Alumno: Juan Alfonso Teruel Salmerón

DIRECTOR: Prof. DR. D. ANTONIO CHECA GODOY

Sevilla, mayo 2.015

Agradecimientos

A la Consejería de Educación, por permitirme, en dos ocasiones, acceder a sus dependencias y consultar las publicaciones. En concreto, los departamentos de Ordenación Educativa y Planes Especiales. También, de modo especial, recuerdo la magnífica disposición de su personal. A todos ellos, gracias. Me sentí muy bien acogido y tratado como un compañero más. Tengo presente con especial cariño a Ana Noguera, José Manuel González, Manuel Martínez y a mi antiguo compañero, Pepe Viñas.

A Antonio Checa Godoy, por sus sabias indicaciones, por su comprensión y, también, por su paciencia.

A mi hijo Juan Indalecio Teruel Ramón, por su ayuda en momentos concretos y por su valiosa colaboración a la hora de ordenar ciertos datos.

A Antonio Feria Moreno, quien me convirtió la primera tabla de registros en Access a Excel, lo que me permitió recuperar muchos datos desaparecidos.

De modo especial debo referirme a Manuel Morato Moreno, por su constante asistencia en los bloqueos que mi torpeza en el manejo de las nuevas tecnologías hicieron ralentizar este trabajo, salvado muchas veces gracias a su ayuda. Mi profunda gratitud.

Y también a tantos alumnos como en su día me hicieron reconducir los proyectos, gracias a su buena disposición y sus ganas de aprender. Por el estímulo que recibí para continuar y mejorar mi trabajo pude recorrer un camino que, en sus comienzos se antojaba difícil. Gracias también a sus familias por su comprensión y ayuda. Son de mencionar las poblaciones de S. Juan de Aznalfarache, Benacazón y las barriadas de Los Mares y Pino Montano de Sevilla.

También mi gratitud a mi propia familia, por el tiempo que les robé dedicando tantas horas a un trabajo al que me entregué con auténtica pasión.

Índice

0. PRESENTACIÓN	5
1. INTRODUCCIÓN TEÓRICA GENERAL SOBRE LA PRENSA ESCOLAR	6
1.1. BREVE RESUMEN DE LA LITERATURA SOBRE PRENSA ESCOLAR	6
1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS PUBLICACIONES ESCOLARES	9
1.2.1 OTROS TIPOS DE PRENSA ESCOLAR	12
1.3. FUENTES DOCUMENTALES: CORPUS DE INVESTIGACIÓN	13
2. QUÉ PRETENDEMOS	14
2.1. LA PRENSA EN EL COLEGIO Y LA PRENSA DEL COLEGIO	14
2.2. SUPUESTOS DE PARTIDA	17
2.3. HIPÓTESIS	17
3. VARIABLES Y CATEGORIAS	20
3.1 PREÁMBULO	20
3.2 IDENTIFICACIÓN	21
3.3 ORGANIZACIÓN	24
3.4 CONTENIDOS	28
3.5 ASPECTOS FORMALES	33
3.6 VALORACIÓN	35
4. ¿QUÉ ES EL PERIODISMO?	42
4.1. CONCEPTOS	42
4.2. TEORÍAS EN TORNO AL PERIODISMO: EN QUÉ CONSISTE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA: BASES EPISTEMOLÓGICAS	43
4.3. NECESIDAD DE INFORMACIÓN	46
4.4. HITOS EN LA HISTORIA DEL PERIODISMO	47
4.5. HACIA DÓNDE CAMINA EL PERIODISMO	50
4.5.1 PRIMERAS EXPERIENCIAS EN LA PRENSA DIGITAL	53
4.5.2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA PRENSA DIGITAL	54
4.5.3. PERIODISMO DE DATOS	55
4.5.4. PERIODISMO CIUDADANO	56
4.6. CÓMO SERÁ EL PERIÓDICO DE PAPEL EN EL FUTURO	57
4.7 ELEMENTOS COMUNES EN LOS DIFERENTES MODELOS DE PRODUCTOS PERIODÍSTICOS REGISTRADOS EN LA HISTORIA	59
4.7.1 CRITERIOS QUE DEFINEN A UN PERIÓDICO O A UNA PUBLICACIÓN PERIÓDICA	61
4.8. CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DEL PERIODISMO	62

5. EL LENGUAJE PERIODÍSTICO, UN LENGUAJE ESPECIAL.....	64
5.1. EL LENGUAJE EN LOS PERIÓDICOS CONVENCIONALES	65
5.2. EL ACONTECIMIENTO Y LA NOTICIA.....	69
5.3. LA NOTICIA: CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD	72
5.4. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA	75
5.5. CONDICIONES QUE DEBE REUNIR UN ACONTECIMIENTO PARA PODER SER CONSIDERADO -CON MÁS PROBABILIDAD- NOTICIA	77
5.6. MODELOS DE ELABORACIÓN DE LAS NOTICIAS	78
5.7. LAS FUENTES	79
5.8. EL NOMBRE DE PERIODISTA	80
5.9. DIVERSOS TIPOS DE PERIODISTAS.....	82
5.10. LA INDEPENDENCIA O LA OBJETIVIDAD DEL PERIODISTA.....	82
5.11. IMPORTANCIA DEL LENGUAJE.....	86
5.12. LA EMPRESA PERIODÍSTICA.....	86
6. LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	88
6.1. CONSIDERACIONES RESPECTO A LOS EFECTOS DE LOS MCM.....	90
6.2. INFLUENCIA DE LOS MCM EN EL CAMBIO DE LAS CONDUCTAS DE LOS CIUDADANOS	95
6.3. INFLUENCIA DE LOS MCM GLOBALMENTE EN LA SOCIEDAD	96
6.4. INFLUENCIA DE LOS MCM EN LA POBLACIÓN INFANTIL	98
6.5. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	98
6.6. LA CONSTRUCCIÓN DEL TEMARIO	101
6.7. LA ESPIRAL DEL SILENCIO	103
6.8. LA PRENSA COMO MERCANCÍA	103
6.9. EL PERIODISMO Y SU RELACIÓN CON OTRAS DISCIPLINAS	107
6.9.1. PERIODISMO Y LITERATURA	107
6.9.2. LA LINGÜÍSTICA Y EL PERIODISMO	109
6.9.3. LA FILOSOFÍA Y EL PERIODISMO	110
6.9.4. EL PERIODISMO Y LA PSICOLOGÍA.....	111
6.9.5. EL PERIODISMO Y LA POLÍTICA	112
6.9.6. PRENSA Y DEMOCRACIA	114
6.9.7. EL PERIODISTA Y EL PEDAGOGO. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS.....	117
6.9.8. LOS MCM Y LAS IMPLICACIONES DEL DESARROLLO COGNITIVO EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN EL ALUMNADO DE PRIMARIA Y SECUNDARIA	122
6.9.9. TEORÍAS SOBRE EL DESARROLLO EN EL NIÑO Y EL ADOLESCENTE.	122
7. LA PRENSA EN LAS AULAS	125
7.1. EL MARCO INSTITUCIONAL	125

7.2. <i>EL AMBIENTE DEL AULA</i>	126
7.3. <i>OTROS PERFILES DE LA PRENSA ESCOLAR</i>	127
7.4. <i>CONCLUSIÓN</i>	129
7.4.1. <i>PUBLICACIONES RESULTANTES DE LA SUMA DE TRABAJOS DE LOS ALUMNOS</i>	129
7.4.2. <i>PUBLICACIONES CONCEBIDAS COMO UNA ENTIDAD EN SÍ MISMA</i> ..	130
7.4.3. <i>PUBLICACIONES REALIZADAS POR UN SOLO GRUPO DE ALUMNOS</i> ..	130
8. LENGUAJE INFANTIL: EL LENGUAJE COMO PROCESO	130
8.1. <i>LENGUAJE Y PENSAMIENTO</i>	133
8.1.1. <i>EL LENGUAJE SOCIAL</i>	136
8.1.2. <i>EL PROCESO DE MADURACIÓN DEL LENGUAJE EN EL NIÑO</i>	138
8.1.3. <i>ETAPAS EN EL DESARROLLO DEL LENGUAJE</i>	142
8.1.4. <i>LA IMPORTANCIA DE LA PALABRA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LOS ESQUEMAS MENTALES DEL NIÑO</i>	144
8.1.5. <i>RESUMEN</i>	146
8.2. <i>EL SIGNO LINGÜÍSTICO</i>	147
8.2.1. <i>EL SIGNO LINGÜÍSTICO EN LA PRENSA INFANTIL</i>	149
8.3. <i>CONCLUSIONES FINALES</i>	152
9. RESULTADOS	156
9.1 <i>RESULTADOS DESCRIPTIVOS</i>	158
9.2. <i>ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS ENTRE LAS PUBLICACIONES DE NUESTRO INTERÉS (MENCIONADAS ARRIBA) Y EL RESTO DE PUBLICACIONES</i>	164
9.2.1. <i>CAMPOS IDENTIFICATIVOS</i>	164
9.2.2. <i>CAMPOS ORGANIZATIVOS</i>	165
9.2.3. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS CAMPOS ORGANIZATIVOS</i>	166
9.2.4. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS CAMPOS DE CONTENIDO</i>	170
9.2.5. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS FORMALES</i>	179
9.2.6. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS VALORATIVOS</i>	184
9.3. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE LOS DATOS IDENTIFICATIVOS</i>	187
9.4. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS</i>	190
9.5. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE CONTENIDOS</i>	194
9.6. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ASPECTOS FORMALES</i> ...	214
9.7. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE VALORACIÓN</i>	220
9.8. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS</i>	221
9.9. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE LA PREGUNTA N° 2</i>	225
9.10. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS EN LA PREGUNTA N° 2</i> ..	228
9.11. <i>TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS EN LA PREGUNTA N° 2</i>	229

<i>9.11.1. CAMPOS DE CONTENIDOS</i>	231
<i>9.12. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ASPECTOS FORMALES</i> ..	252
<i>9.13. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN ENTRE RANGOS DE SPEARMAN EN LA PREGUNTA NÚMERO 3</i>	275
<i>9.14. TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS</i>	285
<i>9.15. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS IDENTIFICATIVOS. Pregunta n°4</i>	287
<i>9.16. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS Pregunta n° 4</i>	291
<i>9.17. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE CONTENIDO. Pregunta n° 4</i>	299
<i>9.18. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ELEMENTOS FORMALES. Pregunta n° 4</i>	312
<i>9.19. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS VALORATIVOS. Pregunta n° 4</i>	327
<i>9.20. ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS</i>	331
<i>10. CONCLUSIONES FINALES</i>	385
<i>11. BIBLIOGRAFÍA</i>	390

0. PRESENTACIÓN

Entre las muchas iniciativas que algunos profesores y maestros fueron introduciendo en su práctica de la profesión, había una que gozaba de un cierto prestigio: la prensa escolar. Ni mucho menos todas las experiencias fueron iguales ni alcanzaron los objetivos diseñados. En realidad, hubo gran variedad de proyectos, muchos de los cuales murieron al primer intento.

El juego didáctico que significaba la elaboración de un periódico escolar o una “revista de textos libres” (así era llamada en algunos sectores) exigía mucho esfuerzo y alguna preparación, pero sobre todo, requería de un compromiso sincero y de una actitud clara a favor del alumnado.

Por eso, cuando se entra en profundidad en el análisis de las muestras a las que hemos tenido acceso, se observan muchas actitudes inconvenientes y una tendencia claramente pedagógica y poco periodística.

Sin embargo, hay también experiencias en las que se evidencia una actitud encomiable y una clara decisión de reproducir -en la medida de lo posible- los modelos de la prensa convencional.

1. INTRODUCCIÓN TEÓRICA GENERAL SOBRE LA PRENSA ESCOLAR

1.1. BREVE RESUMEN DE LA LITERATURA SOBRE PRENSA ESCOLAR

Tradicionalmente la literatura científica que ha dado cuenta de este tipo de experiencias (elaboración de un periódico escolar), destaca las excelencias educativas de esta práctica en lo que respecta al desarrollo de las habilidades lingüísticas, de la dinámica grupal, el beneficio de las habilidades manipulativas del niño, etc. Pero, contrariamente a lo que cabría esperar, no existen para este tema aproximaciones objetivas basadas en la medición de progresos concretos en cualquiera de las áreas antes mencionadas. Los textos existentes se refieren a técnicas de impresión (Sala y Jover, 1975)¹, modelos de utilización de la prensa en la escuela (Veira, 1979²; Cheyney, 1981³; Bartolomé, 1983⁴; Vioque, 1984⁵; García Novell, 1986⁶), resumen de experiencias (Fisher, 1973⁷; Teruel, 1982⁸, Ruiz Carnal, 1988)⁹, o propuestas de trabajo con la utilización del periódico escolar en el

¹ SALA, C. Y JOVER, L.: *Técnicas de impresión en la escuela*, Avance, Barcelona, 1975.

² VIERA, C: *La prensa a la escuela*, Marsiega, Madrid, 1979.

³ CHEYNEY, P.: *La enseñanza de la lectura por el periódico*, Cincel, Madrid, 1981.

⁴ BARTOLOMÉ, D.: *La prensa en las aulas*, ICCE, Madrid, 1983.

⁵ VIOQUE, J.: *La utilización de la prensa en la escuela*, Cincel, Madrid 1984.

⁶ GARCÍA NOVELL, F.: *Inventar el periódico*, Zero, Madrid, 1986.

⁷ FICHER, R.: *Periodismo escolar*, Biblioteca Argentina, Buenos Aires, 1973.

⁸ TERUEL, J.: "'La Teja', el periódico de la escuela que también lo fue del pueblo", *Cuadernos de Pedagogía*, nº 85, Barcelona, 1982.

⁹ RUIZ CARNAL, J.: *Historia y Antología de la Prensa Escolar Sevillana*, edición del autor, Sevilla, 1988.

currículo (Balló, 1975,¹⁰ Morilla y Martínez, 1981,¹¹ Corzo, 1986¹²). En estas publicaciones se mezclan las visiones chauvinistas sobre el propio trabajo con los diseños teóricos hechos en despachos muy alejados de la realidad escolar; se han descrito las técnicas sin haberlas experimentado y, aunque no han faltado tampoco los juicios acertados sobre la validez de esta forma diferente de entender la tarea escolar, todos parecen remitir esta actividad al campo del juego, situándola siempre fuera del currículo escolar. Han faltado siempre, y aún hoy siguen faltando, trabajos que aborden las peculiaridades que el uso de la lengua escrita evidencia en los diversos ejemplos de Periodismo Escolar, del mismo modo que tampoco existen trabajos científicos que estén animados por el objetivo de encontrar si tales manifestaciones infantiles sirven para mejorar los niveles de aprendizaje, de socialización o de mejor adaptación de los niños al modelo cultural de los adultos. Pretendemos, pues, abordar en este estudio el análisis de los aspectos lingüísticos dignos de considerarse en un sector muy determinado de la prensa escolar: aquel sector cuyas características vienen definidas por lo que señalamos más adelante. De todas las experiencias en torno a la prensa escolar, sabemos lo que sus autores quieren contarnos, sin que sea en cualquier caso una referencia absolutamente fiable la transcripción que los mismos nos hacen de su trabajo. Este motivo, junto a nuestro íntimo convencimiento de que el trabajo en el periódico escolar podía utilizarse como una técnica de aprendizaje tan "seria" como cualquier otra y, por tanto, con un lugar dentro de los planes de estudio, nos llevó a diseñar un modelo de periódico escolar que fuera diferente a los otros en la medida en que rebasara el límite hasta entonces tácitamente admitido. Independientemente de que nuestro planteamiento fue siempre distinto al que solía recogerse en otras experiencias (Tonucci, 1982¹³; Trapiello, 1982¹⁴; Teruel, 1988¹⁵), lo que ya habíamos expuesto en las I Jornadas de Prensa Escolar celebradas en la Facultad de Pedagogía de Sevilla en abril de 1.980, así como en los

¹⁰ BALLÓ, T.: "El Periódico en la Segunda Etapa de E.G.B", *Vida Escolar*, Núm. 174. Madrid, 1975.

¹¹ MORILLA, M. y MARTÍNEZ, M.I.: *El periódico: un diálogo de la escuela con la actualidad*, Instituto Pedagógico Somosaguas, Madrid, 1981.

¹² CORZO, J.L.: *Leer periódicos en clase*, Ed. Popular, Madrid 1986.

¹³ TONUCCI, F.: "Por un diario de clase", *Cuadernos de Pedagogía*, núm. 85, Barcelona, 1982.

¹⁴ TRAPIELLO, C.: "Periódico interescolar «Escuelas Leonesas»", revista *Colaboración*. Núm. 35. Madrid, 1982.

¹⁵ TERUEL, J.: "Hacia el mejor modelo de prensa escolar", ponencia en las *III Jornadas de Prensa, Radio y TV escolares*, Almería del 1 al 5 de Septiembre, 1988.

diferentes cursos que sobre Prensa Escolar impartimos dentro del Programa de Perfeccionamiento del Profesorado en el I.C.E. de la Universidad de Sevilla, nos planteamos la hipótesis de que el trabajo en prensa escolar, en las condiciones que determinaba mi proyecto, debería influir en la mejora de los niveles intelectuales de los alumnos y en sus niveles de atención en clase. De este proyecto dimos la debida cuenta en el trabajo que, con ocasión del Programa de Doctorado en Psicología, presentamos en el departamento dirigido por el Dr. Barriga (Teruel, 1987)¹⁶. Al tener que seleccionar, para la realización del actual trabajo, un corpus de investigación necesariamente limitado, hemos procedido al análisis de todos aquellos ejemplares que podemos considerar animados por esta característica común definida por su vocación de ser incardinados dentro del programa educativo de un centro de E.G.B.

Trataremos a continuación de establecer una clasificación de los diferentes modelos que sobre la prensa escolar hemos tenido la ocasión de analizar.

De acuerdo con las pretensiones de la publicación, el contenido de la misma, su periodicidad y hasta su punto de partida ideológico, se adoptan diferentes nombres para llamar a este tipo de prensa que, en opinión de Vázquez Montalbán, no pasa de ser una prensa "underground". Se encuentra entre los autores que se refieren a este modo peculiar de prensa denominaciones como "periódico escolar", "revista de textos libres", "boletín", o de cualquier otra fórmula con que, atendiendo modernos o clásicos modelos pedagógicos se quiera bautizar genéricamente una actividad que los niños realizan como si fuera un juego pero siendo conscientes de que su trabajo es valorado como algo más, tanto desde la perspectiva del pedagogo como desde la del propio periodista.

Se sobreentiende que este entretenimiento que se basa en reproducir la actividad de los profesionales de la información tiene necesariamente que partir del concepto que el adulto encargado de impulsarlo tenga de lo que es la función del periodista y de lo que suponga que tiene que significar para la comunidad el tipo de medio de difusión cuyo proyecto esté dispuesto a poner en marcha. Va implícita, por lo tanto, una reflexión previa por parte del adulto de lo que es un "periódico", una "revista", un "boletín" o una "gaceta".

¹⁶ TERUEL, J.: *El periódico escolar, al servicio del aprendizaje*, trabajo de Doctorado, Departamento de Psicología Social, Universidad de Sevilla, 1987.

Pero además de la perspectiva periodística, la publicación infantil se lleva a cabo en el seno de una institución educativa. No se olvide que, junto al nombre de "periódico", "gaceta" o "boletín", lleva el adjetivo de "escolar". Aquí ya hay que empezar a distinguir entre los diferentes tipos de colegios. De éstos, un gran grupo está formado por los públicos, cuya ideología y criterios educativos son más homogéneos de modo general; los privados, en cambio, pueden en teoría tener diferencias importantes en el orden ideológico, aunque de hecho se sabe que predomina el modelo "religioso-conservador". Hecha una aproximación al marco institucional, ahora hay que detenerse en la figura del docente responsable de la experiencia. No cabe duda de que su modelo de escuela, de respeto a la libertad de expresión, su capacidad para la supervisión de este difícil trabajo, determinará en gran medida el tono de la publicación, la repercusión que ésta tenga en los alumnos, la continuidad, etc.

Teniendo en cuenta que el planteamiento de partida para la publicación tiene gran importancia, tampoco hay que olvidar la relevancia del dato relativo a la edad de los alumnos, ni el de la zona donde se produce la experiencia, así como el destino de la publicación, lo que determinará el contenido y la estructura de la información que se dé, si se pretende informar.

1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS PUBLICACIONES ESCOLARES

Excluyendo aquellas publicaciones que, con destino al público infantil se hacen desde otros sectores y sin la pretensión de recoger todos los supuestos posibles en el campo del periodismo escolar, apuntamos a continuación un modelo de clasificación de las publicaciones infantiles que se llevan a cabo en centros escolares:

- En cuanto al tipo de publicación:

1 Periódico

2 Revista

3 Boletín

4 Otros

- En cuanto a la periodicidad:

1 Semanal

2 Mensual

3 Trimestral

4 Anual

5 Ocasional

- En cuanto a la composición de los redactores:

1 De un grupo dentro de la clase

2 De curso

3 De ciclo

4 De una elite dentro del colegio

5 Otros

- En cuanto a la participación de los redactores:

1 Permanente

2 Ocasional

- En cuanto a la participación de los alumnos:

1 Dirigido por el profesor y realizado por los alumnos

2 Realizado conjuntamente por profesores y alumnos

3 Realizado por profesores, alumnos y padres

4 Realizado exclusivamente por alumnos

5 Realizado por alumnos, con progresiva participación en la dirección y en la gestión

- En cuanto a la edad de los alumnos:

1 De Primer Ciclo

2 De Ciclo Medio

3 De Ciclo Superior

4 De BUP o FP

- En cuanto al modelo de financiación:

1 Financiado por el centro

2 Financiado por una institución ligada al centro (APA, Patronato, etc.)

3 Financiado por publicidad

4 Financiado por venta directa de ejemplares

5 De financiación mixta

- En cuanto al tipo de lectores:

1 Alumnos del propio colegio

2 Alumnos de la propia clase

3 Profesores y padres de alumnos

4 Comunidad en general

- En cuanto a la estructura de la publicación:

1 Publicaciones de secciones fijas

2 Publicaciones sin secciones fijas

3 Publicaciones sin maqueta previa

4 Publicaciones con maqueta previa

La clasificación puede extenderse prácticamente sin límites si atendemos a criterios como técnicas de impresión empleadas, objetivos, formato, tirada, etc. Pero los criterios apuntados son suficientes para caracterizar las publicaciones que utilizamos en este estudio.

1.2.1 OTROS TIPOS DE PRENSA ESCOLAR

En este trabajo no nos referimos a las experiencias que, desde lejos del centro escolar, pretenden suscitar, recoger, coordinar o dirigir el trabajo de los alumnos en sus diferentes aulas. Del primero de estos proyectos de los que tuvimos referencias, “Mis Primeras Noticias”, podemos decir que fue un trabajo hecho por adultos, en el que -algunos periodistas desde Madrid-, maquetaban los artículos redactados por alumnos, bien en sus respectivos periódicos escolares, bien en diversos trabajos de clase. Así se le daba un formato digamos profesional a las menos organizadas composiciones de los estudiantes. Otro intento loable por promover el interés de los alumnos por los acontecimientos de su entorno y la redacción de los correspondientes trabajos en el centro escolar fue “Mi periódico chico”, esfuerzo dirigido desde Barcelona por una persona que se reconocía no periodista pero que recogía en las páginas de su publicación trabajos con tinte periodístico realizados en centros escolares de toda España.

Más recientemente, “El País de los Estudiantes” pretende dinamizar en los colegios –más parece en los institutos- la redacción de artículos y opiniones. Para ellos se cuenta con el profesorado del centro educativo. Últimamente, esta experiencia está propiciada conjuntamente desde Oviedo por la consejería correspondiente.

Un capítulo especial lo constituye la prensa pedagógica, que se refiere a las publicaciones que tienen como marco el sistema educativo y que está hecha por profesionales de la

pedagogía, entre ellos muchos inspectores de educación. Sobre este tipo de prensa, en algún sentido también escolar, es oportuno señalar la obra de Antonio Checa.¹⁷

1.3. FUENTES DOCUMENTALES: CORPUS DE INVESTIGACIÓN

Se hace necesaria una limitación del campo de trabajo de nuestra investigación; nos acogemos al criterio de Goldmann: "Es necesario que el investigador obtenga un esquema, un modelo compuesto por un número limitado de elementos y relaciones" (Goldmann, 1971, pág. 24).¹⁸ De acuerdo con este enfoque metodológico, nos centramos en el estudio de un conjunto de periódicos escolares que creemos que, por pertenecer a diferentes territorios geográficos –abundan los originarios de Andalucía-, responden suficientemente a lo que cabe esperar se produce en otros lugares a cuya muestras de publicaciones no hemos tenido acceso.

Hemos contado en nuestra investigación con publicaciones cuya autoría se corresponde con diferentes niveles de edad, de formación y de incardinación en diversos modelos de centros de enseñanza. Igualmente hemos tenido en cuenta, la concurrencia o no del profesorado en las experiencias.

El corpus de la investigación está formado por publicaciones procedentes de tres conjuntos:

1. Publicaciones depositadas en la Consejería de Educación. Entre ellas, la mayoría pertenecen a los cursos 2002-2004. Hay otro porcentaje menor al que se ha acudido en la búsqueda de diferencias significativas con la primera muestra. El envío de estos ejemplares se debe a la voluntariedad de los centros.

2. Publicaciones en nuestro poder y correspondientes a los años setenta. Son producto de intercambios con otros proyectos en prensa escolar diferentes a los que impulsamos.

¹⁷ CHECA GODOY, A.: *Historia de la prensa pedagógica en España*, Universidad de Sevilla, 2002.

¹⁸ GOLDMANN, L.: "La Sociología y la Literatura: situación actual y problemas de método", en *Sociología de la creación literaria*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1971, págs. 9-45.

2. QUÉ PRETENDEMOS

A la vista de la bibliografía a la que hemos dedicado un mínimo espacio –dada la ingente cantidad de publicaciones al respecto- a la visión pedagógica o educativa de la prensa escolar, podría pensarse que este trabajo que presentamos va a seguir la línea de los precedentes, entre los que también nosotros tenemos registradas diferentes aportaciones. Pero antes de definir explícitamente nuestro objetivo en esta investigación, estimamos oportuno referirnos aún a esa realidad compleja que suele encuadrarse en cualquier trabajo que pretenda referirse al binomio prensa-escuela.

2.1. LA PRENSA EN EL COLEGIO Y LA PRENSA DEL COLEGIO

El interés por la prensa es muy antiguo en los centros de enseñanza. Siempre hay que referirse a Célestin Freinet¹⁹ a la hora de hacer una revisión histórica de lo que ha sido una preocupación por acercar la escuela a los Medios de Comunicación. Claro que no todo lo que se ha hecho en este terreno ha tenido la importancia de lo que promovió Freinet y alentaron sus primeros colaboradores (Ballese y Freinet).²⁰

En todo caso, cuando se aborda el binomio escuela-prensa, hay que abrir dos grandes apartados: La prensa en el aula y la prensa del aula. Aunque hay una gran diferencia entre una cosa y otra, los dos apartados comprenden muy interesantes experiencias educativas. Y las iniciativas en un campo u otro de las actuaciones en el ámbito escolar hay que registrarlas dentro de intentos muy inteligentes de renovación pedagógica.

Para nuestro trabajo, hemos prescindido del gran apartado que comprende las experiencias pedagógicas que se basan en la utilización de la prensa convencional para completar y dinamizar el trabajo de los alumnos, y nos hemos centrado en el segundo apartado: la prensa hecha en las aulas.

¹⁹ FREINET, C.: *El diario escolar*, Laia, Barcelona, 1977.

²⁰ BALLESE, L. Y FREINET, C.: *La lectura en la escuela por medio de la imprenta*, Laia, Barcelona, 1973.

Sobre este gran epígrafe, abunda la bibliografía describiendo, ensalzando y promoviendo actividades que impliquen a los alumnos en la confección de un periódico, en algún sentido similar, al que se vende en los quioscos. Entre los autores, predominan más aquellos que hablan de las experiencias desde la tribuna de una cátedra universitaria o teóricos de alguna rama de las ciencias sociales (Bartolomé, Gonnet, Veira)²¹ a los que reflejan sus propias experiencias con los alumnos.²² Pero tampoco faltan los de este grupo.

Si algo tienen en común todos ellos, es que el objeto de sus exposiciones tiene como fondo la labor educativa. Es decir, que el periódico escolar es analizado y defendido como un instrumento pedagógico más. Como un instrumento muy valioso, eso sí; es más: como un instrumento que logra cambiar el clima del aula y consigue rescatar a los alumnos para la motivación por el aprendizaje.

Aun reconociendo todo el valor de estos trabajos, al que modestamente hemos contribuido con aportaciones personales, emprendemos en el caso que abordamos a continuación un intento diferente: indagar en el periódico escolar desde el punto de vista periodístico, no pedagógico. Es decir, pretendemos analizar los modelos de prensa escolar que existen o han existido en Andalucía en un periodo reciente para tratar de encontrar en ellos algo que los pueda hacer comparables al producto periodístico profesional. Pondremos nuestra atención sobre los textos elaborados en el seno de los colegios y amparados por la dirección de los centros de enseñanza para buscar elementos que pudieran hacerlos similares -en algún sentido- a aquellos textos periodísticos refrendados por las cabeceras convencionales. Para ello, estimamos que debemos estudiar el fenómeno del Periodismo desde el principio, acudiendo a los teóricos que han resumido las principales características de la prensa a lo largo de su historia. Nos animó a este intento la aportación de Imbert: «el hacer el periódico es una actividad programada: la constitución social de la realidad

²¹ BARTOLOMÉ, D. “Prensa en las aulas”, revista *Comunicar*, N° 2 de Marzo de 1994.

GONNET, J.: *El periódico en la escuela*, Narcea, Madrid, 1984.

VEIRA, C.: *La prensa a la escuela*, Marsiega, Madrid, 1979.

²² CAMACHO, M. Y HERÁN, J.L. DE LA: “Mi cole, mi tierra”, en *Andalucía Educativa* n° 14. Sevilla, 2001.

cotidiana».²³ Y el concepto que tiene Martín Serrano: «la imagen del medio no es el reflejo mecánico de sus peculiaridades tecnológicas, sino la expresión del uso social que le confiere la comunidad».²⁴

En un principio, recopilamos 521 ejemplares, correspondientes a periódicos escolares procedentes de las dos fuentes a las que hemos aludido. De ellos hemos descartado 56 ejemplares hasta quedarlos con los 465 a los que sometimos a análisis finalmente. Los motivos para excluir algunos ejemplares de la muestra fueron

1. Periódicos que, con el nombre de escolares, habían sido redactados y confeccionados por profesionales del campo educativo. Tales como periódicos escolares cuya responsabilidad correspondía a centrales sindicales y colectivos profesionales.
2. Ejemplares en los que no obtuvimos datos suficientes para ser sometidos a un análisis estadístico riguroso.²⁵

En la muestra que hemos seleccionado, contamos con cerca de cuatrocientos ejemplares de distintos periódicos confeccionados –en su inmensa mayoría– en diferentes centros de las ocho provincias andaluzas y que obran en la Consejería de Educación. Con la aportación añadida de algunos ejemplares sueltos prevenientes de otras zonas de España.

²³ IMBERT, G.: “Notes pour une approche sémiotique du journal d’influence dominante”, ponencia en el Simposium internacional de Bolonia, del 29 de Noviembre al 3 de Diciembre, 1984.

²⁴ MARTÍN SERRANO, M.: *El uso de la comunicación social por los españoles*, Centro de Investigaciones Sociológicas Madrid, 1982.

²⁵ Entre estos ejemplares, algunos carecían de las hojas correspondientes de las que extraer los datos. En otros casos, no fue posible acceder a toda la información, dado que ya no pudieron hallarse en la Consejería correspondiente. Hay que hacer notar que los ítems diseñados para el estudio fueron ligeramente cambiados según avanzábamos en el estudio, lo que hicimos para ajustar mejor los datos estadísticos a los nuevos aspectos considerados.

En el análisis que hemos efectuado del material sometido a estudio, hemos establecidos unos indicadores que puedan ayudarnos a localizar elementos comunes con el periodismo convencional. Así, hemos distribuido la información en apartados como secciones, periodicidad, compromiso con los lectores, estructura organizativa, secciones, espacios de publicidad, 'plantilla' de redactores estable, órganos de dirección, etc.

Aunque nunca se puede pretender, desde un centro de enseñanza, confeccionar un producto equivalente al que se ofrece desde la prensa profesional, hemos tenido claro desde el principio las siguientes limitaciones:

2.2. SUPUESTOS DE PARTIDA

1/ Cualquier trabajo que pretenda imitar la producción periodística no es posible ser equiparado con el quehacer que realizan los profesionales de la información.

2/ Los periódicos realizados en el seno de la institución escolar no pueden rivalizar, ni en amplitud de contenidos ni en medios técnicos, con los llevados a cabo por los profesionales en el marco de la empresa periodística.

3/ El ejercicio del Periodismo exige un bagaje de conocimientos y una dedicación que en modo alguno es posible que se den en el marco de la institución escolar.

Sí creemos haber encontrado en los textos analizados algunos elementos que podrían servir de referencia al mundo del periodismo convencional.

2.3. HIPÓTESIS

Por todo ello, hemos establecido en nuestro trabajo las siguientes hipótesis:

1/ Existe, en algunos modelos de periódico escolar, una intención comunicativa legítima.

2/ Algunos periódicos escolares cuentan con instrumentos mínimos necesarios para atender una cierta demanda de información por parte de la comunidad a la que se dirigen. Y, de hecho, sirven de enlace entre la realidad escolar y la comunidad circundante: el barrio, el pueblo o la comunidad educativa.

3/ Pueden observarse, en algunos periódicos escolares, características que forman parte del complejo entramado de la prensa convencional: organización interna, órganos directivos, compromiso con los lectores y algún tipo de función social del medio: información sobre acontecimientos, entrevistas a personajes de relieve; además de una más cercana relación con su entorno.

Finalmente, decidimos clasificarlos según los distintos criterios que expresamos aquí:

CLASIFICACIÓN DE CAMPOS:

1. CAMPOS IDENTIFICATIVOS:

CAMPO 1: EJEMPLARES

CAMPO 2: SUBTÍTULO

CAMPO 3: LOCALIDAD

CAMPO 4: PROVINCIA

CAMPO 5: CENTRO

CAMPO 6: NÚM/FECHA

CAMPO 7: 3CENTRO DE ESTUDIOS

CAMPO 75: CURSOS INTERVINIENTES

CAMPO 76: SE DEFINE COMO

2. CAMPOS ORGANIZATIVOS:

CAMPO 8: NIVEL DE ESTUDIOS

CAMPO 9: NÚMERO DE FIRMAS

CAMPO 10: NÚMERO DE ALUMNOS REDACTORES

CAMPO 11: ORGANIZACIÓN JERÁRQUICA

CAMPO 12: AJENOS AL TRABAJO DEL AULA

CAMPO 13: REDACTORES AJENOS A LA INSTITUCIÓN

CAMPO 14: PERFIL DE REDACTORES AJENOS A LA INSTITUCIÓN

CAMPO 21: PUBLICIDAD

CAMPO 22: FINANCIACIÓN

CAMPO 23: PERIODICIDAD

CAMPO 72: TALLER DE PRENSA

3. CAMPOS DE CONTENIDOS:

CAMPO 15: NÚMERO DE PÁGINAS
CAMPO 16: TITULARES/CONTENIDO
CAMPO 17: INFORMACIÓN DEL CENTRO
CAMPO 18: INFORMACIÓN LOCAL
CAMPO 19: INFORMACIÓN NACIONAL
CAMPO 20: INFORMACIÓN INTERNACIONAL
CAMPO 26: ACTIVIDADES DEL AULA
CAMPO 27: ACTIVIDADES DEL CENTRO
CAMPO 28: ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES
CAMPO 29: EDUCACIÓN
CAMPO 30: OPINIÓN
CAMPO 31: MENSAJE INSTITUCIONAL DEL CENTRO
CAMPO 32: MENSAJE INSTITUCIONAL EXTERNO
CAMPO 33: EXCURSIONES
CAMPO 34: REDACCIONES
CAMPO 35: NARRACIONES
CAMPO 36: POEMAS DE LOS ALUMNOS
CAMPO 37: POEMAS EXTERNOS
CAMPO 38: CELEBRACIONES
CAMPO 39: LECTURA
CAMPO 40: CURRÍCULO
CAMPO 41: HUMOR
CAMPO 42: DEPORTE
CAMPO 43: CÓMIC
CAMPO 44: SALUD
CAMPO 45: APA/AMPA
CAMPO 46: REPRODUCCIÓN EXTERNA
CAMPO 47: PASATIEMPOS
CAMPO 48: GASTRONOMÍA
CAMPO 49: MEDIO AMBIENTE
CAMPO 55: ENTREVISTAS
CAMPO 56: OTROS
CAMPO 57: CONTENIDO DEL EDITORIAL
CAMPO 67: DISTINCIÓN DE SEXOS
CAMPO 68: PAZ

4. ELEMENTOS FORMALES. NIVEL 1

CAMPO 7: TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
CAMPO 24: FOTOS
CAMPO 25: ILUSTRACIONES
CAMPO 50: DIBUJOS INFANTILES
CAMPO 51: DIBUJOS DE ADULTOS
CAMPO 52: DIBUJOS DE PROFESIONALES
CAMPO 53: FOTOS DE ADULTOS
CAMPO 54: FOTOS DE PROFESIONALES

5. ELEMENTOS FORMALES. NIVEL 2 (Elementos directamente relacionados con los aspectos periodísticos)

CAMPO 58: SUMARIO
CAMPO 59: EDITORIAL
CAMPO 60: MAQUETA PREVIA
CAMPO 61: REGISTRO DE IDENTIDAD
CAMPO 62: COLUMNAS
CAMPO 63: RECUADRO
CAMPO 64: ENTRADILLA
CAMPO 65: PIE DE FOTO
CAMPO 66: LADILLOS
CAMPO 74: SECCIONES FIJAS

6. DATOS VALORATIVOS:

CAMPO 70: INTENCIÓN COMUNICATIVA
CAMPO 69: OBSERVACIONES
CAMPO 71: VALORACIÓN
CAMPO 77: CLASIFICACIÓN

A efectos de tratamiento estadístico de los datos obtenidos, los agrupamos de este modo:

3.VARIABLES Y CATEGORIAS

3.1 PREÁMBULO

Debemos hacer constar que la determinación definitiva de las categorías supuso un proceso largo de continua reflexión y de reagrupamiento de los muchos datos con los que contábamos. De tal manera que hubo que hacer muchos reajustes sobre lo planificado al principio. Todo ello nos llevó a un continuo trabajo de retroalimentación. Finalmente, los condicionantes del programa estadístico nos obligó a reducir, en algunos casos drásticamente, Las categorías previamente diseñadas. El motivo fue en la mayoría de los casos, el bajo índice numérico que adquirirían algunas categorías, de modo que no aportaban suficiente entidad para ser consideradas como tales. En todos los casos, se tuvo como norma el respeto a la mayor homogeneidad en los criterios de diseño de las diferentes entidades. En todo caso y en el lugar correspondiente se añaden explicaciones complementarias para la mejor valoración de los criterios que se siguieron.

Para el tratamiento estadístico de los datos recogidos utilizamos los manuales de Santesmases y George and Mallory.²⁶

3.2 IDENTIFICACIÓN

Item número 1. Ejemplar evaluado.

Item número 2. Grupo.

o 1. No participa JT²⁷. Publicaciones en las que no se registra ninguna intervención por nuestra parte en el proceso de diseño, control o colaboración.

o 2. Sí participa JT. Publicaciones en las que nuestra participación ha sido fundamental para el diseño y desarrollo del proyecto. A saber: Joven Voz, Mundo Joven, La Teja, El Boli, edición única, El Boli, noticiero de P. Montano y Consolación.

Item número 3. Tipo de publicación.

Ante la gran diversidad de nombres utilizados en las distintas publicaciones para identificar el trabajo, tomamos la decisión de clasificar las publicaciones de acuerdo con dos criterios:

o 1. Periódico. Publicaciones que se hacían llamar diario, gaceta, noticiero, periódico. Bien fuera con el adjetivo “escolar” o solo.

o 2. Revista. Todas aquellas publicaciones cuyas denominaciones genéricas no se correspondían con las adscritas al primer grupo. En este apartado se registran

²⁶ GEORGE, D., & MALLERY, P.: *IBM SPSS Statistics 21 Step by Step* (13ª edición). Pearson, London, 2013.

SANTESMASES, M.: *Dyane* versión 4, Pirámide, Madrid, 2009.

²⁷ Siglas que se corresponden con el nombre y primer apellido del autor de este trabajo.

las publicaciones autodenominadas revista, boletín, hoja volante, publicación especializada, publicación informativa, revista de anticipación, revista cultural, órgano informativo, revista de educación, etc. Algunas de ellas añaden el adjetivo escolar.

Item número 4. Municipio según población en el que se difunde la publicación.

Por ser muchas las poblaciones en las que se desarrolla la experiencia, tomamos la decisión de incluirlas en seis grandes grupos, de acuerdo con la población:

- o 1. >500 mil
- o 2. >200 mil a <500 mil
- o 3. >100 mil a <200 mil
- o 4. >50 mil a <100 mil
- o 5. >20 mil a <50 mil
- o 6. <20 mil

Item número 5. Ubicación geográfica del Centro educativo.

En cuanto a las provincias donde se realizan las ediciones de estas publicaciones, decidimos agruparlas según los siguientes criterios:

- o 1. Andalucía Occidental
- o 2. Andalucía Oriental
- o 3. Fuera de Andalucía

Item número 6. Trimestre escolar en el que se publica.

Nos pareció conveniente registrar igualmente el trimestre en el que se desarrolló el proyecto concretado en las publicaciones sometidas a estudio.

- o 1. 1er trimestre
- o 2. 2º trimestre
- o 3. 3er y 4º trimestre
- o 4. NS/NC

Item número 7. Año de publicación.

En orden a la búsqueda de algún matiz diferenciador en el estudio, se agruparon las publicaciones de acuerdo con el año en que vieron la luz.

[_____]

Item número 8. Agrupación de los años de publicación.

Posteriormente se clasificaron de acuerdo con los siguientes criterios:

- o 1. >1973 y <=1989
- o 2. >=1990 y <=2004
- o 3. >2004

Item número 9. Año de publicación categorizada automáticamente por el programa exigiéndole la máxima varianza intercategorías.

Quedaron así:

- o 1. 1977 o menos
- o 2. >1977 a <=1982
- o 3. >1982 a <=1987
- o 4. >1987 a <=1996
- o 5. >1996 a <=2001
- o 6. >2001 a <=2004
- o 7. >2004 a <=2010
- o 8. Más de 2010

Item número 10. Enseñanzas que se imparten en el Centro.

En este apartado se registra el tipo de enseñanza que se imparte en el centro dentro del que se desarrolla la experiencia. Por escasa relevancia estadística que representaban algunas modalidades educativas, nos vimos obligados a reducir las categorías a dos.

- o 1. Básica
- o 2. Secundaria y otras

Item número 11. Titularidad del Centro.

- o 1. Privada
- o 2. Pública

Item número 12. Cursos que intervienen en la elaboración de la publicación. En este aspecto, contábamos con gran diversidad de situaciones. Ante la imposibilidad de dar tratamiento estadístico a todos ellos, nos vimos obligados a reducir a solamente dos categorías todos los registros. Para nuestro trabajo, era muy importante establecer una distinción entre grupos de alumnos que estuvieran adscritos a una o dos aulas y aquellos otros que pertenecieran a más de dos.

- o 1. Uno o dos
- o 2. Más de dos

3.3 ORGANIZACIÓN

Item número 13. Estudio de los firmantes.

Hicimos el intento de recoger en este apartado diferentes categorías, lo que hubiera sido muy importante para determinar el grado de desarrollo socio-intelectual de los alumnos. Sin embargo, los condicionantes estadísticos nos obligaron a reducir todas las categorías a las siguientes:

- o 1. Primaria e Infantil
- o 2. Secundaria
- o 3. Otros
- o 4. Superior

Item número 14.

Estudios que cursan los firmantes categorizados, pretendiendo la máxima varianza intercategorías:

- o 1. Primaria
- o 2. Secundaria

Item número 15. Número de firmas. Numérico

[_____]

Item número 16. Número de firmas categorizada.

- 1. 8 o menos
- 2. >8 y <=15
- 3. >15 y <=22
- 4. >22 y <=28
- 5. >28 y <=38
- 6. >38 y <=51
- 7. >51 y <=67
- 8. >67

Item número 17. Número de alumnos redactores. Numérico

[_____]

Item número 18. Número de alumnos redactores categorizada.

- 1. 1 o menos
- 2. >1 y <=4
- 3. >4 y <=8
- 4. >8 y <=14
- 5. >14 y <=22
- 6. >22 y <=32
- 7. >32

Item número 19. Organización Jerárquica.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 20. Redactores ajenos al trabajo de aula.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 21. Redactores ajenos a la institución educativa.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 22. Perfil de los redactores ajenos al aula.

Teníamos prevista la inclusión de las siguientes categorías:

1/ Profesores de otros centros o de otros medios.

2/ Personal docente que no puede ser incluido como de actuación directa con los alumnos: Director, Orientador, Inspector, Delegado Educación, et. Se incluye al alumnado en prácticas por tener docencia directa con los alumnos aunque su cualificación no sea aún profesional. También a personal de la SAFA (institución privada dedicada a la enseñanza). Se excluye: Hermano superior por no tener acreditado que sea docente.

3/ Personal no docente del centro: portero, conserje, trabajadores de cualquier índole, hermano superior, monitores, etc.

4/ Miembros del APA o AMPA, padres de alumnos no adscritos a esa institución, abuelos y demás familia interviniente con los alumnos en proceso educativo.

5/ Otros: abogados, artistas, guías, poetas, pintores, profesores universidad, directores de museo, periodistas, detectives privados, deportistas, antiguos alumnos, adultos en general, personal de asociaciones juveniles, ecologistas, etc.

No obstante, las dificultades del tratamiento estadístico de los datos, así como la excesiva cantidad de categorías nos aconsejó reagrupar todas las categorías en las siguientes:

- o 1. Personal docente sin acción directa o de otro centro.
- o 2. Personal no docente del centro.
- o 3. Padres y familiares de alumnos.
- o 4. Otros.
- o 5. NS/NC

Item número 23. Contiene publicidad.

- o 1. No
- o 2. Sí

Item número 24. Fuentes de financiación.

En principio, registramos las siguientes entradas:

- 1: Institucional propia: Centro, Consejería, CEP, etc.
- 2: Institucional de ámbito nacional o autonómico, Universidad.
- 3: Ayuntamiento y Diputación.
- 4: Entidades financieras.
- 5: Publicidad.
- 6: Venta directa.
- 7: Empresas locales y donativos.
- 8: Asociaciones de padres, de antiguos alumnos, padres, etc.
- 9: Otros: Asociaciones culturales.

Finalmente, en función de los requerimientos del programa estadístico y de la concisión en los datos, establecimos las siguientes categorías:

- o 1. Propia
- o 2. Administración
- o 3. Publicidad
- o 4. Otras

Item número 25. Periodicidad.

Partimos de las siguientes categorías:

- 1: Mensual.
- 2: Bimestral.
- 3: Trimestral.
- 4: Cuatrimestral.
- 5: Anual.
- 6: Semestral.
- 7: Conmemorativo.
- 8: Único, extra, ocasional, especial.
- 999: No consta.

Y fueron reducidas a las siguientes, siguiendo criterios ya expresados en otros apartados:

- o 1. Mensual o bimestral
- o 2. Trimestral o cuatrimestral
- o 3. Otras
- o 4. NS/NC

Item número 26. Existencia o no de Taller de prensa.

- o 1. No
- o 2. Sí

Item número 27. Número de páginas. Numérico

[_____]

Item número 28. Número de páginas (categorías).

- o 1. 11 o menos
- o 2. >11 y <=16
- o 3. >16 y <=21
- o 4. >21 y <=27
- o 5. >27 y <=34
- o 6. >34 y <=44
- o 7. >44 y <=56
- o 8. >56

3.4 CONTENIDOS

En este apartado nos referimos a los diversos temas que aparecen en las publicaciones, registrándolos como sí o no de acuerdo con ese criterio.

Item número 29. Información del Centro.

- o 1. No
- o 2. Sí

Item número 30. Información local.

- o 1. No
- o 2. Sí

Item número 31. Información Nacional.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 32. Información internacional.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 33. Actividades aula.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 34. Actividades del centro.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 35. Actividades extraescolares.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 36. Educación.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 37. Opinión.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 38. Mensaje institucional del centro.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 39. Mensaje institucional externo.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 40. Excursiones.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 41. Redacciones.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 42. Narraciones.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 43. Poemas de alumnos.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 44. Poemas de personas externas.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 45. Celebraciones.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 46. Lecturas.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 47. Temas relacionados con el Currículo.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 48. Espacio de Humor.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 49. Deportes.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 50. Cómics.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 51. Salud.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 52. APA/AMPA.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 53. Reproducción externa.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 54. Pasatiempos.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 55. Gastronomía.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 56. Medio ambiente.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 57. Entrevistas.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 58. Género.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 59. Paz.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 60. Contenido editorial.

Es un apartado en el que ha habido que trabajar más minuciosamente. Hemos intentado reducir al máximo las categorías, procurando al mismo tiempo recoger toda la casuística de los temas tratados en este espacio. De tal modo que la agrupación en los siguientes apartados:

- 1: Sobre la publicación.
- 2: Sobre la actividad del Centro/Mensaje institucional... Ej. Jubilación de una maestra.
- 3: Sobre cualquier tema educativo o curricular.
- 4: Sobre una celebración o conmemoración (Semana Santa, Navidad, etc.)
- 5: Sobre un acontecimiento de actualidad.
- 6: Sobre el pueblo o algún aspecto del entorno territorial. Ej. Excavación arqueológica.
- 7: Sobre algún tipo de campaña o promoción: Ej. Día del libro.
- 8: Sobre algún tema independiente (excepto el de la paz).
- 9: Sobre la paz, el no a la guerra o el terrorismo.
- 10: Reflexión personal.
11. Literaria: Narración, Alberti, Poema externo.
- 999: No consta.

Fueron reducidos a las siguientes categorías definitivas:

- o 1. Sobre la publicación
- o 2. Actividad del centro
- o 3. Educación
- o 4. La paz
- o 5. Otros
- o 6. NS/NC

Item número 61. Número de contenidos. Numérico

[_____]

3.5 ASPECTOS FORMALES

Item número 62. Técnicas de impresión.

En este apartado hemos tenido que hacer un gran esfuerzo por resumir significativamente las técnicas de impresión utilizadas en la reproducción de ejemplares. Lamentablemente y por su escasa relevancia estadística, hemos tenido que prescindir de la categoría “gelatina”, muy interesante para otros aspectos de nuestro trabajo.

- o 1. Fotocopia
- o 2. Imprenta
- o 3. Multicopista
- o 4. Offset

Item número 63. Número de fotos. Numérico

[_____]

Item número 64. Número de ilustraciones. Numérico

[_____]

Item número 65. Dibujos Infantiles.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 66. Dibujo adultos.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 67. Dibujos profesionales.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 68. Fotos de adultos.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 69. Fotos profesionales.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 70. Sumario.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 71. Editorial.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 72. Existencia o no de Maqueta previa.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 73. Registro de Identidad.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 74. Presencia o no de Columnas.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 75. Presencia o no de Recuadros.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 76. Presencia o no de Entradilla.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 77. Presencia o no de Pie de foto.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 78. Presencia o no de Ladillos.

- 1. No
- 2. Sí

Item número 79. Secciones fijas.

- 1. No
- 2. Sí
- 3. No procede

3.6 VALORACIÓN

Item número 80. Intención comunicativa.

Desde las siguientes entradas:

- 1: Alumnos.
- 2: Padres y comunidad educativa.

- 3: Comarca, comunidad comarcal, etc.
- 4: Feria de Sevilla.
- 5: Profesional.
- 999: Se ignora, no consta, etc.

Pasamos finalmente a:

- o 1. Alumnos
- o 2. Padres y otros agentes educativos
- o 3. NS/NC

Item número 81. Clasificación.

Ha sido uno de los aspectos que ha requerido mayor esfuerzo de síntesis. La variedad de las manifestaciones sobre las que hemos aplicado el estudio es tan amplia que nos hemos visto obligados a hacer sucesivas modificaciones sobre la categorización de los registros. Aquí se describe resumidamente el proceso.

En un primer momento, establecimos las siguientes categorías:

1. Alumnos de una sola aula o de dos aulas, con el mismo profesor. Contenido no curricular.
2. Alumnos de varias aulas. Contenido no curricular y distintos profesores.
3. Alumnos y profesor de una sola aula. Contenido no curricular.
4. Alumnos y profesores de varias aulas. Contenido no curricular.
5. Profesores con alguna intervención de alumnos. Contenido curricular o no.
6. Profesores con ilustraciones de alumnos (Puede ser algún artículo aislado que ilustra más que otra cosa). Contenido curricular o no.
7. Docentes con participación de alumnos. Contenido curricular o no. Y alumnos con trabajos de clase.
8. Docentes, alumnos y personal externo (portero, psicólogo, político, párroco, médico, etc.) Contenido curricular o no.
9. Docentes, alumnos y padres. Pueden intervenir otros: médicos, psicólogos, concejales, etc. Contenido curricular o no.

10. Padres, con participación de alumnos y/o profesores. Contenido curricular o no.

11. Padres y/o profesores, con ilustración testimonial de alumnos. Contenido curricular o no (Se entiende como ilustración cualquier aportación de alumnos, incluso textos, reproducidos para ilustrar la publicación).

12. Publicaciones de autoría externa al centro escolar, con tratamiento de temática escolar. Otras publicaciones de adultos con contenidos educativos aunque contengan ilustraciones de alumnos.

Por razones metodológicas (insuficiente entidad de los grupos) se reconstruyeron estos, de modo que los grupos 3 y 5 se integran en el grupo 3, así como los grupos 11 y 12 se incorporan al grupo 10. Así es como quedan los grupos de la clasificación:

1. Alumnos de una sola aula. Contenido no curricular.
2. Alumnos de varias aulas. Contenido no curricular y distintos profesores. Alumnos y profesor de una sola aula. Contenido no curricular. Profesores con alguna intervención de alumnos. Contenido curricular o no.
3. Alumnos y profesores de varias aulas. Contenido no curricular.
4. Profesores con ilustraciones de alumnos (Puede ser algún artículo aislado que ilustra más que otra cosa). Contenido curricular o no.
5. Docentes con participación de alumnos. Contenido curricular o no. Y alumnos con trabajos de clase.
6. Docentes, alumnos y personal externo (portero, psicólogo, político, párroco, médico, etc.) Contenido curricular o no.
7. Docentes, alumnos y padres. Pueden intervenir otros: médicos, psicólogos, concejales, etc. Contenido curricular o no.
8. Padres, con participación de alumnos y/o profesores. Contenido curricular o no. Padres y/o profesores, con ilustración testimonial de alumnos. Contenido curricular o no (Se entiende como ilustración cualquier aportación de alumnos, incluso textos, reproducidos para ilustrar la publicación). Publica-

ciones de autoría externa al centro escolar, con tratamiento de temática escolar. Otras publicaciones de adultos con contenidos educativos aunque contengan ilustraciones de alumnos.

Finalmente, entendimos que la clasificación podría reducirse a solo cuatro categorías:

- 1/ Publicaciones en las que colaboraran únicamente los alumnos
- 2/ Publicaciones en las que se registraran aportaciones tanto de alumnos como de profesores.
- 3/ Publicaciones en las que la responsabilidad recaiga solo en los profesores
- 4/ Publicaciones a cargo de la comunidad educativa en su conjunto.

Estas categorías están descritas, en beneficio de la brevedad y mejor comprensión así:

- o 1. Alumnos
- o 2. Alumnos y docentes
- o 3. Docentes y otros
- o 4. Comunidad

Clasificación de las publicaciones según los redactores:

En principio y de acuerdo con el perfil de los redactores intervinientes en el ejemplar, los clasificamos de este modo:

1. Alumnos de una sola aula o de dos aulas, con el mismo profesor. Contenido no curricular.
2. Alumnos de varias aulas. Contenido no curricular y distintos profesores.
3. Alumnos y profesor de una sola aula. Contenido no curricular.
4. Alumnos y profesores de varias aulas. Contenido no curricular.

5. Profesores con alguna intervención de alumnos. Contenido curricular o no.
6. Profesores con ilustraciones de alumnos (Puede ser algún artículo aislado que ilustra más que otra cosa). Contenido curricular o no.
7. Docentes con participación de alumnos. Contenido curricular o no. Y alumnos con trabajos de clase.
8. Docentes, alumnos y personal externo (portero, psicólogo, político, párroco, médico, etc.) Contenido curricular o no.
9. Docentes, alumnos y padres. Pueden intervenir otros: médicos, psicólogos, concejales, etc. Contenido curricular o no.
10. Padres, con participación de alumnos y/o profesores. Contenido curricular o no.
11. Padres y/o profesores, con ilustración testimonial de alumnos. Contenido curricular o no (Se entiende como ilustración cualquier aportación de alumnos, incluso textos, reproducidos para ilustrar la publicación).
12. Publicaciones de autoría externa al centro escolar, con tratamiento de temática escolar. Otras publicaciones de adultos con contenidos educativos aunque contengan ilustraciones de alumnos.

Por razones metodológicas (insuficiente entidad de los grupos) se reconstruyeron estos, de modo que los grupos 3 y 5 se integran en el grupo 3, así como los grupos 11 y 12 se incorporan al grupo 10. Así es como quedan los grupos de la clasificación:

- 1. Alumnos de una sola aula. Contenido no curricular.*
- 2. Alumnos de varias aulas. Contenido no curricular y distintos profesores. Alumnos y profesor de una sola aula. Contenido no curricular. Profesores con alguna intervención de alumnos. Contenido curricular o no.*
- 3. Alumnos y profesores de varias aulas. Contenido no curricular.*
- 4. Profesores con ilustraciones de alumnos (Puede ser algún artículo aislado que ilustra más que otra cosa). Contenido curricular o no.*

5. *Docentes con participación de alumnos. Contenido curricular o no. Y alumnos con trabajos de clase.*

6. *Docentes, alumnos y personal externo (portero, psicólogo, político, párroco, médico, etc.) Contenido curricular o no.*

7. *Docentes, alumnos y padres. Pueden intervenir otros: médicos, psicólogos, concejales, etc. Contenido curricular o no.*

8. *Padres, con participación de alumnos y/o profesores. Contenido curricular o no. Padres y/o profesores, con ilustración testimonial de alumnos. Contenido curricular o no (Se entiende como ilustración cualquier aportación de alumnos, incluso textos, reproducidos para ilustrar la publicación). Publicaciones de autoría externa al centro escolar, con tratamiento de temática escolar. Otras publicaciones de adultos con contenidos educativos aunque contengan ilustraciones de alumnos.*

Finalmente, entendimos que la clasificación podría reducirse a solo cuatro categorías:

- 1/ Publicaciones en las que colaboraran únicamente los alumnos
- 2/ Publicaciones en las que se registraran aportaciones tanto de alumnos como de profesores.
- 3/ Publicaciones en las que la responsabilidad recaiga solo en los profesores
- 4/ Publicaciones a cargo de la comunidad educativa en su conjunto.

Clasificación de los centros según su denominación:

Nombre de los centros:

Categoría 1: Públicos

Colegio Nacional (C.N.)

Colegio Público (C.P.)

Colegio Público de Educación Infantil y Primaria (CPEIP)

Colegio de Educación Infantil y Primaria (CEIP)

Colegio de Educación Pública Rural (CEPR)
Colegio Público Rural (CPR)
Colegio Público de Educación Especial (CPEE)
Escuela Pública de Educación Infantil (EPEI)
Escuela de Educación Infantil (EEI)
Escuela de Infantil y Primaria (EIP)
Escuela Pública (EP)
Centro de Educación Especial (CEE)
Escuela de Educación Infantil (EEI)
Colegio Nacional Mixto (CNM)
Colegio de Educación Pública de Adultos (CEPA)
Escuela Infantil Pública (EIP)

Categoría 2: Privados

Colegio
Comunidad Educativa Colegios Santo Ángel

Categoría 3: Otros

Colegio de Matemáticos
Colegio Parroquial
Residencia Escolar
Conservatorio de Música

APA
AMPA
Aula Hospitalaria
Asociación de Profesores de Educación Física
Colegio de Educación de Adultos
Guardería
Instituto Provincial de Formación
Varios Barrios
No consta

4. ¿QUÉ ES EL PERIODISMO?

4.1. CONCEPTOS:

Para acercarnos al concepto de Periodismo, tenemos que hacerlo dirigiendo nuestra atención en dos direcciones. O bien nos aplicamos a recoger la opinión de los teóricos sobre el asunto, o bien nos veremos abocados a examinar la producción periodística para analizarla en busca de unas características que la diferencien de otros tipos de fórmulas comunicativas. En el primer caso, no nos faltarán las aportaciones sobre el nacimiento, la evolución y las actuales modalidades del Periodismo tal y como se concibe hoy día²⁸. En el segundo de los supuestos, nos expondríamos a no acertar en la selección o en los juicios que llegaríamos a emitir sobre lo examinado. Tal vez sea posible una tercera postura, consistente en recoger lo esencial de lo ya elaborado por los autores para añadir alguna reflexión personal sobre lo mismo.

Pero lo primero que habría que determinar, si nos proponemos dar con la clave de lo que es esencial en la actividad periodística, es si existe un solo modelo de Periodismo o si éste tiene, como tantas otras actividades humanas, características diferentes, dependiendo de la época, género, especialización, público al que se dirige, etc. Es muy difícil que consigamos encontrar muchos elementos comunes entre lo que fueron las “acta senatus”, los “diarios de avisos” y los comunicados de prensa de cualquier partido político. Y eso por referirnos sólo al Periodismo escrito.

Vicente Romano, al referirse a la información, resume así:

“En el lenguaje corriente, y en sentido estricto, se entiende como transmisión de hechos nuevos, de noticias.”²⁹

²⁸ Aquí no faltarán incluso las opiniones descalificadoras, que pueden llegar al extremo de considerar el trabajo de los mass media como acciones manipuladoras y distorsionadoras de la realidad. En eso coinciden Doelker (Doelker, C.: *La realidad manipulada*. Gustavo Gili, Barcelona, 1982) y Enzensberger, H. M.: *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Anagrama, Barcelona, 1972.

²⁹ ROMANO, VICENTE: *Introducción al Periodismo*, Teide. Barcelona, 1994, página 10.

Timoteo Álvarez amplía algo más el concepto:

“En sentido estricto, por periodismo se ha entendido aquella actividad consistente en recabar informaciones, seleccionarlas, procesarlas, recogerlas en un soporte y ofrecerlas –todo ello de modo periódico y de ahí el nombre- a un postor o comprador o público”.³⁰

Entendemos que se expresa así, de un modo sencillo y claro todo el proceso de la elaboración de un medio de comunicación cualquiera.

Acosta Montoro³¹ resume las cuatro razones principales de la elaboración periodística:

“Quedamos en que las cuatro principales razones del periodismo son: informar, interpretar, orientar y entretener”

Pero, entrando más en detalles, podemos dirigir nuestra mirada a lo que es en sí la información periodística.

4.2. TEORÍAS EN TORNO AL PERIODISMO: EN QUÉ CONSISTE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA: BASES EPISTEMOLÓGICAS

Parece oportuno, antes de entrar en el discurso sobre la información periodística, hacer una aproximación a lo que es el asunto primordial en cualquier transmisión de uno o más aspectos de la realidad: dónde está la verdad. O, dicho de otra forma, qué es en sí la realidad. Ello nos lleva al viejo dilema de la objetividad versus la subjetividad. Sin que pretendamos otra cosa que la aclaración de nuestro punto de vista sobre la cuestión –en sí misma muy debatida y hasta casi inagotable-, hacemos una breve referencia al estado de la cuestión.

³⁰ ÁLVAREZ, J., TIMOTEO: “Los Medios y el desarrollo de la sociedad occidental”, en BARRERA, C. (Coord.): *Historia del Periodismo Universal*, Ariel, Barcelona, 2004, página 26.

³¹ ACOSTA MONTORO, José: *Periodismo y Literatura*. Tomo I. Ed. Guadarrama. Madrid, 1973. Pág. 58.

Estamos muy cerca de la posición de Chillón³² cuando afirma «No existe *una* sola realidad objetiva externa a los individuos, sino múltiples realidades subjetivas» (la cursiva pertenece al original).

La efectividad de la información periodística consiste en hacer saber (informar). Aunque no se puede ocultar que también puede hacer creer (persuadir), hacer hacer (manipular) y hacer sentir (emocionar).³³ Por lo tanto, lo prioritario en la información periodística es informar, sin que puedan descartarse otros ‘logros’, como persuadir, manipular y emocionar. La cuestión es determinar hasta qué límites y en qué medida, en este servicio público que constituye la esencia del Periodismo, la práctica profesional puede permitirse la persuasión, la manipulación o la capacidad de emocionar al lector.

Pero, previo a todo eso quizás, hay que plantearse qué es, en sí, el mensaje periodístico (en adelante MI). Y también de dónde parte o de dónde se extrae. Por decirlo en términos suficientemente consensuados, el medio informativo proporciona a la comunidad social un producto: la *noticia*. Para su elaboración, se requiere un proceso complejo³⁴ que podríamos llamar –metafóricamente, desde luego– de destilación. Para empezar, la noticia se produce en cualquier parcela de esa sociedad a la que va a revertir. El informador, primero, emite un discurso, que está compuesto por una serie de palabras. Este discurso llega a la agencia o directamente al medio informativo, en donde sufre un proceso de transformación. En el mejor de los sentidos, se da en ese momento un acto de manipulación de todo lo que llega. De esas palabras, unas se eliminan, otras se resaltan y otras se modifican. Después, todo ello sale con destino al receptor, quien, a su vez, procede a otra nueva criba de lo que le llega, e interioriza lo que le parece más relevante. Así que la noticia, que parte de un sector cualquiera de la sociedad, termina en uno o más miembros

³² CHILLÓN, Albert: «El ‘giro lingüístico’ y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística», en *Análisi* nº 22, 1998, págs. 63-98.

³³ RODRIGO ALSINA, MIQUEL: *Los modelos de la comunicación*, segunda edición, Tecnos, Madrid, 1995, págs. 160-163.

³⁴ Resumidamente, este proceso se ha concretado en la producción, la circulación y el consumo.

de esa sociedad.³⁵ La cuestión, pues, de la información periodística³⁶ es algo que implica claramente a dos ciencias: la Sociología y la Semiótica,³⁷ sin que pueda excluirse la interferencia de otras, como la Psicología, por ejemplo.³⁸

Considerando el MI como entidad sometida al análisis, tenemos que definir, para empezar, de qué tipo de entidad se trata. O, si se prefiere, hay que definir –en sentido primitivo del término- qué tipo de ‘objeto’ es el MI. La Semiótica ha ido ampliando el concepto inicial de Saussure hasta considerar como signo lingüístico realidades más amplias, de modo que cabe considerar el MI en su conjunto como signo lingüístico único. Y aquí ya hay que plantearse otros puntos de análisis. Por ejemplo, si hay que considerar el MI como una realidad inmanente.³⁹ En este aspecto, apostamos claramente por que, en el caso del MI – así se desprende de lo dicho en el párrafo anterior-, no es aplicable este

³⁵ Aquí, naturalmente, reducimos el proceso, que incluiría, en el caso del periódico, la selección de fotos, llamadas telefónicas de testigos, por ejemplo. Igualmente excluimos referirnos al proceso que se sigue cuando esa noticia llega a otros que no han tenido acceso al periódico y han podido recibir adulterado el mensaje.

³⁶ Por razones meramente metodológicas, es imprescindible hacer acotaciones a la realidad que se trata. No es necesario aclarar por otro lado que, siendo el objeto de este trabajo el mundo del Periodismo escrito, se centra en este campo cualquier análisis que se haga al mundo de la información en general.

³⁷ Optamos aquí por evitar el enfrentamiento entre ambas disciplinas y nos acogemos al criterio de Rodrigo (Op. Cit., pp 26 y ss.)

³⁸ En el proceso que se desarrolla en la mente del lector sobre la noticia, son muy importantes los condicionamientos internos de cada sujeto, desde los mecanismos de la simple percepción a otros más complejos ligados a la personalidad. Algún autor lo ha visto tan claramente que, incluso, ha llegado a hablar de ‘psico-socio-semiótica’ (CLAUDE CHABROL: «Les discours du pouvoir. Pour une psycho-socio-sémiotique», en Coquet, J.C. (comp.): *Sémiotique. L'École de Paris*. Paris, Hachette, págs. 173-198. Para Sierra (F. SIERRA: *Elementos de Teoría de la Información*, ed. Mad, Madrid, 1999, p.77), la información es, fenoménicamente, un concepto multidimensional y heteromorfo. Se trata, además, de un concepto polisémico (sic).

³⁹ ‘En lingüística estructural y, particularmente en glosemática, se llama *inmanente* a todo estudio que sólo define las estructuras de su objeto por las relaciones de los términos comprendidos en este objeto. Así, la glosemática es una lingüística inmanente puesto que excluye toda preocupación trascendente (extralingüística); también se dice que una estructura es inmanente cuando puede ser definida a partir únicamente de las relaciones de los términos entre sí (por ejemplo, la estructura fonológica de una lengua definida por las oposiciones de los fonemas, independientemente de toda referencia a la sustancia física)’.

(DUBOIS, JEAN y otros: *Diccionario de Lingüística*, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1979).

criterio. Hemos de considerar, por tanto, el MI, y en el caso concreto que nos ocupa, el periódico, como un ‘objeto’ que ha de ser analizado siguiendo criterios abiertos a la interpretación de varias ciencias sociales.

4.3. NECESIDAD DE INFORMACIÓN

Por otro lado, hemos de considerar la necesidad que tiene la población de recibir información y si los ciudadanos tienen niveles suficientes de información. O, por mejor decir, si sus niveles de información son los convenientes; dado que puede haber un exceso o n déficit de la misma. Vicente Romano⁴⁰ aborda ambos aspectos. En el caso de la necesidad de información, el autor distingue entre necesidades objetivas y subjetivas. La necesidad objetiva se deriva de la condición de ser social del ciudadano y responde al deseo de participar en el proceso de comunicación social, de forma que el sujeto aspira, no sólo a recibir información, sino a servir de puente para que esta información llegue a otros individuos.

Según este autor, el ciudadano es receptor de la información en la medida que los contenidos de la información refuerzan sus propias opiniones sobre los temas tratados. En este sentido, el interés de los MCM para la población radica en el valor que tienen en reforzar sus propias opiniones. Como señala, la gente acude a consultar las mismas informaciones de las que ya tenía integradas en su acervo cultural. Sabido es que la lectura de libros lleva a nuevas lecturas. Es, pues, un proceso que se retroalimenta.

En cualquier caso, todo intento de definir en qué consiste el Periodismo debe contar con una referencia histórica por breve que sea. En esta visión retrospectiva deben situarse debidamente los hitos que han contribuido a hacer que el Periodismo sea lo que es en la actualidad.

⁴⁰ ROMANO, VICENTE.: *Introducción al Periodismo*, Teide, Barcelona, 1994, págs. 30-32.

Ocurre que, en ocasiones, el Periodismo, más que un servicio a la sociedad, pasa a ser un arma política, alguna que otra vez al servicio del Poder. Otras veces, prima sobre todo el funcionamiento y mantenimiento de una empresa, preocupada más en ganar dinero que en servir a los lectores. Podríamos entonces pensar que el Periodismo no deja de ser un ejercicio bastardo que contraviene los ideales de sus trabajadores en el seno de su individualidad. Porque el Periodismo es, como tantas otras cosas en la vida, algo que se encuadra entre las actividades espirituales del ser humano.

Hay en esto- tenemos que admitirlo- una contradicción en sí misma, dado que el ejercicio del Periodismo nació con mentalidad de servicio, aunque para subsistir tuviera que buscar la seguridad de la propaganda (diario de avisos), y también la protección de un partido político concreto, lo que ocurría frecuentemente en el siglo XIX.

En todo caso, el ejercicio del Periodismo se asienta sobre cuatro pilares básicos:

- La empresa (lo económico).
- Los profesionales (elemento humano).
- Lo técnico (elementos materiales).
- Los fines periodísticos (elementos espirituales).

4.4. HITOS EN LA HISTORIA DEL PERIODISMO

Aunque todo devenir histórico supone de por sí un caminar más o menos rápido - incluyendo retrocesos en algunos aspectos- en todos los órdenes de la actividad humana, cabe situar, en torno a acontecimientos destacados por uno u otro motivo, unos enclaves que pueden considerarse de cambios cualitativos a partir de los cuales esa actividad concreta se ha manifestado con unas características diferenciales. Y cabe también localizar, en el quehacer periodístico –particularmente en el Periodismo impreso-, unos momentos clave que han supuesto para el mismo unos límites separadores de las diferentes etapas, a lo largo de la historia de la Humanidad. De modo indiscutible, es asumido que la llegada

de la imprenta supuso un impulso importante en la infraestructura que propiciaba la elaboración material del periódico. Lo mismo cabe decir de la introducción de la publicidad como fuente de ingresos y facilitadora de la supervivencia de los medios. Otros acontecimientos, que arrancan en el entorno social tuvieron también una repercusión detectable en la forma de concebir el Periodismo; tales pueden ser considerados la Revolución Francesa y la Revolución Industrial (salvando las distancias de todo tipo entre una y otra revolución, naturalmente).

Vamos a hacer un recorrido rápido por lo que podríamos considerar los hitos principales del Periodismo a través de la Historia. Es una referencia que resumimos mucho en orden a lo que es nuestro objetivo principal en este trabajo. Y para hacerla nos inspiramos en el Profesor Gonzalo Abril.⁴¹

1/ Etapa pre-periodística. Cartas informativas que circulaban entre los comerciantes, que contenían informaciones relevantes sobre el tráfico y el comercio y que contenían también referencias a la política y la diplomacia. Eran elementos de información para comerciantes, clero alto, mercaderes y banqueros. De esa época es el término “gaceta”.

2/ Hojas de avisos. Mantenían informados a algunos comerciantes influyentes. Contenían informaciones al margen de la intervención de la Iglesia que, en dos ocasiones, prohibió su difusión. Se registra un gran incremento de las mismas entre los siglos XVI y XVII. Son publicaciones de un solo redactor e imitan el estilo epistolar. Tienen como destino una minoría letrada.

3/ Aparición de *Le Journal des Savants*. Aunque encuadrable dentro del apartado anterior, aporta la singularidad de que es producto del trabajo de varios autores, con sus diferentes estilos. Ello requiere la intervención de una persona –el *rewriter*– encargada de dotar de cierta uniformidad al conjunto, antecedente del corrector, ya desaparecido en nuestra prensa. Es también una característica “moderna” la aparición dentro de la misma publicación de opiniones no uniformes, sino incluso discrepantes.

⁴¹ ABRIL, GONZALO: *Teoría General de la Información*, Cátedra, Fuenlabrada (Madrid), 1995.

4/ Aparición de los primeros periódicos propiamente dichos (siglo XVII). La feliz coincidencia de varios especialistas – redactor, impresor y generador de informaciones-, dan un nuevo impulso a la producción periodística. Se consolida la figura del *rewriter* y cristaliza la fórmula de contener varios temas suscritos por diferentes redactores. Y aparece una característica que después será fundamental en la prensa: el sincretismo. Este tipo de prensa sigue teniendo a sus lectores dentro de la clase acomodada de la sociedad.

5/ Inicio de la popularización de los medios escritos. Siglo XIX. Los periódicos experimentan un progreso destacable gracias a cuatro factores fundamentales: la reducción de los costos de producción –bajada sensible del precio del papel y la progresiva utilización de mejoras mecánicas-, el uso del ferrocarril para el transporte, el servicio de Correos y la venta por número.

6/ Etapa de expansión. El desarrollo de la industria textil va a contribuir insospechadamente al abaratamiento del papel, gracias a un subproducto, el harapo, fácilmente convertible. Es también, y en gran parte por eso mismo, la época del “periódico a centavo”, lo que lleva a su popularización. Otros adelantos como la utilización del vapor y del agua, de una parte en la industria, y de otra, en la imprenta -además de la aparición de la linotipia-, dinamizan el proceso de abaratamiento y distribución del periódico. Es la época de aparición del *The New York Sun* y del *Herald*. Es también el inicio de la simultaneidad de espacios informativos propiamente dichos y de otros hoy muy criticados: cotilleo y noticias escabrosas.

7/ Periodismo contemporáneo. Aunque los límites no son exactos, podríamos entender que esta etapa de la prensa se corresponde con lo que Pena de Oliveira⁴² denomina “Cuarto periodismo” y sitúa a partir de 1960. Se trata de un periodo en el que, primero, se produce una gran expansión de los medios; para acabar después en la crisis actual. En esta etapa se registra la modernización de las técnicas reproductivas, con una vertiginosa renovación de los instrumentos técnicos: offset, impresión digital, medios telemáticos y

⁴² PENA DE OLIVEIRA, F.: *Teoría del periodismo*, Comunicación Social, Sevilla, 2006. Pág. 35.

otros, que incluye el recurso a los satélites artificiales, desplazamiento de unidades móviles y otros recursos que los avances técnicos y otros condicionantes aconsejan. Igualmente, es la etapa de la diversificación y especialización de las publicaciones. Se publican diarios y semanarios especializados, tales como deportivos, económicos, satíricos y de toda índole. Particular desarrollo se registra en las revistas: técnicas, divulgativas, de modas, de pasatiempos, de hogar, etc.

Por referirse a la prensa andaluza en particular, señalando las publicaciones correspondientes diferenciadamente a cada provincia, tenemos que señalar la obra de Checa Godoy. En sus prácticamente 700 páginas se recogen exhaustivamente datos y valoraciones de todas ellas.⁴³

4.5. HACIA DÓNDE CAMINA EL PERIODISMO

Hablar del futuro del Periodismo en estos momentos parece llevar aparejada una percepción pesimista. A pesar de que en 2004, Dan Gillmor definía la época como la “edad dorada” de un periodismo abierto a la participación⁴⁴ y de la aparición de nuevas iniciativas, incluso en prensa de papel (Yorokobu); la realidad del entorno periodístico no mueve precisamente al optimismo⁴⁵. Gumersindo Lafuente defiende la idea de que es un momento propicio para aprovechar ciertos huecos que no están suficientemente atendidos en lo global, en lo local, en lo ideológico y en la información de nicho.⁴⁶

⁴³ CHECA GODOY, A.: *Historia de la prensa andaluza*. Alfar, Sevilla, 2011.

⁴⁴ La frase exacta, reproducida por Marta Molina, es «edad dorada del periodismo, pero no del periodismo como lo hemos conocido hasta ahora, sino abierto a la participación» (Marta Molina: *Nosotros también somos Silicon Valley*”, en *Periodistas*, nº 28, pág. 10, Primavera 2012, Madrid: FAPE).

⁴⁵ Esto, en lo que se refiere a nuestro entorno más inmediato. No parece así en los países emergentes, en donde la prensa atraviesa por un momento espléndido, según afirma Elena de Miguel. Esta autora se apoya en datos tales como el caso de la India, donde se venden 110 millones de ejemplares diarios (El “The Times of India” pasa por ser el periódico en inglés con más lectores: 13 millones), o los de Brasil (crecimiento de un 21%) y México (un 16 %). Incluso en España, a pesar de la crisis, desde el 2007, los periódicos han sufrido un descenso porcentual menor que otros sectores: 10’8 %, frente al textil (24 %), o de bebidas alcohólicas (27 %) y el de los concesionarios (48 %). El caso más sorprendente que cita la autora es el del magnate Warren Buffet, comprador de 65 periódicos en los últimos meses. (De Miguel, Elena: “Prensa, luego existo”, suplemento dominical de *Ideal*, de fecha 15 de Julio de 2012, págs. 1-5.

⁴⁶ LAFUENTE, GUMERSINDO. Citado por Marta Molina. Op. cit., págs. 8-10.

En todo caso, parece claro que la introducción de las nuevas tecnologías en la vida de los ciudadanos ha afectado de una manera especial al mundo de la comunicación. Pensamos, también nosotros, que una gran parte de ese futuro del Periodismo se encuentra condicionado por ese fenómeno. Iriarte recoge la opinión de diversos autores sobre el futuro de la empresa periodística. Según un grupo de ellos, la coyuntura que atraviesan los periódicos en la actualidad (aunque se habla en el 1988, podemos pensar que no ha cambiado la situación en estos momentos) es similar a lo que ocurrió a finales del siglo XIX con las diligencias. De modo que las empresas periodísticas, o se reconvierten en empresas informativas o empresas multimedia, o no tienen futuro. En esta idea abunda Aurelio Martín, cuando defiende que «Está claro que el futuro está en los contenidos digitales y es donde se debe centrar la formación».⁴⁷ Otros se refieren a la situación recomendando igualmente cambios profundos para evitar la desaparición.⁴⁸

Por lo que podemos apreciar, las empresas están siguiendo esos criterios. Por eso probablemente, hoy día, es frecuente que cualquier periódico nos remita a una página de Internet para ampliar el contenido de sus informaciones. Parece un síntoma inequívoco de que la propia prensa convencional, la prensa de papel, entrega una parte sustancial de su contenido a las nuevas tecnologías que ya se han asentado, parece que definitivamente, en el mundo de la comunicación. Eso además de los muchos medios que surgen prácticamente a diario al amparo de un soporte virtual que gana adeptos entre todo tipo de público. Como decía Herrero Aguado, las posibilidades de esta forma de comunicarse son difíciles de pronosticar.⁴⁹ Aunque fáciles de intuir, nos atrevemos a añadir nosotros. Que sea o no el fin de un modo de concebir el Periodismo, como mantiene Bastenier,⁵⁰ depende en gran

⁴⁷ MARTÍN, AURELIO: “El Mercado dice que no necesita periodistas”, en *Periodistas*, núm. 29. Asociación de la Prensa de Madrid, verano 2012, pág. 13.

⁴⁸ IRIARTE, I. “La empresa y el periódico del futuro”, en BEZUNARTEA y otros: *La prensa ante el cambio de siglo*. Deusto, Bilbao, 1988.

⁴⁹ HERRERO AGUADO, C.: “La Divulgación a través de Internet, una reflexión acerca de los géneros periodísticos”, en ESTEVE RAMÍREZ, F. y MOCHOLI, M.A. (Eds.): *Teoría y técnicas del Periodismo Especializado*, Fragua, Sevilla, 2007, Pág. 124.

⁵⁰ BASTENIER, M.A.: “El papel de la prensa”, en el suplemento Babelia de *El País*, 23-12-05, pág. 4.

parte de lo sean capaces de ofrecer los profesionales implicados en las fórmulas convencionales de la transmisión comunicativa. Por otro lado, la propia Red se ha convertido, con sus ventajas e inconvenientes, en una herramienta más para elaborar una información al servicio del periodismo tradicional. Entre las ventajas, Blanco⁵¹ habla, y coincide básicamente con García de Torres,⁵² de la actualización inmediata, del incremento de número de fuentes, de la hipertextualidad, de la accesibilidad y de la revalorización del periodista. El mismo autor señala los inconvenientes: escasa fiabilidad, la posibilidad de descontextualización, la posibilidad que puede fomentar, etc.

A la controversia también se une David Boardman,⁵³ en el Congreso Mundial de Periódicos de Turín de 2 de Septiembre de 2014. Aunque matiza después que los diarios están abocados a convertirse en productos digitales y en semanarios. El mismo día en que se produce el aserto de que los periódicos son enfermos terminales, Miriam Garcimartin, a la que debemos esta referencia, contradice la sentencia alegando varias razones, entre las que nos permitimos destacar una: la preferencia que siguen teniendo algunas empresas en anunciarse en soportes de papel.⁵⁴

Ha habido incluso quien ha pronosticado un futuro en el que convivan los periodistas tradicionales con máquinas-periodista.⁵⁵

Rojo Villalba se plantea casi retóricamente si las nuevas tecnologías podrían acabar con el modelo de prensa clásico.⁵⁶ El autor cree necesario el replanteamiento del propio

⁵¹ BLANCO, E. “Emisores de mensajes informativos. Características, tipología y comportamiento de las fuentes especializadas”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.): *Periodismo Especializado*, Ariel, Barcelona, 2004, pág. 111.

⁵² GARCÍA DE TORRES, E.: “La especialización en la era de Internet”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.): *Periodismo Especializado*. Op. Cit., Pág. 195.

⁵³ Decano de la Escuela de Medios y Comunicación de la Universidad de Temple (Philadelphia).

⁵⁴ GARCIMARTIN, MIRIAM: ¿Nos hemos precipitado al anunciar la muerte de los periódicos? Media-tics. Información y comunicación en la era digital. Editado por ECO)) inteligencia EDITORIAL S.L. 02/09/2014@16:21:26 GMT+1.

⁵⁵ GHIGLIONE, I.: “El Periodista del Mañana”, en revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Washington, Mayo 1991, Mayo 1991, págs. 12-16.

⁵⁶ Rojo asegura que los estudios realizados hasta ese momento demuestran que las informaciones electrónicas llevan a incrementar el interés por los medios clásicos.

quehacer periodístico a la luz de las nuevas tecnologías, la extensión del fenómeno Internet y los nuevos usos de los lectores. Evocando la renovación formal de los periódicos españoles –*El País*, *el Diario 16* y *el Mundo*– y poniendo como ejemplo el del norteamericano *USA today*, Rojo pronostica la continuidad de la prensa de papel, si bien editores y redactores deberán reformularse sus pautas de trabajo y sus usos habituales.⁵⁷

En la misma línea, Iriarte ya pronosticaba la necesidad de modificar las condiciones de entonces, recomendando, entre otras cosas: profundos cambios en la estructura empresarial, modificaciones en la línea ideológica, readaptación constante a un cambiante mercado de lectores, y en definitiva, prepararse para un futuro cada día más competitivo y más incierto (sic).⁵⁸ Claro que eso mismo se podría decir casi en cualquier época en la que se avecinen cambios.

4.5.1 PRIMERAS EXPERIENCIAS EN LA PRENSA DIGITAL

La primera vez que se lanzó un periódico por Internet se hizo por necesidad imperiosa. A mediados de los noventa, ante una huelga de trabajadores, los editores de la zona de S. Francisco publicaron sus diarios por Internet para seguir comunicados con sus lectores.⁵⁹

No fue, sin embargo, el caso del periódico digital publicado durante la Expo del 92 en Sevilla. Bajo la dirección de José Álvarez Marcos, “*Diario Expo 92*”, se publicaba en 255 pantallas táctiles distribuidas por el recinto de la exposición universal. La publicación, a la que tenía acceso gratuitamente cualquier visitante, informaba de las actividades y noticias producidas durante la celebración del evento, incluyendo también portadas de los principales periódicos en papel, tanto nacionales como internacionales. Con una redacción de sólo cuatro periodistas, contaba también con traductores para dar cuenta de los diferentes comunicados de los distintos pabellones.

⁵⁷ ROJO VILLADA, P.A.: *Producción periodística y nuevas tecnologías*. Comunicación Social, Sevilla, 2003.

⁵⁸ IRIARTE, I., en BEZUNARTEA y otros. Op. cit., pág. 214.

⁵⁹ CANGA, J. y otros: *Diarios digitales*, Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

Algo parecido fue el diario electrónico de los Juegos de Atlanta de 1996. Pero con la diferencia de que ese diario podía ser impreso por el propio lector, contando con una máquina impresora que reproducía con gran celeridad los contenidos íntegros del diario; todo ello a cambio de una determinada cantidad.⁶⁰

Uno de los periódicos digitales españoles, La Estrella Digital, apareció en la primavera del año 1998. Con formato similar a un periódico de papel, es un diario que se puede consultar solamente a través de Internet y que actualiza sus contenidos aprovechando las ventajas de la edición virtual.

4.5.2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA PRENSA DIGITAL

Canga (Op. Cit.) señala cuatro ventajas y cuatro desventajas de la prensa digital con respecto a la prensa de papel. Las ventajas que el autor señala podemos resumirlas en: La inmediatez, la posibilidad de llegar a cualquier rincón del planeta, el menor coste y la posibilidad de consultar números atrasados sin necesidad de acumular montañas de papel. Como contrapartida, el diario digital presenta los siguientes inconvenientes⁶¹ con respecto a lo que ofrece la prensa de papel: mayor tiempo de espera, mayor coste para el receptor, imposibilidad de compartir los contenidos (carece de cuadernillos separables) y peor transporte. En cuanto a este último inconveniente, se están dando pasos para mejorar el acceso al periódico digital con instrumentos como las tabletas. Es previsible que se logre en el futuro la fabricación de soportes aún más manejables, con posibilidades que se vislumbran ya.

Pensamos que un inconveniente al que alude Rojo Villada (Op. cit., pág. 99) como «placer táctil del papel» es el factor emocional. Por lo menos para una mayoría de usuarios-lectores de la prensa de papel, el sistema de percepción está íntimamente ligado a la

⁶⁰ ROJO VILLADA (Op. cit.), establece las conclusiones de las experiencias de Sevilla y Atlanta: 1/ El público está abierto a la innovación. 2/ La apertura hacia la innovación no significó el rechazo hacia lo ya existente. 3/ No se demostró la viabilidad económica de ambos proyectos. 4/ Ninguno de los diarios tuvo en cuenta el factor tiempo para los lectores habituales.

⁶¹ ROJO VILLADA (Op. cit.) señala implícitamente otras desventajas al no poderse identificar el espíritu del diario ni el contenido editorial, por lo que no puede hablarse de verdadera prensa en Internet.

manipulación del soporte, al repaso y al manoseo del periódico, sobre el que se escriben notas o se apuntan datos del momento para recordar después, desde un número de teléfono a una dirección. Y esto afecta globalmente al periodismo de papel en general. No sabemos si la nueva generación, cuyos aprendizajes se afianzan sobre el mundo de la imagen y la realidad virtual hará en un futuro preferible el soporte informático.

Un asunto crucial es si el nuevo modelo de transmitir la información a través del soporte digital acabará con el clásico sistema de transmisión de noticias y comentarios mediante el papel. Son muchos los autores que se han pronunciado pronosticando el final de la prensa de papel en un futuro muy cercano (Nicholas Negroponte, en 1961; Martínez Albertos, en 1997; Álvarez, en 1997; Steven S. Ross, en 2001; Dick Brass, en 2002). Algunos indicaban incluso la fecha de caducidad (Steven S. Ross, el 2018; M. Albertos, el 2020, Steven S. Ross, el 2026).⁶² Álvarez matiza después su aserto, dando a entender que su pronóstico se aproxima a la continuidad del modelo impreso tradicional.⁶³

4.5.3. PERIODISMO DE DATOS ⁶⁴

Definido así por sus promotores, se trata de un Periodismo que indaga en los datos existentes en las diferentes bases para analizarlos, tabularlos, explicarlos y darlos a conocer a la opinión pública a través de las nuevas tecnologías, concretamente por internet. Este tipo de periodismo ha notado una ayuda importante a partir de la Ley de Transparencia que entró en vigor en diciembre de 2014. Como organización, se hacen llamar “Al Dato”. En el seno de esta organización figuran, no sólo periodistas, sino también informáticos y estadísticos, a los que se une también –en el caso de Almería- un psicólogo. En

⁶² MARTÍNEZ ALBERTOS, R.: *El ocaso del periodismo*, CIMS, Barcelona, 1997.

ÁLVAREZ MARCOS, J. Y LÓPEZ HIDALGO, A.: *El periodismo que viene*, Fundación Cruz Campo, Sevilla (impreso en Córdoba), 1997.

⁶³ÁLVAREZ MARCOS, J.: *Sevilla y el periodismo multimedia: La experiencia de Diario Expo 92*. Padilla, Sevilla, 2000.

⁶⁴ LÓPEZ, PILAR: “Al dato”, *Anuario crítico de Almería*, Asociación de Periodistas de Almería. Almería, 2014, págs. 46-47.

esta capital funcionan desde abril del 2014, cuando surgieron a partir de las II Jornadas de Periodismo y Open Data, organizadas por la Asociación de la Prensa de Almería y la comunidad *Hacklab* (la cursiva es del original). La justificación que ofrecen para ir a los datos directamente es que las fuentes «son más objetivas, no buscan nada a cambio y son más difíciles de manipular.» La organización, lejos de ser cerrada, está abierta a todo aquel que quiera adentrarse en esa disciplina (sic). Y ofrece su página web para quien quiera integrarse en ella.

4.5.4. *PERIODISMO CIUDADANO*

Se define como alternativa al periodismo profesional, respecto al que pretende ser complementario y no competidor. Nace paralelamente al despegue tecnológico que registran los medios de captación de imágenes y la posibilidad de transmitirlos a través de un nuevo soporte: el informático. El que podríamos llamar “periodista ciudadano” adquiere su condición en el momento que utiliza su móvil para captar una imagen que después será difundida por internet. Es, por lo tanto, un “periodista” ocasional que pudiera ser que nunca más volviera a repetir la experiencia.

Los que lo defienden argumentan que el valor de esa imagen sirve a la opinión pública trasladando un hecho que seguramente no podría ser transmitido por los medios convencionales, por no estar presentes en el momento de producirse el “acontecimiento”. Evidentemente, también puede ocurrir que el hecho en sí no sea noticiable en sí mismo o que lo difundido no se acomode a las normas éticas o de buen gusto del Periodismo.

Pero tampoco hay que despreciar el trabajo de muchos ciudadanos en sus respectivos blogs y otros procedimientos –desde el twitter al whatsApp-, en los que, eso sí, sin ningún control de calidad se transmiten a diario millones de comentarios.

Por unas y otras razones, no es extraño que las opiniones se dividan entre los que aprueban este modelo⁶⁵ y quienes abiertamente lo descalifican.⁶⁶

4.6. CÓMO SERÁ EL PERIÓDICO DE PAPEL EN EL FUTURO

Hasta ahora, el periódico de papel sigue en los quioscos⁶⁷. Podemos aceptar, al menos como una posibilidad, que continúe distribuyéndose en el futuro, aunque tenga que compartir espacio con los medios digitales. En ese caso, interesa saber cómo debería plantearse la empresa periodística la producción de ese medio. Iriarte, ya citado, hacía en 1988 unas sugerencias respecto a cómo deberían ser las cosas: El periódico debería ser atractivo

⁶⁵ BURGUEÑO, J. M.: *Cuestión de confianza*, UOC, Barcelona, 2010, págs. 54 y s.s.

⁶⁶ GONZÁLEZ, ELSA: Intervención en la Asamblea de FAPE, mayo 2010.

⁶⁷ Así sigue siendo, pero los datos son elocuentes. Aparte de la desaparición de muchos quioscos de prensa, La OJD ofrecía estas cifras para el período de Julio-13 a Junio 14:

	Tirada	Promedio de venta
ABC	190.747	134.553
El Mundo	229.741	156.172
El País	341.447	276.883
La Razón	118.853	83.774
TOTALES	880.788	651.382

Teniendo en cuenta que *el País* anunciaba una tirada de 400.000 ejemplares en 2011 (diario *El País*, 24-02-11, pág. 37), El descenso es más que preocupante.

Los ejemplares vendidos en el periodo Enero- diciembre de 2014 son:

ABC	128.660
El Mundo	149.684
El País	259.775
La Razón	81.449
TOTAL	619.568 (- 31.568).

El periódico *El Mundo* venía ofreciendo de forma conjunta su edición de Andalucía, en Sevilla, junto al periódico *Estadio Deportivo*. A partir del domingo 10 de Mayo de 2015, se ponen a la venta, separadamente, ambas publicaciones. Con el primero de ellos se ofrece separada y conjuntamente la revista “Fuera de serie”, elevando el precio de los 1’40 € a los 2’60 €. Será interesante ver la evolución de las ventas dominicales a partir de esa fecha.

y preocuparse por dar servicio a sus lectores, se primaría la información local y el entorno más inmediato, el director del medio precisaría la creciente asistencia de otro personal de la empresa, el periódico sería progresivamente más manejable, se iría hacia periódicos regionales, adquirirían mayor relevancia las técnicas de marketing y se requeriría mayor financiación pública.

Como dice Rojo Villada (Op. cit., pág. 29), lo único de lo que podemos estar seguros es que el periódico habrá de adaptarse a «las exigencias cambiantes de la sociedad». Y, como señala más adelante este mismo autor, los nuevos tiempos exigirán –están exigiendo ya- que el periódico se redefina como producto. A ello lo llevan ya las nuevas tecnologías. En cuanto al papel del periodista, el autor lo ve convertido en un cibernauta para, en función de su cometido social, interpretar y analizar la información. Señala, a continuación, en una dirección:

«El gusto por lo bien escrito, la dedicación de páginas especiales en la edición electrónica a los sectores sociales que han abandonado los periódicos o que han crecido fuera de la cultura del papel, la dedicación de recursos profesionales al análisis e investigación constante de los temas que hoy preocupan a quienes deberán ser sus interlocutores naturales (la ciudad, la inmigración, el racismo, las nuevas culturas, etc.), sigue siendo una reivindicación tan sólo satisfecha en la declaración de principios de los congresos y simposios, y no en la realidad cotidiana del medio.» (Pág. 36).

Entendemos modestamente que en ese aspecto se basa el optimismo respecto a la supervivencia del Periodismo en el futuro, futuro que, como todos los futuros, se está forjando ya.

¿Qué tendrá que hacer la prensa para garantizarse la supervivencia, según este autor? La prensa debe: 1/ Intensificar sus lazos con los lectores. 2/ Debe abandonarse el prejuicio de la competición entre las distintas cabeceras y buscar las sinergias entre ellas, 3/ Cuidar las fuentes de financiación. Y 4/ Debe lograrse el concurso de los periodistas más capacitados en un contexto en el que se exige gran y diversa especialización.

4.7 ELEMENTOS COMUNES EN LOS DIFERENTES MODELOS DE PRODUCTOS PERIODÍSTICOS REGISTRADOS EN LA HISTORIA

No hay controversia respecto a un elemento común en las manifestaciones periodísticas y que da nombre a ese ejercicio: la periodicidad. Variable en el tiempo, empezó siendo ocasional para pasar a ser, primero semanal y después diaria. Otra característica atribuible al ejercicio del Periodismo es la de transmitir hechos ciertos y exactos, lo que Guillamet considera valores originarios de ese ejercicio.⁶⁸

Timoteo Álvarez⁶⁹ define así los rasgos básicos que caracterizan a las modalidades de Periodismo de todos los tiempos:

1. Opera con informaciones y comentarios (interpretación) a las mismas.
2. Debe tener rasgos llamativos, incluso escandalosos, para suscitar el interés del público, de compradores y de patrocinadores.
3. Afecta a la vida pública, al poder, a sus juegos y su reparto, y tiene la capacidad de entrometerse en estos intereses y aprovecharse de ellos.
4. Se elabora proporcionalmente en forma de productos concretos y en soportes tecnológicamente viables.
5. Se vende de modo regular y periódico a compradores y a patrocinadores.
6. Tiene la capacidad de promocionar ideas, personas, servicios o bienes.”

⁶⁸ GUILLAMET, Jaume: “De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX”, en BARRERA, C. (Coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Ariel, Barcelona, 2004, pág. 46.

⁶⁹ ÁLVAREZ, J. TIMOTEO: “Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental”, en BARRERA, C. (Coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Ariel, Barcelona, 2004, pág. 27.

De no existir hoy la llamada prensa gratuita –el fenómeno se ha visto limitado visiblemente en los últimos años⁷⁰–, no nos consideramos autorizados a cuestionar las afirmaciones del maestro, salvo en el caso de la matización necesaria en el punto 5.

Pero Timoteo profundiza en la cuestión y afirma en páginas siguientes que el Periodismo llega a constituir un ámbito social al que le resulta ese ejercicio de la transmisión de la información algo de lo que no puede prescindir. A lo largo de la Historia, el Periodismo termina por configurarse en una estructura organizada y operativa dentro de la correspondiente sociedad (sic). El sistema así constituido se manifiesta y desarrolla en torno a: 1/ Diferentes categorías de productos y servicios informativos. 2/ Una estructura de captación de informaciones, producción, uso de tecnología, distribución y venta. 3/ Un mercado creciente en número y complejidad. 4/ Un territorio espacial y un marco político definido por los gobernantes. (Op. Cit., pág. 28).

En las páginas siguientes, el autor alude a la importancia que, para los gobernantes, van adquiriendo los periódicos y cómo, incluso en las etapas de regímenes democráticos, se cuida de modo especial la transmisión de la información (desde la creación de medios públicos a las subvenciones o privilegios). Hay otros dos aspectos en los que nos interesa insistir aquí mínimamente: el alusivo a las técnicas y su creciente actualización y el referido al público.

En cuanto al primero, queremos destacar cómo la empresa periodística busca siempre la incorporación de las tecnologías nuevas, con el propósito de ser más eficiente. Es decir llegar al mayor número posible de receptores con el menor coste posible. El otro es el que se centra en los ‘consumidores’. Ellos han ido históricamente aprendiendo que los periódicos les trasladan la información con menor carga ideológica (ya sea esta política como religiosa). Por otro lado, ven en el periódico un instrumento para aprender a leer y para distraerse. De modo que el periódico, desde el principio, ha prestado un doble servicio a la sociedad: mejorar su cultura y colaborar en su ocio.

⁷⁰ De los cuatro periódicos gratuitos que se distribuían en Sevilla (ADN, Metro, Qué, 20 Minutos), sólo ha sobrevivido 20 Minutos, al que se ha añadido Viva Sevilla. En todo caso, la tirada de cada uno de ellos no puede compararse ni de lejos a la que se registraba hace apenas cuatro años.

4.7.1 CRITERIOS QUE DEFINEN A UN PERIÓDICO O A UNA PUBLICACIÓN PERIÓDICA

Es hora ya de plantearse cuáles son los criterios que definen a un periódico. Es decir, qué entienden los autores como esencial en ese trabajo que, bajo diferentes formas, puede ser considerado con el nombre genérico de ‘periódico’, independientemente de la ideología que lo anima, de la composición de sus redactores, del soporte empresarial que lo sustenta, o de la época histórica en la que se encuadra.

Lo primero que hay que plantearse, en nuestra opinión, es la viabilidad del proyecto. Cualquier diseño teórico valdría para definir a priori lo que el impulsor de ese proyecto concibiera para establecer una fórmula de comunicación entre los que confeccionan un medio de comunicación y el público al que va destinado. El periódico debe contar, pues, con un proyecto viable. Las claves para serlo las da, en su opinión, Rojo Villada cuando dice que los periódicos poseen los dos elementos clave del éxito: el contenido y las vinculaciones (sic). Explicita a continuación el autor que se refiere al contenido editorial y a su relación con los lectores.⁷¹

Son muchos los textos escritos que se presentan a la atención del ciudadano. Pero siempre es posible distinguir lo que es un periódico respecto a otras publicaciones. Puede que, analizando los contenidos, las formas, las pretensiones, etc., alguno de los documentos que se nos vienen a las manos no responda a nuestro criterio sobre lo que debe ser un periódico. Pero nadie confundirá un periódico con un libro, con un informe, con un folleto, etc. Así como es fácil discrepar sobre lo que es en sí el Periodismo,⁷² existe un consenso suficiente para distinguir formalmente un periódico de cualquier otra obra literaria.

También podemos asegurar que no son las técnicas de impresión –aunque éstas estén bastante generalizadas– las que nos confirman que la obra en cuestión sea o no un periódico. Tampoco podrá confundir cualquier ciudadano un periódico con una revista,

⁷¹ ROJO VILLADA, P.A, Op. cit., pág. 73.

⁷² De hecho, muchos lo hacemos criticando las actuaciones de personas –periodistas o no– en los MCM, principalmente en ciertos programas de televisión.

aunque aquí entran de forma muy significativa criterios formales de calidad de impresión, fotografías, etc.

¿Cuáles son, pues, las características que nos permiten distinguir un periódico de las demás publicaciones? Pena de Oliveira⁷³ señala cuatro elementos fundamentales que definen por sí solos al periódico moderno: la publicidad, la universalidad, la periodicidad y la actualidad. Estos criterios no pueden considerarse aisladamente, sino que es la conjunción de todos ellos los que hacen que una determinada publicación pueda ser considerada periódico. El autor distingue la actualidad de la novedad. Son frecuentes los casos en que los periódicos reproducen hechos desconocidos por el lector pero ocurridos hace mucho tiempo: por ejemplo, el descubrimiento de algún acontecimiento ocurrido hace años pero de cuya existencia no se han tenido noticias hasta ahora. Citando a João de Deus, Pena de Oliveira extiende a nueve las seis preguntas clásicas sobre las que se establece la noticia, que quedan así: ¿quién hizo?, ¿qué?, ¿a quién?, ¿cuándo?, ¿por qué?, ¿para qué?, ¿dónde?, ¿cómo? Y ¿con qué consecuencias? (Op. Cit., pág. 45).

4.8. CARACTERÍSTICAS ESENCIALES DEL PERIODISMO

A la búsqueda de las características o propiedades esenciales que definen a las publicaciones periodísticas de todos los tiempos, recurrimos a los criterios de algunos autores que se han expresado sobre el asunto.

A partir de los gaceteros del siglo XV, los valores que se consideran esenciales eran la Certeza y la Exactitud.⁷⁴

Vicente Romano⁷⁵ -después de definir o que filosóficamente significa lo esencial frente a lo contingente- concreta así estas características esenciales:

⁷³ PENA DE OLIVEIRA, Felipe Pena de: *Teoría del periodismo*, Comunicación Social, Sevilla, 2006, pág. 41.

⁷⁴ GUILLAMET, JAUME: “De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX”, en BARRERA, CARLOS (Coord.): *Historia del periodismo universal*. Ariel, S.A., Barcelona, 2004.

⁷⁵ ROMANO, V.: Op.cit., págs. 59-68.

Publicidad. Capacidad de la publicación de llegar a la población general. Citando a O. Groth, es la capacidad que tiene cualquier individuo de acceder a la información contenida en el periódico y a *manejarla* según su criterio (tomar nota).

Actualidad. Dimensión temporal y psíquica. Es la rapidez en la transmisión de la información, lo que redundaría a satisfacer el interés del destinatario por conocer lo novedoso. Se puede distinguir la actualidad primaria, secundaria, ideal y artificial.

Continuidad. Deseo de mantener la comunicación con el receptor de forma reiterada.

Periodicidad. Transmisión de la información en periodos regulares de tiempo.

Tecnicidad. El soporte del periódico ha ido evolucionando a través del tiempo, de tal forma que se han ido alcanzando mejoras en la producción del soporte. Constituye esta característica en principio un aspecto positivo. Sin embargo, ello conlleva también un inconveniente: la incapacidad real del receptor de intervenir en la transmisión de la información. Se convierte así el periódico en un monólogo, sin capacidad real del lector en participar. Este aspecto está siendo abordado con la lectura, por parte de los MCM, de mensajes recogidos por medios electrónicos (web, sms, whatsapp, facebook o tuitter).

Colectividad. La compleja organización que implica la edición de un medio exige la involucración de diversos profesionales y diferentes perfiles, entre los que el periodista-redactor es interdependiente. Este aspecto implica una distancia del informador respecto al destinatario final.

Comercialidad. Es una exigencia de los tiempos. La publicación exige la obtención de beneficios para poder mantenerse en el mercado. Ello determina la desaparición de los medios que no son rentables, independientemente de su valor socializante o atención a aspectos importantes. También, la eliminación en los órganos de poder de aquellos profesionales que no cumplan con las exigencias de la empresa.

Operatividad. Entendida ésta como capacidad del medio para promover o coadyuvar en la promoción de movimientos sociales en favor de determinados objetivos deseables.

Universalidad. Es la capacidad que tiene el medio informativo para alcanzar al máximo de consumidores. Está directamente relacionada con la mayor rentabilización del esfuerzo empresarial.

Especialidad. Es una autolimitación que se impone el propio medio para dirigirse a un sector específico de la población, mediante la selección de contenidos capaces de satisfacer el interés informativo de sus lectores (videntes u oyentes en el caso de los medios audiovisuales.)

5. EL LENGUAJE PERIODÍSTICO, UN LENGUAJE ESPECIAL

Entendemos que es importante situar un punto de partida en lo que se refiere al Lenguaje Periodístico, indispensable para cualquier planteamiento que tenga a la Prensa como objeto de estudio, pero justificado de modo especial -a nuestro modo de ver- en este caso, en razón de dedicar al Lenguaje una parte importante de nuestra investigación.

No parece existir controversia en aceptar que el Lenguaje Periodístico es, de alguna manera, un tipo de lenguaje especial, si bien englobado dentro de la actividad comunicativa lingüística del ser humano (Martínez Albertos, González Requena, Rodrigo Alsina, Violeta Morin o Guerrero Salazar). A este respecto, parece también generalizada la opinión de que el periodístico ha sido siempre y continúa siendo un tipo de lenguaje, por un lado, diferenciado claramente del literario, y, por otro, del lenguaje popular. Ello no significa que las distancias entre uno y otro hayan de ser grandes, pues, de lo contrario, se haría imposible la comunicación. Tanto es así que el lenguaje de los medios de comunicación debe contener unos mínimos de calidad literaria, de una parte; al tiempo que, por otra, resulte de una comprensión rápida, general y concreta (Gillespie).⁷⁶

⁷⁶ GILLESPIE, J.: *Así se crea Periodismo*. Rosaljai, S.L., Barcelona, 1996, pág. 24.

No entraremos aquí en las consideraciones de si existe o debe existir unanimidad - o siquiera coincidencia- en los aspectos fundamentales del lenguaje periodístico en la Prensa,⁷⁷ la Radio y la Televisión porque este debate queda totalmente fuera de nuestros planteamientos, centrados como están en la Prensa. Lo que sí resulta pertinente es definir si esta modalidad comunicativa que hemos dado en definir como “lenguaje periodístico” posee unas características inamovibles y fijas que no pueden cambiarse a lo largo de su transcurrir histórico, o son susceptibles de ir adaptándose a los modelos que rigen en las sociedades en las que se hallan inmersos los medios de comunicación. Por lo establecido en el párrafo anterior, cabe deducir que el lenguaje periodístico no puede ser inflexible, dado que, si lo fuera, se apartaría significativamente, cuando menos, del lenguaje de la vida corriente, con su consiguiente pérdida de uno de sus grandes valores sociales: su rápida, general y concreta comprensión. Pero, además, tampoco podría distar exageradamente de los usos literarios de la época,⁷⁸ puesto que hacerlo significaría una rebaja apreciable en la calidad de los textos.

5.1. EL LENGUAJE EN LOS PERIÓDICOS CONVENCIONALES

Parece innecesario señalar que el lenguaje es un elemento esencial en la producción periodística. En opinión de González Requena, gracias al lenguaje periodístico, los hechos se hacen inteligibles, ya que la realidad es opaca. De no ser por el proceso mediante el cual el periodista aplica un proceso inteligente basado en el lenguaje, nada podría ser captado por el receptor. Se trata de una operación de transformar el hecho bruto en algo capaz de ser aprehendido por la mente del sujeto receptor. Sin este trabajo del periodista no habría comunicación.⁷⁹

⁷⁷ Cuando usamos el término “Prensa” nos estamos refiriendo exclusivamente a los medios escritos. Aunque entendemos tanto que “prensa escrita” puede haber resultado una redundancia, como que quizás hoy –dadas las modernas técnicas usadas en la reproducción- cabría revisar este criterio, aunque sólo sea por el principio de economía del lenguaje, optamos por esta fórmula.

⁷⁸ Aunque la distancia cronológica no quita ningún valor a la obra literaria –incluso en algunos casos lo incrementa-, no cabe dudar de que los textos literarios han de ser interpretados siempre de acuerdo con el contexto histórico-cultural en el que se concibieron. Aunque es un asunto que trataremos más adelante, lo mismo que decimos de la obra literaria –cuando menos- podemos mantenerlo para el caso de la producción periodística.

⁷⁹ GONZÁLEZ REQUENA, J.: *El espectáculo informativo*, Akal, Torrejón de Ardoz (Madrid), 1989.

El lenguaje que aparece en los medios de comunicación, formando parte del lenguaje cotidiano y haciendo abstracción de aquel en el que se expresan los personajes que concurren a los mismos (expertos, invitados, intervinientes en reportajes, etc.), no es exactamente el mismo que el que usan los ciudadanos en sus conversaciones cotidianas. O, dicho de otro modo, las características de este lenguaje no coinciden exactamente con las que presenta habitualmente el lenguaje de los ciudadanos.

Dado que el objetivo que nos hemos propuesto en este trabajo se centra específicamente en el periodismo escrito, debemos -entre el conjunto de los medios de comunicación- hacer una acotación especial para centrarnos exclusivamente en lo que concierne a lo que comúnmente se denomina 'periódicos'. De acuerdo con ello, reflejamos aquí sintéticamente las aportaciones de autores, como Martínez Hernando (1990),⁸⁰ Tenn A. van Dijk (1990)⁸¹, Octavio Aguilera (1992),⁸² Guerrero Salazar y Núñez Cabezas⁸³ (2002), Guerrero Salazar⁸⁴ (2007), López Hidalgo (2012)⁸⁵ y otros.

El hecho diferencial se deriva de varios factores: necesidad de crear una terminología⁸⁶ que defina las nuevas realidades, la intencionalidad de ser creativo por parte del periodista, y también, lo que podríamos llamar la debilidad del mismo periodista por dar

⁸⁰ MARTÍNEZ HERNANDO, B.: *Lenguaje de la prensa*, Eudema, Madrid, 1990.

⁸¹ DIJK, Tenn A. van: *La noticia como discurso*, Paidós, Barcelona, 1990.

⁸² AGUILERA, OCTAVIO: *La Literatura en el Periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1992.

⁸³ GUERRERO SALAZAR Y NÚÑEZ CABEZAS: *Medios de comunicación y español actual*, Aljibe, Málaga, 2002.

⁸⁴ GUERRERO SALAZAR, S.: *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Cátedra, Madrid, 2007.

⁸⁵ ⁸⁵ LÓPEZ HIDALGO, A.: *La Columna, Periodismo y Literatura en un género plural*, Comunicación Social, Zamora, 2012.

⁸⁶ El lenguaje del periodista es definido como mixto (por emplear no sólo textos, sino 'series visuales paralingüísticas' (sic) (el entrecomillado es nuestro). OCTAVIO AGUILERA: *La Literatura en el Periodismo*, Ed. Paraninfo, Madrid, 1992, Pág. 25.

una imagen lo más impactante posible, por no decir el afán exhibicionista de quien pretende lograr un seguimiento (En los tiempos que corren esta actitud es menos censurable cuando, en ocasiones, de ello puede depender el mantenimiento del puesto de trabajo).⁸⁷ Pero no sólo eso; en opinión de Dijk, tiene también mucha importancia la *ideología oculta* (la cursiva es nuestra) del periodista en la selección del léxico utilizado. Así, por ejemplo, no es lo mismo escribir ‘terrorista’ que ‘guerrilla’ y aún menos ‘luchadores por la libertad’. (Op. Cit., pág. 252).

Referidas como hemos dicho al campo del Periodismo escrito, el hecho de la aparición de nuevas realidades impone la necesidad de que aparezcan neologismos, utilizando para ello los recursos clásicos del lenguaje: derivación, composición, etc.⁸⁸ En los últimos años, la aparición y ulterior desarrollo de los ordenadores personales e internet ha obligado a insertar en el lenguaje ordinario un creciente contingente de términos para los que no había traducción disponible o ha habido que castellanizar sobre la marcha, desde formatear a chatear, o mantenerlos en su versión original (bit, driver y otros). A esto hay que añadir la función de los periódicos como transmisores de realidades ajenas al quehacer cotidiano. Desde los contenidos económicos a los científicos, una gran variedad de aspectos de la realidad, como deportes, política, ecologismo o medio ambiente y otros, han ido determinando la proliferación de palabras y expresiones como ‘megacrak’,⁸⁹ ‘bye-pass’, ‘ciberespacio’, ‘pib’, ‘tsunami’, (junto a otras como “anatema”, “geopolítica”,

⁸⁷ Cabe también tener en cuenta uno de los rasgos que, según Timoteo Álvarez, definen al Periodismo de todos los tiempos: «Debe tener rasgos llamativos, incluso escandalosos...» (El texto completo aparece en otro lugar de este trabajo).

⁸⁸ El estudio de Guerrero Salazar en su obra “La Creatividad en el lenguaje periodístico” exhibe, bajo el apartado de *transgresión de las reglas*, un variado elenco de términos formados a partir de palabras españolas completadas con terminaciones anglosajonas (rafting, tumbing, etc.). Eso, añadido a los términos sincopados tales como semis, info, finde, simpa, o Zapa.

⁸⁹ En algunos casos, la incorporación de términos supone la composición basada en lenguas tan diferentes como el griego clásico y la onomatopeya en inglés. (*El Mundo Deportivo*, lunes 6 de Julio de 2009): “ porque ahí queda la fulminante eliminación de Indiana Pacers, que se habían ganado a pulso la vitola de favoritos con Larry Bird en el banquillo, un verdadero ‘megacrak’ por su capacidad para transformar una franquicia que había estado dando tumbos” (*El Mundo Deportivo*, 15-06-1999, pág. 40).

osteopatía, carpo), además de la multitud de siglas de las que ha habido que echar mano para aligerar los textos.⁹⁰

La consideración que merece esta divergencia de los periodistas con respecto a los usos del lenguaje habitual es mayoritariamente de comprensión y respeto. Desde Martínez Albertos (1992)⁹¹ a Guerrero Salazar (2007), se da por buena esta modalidad lingüística. A pesar de lo cual, no podemos eludir la ocasión de señalar que, en muchas ocasiones, se sobrepasa innecesariamente la línea definitoria del buen uso del lenguaje⁹². Y ello es más importante cuando se admite la influencia preponderante, sobre otros modelos sociales, de este lenguaje. (Casado y Velarde⁹³)

Tal vez, el aspecto más característico del lenguaje periodístico sea la abundancia de neologismos. A tal efecto, Guerrero Salazar propone una clasificación exhaustiva para dar cuenta de los muy numerosos neologismos que la autora ha recopilado de diversas publicaciones.⁹⁴ La misma autora, en lo que ella llama *juegos periodísticos* (la cursiva es nuestra),⁹⁵ recoge unos ejemplos de neologismos basados en las frases hechas, expresiones ya consagradas y modificaciones de los nombres propios. Falta saber si esos determinados usos verdaderamente enriquecen o devalúan la buena praxis periodística, bien sea en el solo aspecto del lenguaje. Una característica que reconocen los autores es el barroquismo del que se hace gala en el lenguaje periodístico, más frecuente en los medios audiovisuales.⁹⁶

⁹⁰ En ocasiones, se mezclan siglas y neologismos en un solo titular: «La hija de Aída en GH... y hasta hará 'edredoning'» (*Qué*, viernes 20-11-09, pág. 17).

⁹¹ MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. "El Lenguaje periodístico ante el neologismo", en *El neologismo necesario*, Agencia EFE, Madrid, 1992, págs. 75-86.

⁹² En otro lugar tratamos con mayor detenimiento el asunto, pero podemos referirnos ya a algunos columnistas que no tienen inconveniente en utilizar un lenguaje incluso soez (López Hidalgo, Op. Cit., pág. 145).

⁹³ CASADO VELARDE, M.: "Influencia en la educación lingüística del Periodismo", en *Comunicación y lenguaje juvenil*, Fundamentos, Oviedo, 1998 (págs. 167-178).

⁹⁴ GUERRERO SALAZAR, S.: *La creatividad en el lenguaje periodístico*, op. cit., págs. 58-59.

⁹⁵ *Ibidem*, pág. 237.

⁹⁶ A este respecto, cabe señalar el barroquismo como recurso literario justificado en el hecho de dotar de belleza al texto. Sin embargo, son frecuentes los excesos, por innecesarios alargamiento

5.2. EL ACONTECIMIENTO Y LA NOTICIA

La relación entre lo sucedido en la sociedad (el acontecimiento) y la plasmación de la referencia a lo mismo (la noticia) ha merecido la reflexión de los teóricos, con la inevitable referencia, una vez más, al binomio ‘lo subjetivo-lo objetivo’. Rodrigo Alsina, a su vez, empieza por distinguir la noticia del acontecimiento: “El acontecimiento es un fenómeno de percepción del sistema, mientras que la noticia es un fenómeno de generación del sistema”⁹⁷. De modo que la noticia surge a partir del acontecimiento, pero, como el propio autor señala más adelante, no se trata de algo automático. Una afirmación que requiere matizarse es lo que mantiene Verón:⁹⁸ «En nuestra sociedad son los *mass media* los que producen la realidad social». Otro punto de vista lo aporta González Requena, quien matiza que el acontecimiento (el **hecho**, prefiere él) es lo real, mientras que la noticia es el **signo** (las negritas pertenecen al original).⁹⁹ Según este autor, «suceso y mensaje son dos cosas esencialmente inhomologables, radicalmente heterogéneas: el suceso es un trozo, informe y confuso en sus límites, de lo real, mientras que el mensaje es un discurso, un artefacto de signos» (Op. Cit., pág. 15).

Pensamos nosotros que el periodista no es el único responsable de la construcción de la realidad social. Lo que ocurre en realidad es que hay un consenso social en virtud del cual el periodista selecciona y explica los acontecimientos que se producen en el ámbito de la sociedad. Y lo hace con la mirada atentamente dirigida a la audiencia. Es decir, el periodista cuenta con la legitimación de la sociedad para –entre otros- construir la realidad social. Pero esta realidad en ningún caso se hace al margen de la percepción que los ciudadanos tienen de esa sociedad. Y, por supuesto, a través de un proceso de depuración

de las frases, o lo que es peor: la introducción de expresiones sin sentido. Sobre esto último, vale citar un ejemplo: “veremos a ver”. Desde que el periodista deportivo Marcos López se le ocurrió introducir esta expresión en sí misma invalidante, han surgido los imitadores, fundamentalmente en las retransmisiones deportivas. La moda ha alcanzado incluso a articulistas tan reconocidos como Manuel Alcántara. (ALCÁNTARA, MANUEL: “Miedo al miedo”. En *Ideal*, 9 de Octubre de 2014, pág. 72; y en el mismo periódico, “El club de los tarjeteros”, 12 de Octubre de 2014, pág. 88.

⁹⁷ RODRIGO ALSINA, M. Op. Cit. Pág. 50.

⁹⁸ VERÓN, 1981. Citado por Rodrigo Alsina. Op. Cit.

⁹⁹ GONZÁLEZ REQUENA: *El espectáculo informativo*. Akal, Torrejón de Ardoz, 1995.

en el que están presentes las diversas intersubjetividades de los que intervienen en la elaboración de la noticia. Este proceso, todo hay que decirlo, se desarrolla en el marco de una institución: la empresa periodística. Por otro lado, para que un acontecimiento sea percibido por el comunicador y tenga así posibilidades de convertirse en noticia, debe haber una predisposición previa a la aceptación del hecho. A pesar de que se mantiene la opinión generalizada de que, cuanto más divergente de la realidad cotidiana, más noticiable es un hecho; es imposible que un reportero *advierta* la existencia de un acontecimiento si, para él, este acontecimiento es imposible de producirse.¹⁰⁰ Y, aún en el caso de que lo capte, puede que no se atreva a publicarlo.

La confianza que los lectores depositan en el trabajo de los periodistas es lo que se ha dado en llamar “el contrato pragmático fiduciario”. Es decir, la audiencia cree que el periodista, al darle cuenta de los acontecimientos en forma de noticias, está contando la verdad. Cuando el ejercicio del periodista se realiza bajo condiciones de falta de libertades, el lector da poca credibilidad a la información publicada. Cuando esa práctica se desarrolla en el seno de una sociedad democrática, en la que no existen restricciones, el contrato se refuerza. No obstante, la prensa debe renovar diariamente ese compromiso que tiene con el lector, quien cuestionará o relativizará las informaciones periodísticas en la manera en que éstas levanten sospechas de estar sometidas a control.

Parece evidente que, para mantener vivo ese contrato no expreso, el periodista debe construir un discurso que pueda ser creído. Consciente de eso, el informador hace constar las fuentes, entrecomillando frases textuales y ofreciendo datos abundantes sobre el acontecimiento.

En 1990 se produjo en Italia un gran revuelo porque la RAI dio a conocer una noticia falsa sobre la existencia de un fraude electoral en un referéndum después de la Segunda Guerra Mundial.¹⁰¹ Pero no hay que irse tan lejos para localizar vicios de este tipo:

¹⁰⁰ Es uno de los requisitos señalados en la psicología de la percepción. Como ejemplo, se puede citar el de los niños de algunos lugares de África, que son incapaces de identificar formas geométricas simples (triángulos o cuadrados), aun dotados de niveles intelectuales más altos y de mayor grado de desarrollo perceptivo, lo que no ocurre con sus coetáneos europeos.

¹⁰¹ *El País*, 8 de Febrero de 1990. Pág. 31.

baste con señalar la práctica del *churnalismo*.¹⁰² Pero es que, además, hay datos recientes sobre prácticas similares a las que se difundieron en la RAI hace muchos años.¹⁰³ La práctica puede llevar a inventarse noticias e incluso a hacer aparecer personajes que no existen para atribuirles declaraciones.¹⁰⁴

Podría pensarse que el respeto a este contrato fiduciario es esencial para mantener el crédito entre la audiencia, pero no siempre es así. Por ejemplo, la revista americana *OK! USA* publicaba en portada que la Duquesa de Cambridge, Kate Middleton, había dado a luz de forma dramática cuando en realidad aún no se había producido el parto. En páginas interiores, se descafeína la noticia justificando la portada en rumores respecto a ese inminente parto aún no producido. Se supone que la revista se dio por satisfecha con el posible aumento de ventas de ese número y no le importó la mala praxis periodística. No pensamos tampoco que ello le trajo consigo la pérdida de lectores en el futuro. Puede esto ser interpretado como que también cuenta la actitud de la audiencia, benévola ante un ¹⁰⁵medio en el que no busca tanto la exactitud como el entretenimiento.

¹⁰² Churnalism, término acuñado por Wasen Sakin, periodista de la BBC: práctica de publicar notas de prensa sin contrastar la información. Citado por Marcus Hurst en «El periodismo del `ctrl + c` y el `ctrl + v`» Marcus Hurst en *Yorokobu*, nº 17, Abril, 2011, págs. 8-10.

¹⁰³En Marzo de 2010, la empresa británica Rentokil difundió un estudio según el cual en los vagones de metro y en los autobuses de Londres había de media 2.000 insectos, la mitad de ellos cucarachas (Se fumigó primero y se contó después). Esta noticia se publicó en periódicos como *The evening Standard* y *The Daily Mail*. Ben Geldacre, también periodista (y científico) desconfió de ese estudio e hizo indagaciones. La empresa encargada del transporte público londinense (*Transport for London*) no tenía constancia alguna de que se hubiera realizado ese estudio. Así que el periodista se dirigió a Rentokil, donde le informaron de que estos datos publicados se referían a un estudio teórico, en absoluto derivados de un experimento real. El caso es que el anuncio de ese estudio supuestamente científico y después desmentido por la propia empresa que lo propagó coincidió curiosamente con el lanzamiento de una campaña publicitaria sobre un control de plagas de la propia empresa Rentokil. (Tomado de Marcus Hurst en *Yorokobu*, nº 17, Abril, 2011, págs. 8-10.

¹⁰⁴ En el mismo artículo, Hurst refiere la experiencia de inventarse una noticia, que fue reacomodada en otros medios de comunicación. Chris Wilkins inventó varias historias sobre personajes de los que suelen salir en las llamadas “revistas del corazón”. Todas ellas fueron reproducidas por otros medios. Seguramente animados por ese éxito, se inventaron a Tim Sutcliffet, un personaje que dio a conocer una historia sobre el gato del primer ministro David Cameron. Sin comprobar nada, otras publicaciones reprodujeron la falsedad.

¹⁰⁵ CUESTA, IRMA: El falso parto de Kate, *Ideal*, 23 de Marzo de 2015, pág. 79.

Pero ¿qué pasa cuando un periódico publica una falsa noticia y alguien se decide a poner una denuncia? Al menos sabemos lo que puede ocurrir en el Reino Unido, según la entrevista publicada en el número 18 de *Yorokobu*. Un médico, ante el peligro para la población que suponía dejar de medicarse en el caso del sida y sustituir los fármacos por unas pastillas de vitaminas, inició y ganó un proceso judicial. El resultado fue que este doctor tuvo que pagar una cantidad equivalente a los 195.00 €.¹⁰⁶

Entendemos, en contra de la opinión de Rodrigo Alsina, que no puede considerarse lo mismo la costumbre –en clara recesión– de ofrecer noticias falsas en la festividad de los Santos Inocentes, dado que en este caso hay una clara complicidad por parte del lector.

Lo que tampoco se puede soslayar es el hecho de que los estados no están dispuestos a permitir que se difunda cualquier contenido por los medios convencionales y procure, en la medida de lo posible, controlar los que vayan surgiendo.¹⁰⁷

5.3. LA NOTICIA: CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD

En 1984, Adoni y Mane¹⁰⁸ definen el proceso de la construcción social de la realidad como un aglomerado de tres elementos principales:

- 1) Una realidad social objetiva
- 2) Una realidad social simbólica
- 3) Una realidad social subjetiva.

¹⁰⁶ Alguien publicó un anuncio en prensa local en Sudáfrica haciendo propaganda de unas pastillas de vitaminas para el sida y con la amenaza de que los tratamientos clásicos contra esa enfermedad mataban a la persona. “El mal periodismo de ciencia nos estupidiza”, entrevista al Dr. Ben Gol-dace por parte de Jaled Abdelrahim, en *Yorokobu*, número 18, correspondiente a mayo de 2011, págs. 9-10.

¹⁰⁷ Puede valer el ejemplo de los E.E.U.U. donde, desde el 11 de Septiembre de 2001, se desarrolla una estrategia de difusión de noticias tendenciosas (Rodrigo Alsina, Op. Cit., pág. 55).

¹⁰⁸ ADONI, H. Y MANE, S.: «Media and the social construction of reality» *Dommmunication Re-search*, vol. 11, nº 3, julio, págs 323-340. Citado por Rodrigo.

El individuo llegaría a elaborar una realidad social subjetiva integrando en su mente las otras dos realidades: la objetiva y la simbólica. Las construcciones individuales de la realidad se basan en las acciones sociales individuales, la existencia de la realidad objetiva y el significado en expresiones simbólicas. Está claro que la realidad social es algo denso, con lo que el individuo tiene un contacto limitado. Por decirlo de alguna manera, es como el conocimiento que tiene el ser humano del Universo, con el que no tiene más contacto directo que a través de su contexto terráqueo, cada cual según su residencia. Necesita, pues, que se le dé un mayor contenido a través de una realidad simbólica; lo que puede ser mediante mapas, proyecciones y explicaciones complementarias. Dentro de la realidad social simbólica se encontrarían los mass media, quienes tienen la función de hacer ‘comprensible’ un mundo que al individuo se le presenta lejano y, muchas veces, fuera de sus supuestos vitales.

En este mundo de la construcción de la realidad simbólica, no todos los integrantes tienen la misma capacidad de colaborar en la formación de esa concepción asumible y manejable que el ciudadano tiene de la realidad. Livolsi¹⁰⁹ asegura que los mass media forman un sistema integrado y general en el que la televisión tiene un lugar predominante. No lo discutiremos.

Este mismo autor nos ilustra con una serie añadida de propuestas:

- La producción de la noticia está determinada –además de por un proceso de formación - por una política cultural¹¹⁰ que, en ocasiones, parece carecer de lógica.
- Hay que entender la objetividad como una propuesta explícita de una clave de lectura del flujo comunicativo.
- Cada medio debe buscar su propia diferenciación con respecto a los demás.

¹⁰⁹ LIVOLSI, M.: «Modificazione nelle structure en el sistema dei mezzi di comunicazione di massa», en A.A. V.V., *Informatione, consenso e dissenso*. Il Saggiatore, Milán, págs 34-51.

¹¹⁰ Edgar Morin afirma literalmente: «la palabra comunicación, para muchos habrían podido ser tomados igualmente desde la perspectiva de la palabra cultura.» (EDGAR MORIN (WOLTON, DOMINIQUE: “La comunicación ayer y hoy”, entrevista a Edgar Morin, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Universidad Complutense, Madrid, Septiembre 2004, pág. 107.

- Los medios escritos deben preocuparse más por resolver sus problemas estructurales (bases económicas, introducción de tecnologías, medios de distribución, etc.)

Por otra parte, hay que hacer referencia a la clásica taxonomía de Greenberg, resumida aquí.¹¹¹

Noticias tipo I: Acontecimientos de escaso interés general, pero muy significativos para unos pocos.

Noticias tipo II: Acontecimientos a los que los mass media dan una importancia especial y que son difundidos masivamente por ellos.

Noticias tipo III: Acontecimientos muy urgentes e importantes a los que prestan mucha y rápida atención los mass media, pero que a muchos ciudadanos llegan a través de otras personas.

De ahí la importancia secundaria de los medios de comunicación, concretamente de la prensa de papel, en la que centramos nuestra atención: el periódico es también vehículo de información y de discusión de la realidad circundante al ciudadano.

Otro aspecto a considerar es que los medios de comunicación son interdependientes unos de otros. Así que resulta poco inteligente, además de escasamente rentable, entretenerse en luchas fratricidas.

Por otro lado, los medios forman parte de un entramado en el que confluyen tres actores principales: los medios de producción, los grupos económicos internos y externos y las fuerzas políticas. Cada uno de ellos con sus intereses de por medio. Ni que decir

¹¹¹ GREENBERG. Citado por MC QUAIL/WINDAHL, 1984, PÁGS. 115-121, citado por RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1985, págs. 51-52.

tiene que cada cual trata de obtener el mayor beneficio a costa de los otros, pero no por ello cada uno desarrolla estrategias diferentes, sino que se produce un mimetismo comprensible cuando se quieren obtener más beneficios: se imitan las fórmulas informativas que tienen éxito de público.

Un fenómeno creciente al que asistimos en este mundo es la concentración de medios, por no decir de capital, que eleva a cifras astronómicas los presupuestos de cada uno. Además de la internacionalización y externalización de las bases económicas de los propios medios. Por último, reflejamos, en esta somera visión, un fenómeno reciente: la inclusión de los propios informadores en sistemas completamente ajenos y de los que parecen formar parte: nos referimos a los periodistas-soldado, totalmente incrustados dentro de los ejércitos, sin que se pueda precisar a las órdenes de quienes están (Rodrigo Alsina, Op. Cit. Pág. 67).

5.4. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA

Como se ha dicho anteriormente, la noticia se elabora a partir del acontecimiento. La historia del Periodismo refleja diferentes criterios a la hora de hacer la selección de los acontecimientos para confeccionar el elenco de noticias que representa la oferta al consumidor. Porque la sociedad cambia y los MCM han de adaptarse a ella, no siempre han primado los mismos hechos a la hora de seleccionarlos. Ya en 1973, Tudesq¹¹² distingue tres grandes etapas de la prensa en los modelos de selección de los acontecimientos:

- 1/ Antes de la aparición de la prensa de masas.
- 2/ Durante la hegemonía de la prensa de masas.
- 3/ En la actualidad.

¹¹² TUDESQ, A. J.: “La presse et l'évènement”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, N.º. 46, Oct. - Dic., 1976, págs. 167-170, traducción Mª Paz Cabello Carro.

Vázquez Montalbán¹¹³ es más preciso. Señala tres fases:

1ª: De lucha por la libertad de prensa (reprimida por la Santa Alianza). 2ª: Aparición de diarios con gran influencia doctrinal sobre ciertos sectores sociales, y 3ª: Puesta en marcha de la ‘prensa de información’, con características similares a la actual.

También aporta una división Fernand Terrou:¹¹⁴ Desde sus comienzos hasta 1815, De 1815 a 1914 (impulso y apogeo de la prensa), y de 1914 hasta nuestros días.

Rodrigo Alsina, a su vez (Op. Cit, págs 130-131, señala también tres etapas:

1/ Los acontecimientos antes de la prensa de masas (De mediados del XIV a mediados del XIX).

2/ Los acontecimientos durante la prensa de masas (De mediados del XIX a mediados del XX).

3/ Los acontecimientos con la comunicación de masas (De mediados del XX a la actualidad).

Cómo actúa el periodista ante el acontecimiento para elaborar la noticia.

A este respecto, el ya citado González Requena señala que el proceso se inicia mediante la interpretación del hecho informativo. Esta interpretación comprende la concep-

¹¹³ VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. *Historia de la comunicación social*. Bruguera, Barcelona, 1980.

¹¹⁴ TERROU, F.: *La información*. Oikos-Tau, Villasar de Barcelona, 1970.

tualización del hecho (para lo que el periodista usa unos determinados códigos semánticos),¹¹⁵ narrativación (situarlo en un contexto de acontecimientos). A partir de ahí, el periodista ha de proceder: valorando el hecho, eligiéndolo o no, como hecho ‘noticiable’, construyendo discursivamente la noticia y ubicándola en la cadena informativa. (González Requena, Op. Cit. Págs. 7-11). El autor mantiene que los hechos son totalmente mudos, por lo que no pueden estar presentes en el discurso informativo, compuesto exclusivamente por *signos* (la cursiva es nuestra).

Es en realidad la institución informativa la que interpreta los hechos de acuerdo con una determinada ideología y usando un lenguaje impregnado de esta ideología. Cuando se habla de que “los hechos hablen por sí mismos” (como si los hechos fueran transparentes o tuvieran la capacidad de hablar), lo que se hace es comparar el discurso propio con otro discurso preestablecido emitido por otro medio. Al hacerlo, implícitamente se tiende “a negar toda distancia entre *lo real y la realidad*”¹¹⁶ (sic). Se tiende a negar, en definitiva, que las instituciones son las que generan los discursos sociales: son espacios de producción donde se construye la *realidad*.¹¹⁷

5.5. CONDICIONES QUE DEBE REUNIR UN ACONTECIMIENTO PARA PODER SER CONSIDERADO -CON MÁS PROBABILIDAD- NOTICIA

Citando a Galtung y Ruge,¹¹⁸ Rodrigo Alsina refiere estas condiciones que resumimos aquí:

- 1.Frecuencia. Ajustado a la periodicidad del medio y a su tiempo de producción.
- 2.Umbral. Umbral de intensidad alto o nivel normal con aumento repentino.

¹¹⁵ No es lo mismo etiquetar un hecho de ‘concentración’ que de ‘manifestación’, por ejemplo.

¹¹⁶ La cursiva es nuestra.

¹¹⁷ Íbidem, págs. 14-15.

¹¹⁸ GALTON, J. Y RUGE, M.H.: “La struttura delle notizie dall’estero”, en *Il giornalismo come professione*, BALDI, P. (ed.). *Il Saggiatore*, Milán, 1980, pág. 120. Citado por RODRIGO ALSINA, M. La construcción de la noticia (Op. Cit., págs. 111-112).

3. Ausencia de ambigüedad.
4. Significatividad. Afinidad cultural o relevancia del acontecimiento.
5. Consonancia. Acorde con las expectativas de la audiencia.
6. Imprevisibilidad.
7. Continuidad. Se seguirán noticias relativas al acontecimiento.
8. Composición. Equilibrio en el conjunto de informaciones del medio.
9. Valores socioculturales. Referencia a personas o naciones de élite. O con carácter negativo.

Y agrega tres factores que aumentan la posibilidad de que un acontecimiento dado pueda ser considerado noticia:

1. La agregación. Varios factores noticiosos concurrentes.
2. Complementariedad. Un factor relevante ayuda a la selección aunque haya otro más débil.
3. La exclusión. No se considerará noticia al acontecimiento que carezca de estos factores.

5.6. MODELOS DE ELABORACIÓN DE LAS NOTICIAS

En el proceso de elaboración de la noticia, la realidad se analiza desde dos puntos de vista: el anglosajón y el italiano.

1/ Modelo anglosajón. Grandi¹¹⁹ analiza dos tipos de estudios: El primero basado en las organizaciones formales y la actuación de las estructuras informativas, y otros basados en las teorías de la sociología interaccionista.

2/ Modelo italiano. Bechelloni¹²⁰ diferencia cuatro tipos de Periodismo:

¹¹⁹ GRANDI. R.: “La ricerca mediologica di matrici anglossassones sulla professionalità giornalistica”, *Problemi dell’informazione*, año X, nº 3, julio-septiembre, 1985. Citado por Rodrigo Alsina, M.: La construcción de la noticia, op. cit., pág. 157.

¹²⁰ BECHELLONI.: “Oltre il modello liberale. Ipotesi sulla professionalità giornalistica”. *Il mestiere di giornalista*, G. Bechelloni (ed), Lignosi, Nápoles, 1982. Citado Por Rodrigo Alsina, M.: La construcción de la noticia, op. cit., pág.157.

- 1/ Los MCM están condicionados por el poder dominante.
- 2/ La autonomía de los MCM es relativa respecto a los mecanismos del poder.
- 3/ Se sugiere que la realidad –sencilla en sí misma- es manipulada por los MCM.
- 4/ La realidad social es algo opaco y es el periodista el que debe interpretar y explicar esa realidad.

Por su parte, Rodrigo Alsina¹²¹ añade un quinto modelo: el de la construcción social de la noticia.

5.7. LAS FUENTES

Molotoch y Lester¹²² distinguen: los hechos (happenings), los acontecimientos (occurrences), la información (event) y los temas (issues). Los primeros es lo que sucede en el mundo. De esos hechos, un conjunto de ellos trascienden y son conocidos: a estos se les cataloga como “acontecimientos”. Un acontecimiento se concreta en noticia si alguien lo utiliza. Un tema es una información que puede utilizarse de maneras diferentes e incluso opuestas unas a otras. Algunos acontecimientos tienen una influencia en la vida colectiva (events publiques). Son señalados también como un “índice de poder”. El que un acontecimiento (event) sea considerado como event publique depende de tres factores: las fuentes (los promotores de las noticias), de los periodistas (son los que seleccionan las noticias) y la audiencia, que es la destinataria del quehacer periodístico.

No todos los promotores de las noticias constituyen fuente en igualdad de condiciones. Las instituciones a nivel nacional tienen más fuerza que las agrupaciones regionales o locales, del mismo modo que las grandes empresas tienen mayor peso que las agrupaciones ciudadanas.

¹²¹ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., pág. 158.

¹²² MOLOTOCH y LESTER: “Accidental news: the great oil spill as local occurrence and national event”, *Amerian Journal of Sociology*, vol. 81, 1975. Citado por Rodrigo Alsina, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit.

Entre los hechos que dan lugar a la publicación de las noticias, hay algunos que están promovidos por las propias fuentes, como las ruedas de prensa. Éstas tienen una clara intencionalidad de difundir un determinado mensaje. Por ello se las denomina “rutina”. Entre ellos, hay algunos acontecimientos que no siguen el procedimiento de la creación por parte de la fuente. Son los “escándalos”, promovidos por los periodistas. En cambio, existen otros hechos que no son promovidos intencionalmente: los “hallazgos” y los “Incidentes”.

Los “incidentes” son los hechos no han sido dados a conocer intencionalmente por los habituales y son promovidos por los periodistas. Los “hallazgos”, promovidos por las fuentes, se refieren a los hechos que se dan a conocer en algún acto porque así interesa a la fuente.

La importancia del status político tiene relevancia en asuntos concomitantes con la política, como cabía esperar. El asunto es que un acontecimiento -del tipo de un crimen político, por ejemplo- es seguido después por una serie de informaciones que se refieren al hecho acaecido. Estas informaciones adquieren el carácter de fuentes vicarias en cuanto se refieren al hecho principal. El problema es que el periodista, en su afán de dar a conocer al máximo todo el entorno de la noticia, puede caer en asumir con el máximo valor de claraciones del político, aunque éstas hayan sido “preparadas” para su conveniencia.

5.8. EL NOMBRE DE PERIODISTA

Hoy en día, tanto “periodistas”¹²³ como “periódicos” –término consolidado en el siglo XIX-, son nombres asociados de forma biunívoca a un ejercicio profesional y al producto escrito que la empresa informativa difunde entre la sociedad. Pero no siempre fue así.

¹²³ Lo mismo puede decirse de términos como “reportero” o “redactor” (este último, por cierto, también dando nombre a periódicos como “Diario redactor de Sevilla”, de 1913.

Muy relacionada con la denominación que han ido adoptando los medios escritos – primeros en la aparición del ejercicio periodístico-, los responsables de los textos aparecidos en ellos han ido cambiando también la forma de ser identificados socialmente. En España, el momento crucial para que ejercicio profesional y producto informativo se consolidara es el periodo comprendido entre la ilustración y las postrimerías del reinado de Fernando VII. Se trató entonces de hacer una adaptación de los diferentes nombres con que estos profesionales habían sido conocidos en el extranjero, significativamente en Francia y en el mundo anglosajón.¹²⁴

Por este motivo, si los primeros periódicos se conocían como “gazetas”, a los primeros periodistas españoles se les llamó “gaceteros” o “gazetistas”, términos que fueron castellanizados después, para resultar “gacetas” y “gaceteros”, respectivamente. A continuación, los redactores de los “diarios” pasaron a ser “diaristas” e incluso “diareros”, que empieza a simultanear con un término que hará fortuna: “periodista”, aunque entonces expresada en el binomio “escritor periodista”.¹²⁵ Pero, finalmente, se consolidarán los términos “periódico” y “periodista”, tal y como han llegado a nuestros días.¹²⁶

Entre medias, “escritores periódicos”, “papelistas”, “pensadores”, “jornalistas”, “escritores públicos”, además de los ya citados “gaceteros” y “diaristas”. Y, para los periódicos, el profesor Checa enumera los siguientes: “papel”, “papel periódico”, “obra periódica”, “discursos políticos”, “periódico momentáneo”, “correo de los ciegos” y hasta “publicistas”; alguno de ellos seguido por uno o más “apellidos”. (Op. Cit., págs. 3 y 4).

¹²⁴ A. CHECA GODOY: “La terminología periodística”, en *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, revista digital del Grupo de Estudios del siglo XVIII. Nº 16. Universidad de Cádiz, 2010.

¹²⁵ No se piense que esta asociación escritor y periodista sirvió para dignificar al profesional, sino más bien todo lo contrario, como señala Checa, citando unos versos del “Correo de los ciegos de Madrid. (Op. Cit., pág. 2).

¹²⁶ Curiosa fórmula femenina para un ejercicio en el que coinciden hombres y mujeres. Es uno de tantos en la lista de dentista, maquinista, oficinista y otros, lo que se entiende por que fueran hombres los primeros en ejercer estos oficios.

5.9. DIVERSOS TIPOS DE PERIODISTAS

En el mundo anglosajón se dio por dividir el ejercicio periodístico en dos modelos distintos: El gatekeeper (descrito en el año 1950) y el advocate (modelo de los años sesenta). El primero hace referencia al procedimiento por el que se selecciona, entre las informaciones, lo que debe ser noticia. El nombre alude a puerta (gate) y a la acción de capturar (to keep). De hecho, el conjunto de informaciones pasa para una “puerta”, donde un periodista selecciona lo que cree más relevante para ser publicado. En el proceso de selección tienen gran importancia las propias actitudes y convicciones del profesional. Este modelo profesional es criticado por considerar que no existe una sola “puerta” de entrada de las noticias, el proceso de elaboración de la noticia está sujeto a factores organizativos y este modelo sugiere una actitud pasiva del periodista que se limita a recoger lo que le llega. Por otra parte, el proceso de elaboración de la noticia está sujeto a la interacción de varios factores, como son las propias fuentes, el público y el mismo periodista.

El advocate es el periodista que toma partido por el emisor de la noticia y se alinea con su posicionamiento. En cierto modo, es una figura que se corresponde con un personaje seducido por el mensaje que transmite. Podemos identificar este modelo con cierto tipo de ejercicio periodístico, en el que se sitúan los “periodistas comprometidos”, que asumen de hecho el papel de abogados de los grupos o personajes -en algún sentido- marginados.

5.10. LA INDEPENDENCIA O LA OBJETIVIDAD DEL PERIODISTA

Es un tema crucial en cualquier discusión sobre la deontología periodística. Por una parte, en general se conoce la ideología de cada medio, de modo que el periodista puede en principio elegir según su mejor acomodo. La realidad es que, particularmente en las circunstancias actuales, no se puede decir que esa libertad de elección exista en la práctica. Por otro lado, está el criterio de la *profesionalidad*, concepto al que se alude frecuentemente para justificar los cambios de trabajo.

Para empezar, es útil recordar lo que dice Rodrigo Alsina¹²⁷ al respecto. La ideología está latente en las variantes sociolingüísticas del propio lenguaje, como lo está vinculada a lo público. De modo que todo que todo el quehacer del ejercicio periodístico está –por decirlo de alguna manera- impregnado en la ideología.

Aunque la objetividad del periodista goza de una buena opinión en la sociedad, no todo el mundo se muestra de acuerdo, por cuanto la objetividad puede suponer la inhibición para que los poderes establecidos difundan sus mensajes sin ninguna obstrucción. De hecho, hasta que el pueblo no sea el propietario de los MCM, éstos estarán en manos de los poderosos, quienes determinarán en la forma y en el fondo qué es lo que conviene difundir y qué cosas o aspectos de la realidad hay que silenciar.¹²⁸ Otro autor, Schiller¹²⁹, define dos modalidades de desvirtuar los mensajes originarios: La fragmentación o focalización de la información –el único que se emplea en E.E.U.U.- y la urgencia en transmitir las noticias. En el primero de los casos, la fragmentación produce entre otros inconvenientes la coincidencia de mensajes importantes con otros triviales, lo que confunde al lector, que no sabe discriminar entre unos y otros. Las urgencias por dar a conocer las noticias –muchas veces con precipitación- dificulta la comprensión del lector y obliga en ocasiones a los periodistas a ampliar o reducir la noticia primera.¹³⁰

El periodista *advocate* y el periodista *gatekeeper*. El primer estilo de periodismo es el del profesional que se implica en la situación de los implicados en la noticia, de modo que tiene a hacer de “abogado” de sus causas. El segundo caso es el del profesional que

¹²⁷ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., pág. 23.

¹²⁸ TAUFIC, C.: *Periodismo y lucha de clases*. 3ª edición. Akal, S.A., Los Berrocales del Jarama, Torrejón de Ardoz, Madrid, 1986, págs. 30 y ss.

¹²⁹ SCHILLER, H.C.: *Manipuladores de cerebros*, Gedisa, Barcelona, 1978, págs. 39-44. El autor define 5 mitos: el del individualismo y la decisión personal, el de la neutralidad, el de la naturaleza humana inmutable, el de la ausencia de conflictos sociales y el de prolalismo de los medios. Aunque Schiller se centra en la televisión norteamericana, por las argumentaciones que expresa no sería exagerado entender que esta crítica podría extenderse –en su opinión- al resto de los medios y al conjunto de los países capitalistas.

¹³⁰ La revista británica “Delayed Gratification”, que se jacta de ser “la última en dar las noticias”, se propone hacer todo lo contrario. De hecho sus responsables afirman: “Nos tomamos nuestro tiempo para escribir y esperamos que la gente no tenga prisa para leerlo”. *El Mundo*, 01-02-15, pág. 58.

entiende al público suficientemente autónomo para interpretar los hechos. Indudablemente, en el primero de los casos es donde se registra el mayor nivel de politización; el segundo se corresponde más con el modelo democrático occidental.

¿Existe verdaderamente la diferencia de ideologías entre los MCM? Y, sobre todo, ¿responde la totalidad de lo publicado a este alineamiento ideológico?

Mancinas-Chávez y Reig¹³¹ defienden todo lo contrario. Según estos autores, los medios están en realidad en manos de grupos de presión que actúan sobre ellos y que se activan como un resorte cuando la cuestión que se plantea afecta a sus intereses comerciales. Y, como ejemplo, exhiben las portadas de El País y el ABC coincidentes básicamente en los titulares cuando el fallecimiento de Chávez. Pero el problema no afecta sólo a España y a los intereses que las empresas españolas puedan tener en Hispanoamérica. Con ejemplos concretos sobre la colonización de los MCM en Argentina y Venezuela – particularmente en la televisión-, los autores defienden la tesis de que hay un control prácticamente mundial sobre la circulación de noticias. Es lo que expresan así:

«El periodista no puede ser auténticamente libre si una maraña de intereses socioeconómicos de diversos sectores está detrás de su trabajo. Sostenemos que su trabajo está inmerso en una inmensa macro-estructura de poder contextual, que, como todo poder, tiende a legitimarse mediante mensajes que lo sostengan y consoliden.»¹³²

Otro autor, Xavier Mas de Xaxàs, viene a coincidir con ellos en lo esencial. Mas habla del silencio de la Redacción a donde llega un periodista formado en una teoría que en seguida empieza a percibir como inútil. El “silencio de la redacción” es su primera sorpresa. A él le dan un par de instrucciones sobre el ordenador y poco más. Ahí en la pantalla se encuentra todo lo que él necesita para cumplir con su trabajo. La ancestral

¹³¹ MANCINAS-CHÁVEZ, ROSALBA y REIG, RAMÓN: Influencia del mensaje periodístico y estructuras mediáticas, en *Aspectos psicosociales de la comunicación*, Pirámide, Madrid, 2014, págs. 127-143.

¹³² MANCINAS-CHÁVEZ, ROSALBA y REIG, RAMÓN, op. cit., pág. 128.

actividad del periodista en la calle, preguntando y observando la realidad ha sido sustituida por el silencio en la Redacción y la información que aparece en la pantalla de su ordenador.¹³³

También C. Taufic,¹³⁴ abunda en la misma idea y llega a afirmar que «no es que millones de personas “estén alienadas por la televisión”, sino que están alienadas por el capitalismo; no es que la prensa sea “el cuarto poder del Estado”, sino que está al servicio de los poderosos»

Otro autor, Bunge,¹³⁵ advierte también: “El buen periodista asume su compromiso con la verdad y rechaza las indicaciones de la empresa cuando ésta no actúa correctamente.”

Finalmente, traemos aquí la opinión del anteriormente citado autor Edgar Morin quien propone señala la importancia de la tecnificación, que unida a la industrialización y a la hipercomercialización, propicia que, lo mismo que ocurre con los libros, se vean favorecidos – a través de ciertos periódicos- temas y personajes, lo que beneficia la mayor difusión de determinados enfoques¹³⁶.

Difícil se intuye la labor del periodista cuando el marco laboral en el que ha de realizar su tarea puede oponerse en aspectos fundamentales a lo que dicta la buena praxis periodística.

¹³³ MAS DE XAXÀS, XAVIER: *Mentiras*. Destino, Barcelona, 2005, págs. 77-78.

¹³⁴ TAUFIC, CAMILO: *Periodismo y lucha de clases*. Akal. Los Berrocales del Jarama, Torrejón de Ardoz, 1986, págs. 30-31.

¹³⁵ BUNGE, MARIO: Periodismo y Filosofía: <https://grupobunge.wordpress.com/2006/07/21/periodismo-y-filosofia/>

¹³⁶ EDGAR MORIN (WOLTON, DOMINIQUE: “La comunicación ayer y hoy”, entrevista a Edgar Morin, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Universidad Complutense, Madrid, Septiembre 2004, op.cit., págs. 211-212.

5.11. IMPORTANCIA DEL LENGUAJE

Sea cual sea el medio a través del que el periodista se dirija al receptor, la base del quehacer periodístico es el lenguaje. Incluso, cuando la transmisión es a través de la imagen, también hablamos de su lenguaje, porque las imágenes comunican, si bien es imprescindible la mano del periodista para presentar la imagen suficientemente explicativa de lo que se quiere transmitir. En todo caso, preferimos referirnos al lenguaje hablado o escrito, más bien a este último si tenemos en cuenta cual es el objetivo de nuestro trabajo.

Algo consustancial con el proceso de comunicación, de acuerdo con el clásico esquema de Jakobson, es la consideración del Receptor, para el que hay que acomodar el mensaje en las condiciones mejores para su correcta interpretación. El receptor forma parte de un sistema estructurado en el que el marco cultural tiene una importancia capital. Y, como señala Rodrigo Alsina, la lengua de un pueblo da forma a su cultura porque determina la percepción y representación que el hablante tiene de la realidad (sic).¹³⁷ Así que, aun cuando el proceso de elaboración de la noticia sea similar, cuando no idéntico, en cada contexto social, será imprescindible que el comunicador tenga en cuenta que cada lengua está en la base, no sólo de cada marco cultural, sino incluso que forma parte de las estructuras intelectuales y emocionales de esos ciudadanos (Rodrigo Alsina, pág. 51).¹³⁸

5.12. LA EMPRESA PERIODÍSTICA¹³⁹

Partimos de la opinión de Rodrigo Alsina de que los MCM están integrados en una especie de “sistema heteróclito” -así lo denomina en la pág. 37 de su frecuentemente citada obra “La construcción de la noticia”-, aunque cada medio tiene unas características tecnológicas propias que condicionan el modo en que la noticia se produce, circula y se

¹³⁷ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., pág.50

¹³⁸ El proceso de elaboración del MI, a partir del lenguaje será objeto de nueva consideración en el capítulo 5.

¹³⁹ RIOJA, MARIANO: La empresa periodística: sus peculiaridades, *Boletín informativo de la Fundación Juan March*, Madrid, 1976.

consume. De todos modos, los productores de la comunicación, los poderes políticos y de producción se interfieren, de modo que la resultante se ve condicionada por todo ello. Pensamos que también por el quehacer de los periodistas.

Mariano Rioja resume las diversas definiciones dadas sobre la empresa: es una unidad de producción en la que capital, técnica y trabajo realizan una actividad encaminada a crear o aumentar la utilidad de los bienes.

Más adelante matiza que, en la actualidad es más apropiado hablar de una «comunidad organizada de persona, aportantes de capital, técnica y trabajo que, con unidad de dirección, realiza una función productiva o de servicio con la genera un valor añadido que se distribuye entre los aportantes en función de sus aportaciones y de sus riesgos.»

Esto implica, según este autor, que todos tengan una participación activa en el desenvolvimiento de la empresa, de modo que estén informados y puedan formar parte de los órganos de gestión de la misma, lo que no supone una participación directa y personal en la decisión de los asuntos.

Parece oportuno señalar que, siendo la empresa periodística una empresa más, posee unas peculiaridades que la hacen en algún modo diferente. Dado que el fin de toda empresa es obtener beneficios –independientemente de que se le atribuyan a algunas de ellas fines sociales-, no es la periodística –o no debería serlo- una organización en la que primen esencialmente los intereses económicos.

Quizás la primera cuestión distintiva haya que situarla en el hecho de servicio público que la prensa tiene como compromiso para mantener informada a la población y contribuir de forma importante a la formación de la opinión pública. Ello supone la necesidad de que el estado –particularmente el democrático, al que se supone interesado en el asunto- contribuya al mantenimiento de medios independientes. Lo cual supone necesariamente la ayuda que garantice su libertad para mantenerlos al margen de intereses particulares.

Para que ello se atenga a un principio de racionalidad, es importante que la empresa periodística defina claramente los principios ideológicos a los que se acomodará.

Otra condición que se nos antoja esencial es la capacidad de la Redacción para la selección y tratamiento de los temas, independientemente de los intereses económicos que subyacen en el proyecto empresarial conjunto.

El carácter social del trabajo que promueve la empresa periodística debe salvaguardar su independencia de los regímenes políticos imperantes en el contexto nacional o regional, de modo que no se produzcan presiones en orden a la preservación de una cierta imagen del poder.

Por parte de la empresa periodística, deben regir también algunas obligaciones con respecto a los ciudadanos. Ellas –además del servicio a la verdad y la abstención de exageraciones- deben sobre todo procurar la máxima transparencia, no sólo en cuanto a sus criterios periodísticos, sino también a la composición de los órganos de gobierno, administración, personal, redactores, etc.

Finalmente, cabe señalar que el periódico no es un producto más en el mercado. Sus características obligan a todos a un máximo de escrupulosidad para evitar asintonías -más allá de las inevitables- entre la empresa (incluyendo redactores) y otros estamentos de la sociedad (incluyendo lectores). El aumento de los costes del periódico impreso hace necesario el complemento de la publicidad, lo que puede generar roces entre unos y otros. Y todos deben ser comprensivos respecto al valor social de una prensa libre en una sociedad democrática.

6. LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Todo el mundo habla de los efectos que los medios de comunicación (En adelante, MCM o medios) tienen sobre la opinión pública, pero sobre este asunto hay mucho que matizar. No parece que merezca la pena discutir sobre la evidencia de que los MCM proponen (tal vez imponen) modelos que la sociedad en su conjunto adopta en modas, formas

de vida, etc.¹⁴⁰ Como afirma Raymond Williams, cuando se habla de que tales inventos han alterado el mundo (la radio, la imprenta, la televisión), no han sido los nuevos ‘media’ los que han alterado el mundo, sino los usos que las diferentes sociedades hacen de ellos.¹⁴¹ Porque cada periódico, cada emisora, se difunde en un escenario de complejas relaciones sociales. Por otro lado, tampoco hay que dejar de considerar que es imposible que el ciudadano tenga como referencia un único medio, sino que lo normal es que esté expuesto a la influencia de varios.

Y, ya entrando en la carga ideológica que subyace en la opinión pública, hay que tener en cuenta que ésta es una realidad que actúa independientemente de lo que lo hace el público al que se refiere. Queremos decir con ello que la opinión pública no es la suma de la opinión que tienen los ciudadanos uno a uno. Los estudios sobre el tema lo aclaran suficientemente. Además de que no es posible ni tan siquiera conocer cuál es en realidad la opinión pública; solamente nos valemos de manifestaciones que se producen y, en todo caso, de los resultados de las consultas populares (elecciones, por ejemplo).

Sí podemos hacer aproximaciones a lo que puede formar ese sustrato ideológico, patrimonio del ciudadano. Y, naturalmente, analizar en qué medida los medios de comunicación contribuyen a constituirlo.

Para abordar esta cuestión, tenemos que partir del planteamiento inicial de que el ser humano es sujeto receptor de un complejo sistema de información y –en el mejor sentido lo decimos– de manipulación por parte de instituciones y realidades sociales en las que está inmerso. Desde la escuela y los centros educativos –donde hay que situar, por definición, la mayor carga formativa– a los clubes, centros de reunión, cultura de la calle, etc., son muy numerosas las fuentes de carga ideológica disponibles. Pero centrémonos en el caso concreto de los MCM y sus influencias en el bagaje ideológico que anima el espíritu de actuación de cualquier ciudadano.

¹⁴⁰ La sociedad actual ya no se rige por las comunicaciones interpersonales, en general mermadas por el estilo de vida actual, y, en muchos casos, claramente deficitarias; en un mundo dominado por la competición y una especie de ‘autismo’ funcional.

¹⁴¹ RAYMOND, WILLIAMS: “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales”, en Williams Raymond (Ed): *Historia de la Comunicación. Volumen 2: De la imprenta a nuestros días*, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1992.

6.1. CONSIDERACIONES RESPECTO A LOS EFECTOS DE LOS MCM

1/ A este respecto, la primera consideración que debemos hacer es que ese efecto de los medios en lo que podríamos llamar “conciencia ideológica” del individuo se concreta en la influencia que se deriva de la exposición de ese individuo a un sistema de canales informativos. De hecho, son muchos los flujos de información que llegan al ciudadano medio: radio, televisión, prensa de papel, internet, vallas publicitarias, pintadas, películas, propaganda comercial, etc.¹⁴² Porque no hay que atribuir a los MCM mayor poder del que pueden tener en un momento dado. Sobre este asunto, es clásico traer a colación el caso de la “Guerra de los Mundos”, de Orson Wells. Se pudo constatar que más de un millón de las personas que siguieron el programa radiofónico sintió pánico (lo habías seguido seis millones). Ese efecto inmediato sobre un estado de ánimo no debe confundirnos sobre el efecto a largo plazo que cualquier mensaje difundido a través de los MCM pueda tener sobre la población.¹⁴³ Como dice Checa Godoy, poniendo como ejemplo el derribo de las Torres Gemelas, a pesar de que la población pudo ver en directo el acontecimiento, “difícilmente podría afirmarse que los medios tuvieran alguna influencia previa los hechos e incluso a las autocensuras y otras circunstancias limitadoras que se dieron esos días en el mundo de la comunicación”.¹⁴⁴

Por otra parte, cuando el ciudadano es consumidor de un único MCM (la radio, por ejemplo), si además es “adicto” a un programa concreto, el efecto de este medio o de este programa es muy importante. No ocurre lo mismo cuando el sujeto forma parte de la audiencia de varios medios (prensa de papel, radio y televisión), máxime cuando los medios que sigue tienen contenidos ideológicos muy dispares.

¹⁴² Sólo por razones de claridad expositiva, no entramos en el análisis de las características diferenciales existentes entre medios de comunicación como vallas publicitarias o películas y el objeto esencial de nuestro trabajo: los medios prensa, radio y televisión. Y, más concretamente, la prensa escrita.

¹⁴³ En este como en otros temas, hay quienes adoptan posiciones claramente radicales. Es recurrente la figura de Noam Chomski, defensor incombustible de los maléficos efectos que los medios, particularmente la televisión, tienen sobre el individuo.

¹⁴⁴ CHECA GODOY, A.: *Historia de la Comunicación: de la crónica a la disciplina científica*, Netbiblo, Oleiros (La Coruña), 2008, págs. 7-8.

2/ La siguiente consideración que tenemos que hacer es la referida a las dos formas con que una misma unidad de información –esa especie de “bit” sería, por ejemplo, la noticia sobre energía- llega a la mente. De un lado, diacrónicamente -sobre la energía se viene hablando desde hace mucho tiempo, aunque más en la actualidad-; de otro, sincrónicamente (lo que sobre ella se dice en todos medios).¹⁴⁵

Desde luego, no todos los medios tienen los mismos efectos en la formación de la conciencia del individuo. Según Martín Serrano, todos los medios no se limitan a informar. El autor mantiene que la televisión y la radio, además, refuerzan la identidad social. La primera refuerza la seguridad emocional de que el mundo sigue funcionando en lo cotidiano. Y la radio realiza la misma función para que el ciudadano confíe en que todo seguirá funcionando en el futuro. Por otra parte, este autor señala que ciertos medios -la prensa de papel- concede cierto status cultural al lector, así como un cierto rol social -se atribuye más a la figura masculina-.¹⁴⁶

El mismo autor ya citado mantiene que la lectura de prensa de papel propicia el seguimiento de otros medios -la radio y la televisión-,¹⁴⁷ fenómeno que no se produce a la inversa. De ello parece desprenderse que la lectura de diarios aboca al consumidor a la búsqueda de los aspectos de la noticia en otros medios de comunicación. Es necesario matizar que Martín Serrano se refería a la realidad que había entonces -hablamos de 1982- y sus valoraciones no podían tener en cuenta las nuevas fórmulas comunicativas, ni tampoco el valor que la sociedad actual atribuye a la eficacia y características de cada medio.

Lo que está claro también es que ya no se concibe la sociedad sin la aportación que hacen los MCM. Su presencia se trasparenta en la manera de vestir, de comunicarse y - en algún grado, de pensar- de la población. Porque, en la actualidad, ya no es suficiente

¹⁴⁵ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., págs. 53-54.

¹⁴⁶ MARTÍN SERRANO, M.: *El uso de la comunicación social por los españoles*, Centro de Investigaciones sociológicas. Madrid, 1982.

¹⁴⁷ MARTÍN SERRANO, M.: *Ibidem*, pág. 50.

la comunicación directa entre ciudadanos como factor transmisor de modas, usos y valores. Es lo que defendía Hall,¹⁴⁸ en 1981 y que pensamos sigue vigente: En el proceso de globalización, los grupos o clases sociales construyen sus modelos sociales -prácticas, valores y sus propios modelos de vida- basados en los modelos transmitidos por los medios. En este sentido, los medios construyen una especie de inventario de lo que en la sociedad de ese momento está vigente: desde los usos lingüísticos a las ideologías. Este inventario se va construyendo de una forma organizada y dialécticamente, de acuerdo con los grupos emergentes.¹⁴⁹

Todo ello no debe inducirnos a pensar que siempre es a través de los MCM el modo en que los ciudadanos reciben la información. Un ejemplo puede ser ilustrativo a este respecto. El 23 de Mayo de 1981, se produjo en Barcelona un asalto al Banco Central. Cuando, el Centro de Estudios Sociológicos realizó una encuesta entre la población sobre la forma en que había tenido conocimiento del asalto, resultó que un 18'1 % había tenido conocimiento del hecho a través de conversaciones con amigos (el 40'3% lo conoció por TV; por la radio, el 37'2 %, y por el periódico, el 1'6 %).¹⁵⁰ Lo que tampoco sería legítimo es considerar que los consumidores mantienen una actitud pasiva, sin intervenir, de algún modo, ellos mismos en el proceso. Por el contrario, la audiencia se decanta por aquellos medios, programas y propuestas que más se acomodan a sus expectativas. Y ello es así porque el ciudadano elige la opción que le garantice recibir una información fiable, que les ayude a manejarse en su realidad diaria y que sea comprensible, les divierta y los aleje de sus preocupaciones diarias. Por otra parte, la propuesta debe intentar no ocupar excesivo tiempo que impida el desarrollo de sus tareas diarias, ni ser excesivamente gravoso económicamente.¹⁵¹

¹⁴⁸ HALL, S.: «La cultura de los medios de comunicación y el “efecto ideológico”», en J. Curran y otros (comps.), *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981.

¹⁴⁹ HALL, S.: Op. cit., págs. 375-392.

¹⁵⁰ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., págs. 84-85.

¹⁵¹ MARTÍN SERRANO, M. op. cit., pág. 298.

Gonzalo Abril¹⁵² recuerda que el interés por conocer los efectos de los MCM sobre la opinión pública arranca en los años veinte del siglo pasado, y se amplió el campo a la televisión cuando apareció ésta, cuya implantación masiva comenzó tras la Segunda Guerra Mundial. El autor considera que, así como las conclusiones no son aplicables a las distintas etapas por las que se ha atravesado, sí debemos tener en cuenta, en la sociedad actual, sus aportaciones en el establecimiento de paradigmas teóricos, hipótesis, estrategias y técnicas de investigación (sic).¹⁵³

Centrándonos en los estudios sobre la influencia que los medios tienen o pueden tener entre los ciudadanos, hay que comenzar por considerar, con Rodrigo Alsina,¹⁵⁴ que la historia de la Mass Communication Reserch está impregnada por el aforismo positivista de «saber para prever, prever para poder», lo que justifica suficientemente el interés de los investigadores por conocer los efectos de los MCM. Bonfantini¹⁵⁵ resume -y critica al mismo tiempo sus limitaciones- los análisis efectuados por los teóricos sobre las modalidades del impacto de los medios:

1/ Los mass media forman parte de la esfera de lo económico.

2/ son objeto de recepción-fruición según las modalidades específicas de cada medio, y

3/ tienen un contenido que interpreta la realidad social. Estas tres modalidades de impacto han sido defendidas por los investigadores sociales, considerándolas por separado. El error consistió en no valorar la interdependencia y complementariedad entre las tres modalidades. Por otra parte, cada investigador defendió sus postulados cargando el acento sobre el aspecto concreto que destacaban. Así, los que consideraron los MCM como una mercancía más, no tuvieron en cuenta la incidencia de las otras mercancías; los que destacaron el aspecto de la recepción-fruición, cayeron en el error de no considerar

¹⁵² ABRIL, G.: *Teoría de la Información*, Cátedra, Fuenlabrada (Madrid), 2005.

¹⁵³ Op. cit., pág. 88.

¹⁵⁴ Op. Cit., pág. 88.

¹⁵⁵ BONFANTINI, M.: “mass MCM i fomació de les opinions públiques durant la transició”, *Anàlisi*, nº 9, págs. 167-168, Barcelona, 1984.

la comunicación interpersonal. Tampoco los que priman el contenido tienen en cuenta el papel de las relaciones sociales en la configuración ideológica de los ciudadanos.

El mismo autor establece, en la obra citada, tres etapas: 1/ La de los años cincuenta, en la que los MCM son mercancías privilegiadas que triunfan como productos de la industria cultural; 2/ En los sesenta, los MCM funcionan como grandes difusores de la política; y 3/ La crisis de los años sesenta, en la que aparece la información alternativa.

Dicho esto, también hay que decir que, en todas las épocas, incluida la actual, se ha defendido o especulado sobre el papel importante que los MCM tienen en la sociedad. El interés de los teóricos por abordar esta temática ha producido diferentes posiciones respecto a la verdadera influencia de los MCM. Optamos aquí por referirnos someramente a la visión de Rodrigo (Op. Cit., págs. 90-96) sobre este aspecto concreto.

Hubo un primer planteamiento en el que se fijó la atención en el sujeto emisor, es decir, los MCM, y se consideró al público como un ente uniforme que respondía siempre a esquemas preestablecidos biológica y mecánicamente. En consecuencia y desde la perspectiva de la uniformidad del receptor, se atribuyó a los MCM un poder preponderante en la construcción de los principios ideológicos de los ciudadanos. Esta visión se corresponde con los años veinte. En ese periodo se instauró un cierto miedo por lo que los MCM podían llegar a conseguir de los ciudadanos, a los que se consideraba inermes receptores de opinión. Estamos en la época de la consideración de la sociedad de masas, en la que los individuos están aislados psicológicamente de los demás, lo que determina comportamientos despersonalizados; no existe el asociacionismo. Época en la que se produce el nacimiento de la Psicología, entonces limitada al servicio de la clase dirigente: tanto en el ejército como en la industria, había que extraer el máximo rendimiento a las capacidades del individuo. La finalidad utilitarista predominaba entonces sobre la posterior atención a la felicidad de los seres humanos. Los MCM eran, en ese contexto, muy útiles para difundir ideas propagandistas y ahormar así las mentes de los ciudadanos.

Cuando cambia la orientación de las investigaciones de la Psicología,¹⁵⁶ se produce consecuentemente un giro: se centra la atención en el receptor, es decir, el ciudadano. Se fue abriendo paso la investigación en las ramas social y experimental de la Psicología. Empezó a concebirse al individuo como cualitativamente diferente según sus aptitudes para el aprendizaje. En consecuencia, ya no se dejaba imbuir pasivamente de los mensajes estereotipados de los MCM, sino que más bien se acercaba a las modalidades informativas que estaban más acordes con sus principios y sus creencias; era, por tanto, selectivo en el consumo de los MCM. En definitiva: el poder determinante en la modelación de la opinión pública se cae por el propio peso del avance de las ciencias humanas. Por lo tanto, cuando se propicie un cambio en la sociedad ya no será responsabilidad principal o única de los MCM, sino atribuible en gran medida a factores intermedios presentes en el proceso. Empieza a adquirir con ello una especial relevancia el papel del comunicador y su capacidad para conectar ideológicamente con la audiencia.

6.2. INFLUENCIA DE LOS MCM EN EL CAMBIO DE LAS CONDUCTAS DE LOS CIUDADANOS

Es, a nuestro modesto modo de entender la cuestión, el aspecto más relevante de cuanto se lleva dicho. Teniendo como tiene el contenido de este trabajo un enfoque claramente definido a ciudadanos en proceso de formación que transmiten un mensaje a otros ciudadanos en idéntica situación o ya formados, es pertinente aproximarse a lo que sobre el asunto.

¹⁵⁶ El esquema pavloviano $S \rightarrow R$ (Estímulo-Respuesta) empezó a ser sustituido por otro: $S \rightarrow (\text{Org}) \rightarrow R$ en el que el organismo (Org) tenía también un papel fundamental y mediador de la respuesta animal. De ahí se pasó a considerar otros factores actuantes en la respuesta del ser humano. Uno de los conductistas más populares en España durante los años 80, B.F. Skinner (ya desaparecido) empezó a ser reinterpretado. Sus discusiones con otro científico norteamericano, Noam Chomsky fueron frecuentes. El conductismo, en la actualidad aún tiene adeptos. Su aportación al tratamiento psicológico de las dificultades de aprendizaje y los trastornos de conducta es innegable por otra parte.

Rueda, Medina y León Rubio¹⁵⁷ resume las conclusiones de los autores (Moreno, 1983; Musitu y otros, 1987); Mercé, 1990; Benito, 1991; Mayor y Pinillos, 1991; sobre el particular, en cuatro conclusiones que reproducimos simplificadas aquí.

Los MCM refuerzan los intereses, actitudes y comportamientos preexistentes en el público.

Apoyan las normas sociales por las que se rige la mayoría.

Crean opinión sobre temas nuevos.

En cuanto a la televisión, sí pueden influir sobre la población infantil –en temas como violencia, por ejemplo, dada la condición de sujetos a los que no se les pueden atribuir definitivos intereses, actitudes y comportamientos preexistentes.

6.3. INFLUENCIA DE LOS MCM GLOBALMENTE EN LA SOCIEDAD

Como resumen, podemos concluir que los autores no se ponen de acuerdo respecto a la influencia que los MCM tienen sobre la población. Podríamos hablar de dos grupos:

1º. El que defiende que, aun en el mejor de los casos, a los MCM no se les puede atribuir, al menos a corto plazo, gran influencia en cuanto a los cambios de opinión de los ciudadanos. En todo caso, lo que hacen los MCM es reforzar las opiniones ya existentes. Kppler resume que los MCM solo influyen gracias a factores intermediarios, que su efecto es solamente el de reforzar las opiniones previas. El cambio de opinión en los ciudadanos depende de la coincidencia con otros factores intermediarios, y que, en cualquier caso, las convicciones profundas son siempre muy resistentes a los cambios. Y en este terreno, tienen un gran arraigo las creencias religiosas y las actitudes raciales o familiares. Sin que se pueda ignorar el efecto que sobre la opinión general pueda tener la presencia de los líderes de opinión o de grupo.¹⁵⁸ Roda Fernández concreta estos factores intermediarios

¹⁵⁷ RUEDA, S., MEDINA, S. y LEÓN RUBIO, J.M.: La Educación para la Salud a través de los medios de comunicación, en “Aspectos psicosociales de la comunicación”, Pirámide, Madrid, 2014, págs. 181-191.

¹⁵⁸ En opinión de Kappler, a factores psicológicos (la exposición selectiva a las informaciones), como sociológicos (influencia de los pequeños grupos), así como la influencia de los líderes de

en la exposición selectiva por la que el receptor 'atempera' su percepción de los mensajes, y los procesos de los pequeños grupos.¹⁵⁹

2º. Otro grupo estaría formado por los que defienden un papel predominante de los MCM en la opinión pública. En él se encontrarían autores como Max Weber, W. Lippmann, Böckelman y Wolf, entre otros. Böckelmann¹⁶⁰ censura a Kappler no tener en cuenta que, incluso en las comunicaciones interpersonales, los medios tienen mucho peso, y que los MCM forman de hecho un elemento unitario en el sentido que sus mensajes influyen conjuntamente en la población.

Podemos entender que se está hablando de las influencias de los MCM sobre el individuo en particular. Pero los efectos de los medios pueden entenderse más como una influencia colectiva, sobre grupos de personas. Gonzalo Abril señala que el reconocer a los medios como agentes de socialización lleva a la consideración del papel de los MCM en los procesos comunicativos más dilatados en el tiempo y de mayor complejidad cultural¹⁶¹. Y, dentro de esa problemática colectiva, los MCM pueden tener efectos sobre aspectos concretos. Por ejemplo, Max Weber se refería a los efectos que los MCM tienen sobre la lectura y la forma que tiene el hombre moderno de interpretar el mundo exterior.¹⁶² En lo que viene a coincidir con W. Lippmann, quien señala la misma importancia para que el individuo en el conocimiento de los hechos que no conoce por su propia experiencia.¹⁶³

opinión, hay que atribuir el mayor en la construcción y el posible cambio de opinión entre los ciudadanos.

¹⁵⁹ RODA FERNÁNDEZ, R.: *Medios de Comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*, CIS-Siglo XXI, 1989.

¹⁶⁰ BÖQUELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

¹⁶¹ ABRIL, GONZALO: *Teoría General de la Información*, 2ª edición, Paidós, Barcelona, 2005.

¹⁶² WEBER, Max. Citado por M. Wolf: WOLF, M.: *Los efectos sociales de los media*, Paidós, Barcelona, 1994.

¹⁶³ LIPPMANN, W. Citado por Wolf. Op. Cit.

6.4. INFLUENCIA DE LOS MCM EN LA POBLACIÓN INFANTIL

Se debe a autores norteamericanos los primeros estudios sobre la influencia que los MCM pueden tener sobre la población infantil. Centrados primero en los comics,¹⁶⁴ pronto pusieron su vista sobre la influencia que la televisión podría tener en las mentes infantiles, particularmente con escenas de violencia.

Las teorías conductistas orientaron la investigación de algunos científicos, que se centraron en localizar los efectos que los medios pudieran tener sobre la población infantil. El caso de Peterson y Thurstone, en 1933, puede servir de ejemplo. Los autores concluyeron cambios significativos, propiciados por las películas, en la disposición de los niños con respecto a la raza. Otros investigadores se centraron en aspectos más cualitativos. Blumer, en el mismo año, concluye que la visión de las películas producen intensas emociones en los niños. Destacó la enorme influencia del cine en el desarrollo emocional de los adolescentes, las dificultades de los niños para interpretar el mundo de los adultos. Todo ello debido a la fuerza de la interpretación de los personajes aparecidos en las películas.¹⁶⁵

6.5. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Como se ha podido intuir en los aspectos desarrollados con anterioridad, no todos los canales a través de los cuales los ciudadanos reciben la información tienen la misma relevancia. Podemos entrar un poco más en materia, analizando las características diferenciales de cada uno de los medios.

¹⁶⁴ Wertham, en 1954 publicó un trabajo, con el título “La seducción del inocente”, sobre los efectos que los comic tenían en la población infantil. En opinión de Gonzalo Abril (op. cit., pág. 96), la industria de los cómic se vio muy afectada por la divulgación de ese informe.

¹⁶⁵ LOWERY y DE FLEUR: “Milestones”, en *Mass Communication Ressearch. Media Effects*, Longman, N. York, 1988, págs. 427-428.

Silverstone¹⁶⁶ mantenía, en 1981 que la televisión construye un modelo mítico de realidad social de indudable influencia. Pero no se puede dejar de tener en cuenta que las imágenes que acompañan las informaciones –salvando los ejemplos frecuentes de manipulación que se hace de las mismas- corroboran o desautorizan los mensajes informativos. Así lo pone de manifiesto la autora Violette Morin,¹⁶⁷ quien entra en profundidad en esa relación biunívoca y contradictoria.

En cuanto a la radio, comparándola con los periódicos, Hermelin¹⁶⁸ enumera alguna de sus principales características: volatilidad de la información (las noticias aparecen y desaparecen; solo algunas se retroalimentan con aspectos nuevos). Además de la, a veces, poca consistencia de la información (se producen frecuentes rectificaciones y/o matizaciones). Por otro lado, la radio tiene menor capacidad de comprensión de la realidad (caben en ella menos temas que los que acoge un periódico en sus páginas).

Además de lo dicho, cabe señalar la frecuente verborrea que suele acompañar ciertas informaciones (significativamente en las secciones deportivas y recreativas); en el periódico hay un espacio limitado difícilmente ampliable y fácilmente reducible por razones publicitarias.

Martín Serrano¹⁶⁹ señala otros índices de calidad en la radio, con respecto a los medios audiovisuales: trata mejor las informaciones de contenido político, así como los espacios de ‘agenda’ (espectáculos y reseñas culturales, por ejemplo). Además, la audiencia concede a los periódicos la especificidad en el tratamiento de los temas que no se

¹⁶⁶ SILVERSTONE, R.: The message of television: myth and narrative en *Contemporary culture*, Heinemann, Londres, 1981.

¹⁶⁷ La autora defiende que el medio audiovisual se expresa en una cierta ambigüedad, sea cual sea el relato que emita (reportaje, entrevista, etc.). Partiendo de un esquema elaborado por la RAI en 1976, Morin establece dos polos entre los cuales se sitúa el mensaje televisivo, entre el elemento objetivo y subjetivo. En toda información televisiva se da, de una parte, la realidad objetiva y, de otra, una cierta fabulación, que data al mensaje de un cierto atractivo para el espectador.

¹⁶⁸ HERMELIN, CHRISTIAN.: «La grammaire de l'événement (II)», *Press actualité*, nº 178, Dic. 1983, págs. 35-40.

¹⁶⁹ MARTÍN SERRANO, M.: *El uso de la comunicación social por los españoles*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982.

pueden programar con antelación. Otro aspecto diferencial es que el periódico realiza una actividad programada con antelación: elaborar la referencia diaria a la realidad del momento (con secciones fijas, asignación de tareas concretas a los periodistas, etc.)

Esto es lo que podemos entender de los efectos de los medios de comunicación en la actualidad. Pero hay también un aspecto histórico con el que debemos contar. La sociedad va transformándose, de forma imparable pero difícil de subdividir en etapas claramente diferenciadas. No es lo mismo la sociedad de finales del siglo XIX o principios del XX, en los que era apropiado hablar de una sociedad de masas, que la etapa actual, en la que los individuos han adquirido una formación importante respecto a sus roles sociales. Del mismo modo que tampoco, cuando hablamos de los MCM, nos referimos a la misma realidad -si tenemos en cuenta la preponderancia que los medios audiovisuales tienen entre ciertos núcleos sociales- que si pensamos en el sector de la sociedad que sigue preferentemente la prensa escrita. Por otro lado, hay que señalar que cualquier previsión hecha hace solo unos años es excedida por un desarrollo difícilmente previsible.

Por lo tanto, el impacto recibido por el ciudadano a través de un texto escrito en plena época de desarrollo industrial (sin la comparecencia de un solo canal de televisión) no es comparable al que puede significar la letra impresa en un contexto de hiperdesarrollo de los medios virtuales: blogs, redes sociales, etc.

Así pues, autores como De Fleur¹⁷⁰ veían al individuo totalmente influenciable a las opiniones vertidas por un periódico del siglo XIX (por otro lado, mucho más politizado que en la actualidad). No es la misma situación que la de un ciudadano del siglo XXI enfrentado a la opinión de un columnista. Máxime si tenemos en cuenta la abierta divergencia que hay entre unos y otros columnistas, dependiendo del medio. Se llegó a hablar de la teoría de la “aguja hipodérmica” como metáfora de los efectos directos de los MCM sobre el individuo.¹⁷¹

¹⁷⁰ DE FLEUR, M. L. y BALL-ROCKEACH, S.: *Teorías de la Comunicación de Masas*, Paidós, Barcelona, 1982.

¹⁷¹ Teoría cuestionada por Wolf, 1994, op. cit., págs. 33-38.

6.6. LA CONSTRUCCIÓN DEL TEMARIO

Un aspecto importante de la discusión sobre los efectos que tienen o pueden tener los MCM en la realidad social, dada la constatada divergencia existente entre unos medios y otros, es si se puede registrar alguna aportación indiscutible a la sociedad. De ahí nacen las teorías sobre la construcción del temario, cuyo enunciado nos adelanta el asunto central. ¿Son los MCM quienes guían a los ciudadanos sobre qué aspectos de la vida cotidiana deben ser considerados preferentemente? Y, ¿cuáles son los asuntos sobre los que la ciudadanía en general debe mostrar mayor preocupación?

Desde que los teóricos comenzaron a relativizar el poder de los MCM en la elaboración de las concepciones ideológicas personales,¹⁷² se vinieron sucediendo diferentes aportaciones en las que se limitaba o matizaba el efecto de los MCM. Una de ellas muy importante fue la teoría dada a conocer por Mc Combs y Shaw, en el artículo «The agenda Setting Function of the mass media», publicado en 1972 en *Public Opinión Quarterly*.¹⁷³

En realidad, se puede hablar de que los MCM tienen un temario (“Media Agenda”, el público otro (“Public Agenda”) y los políticos un tercero (“Policy Agenda”).¹⁷⁴ Bien es verdad que todos ellos con interferencias lógicas.¹⁷⁵ Desde la enunciación de la teoría, se han venido produciendo gran cantidad de estudios sobre el asunto y la teoría de la Construcción del Temario se ha ido redefiniendo hasta el punto de que, como señala Valbuena,¹⁷⁶ hoy es muy diferente a la que fue en un principio.

¹⁷² La corriente encabezada por Jacob Ley, Kurt Lewin, Lazarsfeld, Berrelson, y otros, reivindicando el papel del grupo en el desarrollo de las opiniones de los ciudadanos, significó la relativización de la fuerza de los MCM, a causa de la participación de los individuos en grupos de análisis y debate de las informaciones y opiniones transmitidas por los contenidos de los MCM.

¹⁷³ Citado por Rodrigo Alsina, M., Op. Cit., pág. 98.

¹⁷⁴ Reproducimos aquí la catalogación tal como la enuncia Rodrigo A., M. (Op. Cit., Pág. 98).

¹⁷⁵ Coincidimos con Rodrigo Alsina en ocuparnos únicamente de la “Media Agenda”.

¹⁷⁶ VALBUENA, F.: *Teoría general de la Información*, Noesis, Madrid, 1997, págs. 555-568.

Otro aspecto interesante es si todos los medios intervienen por igual en la construcción del temario, o si hay predominio de unos sobre otros. Entre los autores, hay gran variedad de criterios: desde los que no distinguen entre prensa, radio o televisión -caso de Mc Combs y Shaw-, o los que entienden que son diferentes, asegurando que la televisión es más determinante para la construcción del temario en temas nacionales y la prensa de papel lo es en los asuntos locales (Rodrigo A., M., op. cit, pág. 99).

Por otro lado, parece claro que la construcción del temario tiene mucho que ver con los propios intereses de cada individuo, de forma que cada uno habla y discute sobre aquellos asuntos que le son más importantes y por los que muestra un mayor interés. En este sentido, es muy importante el medio que propicie una mayor reflexión al ciudadano. Asumimos, a este respecto, la aportación de Rodrigo que sintetizamos a continuación:

1/ No todos los medios tienen las mismas características para la comprensión y posterior reflexión sobre los temas divulgados. Parece evidente que la prensa de papel se presta más a la revisión de cada noticia, la reflexión personal y el traslado a otros de las informaciones; que lo oído o visto en radio y televisión, de efímero momento para la percepción (salvo la reiteraciones, demasiado frecuentes en ocasiones). Cuando el periódico se digitaliza se aproxima a las características de los medios audiovisuales, pero no tanto los reproducidos en las tabletas.

2/ También es diferente la información según el tratamiento periodístico que tenga -destacando temas o presentándolos, por ejemplo-, así como la naturaleza de las informaciones mismas: hay noticias que captan mayor atención del ciudadano que otras.

3/ Modelos de uso de los medios. Los hábitos de exposición a los mismos, entorno, etc., tienen mucho que ver con los índices de credibilidad de cada medio, y también el prestigio del medio y la forma de presentar los contenidos, así como el índice de credibilidad de la propia información.

En cualquier caso, la teoría de la construcción del temario tiene el problema de la diversa configuración ideológica (lo decimos en sentido amplio del término) del ciudadano. Y, naturalmente, de sus habilidades sociales, pues no es lo mismo el caso del individuo comunicativo que comparte vivencias con otros ciudadanos que el que permanece

taciturno. Sin olvidar, por supuesto, la importancia del grupo. Se supone que en una peña deportiva se tratarán temas distintos de los que predominan en una tertulia literaria o cofradiera, o en la sede de un partido político.

6.7. LA ESPIRAL DEL SILENCIO

Es oportuno mencionar aquí a la autora Elisabeth Noelle-Neumann.¹⁷⁷ En su trabajo sobre las elecciones alemanas, llegó a la conclusión de que hay muchos ciudadanos que no se expresan sobre sus tendencias políticas. Eso determina que se produzcan vuelcos electorales no previstos. Por otra parte, destaca el valor del trabajo de los cámaras en los espacios televisivos, de forma que, cuando se les pregunta a estos sobre el resultado final en el proceso electoral, suelen aproximarse significativamente más a los resultados de lo que perciben las encuestas. El asunto pudiera resultarnos lejanos en el tiempo y en el espacio, pero no lo es tanto en estos momentos. La realidad de Cataluña pudiera asemejarse bastante. Son muchos los ambientes en los que la población no se atreve a manifestar sus propios puntos de vista, coaccionados por lo que parece ser la corriente dominante de la “opinión expresada”, no necesariamente la real. A este respecto, nos referimos a lo expresado por el periodista Miguel Cárceles en su blog.¹⁷⁸

6.8. LA PRENSA COMO MERCANCÍA

Los periódicos están en los mercados. A pesar de que los quioscos de prensa no se encuentran en su mejor momento, el producto periodístico sigue ofreciéndose como mercancía al consumidor. Burgelín¹⁷⁹ decía: «Queda claro que la lectura del diario procura, al menos a ciertos lectores, la sensación de una participación imaginaria en los acontecimientos del universo». Pensamos sinceramente que tal visión se corresponde con tiempos

¹⁷⁷ NOELLE-NEUMANN, I: *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona, 1995.

¹⁷⁸ CÁRCELES, MIGUEL: Cataluña y la espiral de silencio: <http://blogs.ideal.es/cherigandeatun/cataluna-y-la-espiral-del-silencio/2012/09/12>.

¹⁷⁹ BURGELIN, O.: *La comunicación de masas*, ATE, Barcelona, 1974, pág. 29.

pretéritos, pero algo puede quedar de eso aún hoy en quienes, para leer periódicos, pagan una cantidad al quiosquero. Bien es verdad que algunos se regalan.¹⁸⁰

Por esa o por otras razones, la prensa es, como cualquier cosa que se ofrece a cambio de una remuneración, una mercancía. El mismo Burgelin, en la misma obra, recuerda que, desde los trovadores hacia aquí, todos los comunicadores han recibido una recompensa económica por la transmisión (Op. Cit., pág. 26).

Analicemos someramente cuáles son las características distintivas de esta mercancía llamada prensa.

Lo primero que podemos observar son dos tendencias claras: por un lado, se da la diferenciación de cada medio (se pretende atraer al lector informándolo de los acontecimientos más próximos) y, por el otro, existe una clara tendencia hacia la satisfacción del consumidor (lo que lleva a la elaboración de un producto similar en atención a la demanda común que se registra).

Lo peor de todo es cuando la concentración de medios o el mimetismo (siempre por imperativo de los beneficios económicos) ofrece un producto casi idéntico. De modo que la concentración de medios, por un lado, y la imitación de programas o productos que ‘venden’ bien, por otro, multiplica el modelo por cada una de las opciones ofertadas. Esto ocurre principalmente en televisión. Así lo denunciaba la revista francesa *Télérama* cuando daba cuenta de los resultados de una encuesta según la cual la mitad de los televidentes franceses desearía un día de descanso a la semana para ‘curarse’ de la intoxicación televisiva.¹⁸¹ Algunos autores han llegado a hablar de “cultura de la incultura” (Saratori en 1978).¹⁸² Desde luego, la televisión representa un caso especial dentro del mercado de la noticia, pero sirve para ilustrar hasta qué punto la labor del periodista puede llegar

¹⁸⁰ El ejemplo de la prensa gratuita no es, a nuestro modo de ver, sino una manifestación más del imperio de los intereses económicos en un contexto capitalista: a cambio de ser un soporte para la transmisión de un mensaje publicitario, las firmas financian la difusión de noticias. Otro es el caso de los periódicos convencionales que, más o menos abiertamente, regalan o casi regalan los ejemplares.

¹⁸¹ *El País*, cinco de abril de 1986, pág. 46.

¹⁸² SARORI, G.: *Homo videns*, en *La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998.

a desvirtuar la función que la sociedad espera que ejerza. Y hasta algún autor se ha atrevido a manifestar su opinión de que los medios son una especie de ‘opio del pueblo’ (Burgelin).¹⁸³

En todo caso, la noticia en la prensa convencional se ofrece al mercado como un producto más, y el consumidor es libre de elegir este u otro modelo. Sin embargo, se oponen a esta libertad de elección:

- 1/ La concentración de medios: el producto se parece mucho en las distintas cabezas.
- 2/ El mimetismo, que también afecta a los periódicos.
- 3/ No hay interactividad. El breve espacio concedido a ‘Cartas al Director’ parece confirmarlo.

Ya en abril de 1995, la revista española “Temas para el Debate”¹⁸⁴ denunciaba:

- 1/ La tendencia a la formación de grandes conglomerados multimedia (Prisa, Correo, Zeta, Godó) que acaparaban el 40% de los diarios, más de la mitad de las audiencias de radio y el 60% de las televisiones privadas.
- 2/ Las conexiones entre las empresas de comunicación y los grupos económicos.
- 3/ Mecanismos financieros para la ocultación de la propiedad e incumplimiento de la legalidad.
- 4/ Tendencia a la politización partidista en algunos medios de comunicación.

¹⁸³ BURGELIN, O., op. cit., pág. 30.

¹⁸⁴ *Temas para el debate*, Instituciones Editoriales, Madrid, abril, 1995.

5/ Fuerte presencia de intereses extranjeros en los grupos multimedia españoles.

No parece que los que llevamos vivido del siglo XXI nos dé pie a pensar que las cosas han cambiado a mejor.

Lo mismo que cualquier otra mercancía, el periódico se ofrece al consumidor sin garantías de ser un producto de máxima calidad. Umberto Eco¹⁸⁵ señaló en su día que, respondiendo a intereses meramente crematísticos, los periódicos tienen tendencia a magnificar acontecimientos de escaso relieve y que el número fijo de páginas obliga a rellenar espacios con creación de acontecimientos que no existen. No nos atrevemos a decir tanto, pero está claro que completar cada día la página puede dar lugar a estirar demasiado el chicle de la información diaria. En sentido contrario, cuando se ha agotado el original, puede que informaciones relevantes no tengan su reflejo en las páginas de actualidad o cuenten con un espacio mínimo.

Otra cuestión ineludible es el concepto Publicidad. Porque el periódico, no sólo se vende, sino que también ayuda a que se vendan otros productos, bien es verdad que a cambio de dinero. Ya aludía a este aspecto Acosta Montoro, poco antes de referirse a las cuatro principales razones para editar un periódico.¹⁸⁶ Cualquier lector tiene posibilidad de entender más esta fuente de ingresos en un periódico cuando acude a poner una esquila mortuoria. Se sorprende entonces de que, en un producto relativamente tan barato como es un periódico diario –en el que él, en cierto modo, se considera parte integrante como lector fiel- se le pida tal cantidad de dinero por un espacio mínimo. Pero el periódico sin publicidad sería completamente inviable. Y un síntoma de ello es la precariedad por la que atraviesan los medios precisamente en una época de crisis donde la publicidad ha bajado sensiblemente.

¹⁸⁵ ECO, U.: «Progetto de ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale», en *Problema dell'informazione*, año III, nº 4, Octubre-Diciembre 1978, págs. 555-597.

¹⁸⁶ ACOSTA MONTORO, J.: *Periodismo y Literatura*, en *Periodismo*, Universidad Autónoma de Barcelona: Servei de Publicacions, Bellaterra (Barcelona), 1999, Págs. 351 y ss.)

6.9. EL PERIODISMO Y SU RELACIÓN CON OTRAS DISCIPLINAS

6.9.1. PERIODISMO Y LITERATURA

Puede que alguien se plantee si el periodista es un escritor frustrado o si el escritor envidia al periodista por la inmediatez de éste en conectar con sus lectores. Pero también se da el caso del escritor-periodista, o periodista-escritor¹⁸⁷. No sólo eso, sino que, sólo limitándonos a España, los nombres que podrían citarse son tan numerosos que todos los tenemos en la mente. Desde Larra a Pérez-Reverte, o desde González-Ruano a Manuel Alcántara.¹⁸⁸

Para Chillón, quien habla de un “Nuevo periodismo” (el entrecomillado es nuestro), simultáneo al norteamericano o francés. Ese Periodismo que él sitúa dentro del tardofranquismo y la transición, se caracteriza entre otras cosas por sus condiciones de crítico y literario.¹⁸⁹

También es posible la controversia sobre si el Periodismo no es más que una modalidad de obra literaria, o si la obra literaria no es sino un tipo de Periodismo hecho a larga distancia, en el tiempo y en el espacio.¹⁹⁰ Naturalmente, no todos los textos literarios podrían ser catalogados como ejemplos de Periodismo, ni todos los textos periodísticos podrían superar el filtro de un medianamente exigente control de calidad literaria.

¹⁸⁷ Sobre este vínculo entre Literatura y Periodismo, la divergencia entre los autores es notable. Escarpit, por ejemplo –hablando de la comunicación escrita en general-, mantiene que la Literatura desconfía de la comunicación, llegando algunos autores a negarla. (ESCARPIT, ROBERT: *Escritura y Comunicación*, Castalia, Valencia, 1975, pág. 131). Por el contrario, Acosta Montoro, asevera que es difícil encontrar la línea de demarcación definida entre lo que llamamos literatura y lo que denominamos periodismo (sic).

¹⁸⁸ Acosta Montoro menciona muchos más nombres, incluyendo escritores americanos, franceses y españoles (7 de ellos). (ACOSTA MONTORO, JOSÉ), *Ibidem*, pág. 75.

¹⁸⁹ El autor recuerda las palabras de César Iglesias, Francisco Umbral, Manuel Vicent, entre otros, quienes defienden una actitud periodística, además, con un componente de subjetividad importante. En cuanto a la posibilidad de haber sido influenciados por los “nuevos periodismos” americano o francés, Chillón afirma que sus influencias se deben atribuir a la recuperación de la fecunda tradición periodístico-literaria (española). (Pág. 356). (CHILLÓN, ALBERT: *Literatura y Periodismo*, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, 1999, págs. 351 y s.s.

¹⁹⁰ Los actuales avances técnicos –principalmente, la imprenta digital- y el relieve de ciertos acontecimientos propician hoy día la edición de libros en tiempos record.

La discusión se encona en algunos momentos y llega a extremos como el expresado por Manuel Longares,¹⁹¹ quien afirma que «literatura y periodismo son incompatibles». No ve este ganador del premio Francisco Umbral otra semejanza que la de que uno y otro se expresen por escrito.¹⁹²

Conciliador se muestra César Antonio de Molina,¹⁹³ recordando la “Anábasis” y “La guerra de las Galias”. La distinción se establece porque la Literatura puede ser ficticia y el Periodismo sólo puede ser real.

El novelista Benjamín Prado,¹⁹⁴ mantiene que los periódicos son el lugar donde pueden coexistir perfectamente la ficción y la realidad.

No todos los espacios de un periódico podrían ser objeto de una doble conceptualización –Periodismo y Literatura-, pero sí algunos de ellos. Notoriamente, los espacios de opinión encuadrados dentro de la categoría de “columna”.¹⁹⁵ A este respecto, López Hidalgo,¹⁹⁶ en una obra pormenorizada, aborda la casuística de este género periodístico que, desde el principio, considera exponente claro de Periodismo y Literatura. Es más, asevera el autor que en ocasiones no es posible distinguir dónde empieza lo literario y dónde lo periodístico (sic).¹⁹⁷ López distingue dos tipos de columnistas: los que abordan temas de actualidad con un lenguaje ajustado y sin recursos literarios, y el de aquellos otros con un discurso más personalista y más proclive al recurso de la ficción. No cabe duda de que

¹⁹¹ LONGARES, MANUEL. “Incompatibilidad”, en “Periodismo y Literatura”, suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 5.

¹⁹² Argumenta que los periódicos se compran para saber la verdad, mientras que en la literatura se busca ficción. Alega, además, que también los jueces se expresan por escrito.

¹⁹³ MOLINA, CÉSAR ANTONIO: “Con las mismas raíces”, En “Periodismo y Literatura”, suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 3.

¹⁹⁴ PRADO, BENJAMÍN: “Ficción y Realidad”, en “Periodismo y Literatura”, suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 4.

¹⁹⁵ En general, todo el *articulismo*.

¹⁹⁶ LÓPEZ HIDALGO, A.: *La Columna*, Periodismo y Literatura en un género plural, Comunicación Social, Zamora, 2012.

¹⁹⁷ LÓPEZ HIDALGO, A., *Ibidem*, pág. 168.

serían los textos pertenecientes a este último grupo aquellos que estarían más cerca del periodismo-literatura.¹⁹⁸

La cuestión sería si el espacio de la columna cuenta con legitimidad periodística o es como una especie de “enclave”, cuya presencia en el medio escrito es perfectamente suprimible. Atendiendo a lo que ha sido en sí el Periodismo a lo largo de la Historia, parece claro que el espacio de opinión ha sido incluso fundamental en ciertos modelos, como la prensa del XIX e inicios del XX (prensa fundamentalmente política e ideológica). Por otra parte, la aparición de las columnas en los Medios contemporáneos es creciente. Por su libertad en el lenguaje, en el estilo, etc., muchos lectores del periódico en nuestros días, son asiduos a las columnas de opinión. Si consideramos el periódico como una pieza unitaria que pretende venderse en el quiosco, en ello está la respuesta.

6.9.2. LA LINGÜÍSTICA Y EL PERIODISMO

En otro lugar, al referirnos al lenguaje en los periódicos –también cuando hemos tratado el tema del mensaje periodístico-, ya hemos aludido indirectamente a la Lingüística. No obstante, nos parece oportuno añadir aquí algunas consideraciones al respecto.

La íntima relación que tiene el discurso periodístico con la Lingüística es algo tan evidente que el propio mensaje del periodista está elaborado sobre la base de un soporte instrumental evidente: el lenguaje hablado y escrito.

Rodrigo Alsina (La construcción de la noticia, Op. Cit. págs. 25 y 26), habla de la sociosemiótica como colaboradoras en la emisión y transmisión de la noticia, sin olvidar las aportaciones de la Psicología. Citando a Pérez Tornero, considera tres dimensiones en el análisis de cualquier proceso semiótico:

¹⁹⁸ LÓPEZ HIDALGO, A. *Ib.*, pág. 17.

- 1.La dimensión enunciativa. Basada en la teoría de la comunicación y conectada con la psicoanalítica y la psicología del conocimiento.
- 2.La dimensión enunciativa, objeto de estudio de la teoría de la comunicación y una pragmática desarrollada según los esquemas de Austin y Searle.
- 3.La dimensión discursiva, de acuerdo con la tipología de los discursos y las formaciones discursivas.

6.9.3. LA FILOSOFÍA Y EL PERIODISMO

Bunge asegura que el buen periodista, aun sin saberlo, es también un buen filósofo. Para este autor, tanto el científico, como el periodista han de buscar lo auténtico para prestar así un buen servicio a la sociedad. Por ello deben mantenerse al margen de los intereses bastardos que puedan ser objeto de las distintas empresas para las que trabajen.¹⁹⁹

Tanto el periodista como el filósofo aplican su quehacer a la realidad que les circunda. Con ópticas diferentes, evidentemente. El principio básico por el que se rige la Filosofía es la búsqueda de la verdad. No se puede decir que esté muy alejado del que se predica generalmente del Periodismo. Todo periodista o medio que se precie enarbola esta pancarta simbólica. Los procedimientos, eso sí, son muy diferentes. Podríamos decir que, mientras el filósofo elabora sus conclusiones –en un principio- para sí mismo, el periodista está comprometido con un público plural con el que pretende comunicar lo que ha visto, oído o vivido. No puede decirse, en verdad, que el filósofo sólo piense en extraer conclusiones de la realidad para aumentar egoístamente sus aprendizajes, sino que también quiere ser útil a la sociedad en la que vive. De hecho, rinde cuenta de sus observaciones procurando intervenir en el mejoramiento de la sociedad.

¹⁹⁹ BUNGE, MARIO: Periodismo y filosofía: <https://grupobunge.wordpress.com/2006/07/21/periodismo-y-filosofia/>

Podríamos decir que al Periodismo le interesa más lo contingente, en tanto que la Filosofía se ocupa en lo esencial. Si en un accidente, el periodista se esfuerza en conocer todos los datos relativos al mismo (incluidos las condiciones de la vía, la señalización y otros elementos pertinentes para la información, el filósofo reflexionaría sobre la precariedad de la vida humana y la posibilidad de que exista otra dimensión vital, por ejemplo. Dicho de otro modo, el periodista se ocupa del ente y el filósofo del ser.

6.9.4. EL PERIODISMO Y LA PSICOLOGÍA

Es posible también establecer relaciones entre el Periodismo y la Psicología, siempre teniendo en cuenta que el ejercicio profesional de cada una de estas disciplinas es totalmente diferente. Empezaremos por decir que la formación que otorgan los estudios y el ejercicio periodístico puede ser útil en un determinado momento para el ejercicio de psicólogo. Esencialmente, cuando el profesional de la Psicología tiene que comunicar, no sólo a un paciente individualmente, sino a un grupo de personas. El ejercicio del Periodismo otorga en la práctica un dominio importante en la precisión y economía del lenguaje.

Paralelamente, la práctica del Periodismo puede beneficiarse de ciertos contenidos que son más específicos de la formación del psicólogo. Defendemos que es muy útil el conocimiento de ciertas técnicas psicológicas para el desarrollo de una entrevista²⁰⁰. Dado que el psicólogo debe obtener la mayor información posible y en poco tiempo de la persona a la que entrevista, el periodista hará bien en utilizar esa misma técnica. Pero también cuando el periodista debe enfrentarse a un grupo de personas para cubrir una información estará en mejores condiciones si conoce lo esencial de las técnicas de grupo.

Históricamente, las aportaciones de la ciencia psicológica y de los psicólogos han tenido su repercusión en el área en la que se sitúa el Periodismo. Así lo indica Rodrigo al referirse a la aportación de la Psicología industrial en el campo de la publicidad y en la venta de periódicos.²⁰¹

²⁰⁰ No se trata sólo de economizar tiempo; también de saber indagar en las contradicciones del personaje y descubrir así procedimientos para hallar la verdad.

²⁰¹ RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, op. cit., pág. 56.

6.9.5. EL PERIODISMO Y LA POLÍTICA

En España, podemos decir que vivimos en una sociedad en la que impera un modelo que, más que tender (como piensa Rodrigo Alsina),²⁰² se halla plenamente en lo que Marletti llama un ‘sistema político polarizado’.²⁰³ Así, el autor italiano distingue -además del modelo ‘Sistema político poco diferenciado’, que no viene al caso-, ‘los sistemas polarizados’ y los ‘sistemas diferenciados o complejos’, al que teóricamente pertenece el caso español.

De hecho, la configuración pluripartidista del panorama político en nuestro país podría llevar a pensar que existen diferentes áreas de influencia política en los medios, de acuerdo con las diferentes siglas. Pero parece evidente que los grupos de comunicación – al menos los que tienen una incidencia real en la opinión pública- se decantan claramente por una de las dos opciones con verdaderas expectativas de gobierno.²⁰⁴

En cualquier caso, las interferencias recíprocas entre política y prensa en España (tal vez, mejor: la ‘tutorización’ de la prensa por parte de los partidos políticos) son más que evidentes. Aunque tal fenómeno pueda no afectar a todos los medios, hay claros ejemplos que confirman lo que mantenemos. Tales han podido ser los casos de El País o Público, frente a La Gaceta o El Mundo.²⁰⁵

Pero hay que tener en cuenta tres circunstancias:

²⁰² El autor admite que en ocasiones hay una tendencia a la polarización (sic). ²⁰² RODRIGO ALSINA, MIQUEL: *Los modelos de la comunicación*, Segunda edición, Tecnos, Madrid, 1995, págs. 160-163, pág 72.

²⁰³ MARLETTI: “Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione política”, en *Dati per la verifica dei programmi tasmessi*, nº 68, septiembre 1985, pág. 49, RAI, Turín: Citado por Rodrigo Alsina.

²⁰⁴ La fuerte irrupción de opciones políticas nuevas –caso de Bildu y, si se quiere, de UpyD- no afectan al conjunto del territorio nacional en su conjunto. Se trata más bien de alternativas locales, al nivel de las que se dan en Cataluña con CiU, GNG en Galicia y otros movimientos similares en diferentes comunidades autónomas. Solamente la incipiente formación UpyD tiene carácter general.

²⁰⁵ La posición de este último parece estar más en la oposición al poder establecido, según se empezó a apreciar desde las primeras medidas tomadas por el último gobierno del PP.

- 1/ La prensa no es una fotografía de la sociedad, sino más bien un reflejo de la misma.
- 2/ La prensa no es el único factor influyente en la formación de la opinión pública.
- 3/ Sometidos a referencias críticas diferenciadas (en función de la ideología con que simpatiza el medio), a fin de cuentas, los hechos son siempre los mismos. Es decir, se produce una coincidencia en los contenidos de los medios de comunicación en su conjunto.

Por otro lado y partiendo de nuestro criterio de que la prensa en España está polarizada, está claro que las informaciones y comentarios que se recojan en sus páginas tendrán mucho que ver con el bando por el que se simpatice. Aun respetando los criterios técnicos, siempre habrá un mayor trato de favor hacia unos o hacia otros. Aunque, como dice Octavio Paz, la sociedad no tiene, ni mucho menos, una opinión unánime.²⁰⁶

6.9.5.1. ¿Cómo se configura la opinión del ciudadano en cuestiones políticas?

Hay que partir de la base de que los ciudadanos tienen acceso a diferentes canales informativos, por más que los medios de comunicación ocupen entre ellos un espacio preponderante. Umberto Eco y Paolo Fabri, en 1978²⁰⁷, llegaban a enumerar hasta 24 canales de información a través de los cuales los ciudadanos recibimos información. Ellos los subdividían en dos grupos: Comunicación Estrepitosa y Comunicación Discreta. Entre ellos incluían, además del cine y el teatro, la difusión de octavillas, las fiestas, las modas y los usos en el vestir.

También hay que declarar una obviedad: la incidencia que tiene la opinión que cada ciudadano tiene sobre las distintas opciones políticas repercuten muy directamente sobre

²⁰⁶ Entrevista en *El País*, 11 de abril de 1986.

²⁰⁷ ECO, U. Y FABRI, P. «Progetto di ricerca sull'informazione dell'informazione ambientale», *Problema dell'informazione*, año III, nº 4, octubre-diciembre, págs. 555-597.

el sentido del voto. Otra cosa es la incidencia que en la selección de la papeleta tengan la ideología o la escala de valores.²⁰⁸

6.9.6. PRENSA Y DEMOCRACIA

Son muchos los tratados, artículos, estudios, etc., que relacionan la prensa con la Democracia. Para empezar, solo es posible hablar de verdadera prensa cuando la actividad periodística se desarrolla en el marco de un sistema democrático. Como se decía en el eslogan que exhibió en la Puerta Purchena la Asociación de la Prensa de Almería, sin Periodismo no hay Democracia.

Dicho esto, hay quien señala en la actividad periodística ciertos vicios que llegan a hacer decir a autores como Ted J. Smith III que el ejercicio periodístico, tal como se da – al menos, en E.E.U.U.- puede ser un obstáculo para el desarrollo de la Democracia²⁰⁹. El autor citado mantiene que el periodista no es ni siquiera el principal informador de lo que pasa: “ni siquiera es el principal cuerpo dedicado a descubrir e informar de la verdad” (Op. Cit., pág. 3). Smith dice que, cuando se redactó la Primera Enmienda a la Constitución norteamericana, que declaraba la libertad de prensa, el panorama de la prensa en los E.E.U.U. era muy diferente la que se podía ver en el siglo XX. Doscientos años antes, lo que había eran pequeños periódicos locales de escasa tirada y con fuerte contenido político de las diferentes opciones, de modo que cada uno defendía a su ‘patrocinador’. Por ello, se pensó en la necesidad de que la prensa pusiera un punto de equilibrio entre los debates radicales de todo el conjunto. La situación, señala el autor, ha cambiado radicalmente.

²⁰⁸ Este aspecto ha sido tratado con más amplitud en nuestra tesis doctoral “Escala de Valores e intención de voto”, Universidad de Sevilla, Junio 1991.

²⁰⁹ Smith III, Ted J.: “La Mordedura del Perro Guardián”, revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Washington, Mayo 1991, págs. 2-7.

6.9.6.1. *El poder de los periodistas*

Ted Smith, refiriéndose a la prensa norteamericana de aquellos años (escribía en 1991), atribuye a los periodistas un papel fundamental en la configuración de la opinión pública y los concibe como críticos sistemáticos que se oponen a cualquier punto de vista ajeno a lo que ellos piensan: «la prensa es la *única* institución norteamericana que no se somete *jamás* al pleno rigor inquisitorial del periodismo investigador» (Op. Cit., pág. 4, cursivas pertenecientes al original). Smith insiste en que, a partir de la aparición de los medios de comunicación masivos comercializados, los periodistas han llegado a ocupar «una posición crucial, ya que deciden qué opiniones y qué portavoces serán atendidos» (Op. Cit., pág. 6), y no sólo eso, sino que su “voz” está más presente ante la opinión pública que la del propio presidente de los E.E.U.U., ya que –al menos algunos periodistas de noticiarios- se dirigen a millones de televidentes cinco veces a la semana, mientras que el máximo mandatario solo puede dirigirse directamente al mismo auditorio unas cuantas veces al año (y requiriendo la autorización de los ejecutivos de las redes). Por ello, propone una reacomodación de la actividad periodística al espíritu de la Constitución norteamericana al tiempo que asegura que ya se están produciendo manifestaciones en este sentido por parte de la sociedad norteamericana.

6.9.6.2. *Abuso del poder de los medios de comunicación*

Ted Smith III²¹⁰ defiende la idea de que los periodistas norteamericanos se arrojan el poder de criticar todo, para lo cual no tienen reparo en cambiar de óptica. Así, pasan por conservadores cuando se trata de analizar las políticas llevadas a cabo por un gobierno progresista (o liberal, en ese caso), lo mismo que se transmutan en liberales cuando los políticos liberales están en el poder. Como no tienen por qué aportar soluciones a los problemas, se pueden permitir el lujo de criticarlo todo, sin necesidad de reparar en los inconvenientes de las opciones distintas a las que ponen en marcha políticos o funcionarios. Por otro lado, los periodistas se atribuyen la calidad de expertos cuando la realidad es que no serían admitidos ni en el nivel más bajo requerido en la materia que critican

²¹⁰ SMITH III, TED J.: *La Mordedura del Perro Guardián*, op. cit., págs. 2-7.

(Op. Cit., pág. 4). Por otro lado, la complejidad de algunos problemas exige largas reflexiones para evaluarlos, cuando la realidad del trabajo periodístico impone a estos la elaboración de informes y comentarios en tiempo breve y con el estrés reinante en las redacciones. Al menos en el modelo norteamericano, los periodistas se han convertido, según Smith, en lo que aquí llamaríamos la ‘mosca cojonera’ de cualquier administrador público en sus intentos bienintencionado de solucionar los problemas. El autor enumera los tres problemas que, según él, la sociedad norteamericana tiene con el ejercicio periodístico. El primero es que tenga que sean los periodistas quienes ejerzan la crítica y que lo hagan tratando de hacer interesantes sus relatos. El segundo problema se deriva del sesgo negativista que han adquirido las críticas. El tercero consiste en la pretendida neutralidad del periodista, quien está obligado a criticar a cualquiera para que no se le acuse de favorecer a este o al otro. Este último problema tiene dos consecuencias: la primera es que el periodista no tiene por qué ser congruente; la segunda es la irresponsabilidad del ejercicio periodístico, que se limita a señalar defectos sin necesidad de aplicar soluciones o correr los riesgos de haber defendido una posición y la contraria. Por último, Smith señala que la actitud de criticarlo todo convierte al periodista en un ser instalado en la irrealidad, dado que la perfección absoluta es imposible. Para que no se diga que él no ofrece solución a los problemas, Smith, más o menos concluye que los periodistas deben renunciar a parte de su poder para reintegrar a la prensa al lugar al que la destinó la Primera Enmienda a la Constitución norteamericana cuando fue introducida.

Suponiendo que este fuera el caso de toda la prensa norteamericana, que ya es suponer, la realidad de la prensa española no parece asemejarse a ella. Al menos, no es lo que se encuentra en las redacciones de los MCM de cualquier periódico o no importa qué emisora de radio o televisión. Incluso puede aceptarse que haya algún ejemplo concreto en España en el que se pudiera reconocer algo parecido.

De todos modos, en el propio contexto en el que se expresa Smith, encontramos una respuesta suficiente para contraponer la teoría de Smith. James Deakin²¹¹ también da cifras: hasta la terminación del mandato de Bush²¹², los republicanos gobernaron en 20 de

²¹¹ DEAKIN, JAMES: “No se culpe al mensajero”, en revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Mayo 1991, op. cit., págs. 8-11.

²¹² Escribía antes de que expirara su mandato.

los 24 últimos años, y los demócratas controlaron el Senado 16 de los últimos 22 años. Dedúzcase de ello la eficacia de la prensa liberal y conservadora, respectivamente. En opinión de Deakin, los que propusieron la Primera Enmienda, no solo no ignoraron la posibilidad de cambio en los modelos de prensa libre, sino que hicieron lo posible para que, en el futuro, la prensa fuera un instrumento útil a la sociedad norteamericana.²¹³ Tampoco acepta Deakin que sean los periodistas quienes expresen sus críticas directamente, dado que lo que hacen es ofrecer sus espacios a las opiniones de expertos o políticos en la oposición. Sería ingenuo, viene a decir Deakin, pensar que los políticos de un determinado partido informaran con mayor veracidad a los ciudadanos, dado que lo que procuran es ocultar sus fracasos y maximizar sus aciertos.

6.9.7. EL PERIODISTA Y EL PEDAGOGO. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS

Si reflexionamos sobre las respectivas actuaciones del periodista y el docente (al que vamos a nombrar genéricamente como “maestro”), observamos que ambos comparten un mismo esfuerzo por comunicar unos contenidos. Los destinatarios de ellos son muy distintos, ya que, mientras que al maestro lo escucha en directo un grupo definido de alumnos, el periodista se dirige a un indiscriminado número de lectores u oyentes, dispares en su edad, actitud, etc. Estos receptores del mensaje normalmente no tienen posibilidades de comunicarse con el emisor. Si alguna vez lo hacen, es imposible saber a qué porcentaje de receptores del mensaje corresponden.

Entrando más en la cuestión, podemos aludir a aspectos concretos. Aunque no nos parece que este análisis deba ser exhaustivo, sí podemos entrar en algunas consideraciones. Para ello seguimos a los autores Henao Álvarez y León Hernández.²¹⁴

²¹³ Según este autor, previendo las alternativas en el poder, pusieron en manos de la prensa el papel regular de la alternancia: cualquier político alejado del poder podría defender su posición alternativa.

²¹⁴ HENAO ÁLVAREZ, OCTAVIO: Escuela, Cultura y Vida”. www.c5.cl/iinvestiga/actas/ri-bie98/286M.html.

6.9.7.1. Semejanzas

Previamente a la cuestión, León Hernández (págs. 2 y 3) plantea el hecho de cómo las teorías de la Didáctica se han ido adaptando a los tiempos, resolviendo contradicciones internas y adecuándose a los condicionantes contemporáneos. Algo así podría decirse del Periodismo, que ha ido evolucionando en lo formal a través de los tiempos y, tal vez también, resolviendo contradicciones internas respecto a su función social.

Tanto el ejercicio del Periodismo como el del Magisterio deben tener un compromiso con la verdad, de modo que transmitan el conocimiento de una realidad verificada y contrastable (León Hernández, pág. 7).

El primer aspecto en el que coinciden ambos es en el uso del lenguaje. Bien es verdad que, en el aspecto comunicativo, el periodista no puede obtener el feedback directo y, en consecuencia, matizar y aclarar aspectos no comprensibles para el receptor. Esto supone la necesidad de mayor precisión en las expresiones.

Este uso del lenguaje no es neutral en ninguno de los dos casos. Al maestro se le exige mantener una postura de alineamiento respecto a los acontecimientos que trata de comunicar. Es el equivalente a la valoración que el periodista hace de los hechos acaecidos.

6.9.7.2. Diferencias

El maestro tiene un compromiso con la formación humana de los alumnos y, por ese motivo, debe acomodar su modelo de vida a los principios que trata de transmitir.

LEÓN HERNÁNDEZ, VICENTE E.: Los principios didácticos, un análisis dentro de la Pedagogía con orientación Histórico Cultural: www.monografias.com/trabajos33/principios-didacticos/principios-didacticos.shtml.

El periodista no tiene ese compromiso directo con los receptores del mensaje. Otra cosa es que sí sea legítimo que mantenga un compromiso con la libertad, los principios democráticos, etc. Pero todo ello referido a la población en general.

El maestro debe estar atento a las emociones de sus alumnos. Y ha de tener una actitud de simpatía hacia sus problemas afectivos, para los que debe hacer propuestas encaminadas a su superación. Es recomendable que su actuación en el aula, y aun fuera de ella, suponga un apoyo afectivo.

El periodista no tiene acceso a las peripecias emocionales de sus lectores y, sólo en casos excepcionales –fenómenos de desgracias que afectan a la población, tales como el 11-M, por ejemplo- y a través de mensajes colectivos, puede mostrarse sensible hacia los padecimientos colectivos.

6.9.7.3. Comunicación digital y comunicación analógica

Una diferencia significativa del maestro con respecto al periodista es que la comunicación sea digital o analógica, lo que afecta de forma fundamental al maestro y –también en mayor medida- al periodista de televisión, y de alguna manera, al redactor de prensa de papel. Según Watzlawick y otros,

«Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja y poderosa, pero carece de una semántica adecuada en el campo de la relación, mientras

que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición inequívoca de la naturaleza de las relaciones»²¹⁵

Ana Guil²¹⁶ matiza que, principalmente, la comunicación digital se asocia a la expresión verbal, mientras que la analógica sería la no verbal,²¹⁷ y recuerda la doble conformación del cerebro humano, de tal modo que el hemisferio izquierdo integra lo analítico y racional,²¹⁸ en tanto que el derecho se ocupa de la interpretación de lo intuitivo, imaginativo y espacial, entre otros.

Parece, pues, evidente que el mensaje recibido –fundamentalmente en la prensa de papel- aparece ante el lector desprovisto de los elementos no verbales, entre los que va envuelta la comunicación del maestro. Estará este último, en consecuencia, más sujeto a contradicciones que el del periodista.

6.9.7.4. La comunicación no verbal

Un aspecto muy significativo de la comunicación es el definido genéricamente como comunicación no verbal y que comprende gran cantidad de detalles que escapan

²¹⁵ WATZLAWICK, P., WEAKLAND, J.H. Y FISCH, R. *Cambio*. Herder, Barcelona 1986, pág. 68. Citado por Guil Bozal, A.: Perspectiva sistémica de la comunicación interpersonal, en *Aspectos psicosociales de la comunicación*, de MARTINEZ-PECIÑO, R. y GUERRA DE LOS SANTOS, J.M. (Coords.), Pirámide, Madrid, 2014, págs. 27-39.

²¹⁶ GUIL BOZAL, A.: Perspectiva sistémica de la comunicación interpersonal, en *Aspectos psicosociales de la comunicación*, de MARTINEZ-PECIÑO, R. y GUERRA DE LOS SANTOS, J.M. (Coords.) Op, cit.

²¹⁷ En la comunicación no verbal hay que tener en cuenta no sólo los movimientos corporales, sino también la postura, la expresión facial, los gestos, los matices de voz, el ritmo y caedencia de las palabras y los múltiples aspectos contextuales de una interacción (sic). GUIL BOZAL, A. Op. Cit., pág. 33.

²¹⁸ La autora señala que el hemisferio izquierdo procesa las informaciones lógica, racional, temporal, explícita, proposicional, articulada, reduccionista, diferencial, verbal... (sic). El derecho, las informaciones: holística, intuitiva, metafórica, imaginativa, espacial, implícita, difusa, emocional, no verbal... (sic).

habitualmente a la observación y al estudio del mensaje oral. Poyatos, autor de un pormenorizado trabajo sobre esta temática, asegura:

«El cuerpo humano es un comunicante muy por encima de nuestro conocimiento del lenguaje e incluso del paralenguaje, la kinésica, la proxémica y otras modalidades comunicativas.»²¹⁹

León Rubio Y otros²²⁰ definen la comunicación no verbal como la suma de todos los subcomponentes o subsistemas no verbales de la comunicación y vuelven a referirse a los mismos que Poyatos los siguientes: elementos paralingüísticos, kinésicos y la proxémica.

La conclusión de todo ello es que la comunicación que el maestro establece con sus alumnos es más rica –también más compleja– que la que desarrolla el periodista. El de los medios escritos muy escasamente extralimitados del lenguaje mismo. El de la radio, un poco más, y el de la televisión bastante más.

Además de todo ello, el contacto del maestro con los alumnos conlleva otros elementos: vestimenta, modo de comportarse, y otras muchas cosas de las que prescindimos por no hacer este apartado interminable.

La conclusión de todo esto es que, cuando todos los canales comunicativos del maestro muestran coherencia interna, la comunicación se hace más eficiente. Y, en contrapartida, cuando hay elementos discordantes, el alumno también los percibe, lo que puede producir cierto rechazo a sus mensajes.

²¹⁹ POYATOS, FERNANDO: *La comunicación no verbal*, Tomo II, Istmo, Madrid 1994, pág. 261.

²²⁰ LEÓN RUBIO, J.M., GÓMEZ DELGADO, T. Y BARRIGA JIMÉNEZ, S.: “Psicología Social”, en *Psicología social, una guía para su estudio*, de LEÓN RUBIO, J.M., BARRIGA JIMÉNEZ, S., GÓMEZ DELGADO, T., y GONZÁLEZ GABALDÓN, B. (Coordinadores), Kronos, Sevilla, 1996, págs. 249-269.

6.9.8. LOS MCM Y LAS IMPLICACIONES DEL DESARROLLO COGNITIVO EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN EL ALUMNADO DE PRIMARIA Y SECUNDARIA

En el momento actual, los medios de comunicación tienen una gran influencia en la vida de los niños y adolescentes, pues la mayoría ve televisión y películas, utilizan internet, intercambian correos electrónicos, utilizan video-juegos, escuchan discos y emisoras de radio, leen comics y revistas para jóvenes... y entre ellos comentan todo esto.

Toda esta tecnología puede ser divertida, emocionante e incluso educativa, y la sociedad avanza en la dirección de utilizar cada vez más este tipo de instrumentos.

El problema reside en que muchos jóvenes no tienen a nadie que les oriente sobre cómo utilizar todo este arsenal informativo pues son muchos los casos de niños y adolescentes “enganchados” pasivamente al televisor, los auriculares, la video-consola, el teléfono móvil o los ordenadores.

Los cambios en la personalidad, en las estructuras cognitivas, los códigos morales, etc. que afectan a los niños y los adolescentes actualmente hacen indispensable, que aquellas personas implicadas directamente en su formación, conozcan en profundidad como pueden afectar al proceso de enseñanza y aprendizaje y de qué manera se pueden manejar estos cambios para que en la edad adulta sean personas totalmente integradas en la sociedad en la que viven, tanto desde el punto de vista conceptual como procedimental y actitudinal.

6.9.9. TEORÍAS SOBRE EL DESARROLLO EN EL NIÑO Y EL ADOLESCENTE

En este sentido la continuidad o discontinuidad en el desarrollo, variará según la teoría de la que estemos hablando. Así:

Piaget y otros autores, como los psicoanalíticos, defienden la existencia de etapas en el desarrollo. Se dan cambios en la persona cada vez que superan una etapa; destacan el carácter discontinuo.

Lo que Piaget (1979)²²¹ denominó “desarrollo espontáneo” del pensamiento, depende de factores internos individuales (sistema organizativo del pensamiento y personalidad), del desarrollo orgánico y del contexto situacional; la suma de estos factores nos induce a pensar que, a partir de una misma realidad, pueden existir pensamientos completamente distintos.

De los trabajos de Piaget podemos extraer la idea de que este proceso no es progresivo, sino de características no monótonas, donde todas las reconstrucciones y superaciones de conflictos cognitivos (desequilibrios) tienen como objeto último el equilibrio perfecto, existiendo periodos donde parece producirse un retroceso, debido a que habilidades superadas en etapas anteriores parecen haber decaído.

Piaget defiende la idea de la adquisición de “esquemas mentales”, que en edades tempranas son básicamente reflejos, para más adelante convertirse en voluntarios y formar las “estructuras mentales”. Estas estructuras mentales se reorganizan y se adaptan para dar respuesta a acontecimientos externos, similares a los ya adquiridos pero desconocidos para el aprendiz.

En 1991, Vygotsky²²² considera que la persona desarrolla dos tipos de funciones mentales: unas determinadas genéticamente y que reflejan nuestra reacción o respuesta al ambiente (Funciones Mentales Superiores) y otras adquiridas a través de la interacción social y que determinan la forma de ser, los valores, la cultura... (Funciones Mentales Inferiores).

Los patrones de pensamiento que el individuo desarrolla a lo largo de su vida para afrontar las tareas, no se deben exclusivamente a factores innatos o genéticos, sino que en gran parte son producto de las instituciones culturales y de las actividades sociales.

²²¹ PIAGET, J.: *El mecanismo del desarrollo mental*, Editora Nacional, Barcelona, 1979.

²²² VYGOTSKY, L.: *La formación social de la mente*, Martins Fontes, Barsil, 1991.

Actualmente no se defiende ni una postura ni la otra; se ha llegado a un punto intermedio, hablándose del término “transformación” mediante el cual se pretende dar la idea de una cierta estabilidad y cierto grado de cambio a la vez.

En la teoría de la instrucción propuesta por Bruner en 1997²²³ encontramos cuatro aspectos fundamentales:

- La motivación a aprender por parte del alumnado.
- La estructura del conocimiento a aprender.
- La secuencia para presentar los conocimientos y experiencias.
- El refuerzo o recompensa a un aprendizaje adecuado.

El aprendizaje del niño y la niña es un proceso activo en el que se pueden descubrir y construir conocimientos utilizando los adquiridos con anterioridad, tratando elaborar un esquema mental y una hipótesis, que les permita asimilar un nuevo conocimiento.

Resumen:

No es necesario recordar que no existe un método único y totalmente válido para la presentación de los contenidos y para optimizar el proceso de aprendizaje, pero conocer el desarrollo cognitivo del niño y cómo aprende puede ayudar al docente a elegir la metodología más adecuada.

Las teorías de Piaget aportan poco sobre la influencia de las relaciones sociales en el desarrollo de la inteligencia; la única aportación al respecto es que el individuo la desarrolla en un contexto social, que poco o nada influye. Todo lo contrario nos dice Vygotsky, que considera el conocimiento mismo como un producto social.

Otra de las grandes diferencias entre Piaget y Vygotsky es la consideración sobre la relación desarrollo y aprendizaje, hasta el punto de que el primero considera la falta de desarrollo como un limitante del aprendizaje y el segundo dice que el aprendizaje favorece el desarrollo.

²²³ BRUNER, J.: *La educación, puerta de la cultura*, Visor, Madrid, 1997.

Lo que podemos concluir, en suma –coincidimos básicamente por lo expresado por Caño Díaz-²²⁴ es que los niños en la actualidad tienen una oferta tecnológica muy importante que los hace receptores –en muchas ocasiones pasivos- de mensajes producidos fuera de su entorno natural. La labor del adulto para enseñarlos a manejar todos estos recursos y para matizar tanta información descontrolada puede ser decisiva para lograr que los alumnos configuren su personalidad integrando racionalmente tanto mensaje externo. Promocionar ensayos en los que se reproduzcan en el aula algunos modelos de MCM sería una iniciativa inteligente.

7. LA PRENSA EN LAS AULAS

7.1. EL MARCO INSTITUCIONAL

En el sistema educativo español hay una cierta variedad de centros. La primera distinción hay que hacerla entre centros públicos y centros privados. Por razones fáciles de entender, los centros privados deben contar con ciertos mecanismos de captación de alumnos, dado que de ello depende su éxito y, consecuentemente, su viabilidad. Además de la carga ideológica que se expresa en el ideario del centro –en sí misma muy importante- hemos de constatar que en ellos se ofrecen actividades de complementación de las clases que sean atractivas para los alumnos y, sobre todo, para los padres. De modo que gimnasios, clases de idiomas, pistas de patinaje y otras posibilidades son recursos habituales en los centros de titularidad pública.

Desde que se puso en marcha la modalidad de “centros concertados”, la independencia de estos centros quedó lógicamente disminuida, dado que es la Administración quien atiende los gastos de personal, con un ligero desfase en la nómina a favor de los centros públicos.

²²⁴ CAÑO DÍAZ, FERMÍN: “Los medios de comunicación y el desarrollo cognitivo”, en *Ideal*, edición de Almería, 17-03-15, pág. 29.

De modo que la supervisión de los programas educativos por parte del Servicio de Inspección impide un distanciamiento efectivo en los contenidos y criterios de evaluación de los alumnos. Sí es posible ofrecer a los alumnos mayor ayuda en clases de recuperación y en otros apoyos, siempre dependiendo de la economía interna. La ideología de la titularidad del establecimiento sí tiene que ver con un enfoque más educativo que en los públicos, por definición laicos. Como la gran mayoría de estos centros privados están regidos por órdenes religiosas, se comprende en qué dirección señalan las cargas educativas, dicho sea con todo respeto.

Hechas estas salvedades, podemos decir que hoy día, los centros públicos y privados no se diferencian en lo principal que es la impartición de conocimientos. El sistema educativo tal y como se plantea hoy en los centros de enseñanza tiene como objetivo prácticamente único el aprendizaje en las materias que se imparten. La única dimensión que se considera oficialmente es la del ejercicio físico, consolidado como una asignatura desde hace tiempo. El proyecto de asignatura de Educación para la Ciudadanía no ha tenido en general una acogida muy favorable, más bien ha sido un asunto para el debate. Ni que decir tiene que la no implantación total en la institución escolar pronostica un desarrollo irregular de las aptitudes cívicas entre los alumnos. Y más teniendo en cuenta las reticencias entre el mismo profesorado a la hora de su aplicación.

7.2. EL AMBIENTE DEL AULA

Un aula en la escuela actual se parece bastante a la conocida desde hace varios años. Hay un adulto que imparte las enseñanzas y cuida de la disciplina dentro de la misma. A una determinada distancia, se colocan los alumnos. Este esquema gráfico no es en sí mismo inamovible y se dan de hecho otros modelos, entre los que predomina la colocación de los pupitres rodeando al profesor, en lo que se entiende una distribución más “pedagógica”.

Las interacciones entre profesor y alumnos se producen dentro del marco de la institución. Dependiendo de la metodología que el profesor adopte, se pueden dar varios modelos, con pocas variaciones respecto al modelo clásico, que describimos a continuación.

El profesor explica y los alumnos atienden o no, según su criterio. Periódicamente, se celebran unos exámenes o “controles”, en los que los alumnos deben demostrar que han aprendido los temas propuestos.

Como es natural, el profesor interrumpe sus explicaciones para dirigirse a los alumnos con preguntas u observaciones. Este es el momento en que los alumnos expresen sus dudas.

En contra de este modelo, la interacción entre los alumnos es abundante y reiterada. Dependiendo mucho de la habilidad de captación de la atención que tenga el profesor, esta comunicación será más frecuente o no, en relación inversa a lo que se acaba de decir.

Hay un momento especial en que los alumnos interactúan más entre ellos: charlan, juegan y se divierten: el recreo. Normalmente, el profesor está ausente en estos momentos, en los que una “guardia” mantiene el orden y atiende alguna incidencia.

7.3. OTROS PERFILES DE LA PRENSA ESCOLAR

Dentro de la modalidad, o modalidades, de la prensa escolar, hay experiencias no muy generalizadas en este campo. De algunas ellas vamos a dar cuenta en este apartado.

Segundas ediciones. Cuando en la experiencia se pretende acercar la publicación al modelo de prensa convencional, se puede llegar a la emisión de segundas ediciones. Tal es el caso de Mundo Joven, que lanzó una segunda edición dando cuenta de la liberación de Quini, entonces futbolista del F.C. Barcelona. Ese ejemplar reproducía la noticia tomando como base la misma primera edición distribuida unos días antes, con pequeñas modificaciones, referidas a la noticia de la liberación del futbolista. Teniendo en cuenta que esa publicación se distribuía por los lugares de concentración de los habitantes de Benacazón: bares, autobús y tiendas, el servicio prestado por los alumnos a la comunidad escolar nos parece reseñable.

Inmediatez de la publicación a la noticia. Cuando los alumnos redactores de La Teja visitaron el club de paracaidistas de Tablada, iban provistos de sencillos instrumentos que

les permitirían editar un ejemplar que titularon “El Boli”, confeccionado a base de técnicas elementales de reproducción, como eran una bandeja con gelatina y unos papeles de carbón. Mientras los paracaidistas aguardaban turno para subir a la avioneta, los chicos procedían a hacerles entrevistas que rápidamente trasladaban a los papeles de calco. De ahí a las bandejas de gelatina, de donde sacaron las suficientes copias para repartir entre la población que presenciaba el espectáculo, además de los paracaidistas que iban tomando tierra y que así pudieron leer de qué modo los escolares habían traducido sus impresiones y las habían plasmado en el papel.

Entrevistas a personajes relevantes. Durante prácticamente un mes, los estudiantes que colaboraban en la redacción de “Mundo Joven” persiguieron a algunos personajes famosos hasta lograr entrevistarlos para la publicación. Eso permitió a los lectores de esa publicación conocer ciertos aspectos de la vida de Curro Romero²²⁵, José María García, Arconada y Juanito Navarro. No hay que subrayar la importancia que para la población de Benacazón pudo tener la lectura de esas entrevistas. La relevancia del portero de la entonces selección española junto a la de un personaje muy popular en la radio –caso de José María García-, como de la televisión –Juanito Navarro- reivindicó para los escolares de ese pueblo la valía de las nuevas generaciones. No hay que ocultar el esfuerzo que debió hacer el profesor de estos alumnos para lograr las entrevistas.

Acercamiento de las instituciones a la barriada. Durante la edición de El Boli –noticiero de P. Montano y Consolación-, los alumnos hicieron varias visitas con el fin de conocer la realidad de las instituciones. Una de ellas fue a las instalaciones de los bomberos, muy próxima al lugar donde tenía la sede el colegio. Más adelante, visitaron el desaparecido Diario 16 y El Correo de Andalucía, además de la consabida visita al ABC, a donde acudían muchos colegios de Sevilla. Tal vez, la visita más significativa fue la realizada al Ayuntamiento. Para prepararla, los escolares animaron a la población a realizar preguntas sobre los asuntos que preocupaban en la barriada. En ocasiones, los redactores de El Boli invitaron a personas representativas de algunas instituciones. Tal fue el caso del Director del Laboratorio municipal, D. Javier Villamor, que encontró un hueco en su agenda para complacer a los estudiantes.

²²⁵ La dificultad de entrevistar a Curro Romero en aquella época puede constatarse en el hecho de que no aparecieron por aquella fecha otras entrevistas al popular torero en la prensa convencional. Tampoco se puede ocultar que el hecho de que se tratara de unos escolares contribuyó a lograrlo.

Corresponsales. El periódico El Boli contó con un corresponsal en Benacazón. De él se publicaron dos crónicas: una con motivo del paso de las carretas del Rocío por esa localidad y otra con ocasión de un atraco a la sucursal de una entidad bancaria.

Extras y segundas ediciones. En algunos de los periódicos escolares analizados, se publicaron ediciones especiales para dar cuenta de acontecimientos de cierta relevancia. Otras veces, se lanzaron ediciones extras. Caso reseñable es el de La Teja, cuando los alumnos emitieron un número especial con motivo del golpe de estado del 23 de Febrero

7.4. CONCLUSIÓN

Las tareas de publicación de un periódico escolar es una fórmula extraordinaria para romper con la rigidez de los modelos expresados aquí. Hay que distinguir, llegados a este punto, la gran diferencia que existe de acuerdo con los prototipos de periódico escolar que se confeccionen. Podemos describir, grosso modo, tres tipos de publicaciones:

7.4.1. PUBLICACIONES RESULTANTES DE LA SUMA DE TRABAJOS DE LOS ALUMNOS

Cuando la publicación es el resultado de la recogida y ensamblado de diferentes trabajos realizados por los alumnos, prácticamente no se altera el modelo mayoritario. Si los alumnos pertenecen a una sola clase, hay muchas más posibilidades de establecer relaciones entre alumnos y profesores y entre los alumnos mismos (aun en el caso de publicación confeccionada a partir de trabajos de los alumnos). Una diferencia cualitativa importante en el modelo que estamos analizando es si los trabajos tienen que ver con la labor escolar (es decir, pegados al currículo) o si se refieren a otros asuntos relativos al barrio, la ciudad e incluso el mismo centro.

7.4.2. PUBLICACIONES CONCEBIDAS COMO UNA ENTIDAD EN SÍ MISMA

Hay veces que un profesor propone a los alumnos la realización de un periódico escolar autónomo, es decir, sin estar de por sí pegado al currículo. Entonces se concibe la publicación como algo que hay que construir. Para ello, los alumnos tienen que salir del colegio, preguntar, indagar, describir, etc. Sería irrisorio entender que estos periódicos así confeccionados no llevan entre sus páginas contenidos propiamente curriculares. Lo que los diferencia de los otros es que el porcentaje de ellos es sustancialmente inferior a los otros.

7.4.3. PUBLICACIONES REALIZADAS POR UN SOLO GRUPO DE ALUMNOS

Al definir un grupo no es necesario que todos ellos pertenezcan a una sola aula; pueden ser integrantes de dos aulas. Resulta un modelo mejor dos aulas que tengan al mismo profesor.

La importancia de tener en cuenta este modelo como especial es porque en él se puede reproducir más fielmente la figura de la redacción de un periódico convencional. En el ambiente que se establece cuando los chavales acuden a una determinada hora para ocuparse de la confección del periódico, las interrelaciones personales fluyen, no sólo entre los alumnos, sino también entre profesor y alumnos. En consecuencia, los distanciamientos fríos que se dan necesariamente en la institución escolar se desdibujan. Además de producirse una mayor eficacia docente del profesor.

8. LENGUAJE INFANTIL: EL LENGUAJE COMO PROCESO

El Lenguaje constituye una manifestación única en el mundo animal.²²⁶ Pero no es algo que se da como una facultad que se tiene sin más; es algo que precisa de un contexto

²²⁶ Con las salvedades que hay que hacer, partiendo del propio término “lenguaje”, tornado en palabra polisémica. Se habla del lenguaje de las manos, del lenguaje del abanico, etc. Y, sobre

socializador (Recuérdese el mito que unos atribuyen a un monarca inglés y otros a un personaje griego, en el que se pretendía la aparición espontánea del lenguaje originario de la raza humana).²²⁷ Pero, además, necesita de un aprendizaje e implica, por eso mismo, un desarrollo, que no es parejo en todo tipo de niños, pero que sí puede someterse a unos parámetros más o menos válidos para toda la población infantil, salvo disfunciones específicas. Tampoco se puede poner en cuestión que el Lenguaje juega un papel fundamental en nuestras relaciones sociales y que éstas se incrementan de forma notable coincidiendo justamente con la escolarización. A partir de las teorías de Richard Dawkins²²⁸ se ha elaborado otras respecto a la posibilidad de que el Lenguaje cumpla alguna función de transmisión de “memes” (Blackmore).²²⁹

Es igualmente admitido que el desarrollo de este proceso avanza simultáneamente al resto del crecimiento humano. En este punto cabe hacer una salvedad. Así como en el desarrollo biológico se produce prematuramente una parada natural y un declive cre-

todo, la popularización de la Informática ha traído aparejada la aparición de, además de otras palabras, como ya se señala en otros lugares, el uso de “lenguaje” para diferentes concepciones para la programación: el “básic” o el “cobol”, por ejemplo. Igualmente, la telefonía “móvil” ha traído otro tipo de lenguaje, en virtud de la capacidad de enviar mensajes cortos por este medio (LOWELL J.: “Mensaje: ‘t’echo mucho de -’ ” en *El Mundo*, martes 15 de Mayo de 2001, pág. 35). Pero, en el sentido en que abordamos aquí el término “lenguaje”, también hay que tener en cuenta las experiencias que se están llevando a cabo con primates y con cetáceos. Aunque parece ser que existen diferencias cualitativas en el lenguaje de los humanos con respecto al que se da en las otras especies.

²²⁷ El citado personaje, queriendo saber cuál era el idioma de los humanos antes del episodio de la Torre de Babel, encerró a varios niños para que, de forma espontánea, se manifestara en ellos la lengua primitiva del género humano. Aunque los niños eran escrupulosamente atendidos, nadie les dirigió la palabra. Los niños murieron.

²²⁸ En su libro “*el gen egoista*”, este científico (profesor de Etología de la Universidad de Oxford) desarrolló, dentro de la escuela darwinista, la teoría de que son los genes los que dirigen el destino de los seres vivos, con unas estrategias perfectamente planificadas y, según las cuales, hechos que no tienen sentido aparentemente (como el suicidio de las ballenas) tendrían una explicación. Para más detalles, puede consultarse la obra de RICHARD DAWKINS: *El gen egoista*, publicada en 1988 por la editorial Salvat en su colección “Biblioteca Científica”. Una modalidad de los genes son los “memes” (o “mimes”, según otras traducciones), de características muy diferentes a los genes clásicos (de contenido fundamentalmente biológico).

²²⁹ Los memes tendrían un fuerte componente cultural, y, según Susan Blackmore (catedrática de Psicología de la Universidad West of England en Bristol), podría ser que los actos comunicativos propiciaran la expansión de estos genes peculiares (BLACKMORE, S.: *La máquina de los memes*. Paidós, Barcelona, 2000).

ciente, en el Lenguaje, no sólo no ocurre así, sino que es posible y hasta natural el desarrollo del mismo a partir de un estadio en que ya se ha iniciado el descenso en las potencialidades físico-biológicas.

Por otro lado, el desarrollo del Lenguaje está directamente relacionado con la construcción mental que el niño va haciéndose del contexto cultural que lo envuelve, como señala Bruner.²³⁰ El citado autor afirma: “*La cultura está hecha de procedimientos simbólicos, conceptuales y distinciones que sólo se pueden realizar en el lenguaje*”.

Otro centro de atención en cuanto al desarrollo del Lenguaje hay que situarlo en la Escuela, cuyo papel, en opinión de algún autor no ha sido suficientemente tenido en cuenta tradicionalmente (Rondal).²³¹ La profesora Ruiz, en una obra de reciente publicación señala este defecto como una de las graves incongruencias de la actual acción educativa²³². El Prof. Trigo, además de coincidir en el criterio, llega a señalar la paradoja de que la clase de Lengua venga precedida de una orden de guardar silencio.²³³

Queda, por último, considerar en esta breve introducción la relación tan estrecha que se establece entre el Lenguaje y la Inteligencia. Desde la llegada a España de las teorías de los autores de la *escuela rusa* a través de, primero Luria,²³⁴ y, posteriormente,

²³⁰ Ver BRUNER, J.S.: “De la comunicación al lenguaje”, en la revista *Infancia y Aprendizaje*, editada en Madrid en 1981, páginas 133-163. O la obra del mismo autor *El habla de los niños*, editada en Barcelona por Paidós, en 1988.

²³¹ Jean Rondal, profesor de la Universidad de Lieja, es uno de los que denuncian esta anomalía del sistema. (RONDAL, J.: “Principes, stratégies et chronologies de l’ intervention éducative dans l’acquisition et le développement du langage” en el *II Simposi Internacional de didàctica de la llengua i la literatura*. Escola de Mestres de Tarragona, 1.991).

²³² Ver RUIZ, M.: *Los límites de la Educación*. Grupo Unisón Producciones, Madrid, 1999. En esta obra se repasa con bastante sentido crítico el sistema educativo actual español, con planteamientos que no llegamos a compartir del todo, pero con claridad y coincidencia con nuestros propios puntos de vista en este aspecto concreto.

²³³ TRIGO, J.M.: “La lengua oral en la educación primaria”, publicado en la revista *Lenguaje y Textos*, n° 9. SEDLL, Universidad de Coruña, págs. 45-62.

²³⁴ Aunque Vygotsky es anterior a Luria, fue a partir de éste cuando se tuvo acceso a las teorías de su compatriota, desaparecido en 1934. Y a través de él, se abrió el camino hacia el conocimiento de otros colaboradores, como Leontiev, Batjin, etc. a los que tendremos ocasión de referirnos más adelante.

Vygotsky, Batjin, Leontiev, etc., los psicólogos de nuestro país comenzaron a interesarse por un apasionante mundo en el que se abordaron cuestiones absolutamente novedosas hasta entonces, como el *habla egocéntrica*, *las funciones reguladoras* del Lenguaje, etc. y que llevaron, por ejemplo, al profesor sevillano, Juan Daniel Ramírez, a elaborar su *teoría de la modulación de activación*.²³⁵ A pesar de que existen divergencias importantes entre los expertos sobre el caminar conjunto de lo cognitivo y lo verbal (Vygotsky frente a Piaget,²³⁶ por ejemplo), no cabe dudar de las íntimas conexiones existentes entre el desarrollo del Lenguaje y las capacidades intelectuales, tanto manipulativas como verbales.

Esta relación es tan admitida por los técnicos que los psicólogos utilizan para medir la inteligencia, unas pruebas basadas fundamentalmente en el desarrollo del Lenguaje,²³⁷ pues, aunque también contienen estas pruebas elementos valorativos del desarrollo manipulativo y de aptitud matemática entre otros, el mayor peso sigue estando situado sobre el desarrollo del Lenguaje.

8.1. LENGUAJE Y PENSAMIENTO

Antes de iniciar el estudio del lenguaje escrito de lo que constituye el corpus de nuestro trabajo, es imprescindible hacer una referencia a los centros donde se procesa todo ese trabajo que después queda plasmado en un texto. Este texto es el único elemento que queda ante nosotros y a partir del cual debemos extraer nuestras conclusiones. Ello significa, naturalmente, que, por mucho grado de asepsia del que pretendamos dotar a

²³⁵ RAMÍREZ, J.D.: “Desarrollo del lenguaje y control de las acciones: En torno a la regulación verbal” en *Infancia y Aprendizaje*, n° 37. Madrid, 1987, págs. 50-70.

²³⁶ Mientras que para Piaget se producía un desarrollo paralelo de pensamiento y lenguaje, el autor ruso entendía el nacimiento de ellos por separado y su posterior confluencia más adelante.

²³⁷ Tanto es así que Binet, pionero en la medición de la inteligencia –por cierto, autor de un procedimiento fuertemente cargado en el factor verbal- decía que inteligencia era lo que medían sus tests. Esta frase se ha entendido tradicionalmente mal, atribuyéndole al referido autor una actitud ególatra, cuando lo que quería probablemente expresar -a nuestro modo de ver- era la imposibilidad de medir la inteligencia y la necesidad consiguiente de atenerse a la aproximación a la misma mediante pruebas psicométricas.

nuestro trabajo, será inevitable algún tipo de manipulación de lo que el autor de ese texto escrito ha pretendido trasladarnos.

En cualquier caso, siempre hemos de tener en cuenta las limitaciones del propio sujeto en lo que afecta, no sólo a su conocimiento del idioma, sino también en lo que se refiere a su habilidad para transformar en expresiones concretas lo que pasa por su mente en esos momentos. Cuando se trata del trabajo hecho por unos niños en proceso de formación, por el hecho mismo de ser niños, esas limitaciones son más patentes en el conocimiento del idioma. Y también, por tratarse de personas en vías de adquirir la madurez que se le atribuye a un cerebro adulto, el resultado de nuestras valoraciones tendrá que ser tenido en cuenta con las debidas reservas. Tenemos, en este caso, la ventaja de contar con un modelo de lenguaje genuinamente infantil. Porque, aunque las experiencias se han llevado a cabo en el seno de un centro de enseñanza y han sido controladas por un adulto, bien se ve en los ejemplos que mostramos que el grado de libertad y las posibilidades de expresarse se han acercado bastante a las máximas posibles.

De todos modos, hechas las advertencias que entendemos necesarias, no podemos eludir la aproximación a las teorías que se han ido elaborando a lo largo de los últimos años. Principalmente gracias a la aportación de autores tan significados como el mítico Piaget²³⁸ y los subsiguientes clásicos de la Psicolingüística, entre los que destacan Vygotsky,²³⁹ Chomsky,²⁴⁰ Luria,²⁴¹ Wallon,²⁴² etc., y que, en la actualidad, por más que

²³⁸ PIAGET, J.: *La construction du réel chez l'enfant*, Delachaux et Niestlé, Neuchâtel, 1937.

²³⁹ VYGOTSKY, L.S.: *Pensamiento y Lenguaje*. La Pléyade, Buenos Aires, 1973.

²⁴⁰ Chomsky es un autor con aparición frecuente en los Medios y referencia imprescindible a la hora de abordar los aspectos psicolingüísticos y gramaticales. Relacionamos aquí dos de sus títulos más conocidos y que son de obligada consulta: CHOMSKY, N.: *El Lenguaje y el Entendimiento*. Seix Barral, Barcelona, 1971. CHOMSKY, N.: *Aspectos de la Teoría de la Sintaxis*. Aguilar, Madrid, 1976.

²⁴¹ LURIA, A.R.: *Lenguaje y Pensamiento*. Fundamentos, Madrid, 1974.

²⁴² WALON, H.: *Los orígenes del pensamiento en el niño*. La Pléyade, Buenos Aires, 1980.

²⁴² Huarte de S. Juan explicaba esta relación con el símil del parto: “el entendimiento tiene virtud y fuerzas naturales de producir y parir dentro de sí un hijo, al dual llaman los filósofos naturales

existan las lógicas diferencias de matices respecto a unas y otras interpretaciones, parecen dejar claro que Lenguaje y Pensamiento no constituyen entidades independientes²⁴³, sino que estamos ante dos procesos que están íntimamente imbricados²⁴⁴, de forma que, aunque sea de hecho posible crear una imagen visual, por ejemplo, es imposible que ésta no esté acompañada por algún tipo de idea-frase; es decir, por un pensamiento en forma de Lenguaje. O, si se prefiere, cualquier imagen, del tipo que sea que se produzca en el cerebro, estará inevitablemente unida a uno o varios conceptos²⁴⁵. Del mismo modo, cuando el sujeto decide expresar algo, elige una imagen acústica correspondiente al concepto que él mismo tiene en la mente. De ahí que se entienda por la Lingüística, sobre todo a partir de la obra de F. de Saussure en 1.967, el signo lingüístico como “una entidad psíquica con dos caras”.²⁴⁶

Pero no acaban aquí las conexiones entre lo que podemos denominar como “lo psíquico” y “lo lingüístico”, sino que, a la hora de expresar cualquier idea, el hablante ha de seleccionar, entre las posibilidades que se le ofrecen –en unos casos más limitadas que en otros-, la forma preferida para dar a conocer su pensamiento²⁴⁷. Si esto es necesario en cualquier proceso comunicativo (Lamíquiz)²⁴⁸, lo es mucho más a la hora de transcribir un producto elaborado mentalmente, dado el proceso de reflexión inevitable que media

*noticia o concepto, que es **verbum mentis**” (TORRE, E.: Ideas lingüísticas y literarias del Doctor Harte de San Juan. Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1977, Pág. 195).*

²⁴³ La consideración de que Pensamiento y Lenguaje no siguen evoluciones diferentes no se limita a los especialistas en Psicología, sino que es compartida por otros científicos, como Lázaro Carreter, quien no tiene reparos en afirmar en El País que “cuando se empobrece la lengua, se empobrece el pensamiento” (LÁZARO, F.: “El Español, una lengua diversa” en El País de 13 de Octubre de 2001, suplemento “Babelia”, págs. 8 y 9).

²⁴⁵ Está claro que, cuando en la mente el sujeto representa, por ejemplo, una “casa”, esa imagen se forma a partir del concepto que ese sujeto tenga de casa –será, naturalmente, muy diferente en el caso de alguien que viva en Andalucía o en Laponia, por ejemplo-. Pero es que, incluso, cuando el sujeto origina en su mente un objeto irreal o no visto, lo hace a partir de conceptos previamente establecidos en su mente; no sólo eso, sino que tales objetos poseerán una serie de características (color, tamaño, etc.), derivadas de conceptos ya adquiridos.

²⁴⁶ SAUSURE, F.: *Curso de lingüística general*. Losada, Buenos Aires, 1967, pág. 129.

²⁴⁷ También ocurre que el ser humano, dotado de la capacidad de pensar, también lo está de producir mensajes que no se adecúan a lo que verdaderamente piensa, produciendo así la mentira, lo que desgraciadamente se da con frecuencia (JIMÉNEZ DE PARGA, M., “Derecho y Lenguaje” en ABC, 13 de Junio de 2001, página 3).

²⁴⁸ LAMÍQUIZ, V.: *Morfosintaxis estructural del verbo español*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 1972, página 23.

entre la idea tal y como ha sido concebida en el intelecto y la subsiguiente transcripción en signos escritos. Tal aspecto es de lo más relevante cuando se trata de abordar un trabajo como el nuestro, en el que concurren circunstancias tan significativas como un vocabulario limitado, un conocimiento de la Gramática en desarrollo, etc.

En todo caso, hay que tener en cuenta que, entre los procedimientos que el niño utiliza para conocer lo que le rodea, la norma adulta tiene una gran importancia. Esto significa que el Lenguaje del adulto interviene decisivamente en el desarrollo cognitivo del niño (Wertsch).²⁴⁹ En sentido inverso, el estudio de los textos que producen los niños nos permiten acercarnos –siempre en la medida de lo posible- a los procesos cognitivos que se dan en esos momentos en los alumnos que intervienen en la redacción de los periódicos escolares que son objeto de nuestro estudio. De ahí, la importancia de proceder al análisis morfosintáctico y semántico de los textos, en nuestro intento de extraer el máximo rendimiento de nuestra profundización en el “mundo del niño”. Respecto a otras cuestiones –como los intereses propios de esas edades, preocupaciones sociales, etc. -, con la salvedad de la inevitable influencia familiar, ese propósito esperamos que quede cumplido con las reflexiones que hacemos en su momento.

8.1.1. EL LENGUAJE SOCIAL

El nombre de *Lenguaje Social* se debe a Batjtin²⁵⁰ y sirve para referirse a esa norma lingüística que se impone en determinados ambientes. Esto quiere decir que nuestro lenguaje, el de cualquiera de nosotros, está en cierto modo determinado por un *estilo*, que es el que corresponde al medio socio-cultural y ambiental en el que nos movemos. Es más incluso: cada uno de nosotros puede utilizar un cierto tipo de lenguaje según se encuentre en un ambiente o en otro. De este modo, se diferencia claramente el mensaje que, con

²⁴⁹ WERTSCH, J.V.: *Vygotsky y la formación social de la mente*, Paidós, 1988.

²⁵⁰ RAMÍREZ, J.D.: “Entrevista a Wertsch” en *Infancia y Aprendizaje*, Madrid, 1991, pág. 14.

intención comunicativa, se produce según los condicionantes situacionales presentes. Según Wertsch, cuando uno habla –al menos en determinados contextos-, lo hace tomando prestado (sic) un modelo de lenguaje, que es el que caracteriza a las personas que se mueven en ese contexto, ya sea intelectual o no.

Si traemos esta cuestión aquí es por considerarla en cierto modo pertinente para el estudio global que pretendemos sobre los modelos de Prensa Escolar que tratamos de analizar. ¿Es posible que este mundo infantil posea algo parecido a eso que se llama Lenguaje Social en Batjin, Wersch, etc. y que Ramírez²⁵¹ aclara como ejemplo en el lenguaje de los abogados, los científicos y, en general, de los especialistas en alguna rama del saber?. Nosotros creemos que sí.²⁵² No sólo eso, sino que, a través del estudio que ahora emprendemos, podemos hacer una cierta aportación a su conocimiento.²⁵³

Se nos permitirá hacer un último comentario en torno a la relación que existe entre lo que el sujeto expresa y lo que supone su pertenencia a un determinado grupo humano, llámese éste región, comunidad, municipio o provincia. Debemos señalar, en consecuencia, que todo estudio que no tenga en cuenta este aspecto, resultará de cualquier forma incompleto. Y ello es, quizás, más importante cuando se trata de lo andaluz, o si se prefiere, lo sevillano. Aunque este aspecto será tratado con más extensión en otro lugar, señálese aquí también que, desde el punto de vista de las relaciones entre lo que se habla y

²⁵¹ RAMÍREZ, J.D.: *Ibidem*, pág. 16.

²⁵² Naturalmente, no estamos ante especialistas. Pero así como el propio Ramírez reconoce entre los usuarios del “lenguaje social” a los eclesiásticos y a los juristas, nosotros creemos reconocer entre los alumnos de este nivel de edad un colectivo que usa entre sí una modalidad de habla diferencial y propia, sin cuyas claves de interpretación es difícil alcanzar en plenitud el significado del mensaje. Volveremos sobre esta cuestión.

²⁵³ Si bien el que el niño se emplee en redactar un periódico que espera sea leído por los adultos, supone, de partida, el desarrollo de una actividad en la que el niño debe emplear unas formas “adecuadas”, lo que elimina gran parte de sus usos lingüísticos, aparecerán a lo largo de nuestro estudio, elementos de este peculiar modo de hablar. Por otra parte, es de dominio público la utilización de términos apocopados, como “Mates”, “Seño”, o más recientemente, “Porfa” (por “por favor”) o “Cono” (por “Conocimiento del Medio”).

lo que se piensa, la peculiaridad de lo andaluz tiene unos perfiles de una determinada originalidad (Ropero²⁵⁴).

8.1.2. EL PROCESO DE MADURACIÓN DEL LENGUAJE EN EL NIÑO

Por más que coloquialmente entendamos que, hacia los seis años, un niño ha adquirido el Lenguaje de una manera suficientemente eficaz, no sólo para comunicarse, sino también para aproximarse a su estudio y perfeccionamiento, - es más, los psicólogos consideran que un niño debe ser capaz de mantener una conversación normal con el adulto hacia los 24 meses²⁵⁵-. El caso es que el idioma, incluso el propio o materno, es algo en cuyo aprendizaje nunca se alcanza todo el nivel posible. Pero, por atenernos a la norma, podemos señalar con Slobin²⁵⁶ –quien, a su vez, se apoya en las investigaciones de autores como Carol Chomsky,²⁵⁷ Cromer,²⁵⁸ Olds,²⁵⁹ Kessel²⁶⁰ y otros- , que, durante la etapa

²⁵⁴ ROPERO, M.: “Identidad sociolingüística del andaluz” en LAMÍQUIZ, V. y CARBONERO, P.: *Sociolingüística Andaluza, nº 1*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1985, páginas 27-43.

²⁵⁵ Hay que entender esto como que el niño es capaz, hacia esa edad, de comunicarse con los demás, lo que hace generalmente sin haber alcanzado, lógicamente, el nivel suficiente para hacerlo sin fallos en la expresión –dislalias-. Tampoco faltan los casos de niños que, a esta edad, ya articulan perfectamente todos los fonemas.

²⁵⁶ SLOBIN, D. I.: “Siete preguntas acerca del desarrollo del Lenguaje” en DELVAL, J.: *Lecturas de psicología del niño, Tomo I*, Alianza Editorial, Madrid, 1978, págs. 72-88.

²⁵⁷ CHOMSKY, C. *The acquisition of syntax in children from five to ten*, MIT Press, Cambridge, (Massachusetts), 1969. Citado por Slobin, Op. cit.

²⁵⁸ CROMER, R.F.: *The development of temporal reference during the acquisition of language*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Harvard, 1970. Citado por Slobin.

²⁵⁹ OLDS, H.F.: An experimental study of syntactical factors influencing children’s comprehension of certain complex relationships”. *Report nº 4*, Harvard Center for Research and Development on Educational Differences, 1968, citado por Slobin.

²⁶⁰ KESSEL, F.S.: “The role of syntax in children’s comprehension from ages six to twelve”. *Monographs of the Society for Research in Child Developmental Psychology, 1*, 1970, págs. 40-46, citado por Slobin.

escolar, los alumnos manifiestan dificultades serias para comprender y manejar ciertos aspectos del Lenguaje. Como este mismo autor señala,²⁶¹ la influencia de la familia es importantísima en el desarrollo de las habilidades lingüísticas de sus hijos.²⁶² A este aspecto nos vamos a referir más extensamente dentro de este apartado, pero conviene hacer una mínima referencia al desarrollo del Lenguaje desde el punto de vista filogenético.

Es Piaget a quien, además de adjudicársele con justicia los primeros trabajos en torno a la evolución del cerebro del niño en los aspectos lingüísticos, se debe la acuñación de un término –“**el habla egocéntrica**”- sobre el que han seguido, desde Vygotsky –quien más profundizó en el concepto- en adelante, multitud de investigaciones. El término “habla egocéntrica” hizo fortuna por expresar de forma explícita, cómo el niño empezaba a establecer y a consolidar un sistema comunicativo verbal que tenía –como corresponde por otra parte a su desarrollo afectivo en esos momentos- a él mismo y a su entorno más inmediato como centro de sus expresiones.²⁶³ A pesar de ello, Flavell acuñó el término “**habla privada**”²⁶⁴ que, aparte de pretender describir la situación del habla del niño en esos momentos, empezó a sustituir el término ya clásico de “habla egocéntrica”, volcando la atención de los investigadores sobre el desarrollo del habla infantil en el transcurso de realización de tareas. En opinión de Ramírez,²⁶⁵ los autores que sustituyeron el término piagetiano no tuvieron en cuenta un aspecto muy importante: el valor de lo social en el desarrollo del Lenguaje. El citado autor lo expresa así: “*Los estudiosos del tema analizaron el “habla privada” desde una perspectiva procesual, sin considerar para nada la dimensión sociogenética que proponía Vygotsky*”. Y más adelante añade refiriéndose a los estudios sobre el “habla privada”: “*...ha llevado a primar lo individual, funcional e intrapsíquico sobre los otros factores asociados a su origen social*”.²⁶⁶ Es una etapa la

²⁶¹ SLOBIN, D. I.: “Siete preguntas acerca...”, Op.cit., págs. 81-82.

²⁶² VILLIERS, P.A. y VILLIERS, J.G.: *Primer lenguaje*, Morata, S.A., Madrid, 1980.

²⁶³ “E mío” solía decir mi hija hacia los ocho o nueve meses.

²⁶⁴ FLAVELL, J.H. “Le langue privé”. *Bulletin de Psychologie*, nº 20, 1966, págs. 698-701.

²⁶⁵ RAMÍREZ, J.D.: “Nuevas perspectivas metodológicas para el estudio del habla egocéntrica” en *Infancia y Aprendizaje*, nº 53, Madrid, 1991, págs. 119-134, pág. 121.

²⁶⁶ De acuerdo con el desarrollo evolutivo global de la mente del niño, parece inevitable que, a la hora de iniciar el lenguaje, por más que éste sea aprendido – y, por tanto, imitado de otros-, se

que describimos en la que es muy difícil delimitar conceptualmente de qué tipo de lenguaje estamos hablando. Estamos probablemente en un momento en el que se dan, más o menos simultáneamente, tres tipos de lenguaje: el “*egocéntrico*” –o, si se prefiere el “*privado*”–, el “*monólogo*” y el “*social*”. Efectivamente, es éste un momento inicial del Lenguaje con una función comunicativa de finalidad social en sentido estricto (“social”, en cuanto forma parte de una colectividad formada por diferentes individuos, ya que anteriormente se han producido en el niño manifestaciones comunicativas verbales con la madre y otros miembros de la familia y que no pasan de ser diálogos intrafamiliares). En este momento sin duda crucial de la comunicación verbal, el niño alterna emisiones verbales para sí mismo (“estoy haciendo una torre”), con otras en las que se dirige de algún modo²⁶⁷ a su interlocutor, con expresiones del tipo de “mi torre es más bonita que la tuya”. Pero, como señala Ramírez,²⁶⁸ cuando el niño habla, aunque sea para sí mismo, es él mismo oyente de sus locuciones y, por eso mismo, *va ajustando su discurso en el plano de la interacción social*.²⁶⁹ Es decir, que, gracias a esta forma de producirse en el niño esta modalidad de lenguaje, éste adquiere una función “reguladora”, que tiene una trascendencia para el posterior desarrollo del mismo. Más adelante, el citado autor nos da pie a mantener nuestro punto de vista cuando afirma “*Radicalizamos mucho la separación entre habla privada y habla social*”.²⁷⁰

produzca en el contexto del egocentrismo imperante en ese momento. Lo que ocurre es que, por constituir el Lenguaje un sistema de comunicación, es natural que coincida con el momento en que el niño empieza a relacionarse con otros. Esta relación lo lleva a compartir tareas con otros individuos, lo que atrae el interés de los científicos, que, al observar el desarrollo de esa incipiente manifestación de lo que luego constituirá el rasgo más significativo de la especie humana, se preste atención al momento en que ese *lenguaje* se produce en una situación de privacidad, es decir, cuando el niño parece que está hablando como si no tuviera un interlocutor, aunque ciertamente - coincidimos con Ramírez-, esto no es así, porque, no sólo la presencia de interlocutores, sino el clima, el contexto social, etc., influyen de forma notable en el discurso infantil.

²⁶⁷ No está claro que el niño tenga en cuenta que el “otro” está ahí, y, desde luego, no espera respuesta. El ejemplo de la torre lo tomamos de Ramírez.

²⁶⁸ RAMÍREZ, J. D.: “Diálogo en el aprendizaje lecto-escritor, Nuevas perspectivas en el estudio de la alfabetización de adultos, de J.D. Ramírez y ‘Tres pies al gato: Significado, sentido y cultura cotidiana en educación de P. del Río y A. Álvarez’”, en *Infancia y Aprendizaje*, n.º 53, Madrid, 1992, págs. 87-100.

²⁶⁹ *Ibidem*, pág. 89.

²⁷⁰ RAMÍREZ, J. D.: “Diálogo en el aprendizaje...”, *Op. cit.*, pág. 90.

Y, aunque el aprendizaje del Lenguaje -todo un complejo mundo en el que interviene tanto aspectos fónicos como vivenciales, sociales, etc.- se desarrolla de forma casi *silenciosa*, las etapas aparecen más y más desglosadas según los investigadores que se aproximan a su estudio (Luria,²⁷¹ Harris,²⁷² Leontiev,²⁷³ Ramírez²⁷⁴). Un niño de dos años es perfectamente capaz de cumplimentar una orden sencilla dada por un adulto, pero es incapaz de atender la orden contraria una vez iniciada la anterior. Más adelante será capaz, no sólo de inhibirse en una acción ya iniciada, sino de algo más importante: obedecer eficazmente al adulto cuando se combinan dos acciones secuenciadas (“Ejemplo: “haz esto cuando pase esto otro”), gracias a que la orden se ha instaurado en la *memoria de trabajo* (Riviere).²⁷⁵ Es entonces cuando ha terminado de instalarse en el niño la función **reguladora**, tras las fases *impulsora* e *inhibidora*, de modo que el niño va avanzando, desde un estadio de predominio de la impulsividad hacia un momento en el que se establece la llamada *función preparatoria*, en la que se empieza a establecer el *estadio semántico* (Ramírez)²⁷⁶. En este último período, se dan igualmente dos fases: la del habla *externa* y la del habla *interiorizada*.²⁷⁷

²⁷¹ LURIA, A.R.: *Lenguaje y comportamiento*, Fundamentos, Madrid, 1974.

²⁷² HARRIS, A. “Historial development of the Soviet Theory of Self-Regulation” en ZIVIN, G. (Editor): *The development of Self-Regulation through Private Speech*, Wiley, N. York, 1979.

²⁷³ LEONTIEV, A.N.: *Problems of the Development of the Mind*, Progress, Moscú, 1981.

²⁷⁴ RAMÍREZ, J. D.: “Desarrollo del lenguaje y control de las acciones: En torno a...” Op. cit.

²⁷⁵ RIVIÈRE, A. “Problemas en el aprendizaje de las Matemáticas”. En V.V.A.A. *Desarrollo psicológico y educación*, Tomo III, Alianza Editorial, Madrid, 1994, págs. 155-182.

²⁷⁶ RAMÍREZ, J. D.: “Desarrollo del lenguaje y control de las acciones: En torno a...” Op. cit.

²⁷⁷ En un primer momento de aparición del Lenguaje, el niño responde impulsivamente a las indicaciones del adulto, de modo que incluso las órdenes inhibitorias dadas por el adulto se traducen en conductas que continúan las acciones emprendidas, sin que tengan ningún efecto sobre su comportamiento lo que el adulto le ordena. Posteriormente, el niño va adquiriendo la capacidad para volver atrás de sus acciones y controlarlas, según el modelo adulto, lo que empezará a instaurarse tan pronto como se consiga que el niño sea capaz de desarrollar esa función reguladora del Lenguaje, según la cual el niño adquiere la capacidad de regular sus acciones mediante un lenguaje que, primeramente, tiene una aparición “externa” (Es decir, se oye al niño hablarse a sí mismo) y que, posteriormente, pasa a un habla “interiorizada”, que funciona como en los adultos. En esta fase es en la que se reconoce la capacidad del niño para establecer la relación entre las palabras y su significación.

Somos conscientes de que, cuando se habla de tanta diversidad de lenguajes –o de funciones del Lenguaje- en los comienzos del mismo, y se les atribuye a esta etapa concreta del desarrollo infantil, no se hace otra cosa que “diseccionar” lo que no es más que un fenómeno natural, que, en primer lugar, es importantísimo para su evolución posterior, y, en segundo lugar, no es algo que se acabe aquí, sino que se perpetúa a lo largo de toda la vida del hablante. Bien es verdad que, así como corresponde hablar del “habla egocéntrica” en las primeras etapas del desarrollo humano, es pertinente hablar de una mayor dimensión del lenguaje abstracto en la época adulta. También es innegable que la dimensión de la función social del Lenguaje se da en las etapas de la vida en que el individuo desarrolla con más intensidad sus relaciones con el medio (entiéndase aquí con otros hablantes, incluidos los autores de textos escritos a los que se tiene acceso).

Por último, hay que hacer algún comentario sobre lo que significa el lenguaje escrito. Ya decía Humberto López Morales que la comunicación oral es la básica y esencial y que en la comunicación por escrito no es sino un intento que se hace por copiarla mediante el uso de técnicas artificiales.²⁷⁸

8.1.3. ETAPAS EN EL DESARROLLO DEL LENGUAJE

Luque y Vila²⁷⁹ establecen una correspondencia entre el desarrollo cognitivo y la destreza que van adquiriendo los humanos en el uso del Lenguaje. De ello, nos importa especialmente lo que se refiere a las etapas comprendidas entre los 7 y los 12 años. Señalan estos autores²⁸⁰ que, mientras que en el niño se van produciendo nuevas adquisiciones gracias a los nuevos ámbitos de experiencia (escuela, amigos, medios de comunicación, etc.), va abriéndose para ellos el acceso a nuevos lenguajes y las posibilidades derivadas del aprendizaje de la Lectoescritura. Su léxico es cada vez más amplio y correcto. Al ir

²⁷⁸ LÓPEZ, H.: *Enseñanza de la Lengua Materna*, Playor, Madrid, 1984, pág. 27.

²⁷⁹ LUQUE, A. y VILA, I.: “Desarrollo del Lenguaje” en Palacios, J., M. A. y COLL, C.: *Desarrollo psicológico y educación, I*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.

²⁸⁰ *Ibíd.*, pág. 177.

accediendo estos chicos a la etapa de las operaciones concretas y la reversibilidad²⁸¹ (Etapas definidas por Piaget), se instaura en ellos la sintaxis compleja. En cuanto el alumno accede al pensamiento lógico inductivo, va acomodando su Gramática al uso convencional.

Una cuestión que nos interesa particularmente es el estadio de desarrollo del Lenguaje es el que se encuentran los redactores de nuestros periódicos. A este respecto, podemos señalar algunos datos.

Según Piaget,²⁸² hasta los 9 o 10 años, los niños no llegan a descubrir que el nombre es algo convencional –hasta ese momento, entendía el autor, que el niño considera que nombre y objeto “nacieron” simultáneamente- y que en torno a los 10 y 11 años, se llega a comprender que el nombre es algo arbitrario.

Mayor (1995) nos resume el trabajo de otros autores, entre los que no faltan las divergencias. En cualquier caso y, aunque haya diferencias entre ellos, parece claro que los sujetos que intervinieron en la redacción de los diferentes modelos de Prensa Escolar que analizamos, son capaces de ajustar sus discursos a los de sus interlocutores y han desarrollado suficientemente las fórmulas de cortesía que estaban vigentes en los diferentes períodos en los que tuvieron lugar las experiencias.

²⁸¹ La reversibilidad es una percepción que se establece en el sujeto a partir de un grado de madurez en su cerebro. El término, establecido por Piaget, viene a significar la capacidad de que, en una operación pueda ser restablecida la equivalencia tanto en un sentido como en otro. El concepto no es muy diferente del usado vulgarmente para otras cosas. Martín (MARTÍN, E.: “Operaciones concretas” en V.V. A.A. *Desarrollo psicológico y educativo, tomo I*. Alianza Psicología, Madrid, 1994.1994, pág. 255), lo explica así: “ $y-x = x'$ o $y-x' = x$. Si sustraemos una de las subclases a la clase de origen superior, obtenemos la complementaria, y lo mismo pasa con la otra subclase”.

²⁸² PIAGET, J.: *La formation du symbole chez l'enfant*”. Delachaux et Niestlé, Neuchâtel, 1946.

Dado que los modelos de Prensa Escolar que pensamos considerar en nuestra tesis incluyen obras realizadas por alumnos de diverso nivel de edad, nos parece pertinente señalar que, entre los alumnos que intervinieron en “Joven Voz”, “Mundo Joven” y “La Teja” (primera época) había niños de 12 y 13 años, a los cuales se les atribuye la capacidad, no sólo de poseer un lenguaje más elaborado, sino las capacidades metalingüísticas necesarias para saber lo que es un párrafo en un texto. En cambio, a los participantes en la segunda etapa de “La Teja” y en “El Boli” (que son en este momento el objeto de nuestra atención), por tener edades comprendidas entre los nueve y los diez años, sólo se les reconoce la habilidad metacognitiva suficiente para detectar anáforas ambiguas²⁸³, excluir una frase no relacionada con un párrafo y establecer jerarquías simples entre diferentes informaciones.²⁸⁴

8.1.4. LA IMPORTANCIA DE LA PALABRA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LOS ESQUEMAS MENTALES DEL NIÑO

Como señalábamos anteriormente, la función del entorno social en el que se desenvuelve el niño, y de una forma particular, el marco familiar tienen una gran importancia en todos los aspectos relacionados con la inteligencia. Hoy día nadie duda de la eficacia de la atención temprana, no sólo en los aspectos de las deficiencias en el área de Lenguaje, sino también en todo lo que se mueve en torno a la maduración y la consecuente consecución de las habilidades que posibilitan el aprendizaje infantil. En muchos casos, es la propia experiencia la que mueve a estas actuaciones, pero no por ello faltan las argumentaciones teóricas de los investigadores a favor de dicha toma de conciencia.

²⁸³ El diccionario de Semiótica de Creimas y Courtés define la **anáfora** como “Relación de identidad parcial que se establece, en el eje sintagmático del discurso, entre dos términos”. Y **ambigüedad** como “Propiedad de los enunciados que presenta simultáneamente varias lecturas o interpretaciones posibles”. De lo que se desprende que los niños a los que nos referimos eran capaces de distinguir entre, por lo menos, algunas de las diferentes interpretaciones que cabría obtener en una oración o en una frase de “doble sentido”, por ejemplo.

²⁸⁴ GOMBERT, J.E.: *Le développement métalinguistique.*: Press Universitaire, París, 1990, página 195.

Tanto Vygotsky²⁸⁵ como Wertsch²⁸⁶ y Ramírez²⁸⁷ coinciden en señalar la gran importancia que tienen, para la construcción de eso que se ha dado en llamar el “pensamiento abstracto”, los modelos que se le dan desde la norma lingüística que sirve de referente al niño. Este papel “mediador” del habla es mucho más importante de lo que se pensó en un principio. Debemos señalar que, en cuestiones neurolingüísticas, fue la escuela rusa la que se tomó de referencia para la ulterior elaboración de las teorías sobre el Lenguaje a las que se acogió la Psicología norteamericana. Según explica Wertsch en la entrevista que le hace Ramírez,²⁸⁸ el momento de desarrollo de la Neurolingüística en la U.R.S.S. coincidió con un momento en el que todo el elaborar científico giraba en torno a la filosofía marxista del régimen.²⁸⁹ Por ello, se desarrollaron las teorías en torno a la relación entre el Lenguaje y la actividad. A estas corrientes se sumaron tanto Luria como la mayor parte de sus discípulos. Sin embargo, Vygotsky, considerado como un verdadero sabio cuasi-renacentista, tuvo la intuición de apartarse de esta línea que podríamos llamar “oficialista” para enfatizar sobre el aspecto mediador del signo lingüístico, y consecuentemente, del clima social que rodea al niño. En opinión de Wertsch,²⁹⁰ Vygotsky pensaba que los signos crean y dan forma a la vida mental (sic).

El habla es una actividad más humana y, según se ha podido comprobar en los estudios sobre el habla egocéntrica (ya tratada anteriormente), es una actividad que se desarrolla conjuntamente con otras actividades que realiza el niño y con las que esta produc-

²⁸⁵ VYGOTSKY, L.S.: *Pensamiento y Lenguaje*. Op. cit.

²⁸⁶ WERTSCH, J.V.: *Vygotsky y la formación social de...* Op. cit.

²⁸⁷ RAMÍREZ, J. D.: “Nuevas perspectivas metodológicas para...” Op. cit.

²⁸⁸ RAMÍREZ, J.D.: “Entrevista a...”, Op. cit., páginas 10-12.

²⁸⁹ Las teorías marxistas concebían la actividad como una forma material de vida. En consecuencia, prevalecían todas las tendencias que estuvieran relacionadas con las acciones en su sentido más materialista, es decir, sin ninguna conexión con motivaciones ideológicas interiores.

²⁹⁰ WERTSCH, J.V.: *Vygotsky y la formación social de...* Op. cit., pág. 10.

ción o actividad humana que podemos llamar al Lenguaje está en esos momentos íntimamente relacionada. La actividad comunicativa es una más entre otras muchas, pero no se desarrolla como una actividad en sí misma, sino en casos excepcionales (Por ejemplo, al dictar una conferencia), sino que es algo que está inmerso en la vida toda del individuo.

8.1.5. RESUMEN

De todo lo dicho se desprende la gran importancia del modelo lingüístico con el que convive el niño, y no sólo dentro de su hogar, sino también, en su entorno más próximo, en el que cabe incluir, naturalmente, a la Escuela. Algunas corrientes han hecho del habla un gran instrumento al servicio de la modificación de actitudes y de propuestas de vida más satisfactorias. Baste citar la escuela gestáltica y sus muchas derivadas, como es la “*programación neurolingüística*” (Andreas y Andreas,²⁹¹ Klein,²⁹² Rams,²⁹³ por citar algunos). Capítulo especial merecerían sin duda los trabajos de Ángel Escudero en Valencia, en los que, mediante unas técnicas basadas en la utilización inteligente del Lenguaje y ciertas condiciones ambientales, este médico ha logrado, entre otras cosas, practicar gran cantidad de intervenciones quirúrgicas sin la administración de anestesia química.²⁹⁴

²⁹¹ ANDREAS, C. y ANDREAS, S.: *Corazón de la mente*. Cuatro Vientos, Santiago de Chile, 1991.

²⁹² KLEIN, J.: *Quien soy yo*. Third Millenium Publications, S. Anselmo (California), 1993.

²⁹³ RAMS, A.: *Clínica gestáltica*. La llave, Vitoria-Gasteiz, 2001.

²⁹⁴ ESCUDERO, A.: *El poder del pensamiento*. Edit. El Autor, Valencia, 1973. Según el propio Escudero, el proceso consiste en implicar al propio sujeto en la programación de su cerebro a partir de la consideración exclusiva de las percepciones placenteras, ignorando los estímulos dolorosos.

8.2. EL SIGNO LINGÜÍSTICO

Signo es una palabra, no sólo antigua, sino con gran cantidad de significaciones dependiendo del contexto en la que se la localice. Desde la interpretación trascendente²⁹⁵ que se hace de ella en la Teología hasta la consuetudinaria y trivial del que lo utiliza para rellenar una quiniela, el término puede tener interpretaciones diversas. Aquí, lógicamente, nos interesa la que tiene que ver con el Lenguaje. Muchos autores han diferenciado el signo del símbolo; traemos aquí la opinión de Malberg a este respecto: “*hay quienes definen la distinción entre signo y símbolo diciendo que el signo sólo indica la presencia de otra cosa, mientras que el uso del símbolo es debido a una convención*”.²⁹⁶ Prescindiremos nosotros de entrar en ese debate, que en poco o nada contribuye al propósito de nuestro trabajo.

Para Creimas y Courtés,²⁹⁷ el signo es una *unidad del plano de la manifestación, constituida por la función semiótica, es decir, por la relación de presuposición recíproca (o solidaridad) que se establece en entre las magnitudes del plano de la expresión (o significante) y del plano del contenido (o significado) durante el acto del lenguaje*. Frente a esta definición, que pretende ser exhaustiva, contrasta por su sencillez la de Sanders Pierce: “*(signo) es una cosa que sustituye a otra*”. Como bien matiza Gómez y Méndez,²⁹⁸ autor al que debemos la cita, “*Esa cosa está a su vez impregnada de otras cosas que le aportan soporte a su validez como tal*”.

Pero no hay ninguna lengua en la que el signo corresponda exactamente con la cosa a la que representa - o a la que sustituye-. Teniendo en cuenta que el signo lingüístico consta

²⁹⁵ A este respecto, puede ser oportuna la referencia a S. Agustín, cuya definición, a pesar de tener una motivación rigurosamente religiosa, puede aplicarse perfectamente al estudio del Lenguaje. Según S. Agustín, signo es *Id quod potentia cognoscendi aliud a se representat*, lo que encaja perfectamente con el concepto esencial de Signo.

²⁹⁶ MALMBERG, B.: *Lingüística estructural y comunicación humana*. Gredos, Madrid, 1971, página 25.

²⁹⁷ CREIMAS Y COURTÉS: *Semiótica, diccionario razonado de la Teoría del Lenguaje*. Gredos, Madrid, 1982.

²⁹⁸ GÓMEZ Y MÉNDEZ, J.M.: “La información no verbal en las publicaciones periódicas” en V.V.A.A.: *Lenguaje informativo y filmográfico*. Departamento de la Información, de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo, Literatura y Estética de la Universidad de Sevilla, 1992. Págs. 47-52. En la página 48, GÓMEZ y Méndez hace esta referencia, tomada de Décio Pignatari (PIGNATARI, D.: *Información, Lenguaje, Comunicación*. Gili, Barcelona, 1977).

de una parte que es el significante (la palabra, el morfema, etc.) y un significado (concepto, realidad, sentimiento, etc.), la verdad es que la realidad es más compleja, por lo que no es posible establecer una equivalencia absoluta entre significante o significado. No olvidamos, a este respecto, la importancia que tiene el papel de la familia, particularmente la madre – por algo se llama lengua materna a la que uno usa preferentemente-, como señala Janer: “*l’asquisició del llenguatge es fonamenta en l’ús que el nen i la mare fan del context en el moment de contruir i d’interpretar els missatges.*”²⁹⁹

Lo primero que podemos señalar es que el signo no se da solo, sino en combinación con otros, que matizan o aclaran su significado y con los que mantienen algún tipo de conexión, de modo que la transmisión de la información puede llegar a ser recíproca. Cuando no es así –es decir, cuando no se da esa condición de aporte de información-, el signo es calificado de "independiente" (Malmberg³⁰⁰). Pero no es sólo eso, sino que cualquier elemento léxico -por ejemplo, el sufijo "on", que añade significación de aumentativo, hace todo lo contrario en la palabra "rabón"- y algo similar podría decirse de algunas palabras, que adoptan significaciones diferentes según el contexto ("puerto", según se trate de una zona marítima o de montaña o estemos hablando de ordenadores). Todo ello sea dicho sin tener en cuenta aspectos tan importantes como la actitud del hablante -señalemos la ironía por referirnos a una de las condiciones del hablante que pueden hacer variar radicalmente el significado). Como señala Adrados,³⁰¹ sería ingenuo pensar que el sentido total se obtiene de la suma de los elementos que lo integran.

Cada lengua no es sino un sistema de signos, en el que no se puede decir que cada uno de ellos tenga la misma posibilidad de "ocurrencia" dentro del texto. En efecto, si esto fuera así, las palabras podrían ser sustituidas una por otras sin que se perdiera el significado de la frase. Porque una cosa es que existan sinónimos -no los hay en sentido

²⁹⁹ JANER, G.: “Literatura oral i ecologia del llenguatge” en V.V.A.A.: *Ponències, seminaris i tallers. II Simposi Internacional didàctica de la llengua i la literatura*. Escola de Mestres, Tarragona, 1991, página 27.

³⁰⁰ MALMBERG, B.: *Lingüística estructural y comunicación...* Op.cit., pág. 65.

³⁰¹ ADRADOS, F.: *Estudios de Lingüística general*. Planeta, Barcelona, 1969, pág. 93.

estricto en la mayoría de los casos,³⁰² en cuyo caso sí es posible la sustitución de uno de los términos equivalentes por el otro, y otra que las palabras sean como piezas intercambiables. Si tal ocurriera, no sería posible reconstruir un mensaje en el que faltase un elemento o éste apareciera incompleto (Ejemplo: "Antonio me ha --- <prestado> el coche"). En estrecha relación con el concepto de "ocurrencia" está el de "redundancia". Será, según este concepto, más redundante el código que cuente con mayor número de símbolos de diferente posibilidad de concurrencia (Malmberg).³⁰³

Otro aspecto es el referido al lenguaje escrito, que no es sino una "traducción", mediante signos regidos por un código, de lo que se dice o se piensa. Es de reseñar, en este apartado, la novedad que ha supuesto para los comunicantes el uso de los llamados "teléfonos móviles", cuyo sistema de transmisión de mensajes ha captado a gran número de usuarios, significativamente más entre los jóvenes. Pues bien, ello ha supuesto el "aligeramiento" de los tradicionales signos escritos, mediante fórmulas escuetas, como "t echo mucho de -" (te echo mucho de menos) o "GBH&H" (grandes besos y abrazos, en Inglés).³⁰⁴

8.2.1. EL SIGNO LINGÜÍSTICO EN LA PRENSA INFANTIL

Partimos de la idea de someter nuestro trabajo a la mayor concreción posible y, aunque lo citado hasta ahora se corresponde adecuadamente con lo que queremos indicar en el modelo de prensa escolar que nos sirve de muestra, nos limitaremos a indicar que es imprescindible entender que todos los textos a los que hacemos referencia, como cada uno de los elementos que los integran, así como toda la obra de la que forman parte, se adecúan perfectamente a este planteamiento de que, en el fondo, el signo lingüístico no es sino una

³⁰² La Rotundidad de Lamíquiz a este respecto es absoluta: "Si bien se observa los mal llamados sinónimos constituyen sememas afines, pertenecientes siempre al mismo campo semántico y al mismo grupo funcional", (LAMÍQUIZ, V.: *Lingüística española*. Universidad, Sevilla, 1973, pág. 399).

³⁰³ MALMBERG, B.: *Lingüística estructural y comunicación...*, Op.cit., pág. 65.

³⁰⁴ LOVELL, J.: "Mensaje: 't echo mucho de -'" en *El Mundo*, martes 15 de Mayo de 2001, pág. 35.

realidad visible (el significado) tras de la cual existe otra realidad -probablemente más rica- que es el continente. Y este continente, si se nos permite decirlo, es, en este caso, algo significativamente diferente del que suele darse en otros modelos de lenguaje escrito al que se tiene acceso. Y lo es, no sólo por la naturaleza de los productores de ese lenguaje -chicos en edad escolar-, sino también porque todo el trabajo se hace fundamentalmente dentro de un marco de referencia especial: un centro educativo, con todos los condicionantes que ello conlleva. No queremos pecar de chauvinistas, sino que, por el contrario, pretendemos advertir de las peculiaridades de esta producción a la que aplicamos nuestro análisis.

Por empezar con las referencias a los aspectos formales del mensaje, advertimos de las lógicas diferencias que se pueden registrar entre el producto periodístico aquí analizado y el que suele encontrarse en los medios de comunicación escritos que se distribuyen en los quioscos.

Es diferente, por razones obvias, el trabajo del redactor de un periódico que, frente a la pantalla de un ordenador, aborda en absoluta soledad el difícil proceso de transformar la información que posee en un mensaje adecuado para el receptor. En el centro escolar, en el entorno de una experiencia educativa, tras la cual hay mucho de intencionalidad formativa y no poco de desarrollo de habilidades sociales, las cosas funcionan de otro modo. Por eso, serán inevitables las "contaminaciones" de términos más o menos cultos -correspondientes a los adultos con los que se convive, incluido de manera especial el maestro que propicia la experiencia- y de otras "aportaciones" surgidas de la discusión en grupo, de las revisiones del borrador, etc.

Entendemos modestamente que, a pesar de ello, la muestra del lenguaje que analizamos parece adecuarse suficientemente a lo que cabría esperar de estos aprendices de redactores. Esperamos igualmente poder aportar algún dato más a las investigaciones que otros autores vienen realizando sobre el habla de los niños. Tal vez podamos establecer algún tipo de conexión con las investigaciones de tantos profesores, como Carbonero, Roper, o Trigo,³⁰⁵ entre otros.

³⁰⁵ Tanto Roper como Carbonero son autores reiteradamente citados en este trabajo. Aparece por primera vez Trigo. (TRIGO, J.M.: *El habla de los niños de Sevilla*. Alfar, Sevilla, 1990).

En lo que afecta al fondo, y aunque es objeto de tratamiento en otros lugares, si bien es verdad que se encuentran diferencias significativas, que ya analizaremos en las conclusiones, con respecto a los modelos de la prensa convencional, también es cierto que este trabajo aporta al estudioso un material a partir del que puede establecer correspondencias con aspectos tan importantes de la psicología infantil como el mundo de sus intereses, el predominio de lo local y lo próximo, el sentido de la lógica más elemental y la falta subsiguiente de convencionalismos, etc. Todo ello parece garantizar la autenticidad de los mensajes que elaboran. Aunque pueden darse ejemplos de la incidencia que en estos niños ha podido tener ese conjunto de restricciones mentales que se ha aglutinado en torno a lo que ha dado en llamarse *lo políticamente correcto*, por lo general, en los modelos que analizamos, surge la espontaneidad y la frescura del mensaje.

Quizás falta decir que, aunque tratamos textos escritos, -salvo cuando el niño toma prestados los modelos del habla adulta o de los libros- no se perciben, en la gran mayoría de los casos, transformaciones significativas con respecto al lenguaje oral. Dicho de otro modo, estudiamos una muestra del habla que viene transcrita en signos gráficos, pero que reproduce de forma evidente segmentos de habla claramente integrados en lo que llamamos "lenguaje coloquial". El niño, situado en un proceso de aprendizaje que, en lo que se refiere al habla, usa claramente modelos adultos o de otros niños, no puede hacer sino reproducir estos modelos. De ahí que, cuando nos aproximamos a esta muestra del idioma que usan estos escolares, estamos cuando menos acercándonos a un modelo casi generalizable en una determinada demarcación geográfica y en un momento histórico dado. Ello concede, a nuestro modo de ver, un valor específico a nuestra investigación.

De todo ello, pues, podemos concluir que este signo lingüístico que analizamos tiene, para nosotros, la característica de una clara y próxima conexión entre el significante y el significado.

También tenemos que añadir que, en muchas ocasiones, la falta del conocimiento de los términos más precisos para la transcripción de las ideas produce unas estructuras excesivamente complejas, mediante perífrasis, que serían perfectamente sustituibles por frases de mayor simplicidad.³⁰⁶ De ello damos cuenta en los ejemplos que presentamos en el apartado dedicado a la peculiaridad semántica de algunos textos.

8.3. CONCLUSIONES FINALES

1. EN LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON EL LENGUAJE EMPLEADO EN LOS PERIÓDICOS ANALIZADOS³⁰⁷:

A la hora de establecer las conclusiones finales derivadas de nuestro estudio, lo hacemos partiendo de los objetivos que nos marcamos al principio.

Respecto a de si se localizan o no, en el corpus, estructuras sintácticas significativamente diferentes con lo que se produce en el lenguaje periodístico convencional, y si se da algún tipo de comportamiento lingüístico característico de esta edad, podemos resumir que:

1/ No existen, en los textos que hemos analizado, diferencias significativas específicas, en los aspectos morfosintácticos de los que se dan en el español, en cuanto a la configuración de las oraciones, que se dan en estructuras arracimadas, como en los modelos de prensa convencional, lo que es coherente con otras investigaciones.

³⁰⁶ Es algo así como lo que en Lamíquiz se llama “vacío lexical” (LAMÍQUIZ, V.: *Lingüística...* Op. cit., pág. 385). En este caso no es porque no exista en el diccionario ese término, sino porque el alumno aún no lo ha incorporado a su habla. Es un fenómeno similar al que se da en los que se ven obligados a usar un idioma que no conocen del todo y tienen, por ello, que recurrir a hacer descripciones, que resultan del todo perífrasis innecesarias en esa lengua. En otros casos, se apoyan en la mímica al tiempo que formulan preguntas del tipo “¿Cómo se dice?...”

³⁰⁷ Reproducimos aquí las conclusiones de nuestro estudio sobre el lenguaje en un número determinado de periódicos escolares de los que damos cuenta más adelante.

2/ *Sí se dan diferencias significativas en cuanto a la complejidad de las frases, que los niños construyen en estructuras más simples, lo que da lugar a que la cantidad de palabras entre puntos sea, en el caso de la prensa infantil analizada, menor que en la prensa convencional. Creemos que hay que atribuir esta peculiaridad al hecho de que estos redactores poseen estructuras de pensamiento más sencillas y que, por ello, usan un lenguaje más directo y simple.*

3/ *Sí existen, dentro de la muestra seleccionada, rasgos que pueden identificarse como variedades -que son comunes con otras modalidades lingüísticas- en las que, sin mediar razones fonéticas, se expresa el pronombre delante del verbo. Así, se produce la repetición de casos en los que se expresa el pronombre correspondiente a la persona (Ejemplo: “Yo opino”), cuando sólo por razones enfáticas estaría justificado su uso.*

Respecto a la posibilidad de localizar en los textos infantiles rasgos de peculiaridad semántica característicos de sus redactores, concluimos que:

1/ Se reconocen los intentos por imitar los usos de la norma culta del andaluz en expresiones como “*dicho programa*” (“Joven Voz”, 1, 5), más aún en “*dicha época*” (“Joven Voz”, 2,9), “una palabra que *denomina* cómo son” (“Joven Voz”, 4,7), “los bomberos tuvieron que hacer una *centena* de salidas” (“El Boli”, 2,1), “En el distrito 8 es donde ha *causado* más simpatías...” (“El Boli”, 2,24), “no quieren pagar la vivienda donde *habitan*” (“El Boli”, 1, 19). Esta conclusión es coherente con otros trabajos, en los que se detectaba la presencia de elementos retóricos propios del adiestramiento que los niños tienen en acertijos, juegos lúdico-poéticos, etc., habituales en el ámbito infantil.

2/ Resulta más esperada la utilización de expresiones infantiles o pertenecientes al lenguaje coloquial: “*han puesto* en S. Juan una pista de *coches locos*” (“Joven Voz”, 2, 7), “le dio la *picá* de ser...” (“Joven Voz”, 3, 12), “van a *poner* un cine de invierno” (“Joven Voz”, 5, 5), “*Ya mismo* acaba el curso” (“Joven Voz”, 7, 4), “debido *mayormente* a la contaminación atmosférica” (“Joven Voz”, 7,5), “Tienen que ir con precaución, *puesto* que es peligroso” (“El Boli”, 1, 2). Entre ellas, se da alguna que no es frecuente en la modalidad de habla andaluza, como “*mayormente*”, que parece tener otro origen.

3/ No se dan, en el corpus de la investigación casos de uso inadecuado de formas verbales, aparición de siglas sin puntos, o “genitivos sajones” del tipo “ONGs”, ni extranjerismos, de los que se señalan en la prensa convencional.

4/ Se detecta, en el lenguaje que aparece en estos textos, que el habla de los niños está compuesta por segmentos de habla procedentes de: ambiente sociocultural, habla familiar, ambiente escolar, lenguaje tipo de los libros y lenguaje de los medios de comunicación.

5/ En el corpus se encuentran algunos elementos de incorrección ortográfica, vinculados al uso dialectal de la lengua, y cuya transcripción fonética se revela dificultosa para el grado de adquisición de destrezas lingüísticas que han alcanzado estos alumnos.

En cuanto a la oportunidad de nuestra investigación, relacionada directamente con el hecho de que se pudiera aportar algún tipo de información sobre las construcciones mentales y las estrategias cognitivas y metacognitivas en las edades que tenían estos alumnos, podemos concluir que:

1/ Queda patente que esta población infantil utiliza conceptos más simples que el usado por los adultos.

2/ Se observa la presencia de construcciones mentales en las que impera la etapa de las operaciones lógicas, como cabría esperar.

3/ Se da en los individuos que intervienen en la experiencia algún tipo de estrategias metacognitivas por la que éstos sustituyen expresiones propias por otras del modelo de habla adulta, suplen las carencias léxicas con el empleo de sustitutos, y programan la confección de sus trabajos, desarrollando técnicas propias de ayuda mutua, como se demuestra en los agrupamientos libres que realizan.

No obstante, en siguientes etapas de nuestra investigación, haremos prospecciones más específicas en esta área, dentro de la que esperamos ofrecer más adelante datos más precisos.

Relación de periódicos escolares que sirven de base para el estudio de los textos:

Joven Voz: Números del 1 al 9. De Octubre de 1973 a Junio de 1974. Realizado por alumnos de 6º de E.G.B. en S. Juan de Aznalfarache.

Mundo Joven: Números del 1 al 8. De Octubre de 1974 a Junio de 1975. Realizado por alumnos de 7º y 8º de E.G.B. en Benacazón.

La Teja. Primera Etapa: Números del 1 al 7. De Diciembre de 1978 a Junio de 1979. Realizado por alumnos de 7º y 8º de E.G.B. en Benacazón.

La Teja. Segunda Etapa: Números del 8 al 18. De Octubre de 1980 a Junio de 1981. Realizado en Benacazón por alumnos de 5º de E.G.B.

El Boli: Número único. 23 de Noviembre de 1980. Realizado por alumnos de 5º de E.G.B. de Benacazón en Tablada (Sevilla).

El Boli: Números del 1 al 8. De Octubre de 1982 a Junio de 1983. Realizado por alumnos de 5º de E.G.B. de la Bda. de Pino Montano (Sevilla)

TOTAL: 43 ejemplares.

9. RESULTADOS

La exposición de resultados se hará en función de las preguntas que motivan esta investigación y que –recordemos- pueden concretarse en los siguientes objetivos:

1. Averiguar si existen diferencias significativas entre las unidades de observación en las que hemos tenido algún tipo de responsabilidad en su publicación (por considerar que pueden representar un modelo más cercano al convencional de la prensa escrita) y el resto de unidades de observación o publicaciones, cuya procedencia puede ser clasificada de diversa.

2. Comprobar si hay diferencias significativas entre las publicaciones, según la clasificación realizada, que discrimina entre los siguientes grupos: 1/ Publicaciones realizadas solamente por los alumnos con asistencia de un adulto. 2/ Publicaciones editadas conjuntamente por alumnos y profesores. 3/ Publicaciones cuya responsabilidad recae en adultos: docentes y otros. 4/ Publicaciones editadas por la Comunidad educativa.

3. Verificar si hay alguna correspondencia entre los años de publicación y los temas abordados. Ejemplo: contenido de la editorial y resto de campos alusivos a los temas tratados.

4. ¿Hay alguna diferencia significativa entre las publicaciones realizadas por los alumnos de Primaria y los de Secundaria?

5. ¿Se confirma la existencia de diferencias significativas entre los años de publicación y el uso de las técnicas de impresión?

6. ¿Hay alguna relación entre el número de páginas de la publicación y la cantidad de contenidos tratados?

7. ¿Existe alguna relación significativa entre el número de páginas de la publicación y el número de alumnos redactores?

8. ¿Existe diferencia significativa entre el tipo de publicación (periódico o revista) y las diferentes categorías incluidas en el análisis?

En primer lugar, presentaremos los datos descriptivos de este estudio, organizados según las categorías empleadas en el registro de los datos (Ver desde la Tabla 1.1 a la 1.70), para pasar después al análisis inferencial de los datos obtenidos. No obstante, antes de ello, convendría formular las siguientes aclaraciones sobre irregularidades encontradas en el tratamiento estadístico de los datos.

De modo general, hacemos constar la siguiente observación: No nos ha sido posible acceder a todas las publicaciones a las que corresponden los ejemplares analizados. Estos ejemplares se obtuvieron por dos fuentes principales:

1/ Consejería de Educación de la Junta de Andalucía en diferentes fechas. Los ejemplares más antiguos ya no están disponibles en el departamento correspondiente.

2/ Obtenidos directamente en virtud de comunicaciones establecidas en su momento.

En ninguno de los dos casos hemos tenido la posibilidad de acceder a otros números de esas mismas publicaciones, de modo que es imposible conocer si las secciones se mantenían a lo largo de todo el tiempo que se mantuvo la publicación. En todo caso, hemos intentado completar esta información por otro procedimiento: análisis más pormenorizado del ejemplar correspondiente. En los casos en que no pudimos obtener la información que buscábamos, nos vimos obligados a indicar como “no procedente” la cumplimentación de este aspecto.

Secciones fijas: Mantuvimos este ítem porque para nosotros es muy importante el que una publicación tenga o no secciones fijas. La carencia de este rasgo supone que la publicación era una mera suma de trabajos, sin ningún compromiso con el lector, algo incomprensible en un periódico convencional. Significa, por tanto, que en la publicación en la que no hay secciones fijas se han ido añadiendo contenidos sin orden alguno, de modo que unas veces aparecen unos temas y, otras veces, lo que se recoge en las mismas no tiene ninguna conexión con lo que se publicó en el número anterior o anteriores. Aunque sea obvio hacerlo notar, parece claro que las primeras publicaciones reproducen más el modelo de la prensa clásica.

Intención comunicativa: En la categoría “Intención comunicativa” el hecho de que haya gran cantidad de publicaciones que no declare su intención comunicativa es un dato, a nuestro juicio, muy significativo. Indica que los modelos de prensa impulsados en los centros educativos, en una gran medida, no declaran a qué público o sector van dirigidas, lo que tiñe esas publicaciones de una apariencia de trabajo hecho a modo de ejercicio didáctico. Sería impensable una publicación convencional que no se declarara alineada con algún tipo de ideología y optara a servir de órgano de información a algún sector de la población. Desde “El Correo de Andalucía” a “El Mundo del siglo XXI”, todos recogen incluso en su cabecera una intención comunicativa. Otra cosa es que haya ejemplos en los que el contenido y el sesgo que se le da a las informaciones que ofrece sean coherentes con esa intención comunicativa expresada.

Registro de Identidad: Elegimos este término, que nos parece menos técnico que el de “mancheta” y que responde a la misma idea: la de dar a conocer, aunque sea mínimamente, la composición de las personas intervinientes en el proceso de la publicación. La falta de este espacio en los ejemplares analizados nos marca una característica diferencial con respecto a lo que es una publicación periodística convencional. Aun a costa de que los valores de esta categoría no sean convenientemente analizados estadísticamente y no sean útiles para el hallazgo de diferencias significativas, los incluimos en nuestro análisis para discriminar entre las publicaciones que cuentan con este dato y las que no. De tal modo que aquellas publicaciones en las que el Registro de Identidad esté presente cuentan con un plus con respecto a su comparación con los modelos periodísticos.

Trimestre escolar: Se trata de una categoría también significativa en nuestra evaluación de las diferentes publicaciones. Es un dato mínimo sobre la fecha en la que se dan a conocer los contenidos. No podría concebirse una publicación periodística en la que no figurara dato alguno sobre el momento de la publicación.

Periodicidad: Dato imprescindible en cualquier publicación periodística. Que no figure en algunos de los ejemplares analizados revela poco compromiso con los lectores.

Contenido del Editorial: No podemos sino registrar que “No procede” en los casos en los que no hay Editorial.

Perfil de redactores ajenos al aula: Aquí tuvimos que abrir una categoría: “Otros”, para aquellos redactores cuyos perfiles profesionales son tan diversos que no podemos encuadrarlos en un grupo homogéneo. Por otro lado, cuando no figuran firmas, es imposible identificar a los redactores; de ahí que añadimos la categoría “NS, NC”.

9.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Tabla 1.1. Distribución de la variable Grupo.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No (Resto de publicaciones)	419	90,11
2	Sí (Grupo de nuestro interés)	46	9,89
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.2. Distribución de la variable Tipo de publicación.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	Boletín	32	6,88
2	Periódico	169	36,34
3	Revista	130	27,96
4	Otro	134	28,82
	Total frecuencias	465	100,00

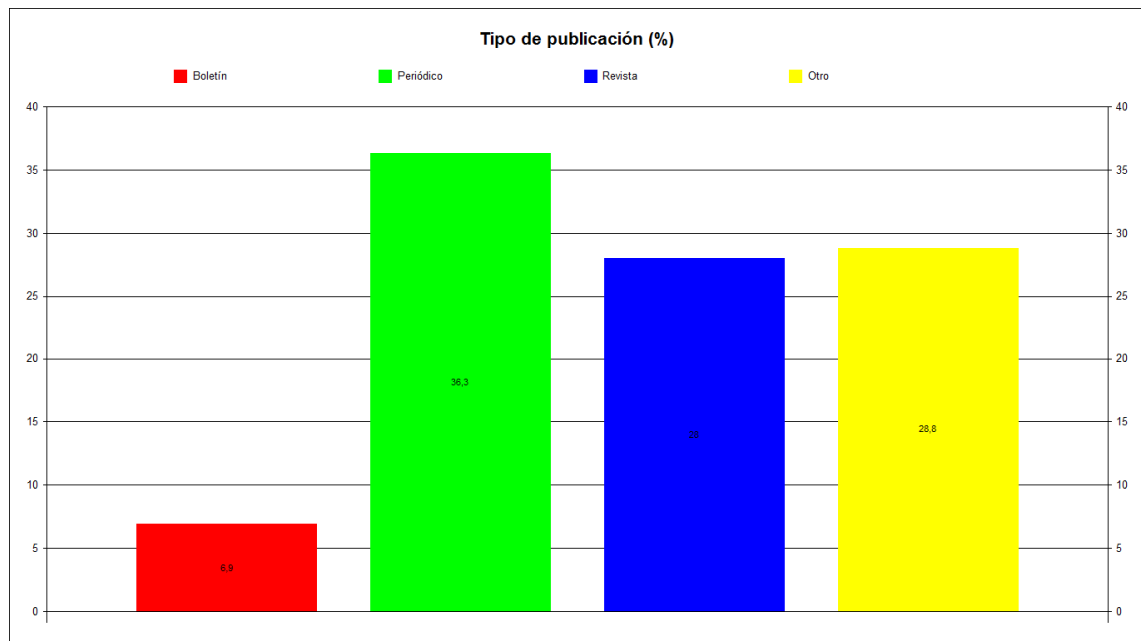


Tabla 1.3. Distribución por municipio según población donde radica la publicación.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	>500 mil	62	13,33
2	>200 mil a <500 mil	24	5,16
3	>100 mil a <200 mil	36	7,74
4	>50 mil a <100 mil	34	7,31
5	>20 mil a <50 mil	71	15,27
6	<20 mil	238	51,18
	Total frecuencias	465	100,00

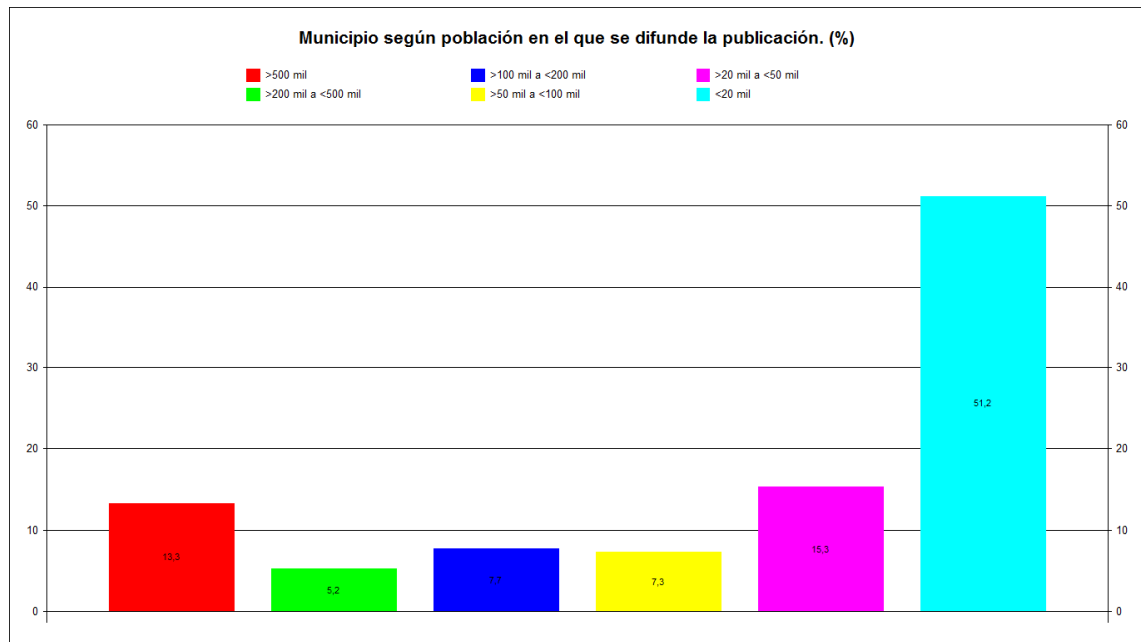


Tabla 1.4. Distribución según ubicación geográfica del centro educativo.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Andalucía Occidental	315	67,74
2	Andalucía Oriental	134	28,82
3	Fuera de Andalucía	16	3,44
	Total frecuencias	465	100,00

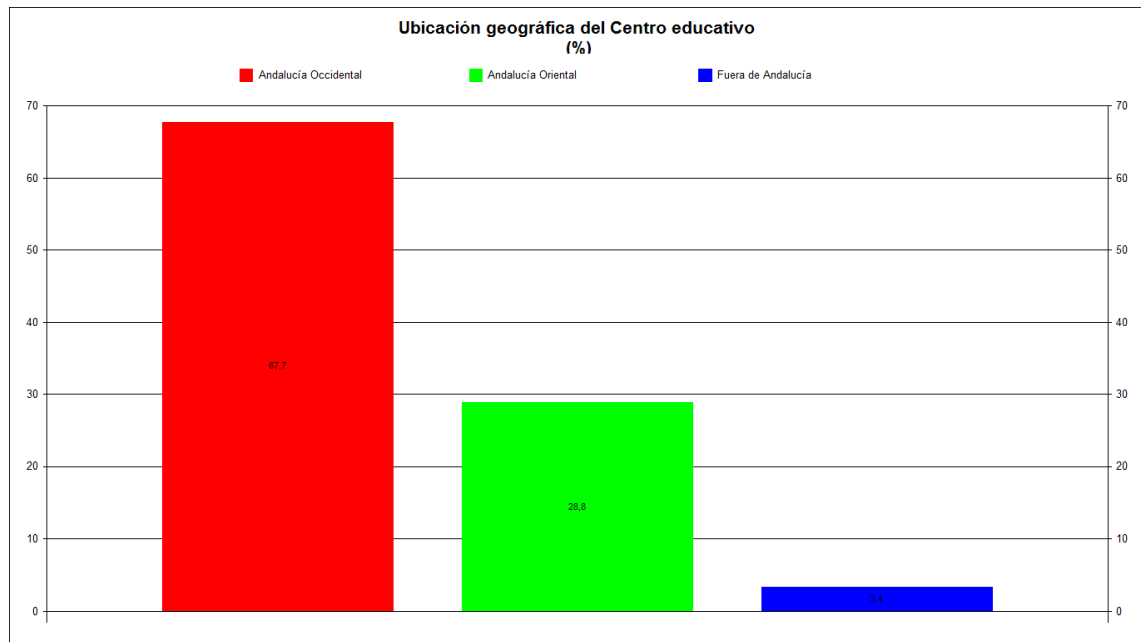


Tabla 1.5. Distribución según trimestre escolar en el que se publica

Código	Significado	Frecuencias	%
1	1er trimestre	113	24,30
2	2º trimestre	96	20,65
3	3er y 4º trimestre	189	40,65
4	NS/NC	67	14,41
	Total frecuencias	465	100,00

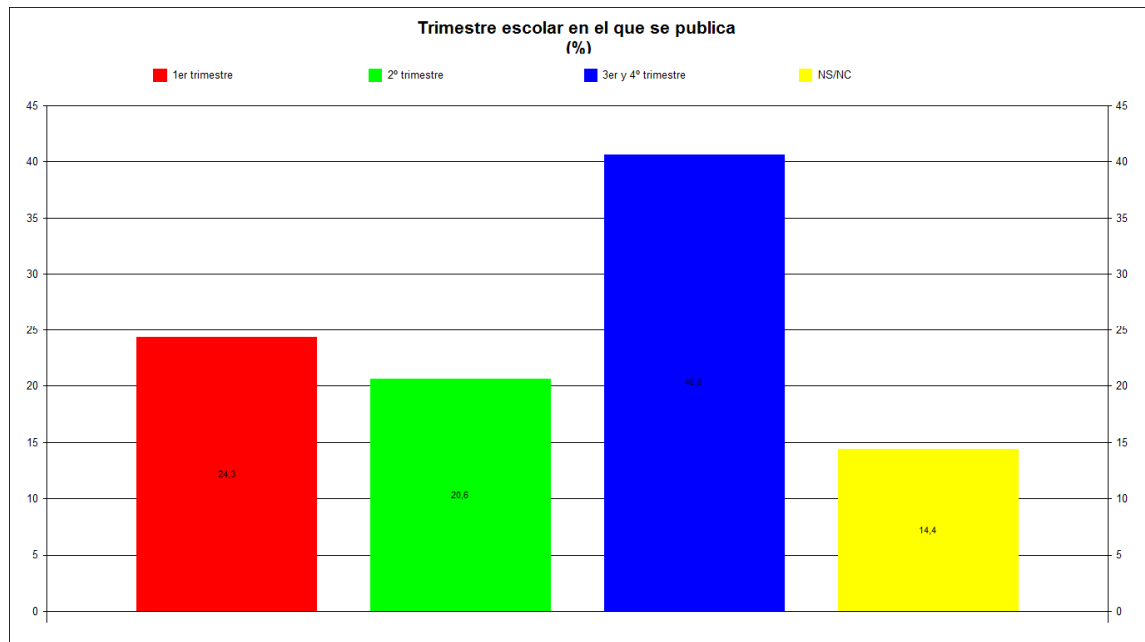


Tabla 1.6. Distribución según enseñanzas que se imparten en el centro.

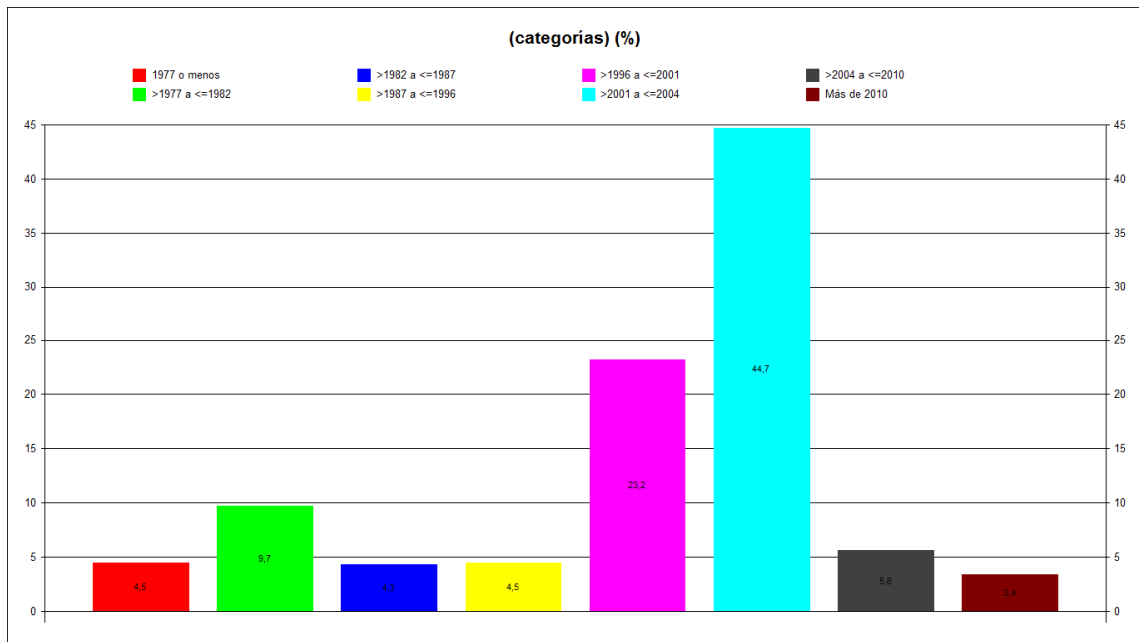
Código	Significado	Frecuencias	%
1	Básica	335	72,04
2	Secundaria y otras	130	27,96
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.7. Distribución según titularidad del centro.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Privada	29	6,24
2	Pública	436	93,76
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.8. Distribución según cursos que intervienen en la elaboración de la publicación.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	Uno o dos	64	13,76
2	Más de dos	401	86,24
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.9. Distribución según periodo de publicación.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	1977 o menos	21	4,52
2	>1977 a <=1982	45	9,68
3	>1982 a <=1987	20	4,30
4	>1987 a <=1996	21	4,52
5	>1996 a <=2001	108	23,23
6	>2001 a <=2004	208	44,73
7	>2004 a <=2010	26	5,59
8	Más de 2010	16	3,44
	Total frecuencias	465	100,00



Por habernos visto implicados en las siguientes publicaciones: *Joven Voz*, *Mundo Joven*, *La Teja*, *El Boli* (edición de *Tablada*) y *El Boli* (noticiero de P. Montano y C.), quisimos verificar si se habían registrado algunas diferencias significativas entre estas publicaciones y las del resto. La razón por la que se plantea esta pregunta es la de haber partido de un modelo que intentó imitar en la mayor medida posible el modelo de prensa convencional al que se tenía acceso. Todo ello dentro de las limitaciones lógicas impuestas por el marco escolar en el que se desarrollaron las experiencias y el nivel de capacitación en técnicas instrumentales de los alumnos intervinientes en ellas. Con asunción previa de un nivel diferente en todos los órdenes, pero con un vivo interés por hacer interiorizar entre los alumnos la idea de unas publicaciones en algo semejantes a las publicaciones convencionales.

9.2. ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS ENTRE LAS PUBLICACIONES DE NUESTRO INTERÉS (MENCIONADAS ARRIBA) Y EL RESTO DE PUBLICACIONES

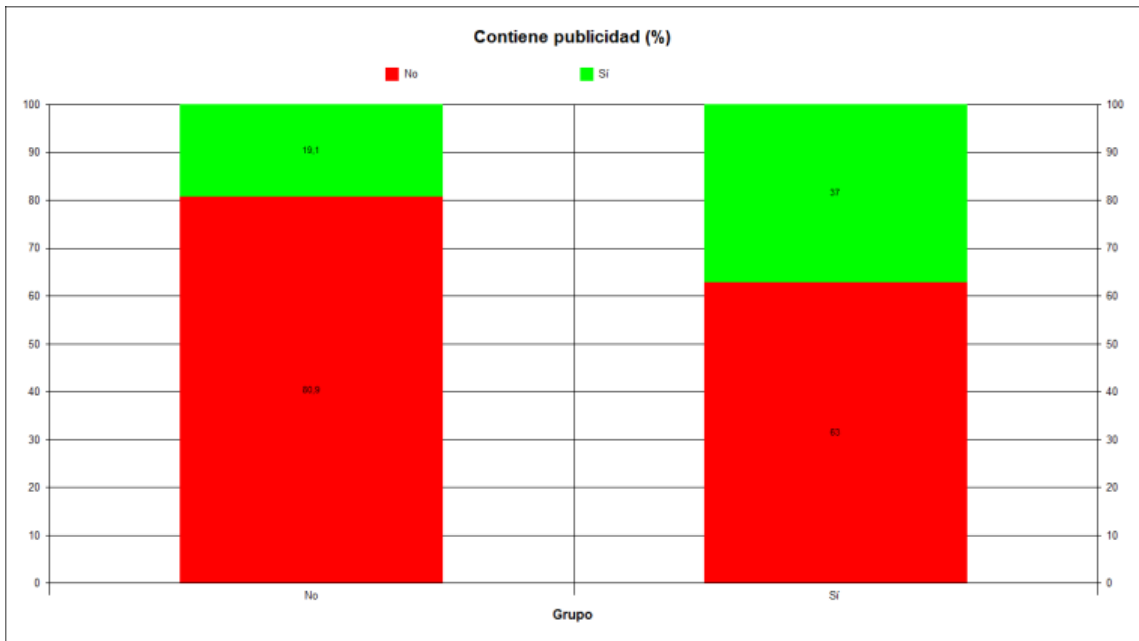
9.2.1. CAMPOS IDENTIFICATIVOS:

En este caso, no se halló ninguna diferencia significativa que pudiese arrojar luz sobre la cuestión planteada.

9.2.2. CAMPOS ORGANIZATIVOS:

El factor organizativo que ha permitido diferenciar entre las dos categorías de publicaciones analizadas ha sido si la publicación contiene o no publicidad, de tal manera que la distribución de la misma en función del grupo es diferencial a favor del grupo de publicaciones en las que hemos intervenido (ver Tabla 1.10): Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 8,0119 (p = 0,0046).

Tabla 1.10. Tabulación cruzada de la variable publicidad según grupo							
Contiene publicidad		Total muestra		Grupo			
				No		Si	
Cód.	Categorías	Frecuencia	% s/muestra	Frecuencia	% s/muestra	Frecuencia	% s/muestra
1	No	368	79,14	339	80,91	29	63,04
2	Si	97	20,86	80	19,09	17	36,96
	TOTAL	465	100	419	100	46	100



9.2.3. DESCRIPCIÓN DE LOS CAMPOS ORGANIZATIVOS

Tabla 1.11. Distribución según nivel de estudios de los firmantes.				
Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frecuencia	% s/ muestra
1	Primaria e Infantil	313	63,36	67,31
2	Secundaria	141	28,54	30,32
3	Otros	24	4,86	5,16
4	Superior	16	3,24	3,44
	Total frecuencias	494		
	Total muestra	465	100,00	106,24

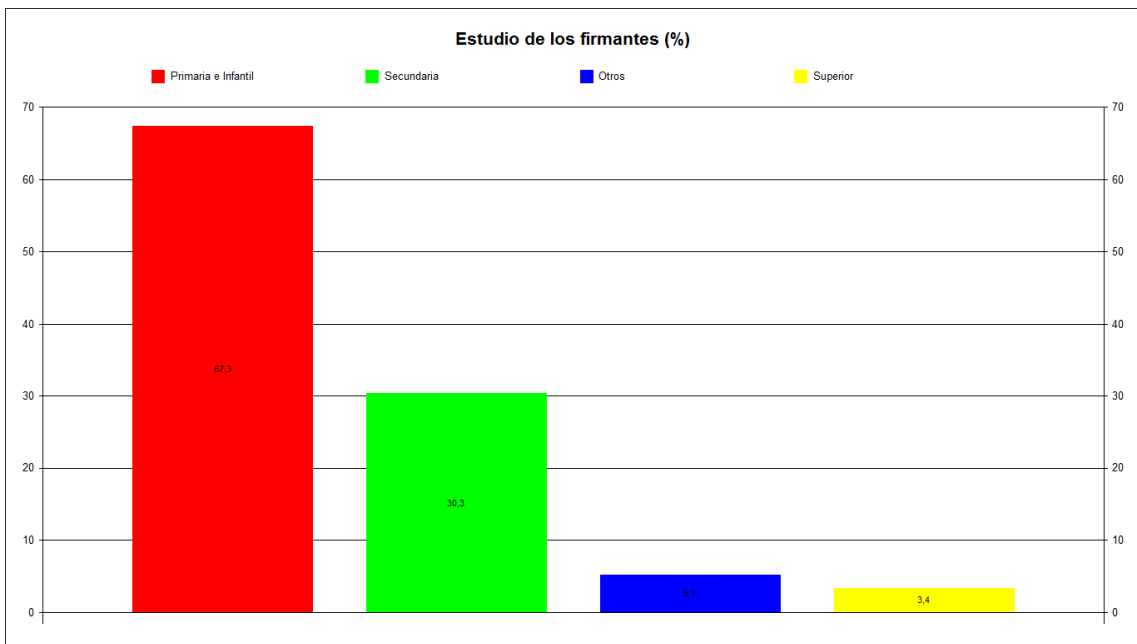


Tabla 1.12. Distribución según la organización jerárquica.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	238	51,18
2	Sí	227	48,82
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.13. Distribución según redactores ajenos al trabajo de aula			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	112	24,09
2	Sí	353	75,91
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.14. Distribución según redactores ajenos a la institución educativa.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	222	47,84
2	Sí	242	52,16
	Total frecuencias	464	100,00

Tabla 1.15. Distribución según perfil de los redactores ajenos al aula.				
Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frec.	% s/ muestra
1	Personal docente sin acción directa o de otro centro	69	12,15	14,84
2	Personal no docente del centro	22	3,87	4,73
3	Padres y familiares de alumnos	126	22,18	27,10
4	Otros	130	22,89	27,96
5	NS/NC	221	38,91	47,53
	Total frecuencias	568	100,00	122,15
	Total muestra	465		

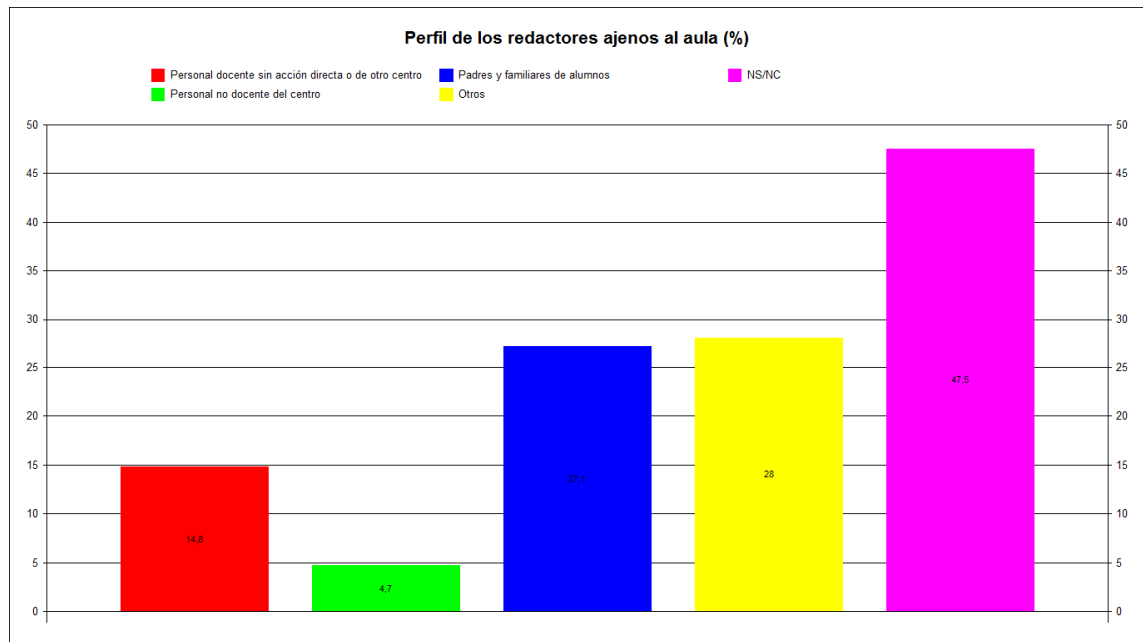


Tabla 1.16. Distribución según contenga o no publicidad.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	368	79,14
2	Sí	97	20,86
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.17. Distribución según fuentes de financiación.

Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frecuencias	% s/ muestra
1	Propia	409	78,35	87,96
2	Administración	21	4,02	4,52
3	Publicidad	56	10,73	12,04
4	Otras	36	6,90	7,74
	Total frecuencias	522		
	Total muestra	465	100,00	112,26

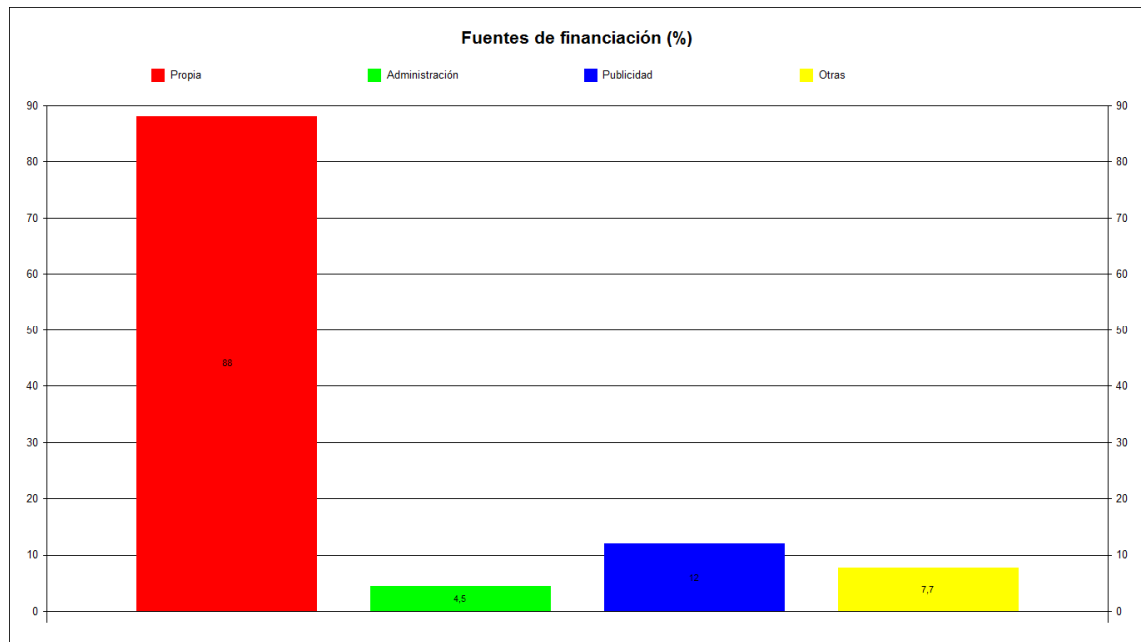


Tabla 1.18. Distribución según periodicidad.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Mensual o bimensual	77	16,56
2	Trimestral o cuatrimestral	41	8,82
3	Otra	29	6,24
4	NS/NC	318	68,39
	Total frecuencias	465	100,00

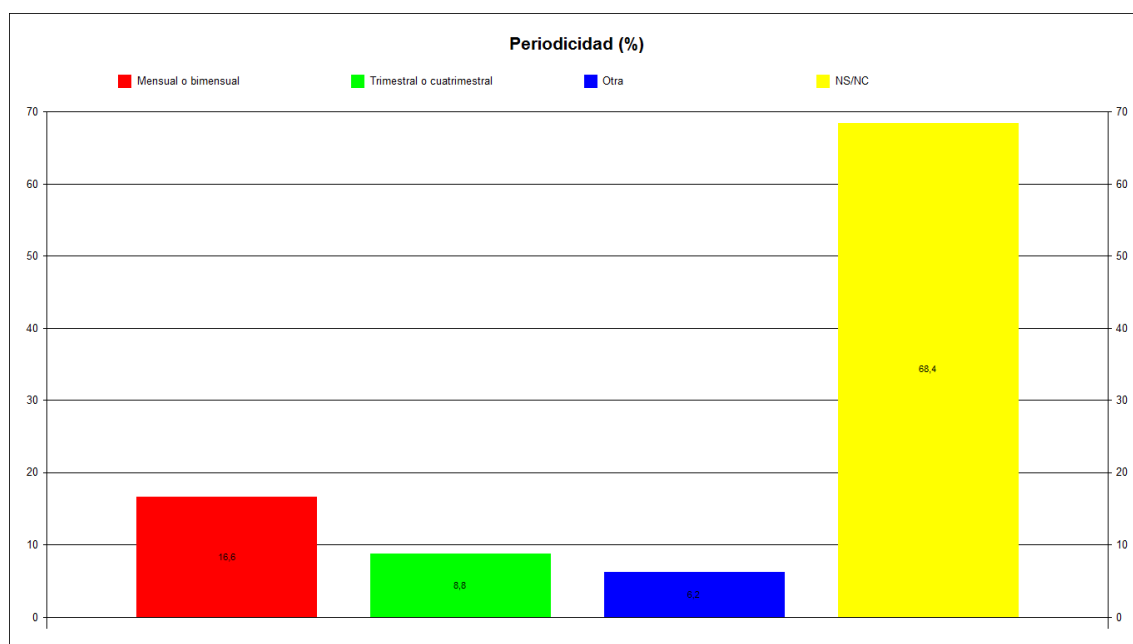


Tabla 1.19. Distribución según la existencia o no de taller de prensa.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	424	91,38
2	Sí	40	8,62
	Total frecuencias	464	100,00

9.2.4. DESCRIPCIÓN DE LOS CAMPOS DE CONTENIDO

Tabla 1.20. Distribución según la existencia o no de información sobre el centro.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	76	16,59
2	Sí	382	83,41
	Total frecuencias	458	100,00

Tabla 1. 21. Distribución según la existencia o no de información local.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	217	46,67
2	Sí	248	53,33
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.22. Distribución según la existencia o no de información nacional.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	381	81,94
2	Sí	84	18,06
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.23. Distribución según la existencia o no de información internacional.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	415	89,25
2	Sí	50	10,75
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.24. Distribución según se informe o no de actividades del aula.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	379	82,03
2	Sí	83	17,97
	Total frecuencias	462	100,00

Tabla 1.25. Distribución según se informe o no de actividades del centro.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	152	32,83
2	Sí	311	67,17
	Total frecuencias	463	100,00

Tabla 1.26. Distribución según se informe o no de actividades extraescolares.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	221	47,73
2	Sí	242	52,27
	Total frecuencias	463	100,00

Tabla 1.27. Distribución según contenga o no espacio dedicado a educación.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	274	58,92
2	Sí	191	41,08
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.28. Distribución según haya o no espacio de opinión.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	108	23,23
2	Sí	357	76,77
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.29. Distribución según contenga o no mensaje institucional del centro.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	229	49,25
2	Sí	236	50,75
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.30. Distribución según contenga o no mensaje institucional externo.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	411	88,39
2	Sí	54	11,61
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.31. Distribución según se informe o no de excursiones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	241	51,94
2	Sí	223	48,06
	Total frecuencias	464	100,00

Tabla 1.32. Distribución según contenga o no redacciones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	129	27,86
2	Sí	334	72,14
	Total frecuencias	463	100,00

Tabla 1.33. Distribución según contenga o no narraciones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	262	56,47
2	Sí	202	43,53
	Total frecuencias	464	100,00

Tabla 1.34. Distribución según contenga o no poemas de alumnos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	193	41,59
2	Sí	271	58,41
	Total frecuencias	464	100,00

Tabla 1.35. Distribución según contenga o no poemas externos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	312	67,10
2	Sí	153	32,90
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.36. Distribución según se registre o no referencias a celebraciones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	252	54,31
2	Sí	212	45,69
	Total frecuencias	464	100,00

Tabla 1.37. Distribución según existan o no espacios específicos para la lectura.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	304	65,38
2	Sí	161	34,62
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.38. Distribución según se registre o no actividades relacionadas con el currículo.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	248	53,33
2	Sí	217	46,67
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.39. Distribución según haya o no espacios dedicados al humor.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	266	57,20
2	Sí	199	42,80
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.40. Distribución según exista o no información deportiva.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	292	62,80
2	Sí	173	37,20
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.41. Distribución según aparezcan o no cómics.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	336	72,26
2	Sí	129	27,74
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.42. Distribución según existan o no espacios dedicados a la salud.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	354	76,13
2	Sí	111	23,87
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.43. Distribución según se registre o no presencia específica de asociaciones de padres.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	334	71,83
2	Sí	131	28,17
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.44. Distribución según se reproduzcan o no material de otras publicaciones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	333	71,61
2	Sí	132	28,39
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.45. Distribución según tenga o no sección de pasatiempos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	153	32,90
2	Sí	312	67,10
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.46. Distribución según la existencia o no de sección de gastronomía.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	376	80,86
2	Sí	89	19,14
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.47. Distribución según la existencia o no de referencias explícitas al medio ambiente.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	331	71,18
2	Sí	134	28,82
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.48. Distribución según aparezcan o no entrevistas.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	235	50,54
2	Sí	230	49,46
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.49. Distribución según la temática de la editorial.				
Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frec.	% s/ muestra
1	Sobre la publicación	193	37,26	41,51
2	Actividad del centro	140	27,03	30,11
3	Educación	29	5,60	6,24
4	La paz	24	4,63	5,16
5	Otros	60	11,58	12,90
6	NS/NC	72	13,90	15,48
	Total frecuencias	518	100,00	111,40
	Total muestra	465		

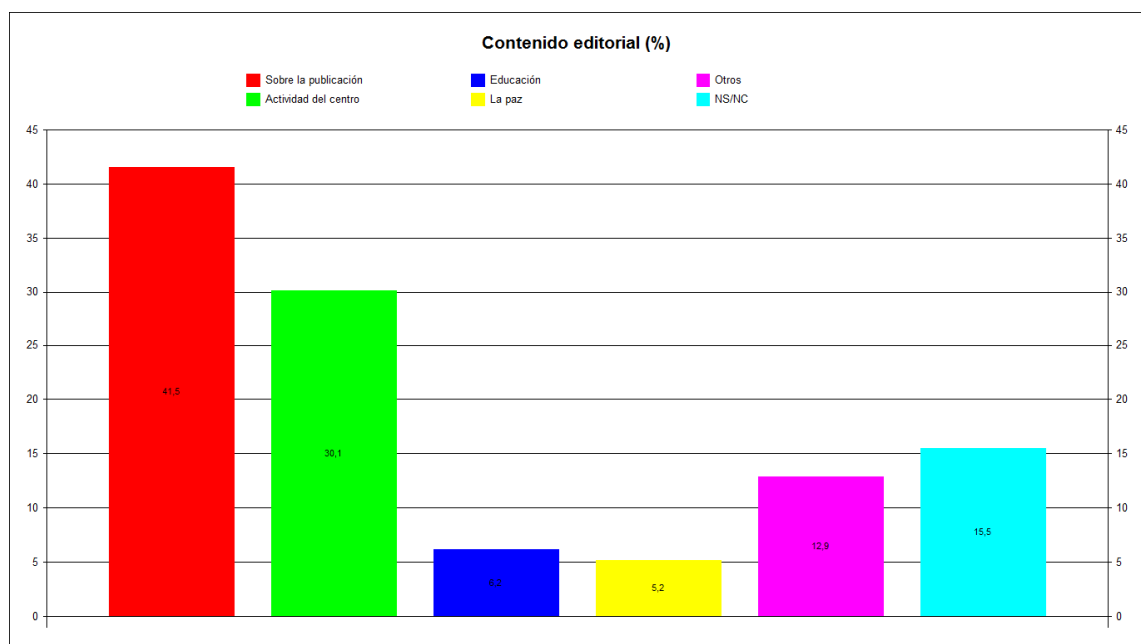


Tabla 1.50. Distribución según se registre o no referencia a la distinción de sexos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	433	93,12
2	Sí	32	6,88
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.51. Distribución según exista o no espacio destinado a la paz.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	330	70,97
2	Sí	135	29,03
	Total frecuencias	465	100,00

9.2.5. DESCRIPCIÓN DE LOS ELEMENTOS FORMALES

Tabla 1.52. Distribución según las técnicas de impresión.				
Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frecuencia	% s/ muestra
1	Fotocopia	241	47,25	51,83
2	Imprenta	128	25,10	27,53
3	Multicopista	98	19,22	21,08
4	Offset	43	8,43	9,25
	Total frecuencias	510		
	Total muestra	465	100,00	109,68

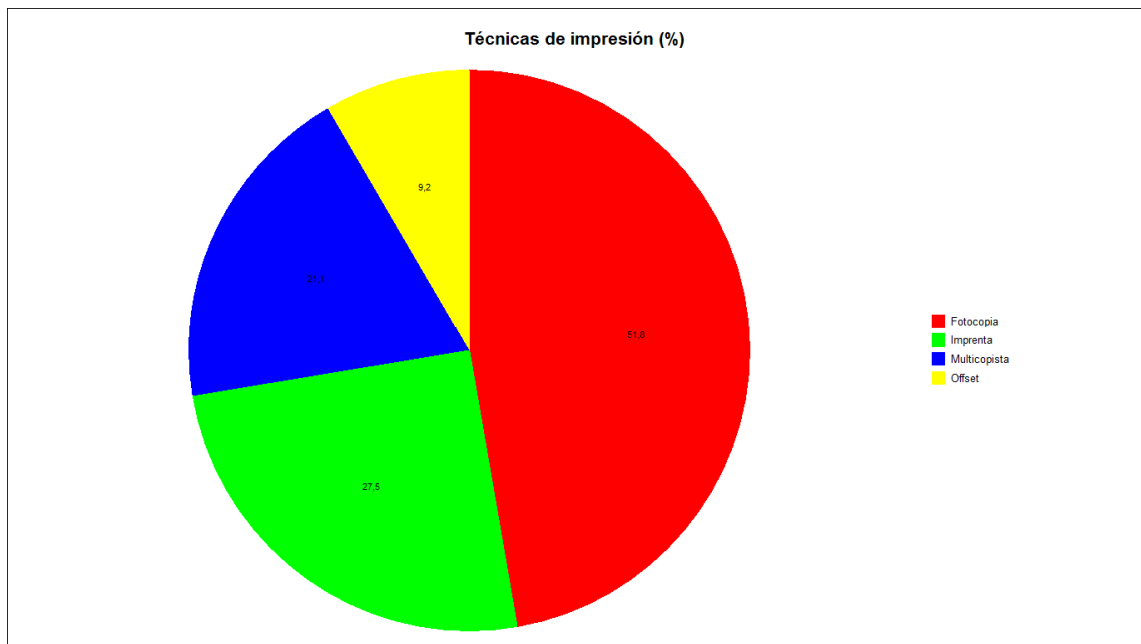


Tabla 1.53. Distribución según la existencia o no de dibujos infantiles.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	169	36,34
2	Sí	296	63,66
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.54. Distribución según la existencia o no de dibujos de adultos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	123	26,45
2	Sí	342	73,55
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.55. Distribución según la existencia o no de dibujos profesionales.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	142	30,54
2	Sí	323	69,46
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.56. Distribución según la existencia o no de fotos de adultos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	163	35,05
2	Sí	302	64,95
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.57. Distribución según la presencia o no de fotos de profesionales.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	283	60,86
2	Sí	182	39,14
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.58. Distribución según la existencia o no de sumario.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	204	43,87
2	Sí	261	56,13
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.59. Distribución según la existencia o no de editorial.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	82	17,63
2	Sí	383	82,37
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.60. Distribución según la publicación se haya realizado o no con maqueta previa.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	178	38,28
2	Sí	287	61,72
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.61. Distribución según la aparición o no de registro de identidad.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	265	56,99
2	Sí	200	43,01
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.62. Distribución según la existencia o no de columnas.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	192	41,29
2	Sí	273	58,71
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.63. Distribución según la aparición o no de recuadros.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	323	69,46
2	Sí	142	30,54
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.64. Distribución según la existencia o no de entradillas.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	411	88,39
2	Sí	54	11,61
	Total frecuencias	465	100,00

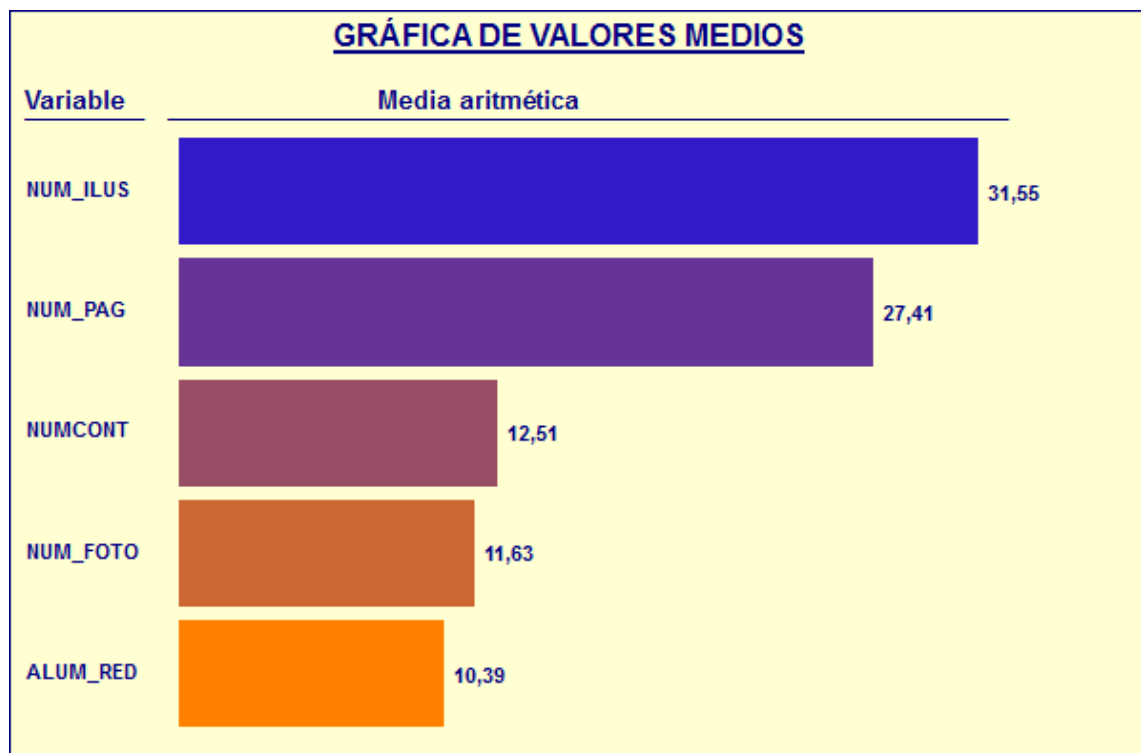
Tabla 1.65. Distribución según la presencia o no de pies de foto.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	275	59,14
2	Sí	190	40,86
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.66. Distribución según la presencia o no de ladillos.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	429	92,26
2	Sí	36	7,74
	Total frecuencias	465	100,00

Tabla 1.67. Distribución según la existencia o no de secciones fijas ³⁰⁸ .			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	No	208	44,73
2	Sí	123	26,45
3	No procede	134	28,82
	Total frecuencias	465	100,00

³⁰⁸ Fue necesario incluir la categoría “No procede” debido a que en la muestra algunas publicaciones sólo contaban con un ejemplar.

Denominación	Nº de casos	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
NUM_ILUS	463	31,55	28,40	190,00	0,00
Nº de páginas	465	27,41	17,50	92,00	3,00
NUMCONT	465	12,51	5,08	24,00	0,00
NUM_FOTO	465	11,63	23,55	182,00	0,00
ALUM_RED	465	10,39	14,44	118,00	0,00



9.2.6. DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS VALORATIVOS

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Alumnos	41	8,82
2	Padres y otros agentes educativos	115	24,73
3	NS/NC	309	66,45
	Total frecuencias	465	100,00

La existencia de numerosos ejemplares (un 66,45 %) en los que no consta la intención comunicativa de la publicación revela, a nuestro juicio, un distanciamiento esencial con respecto a lo que ocurre en las publicaciones convencionales, en todas las cuales se expresa el destinatario al que van dirigidas.

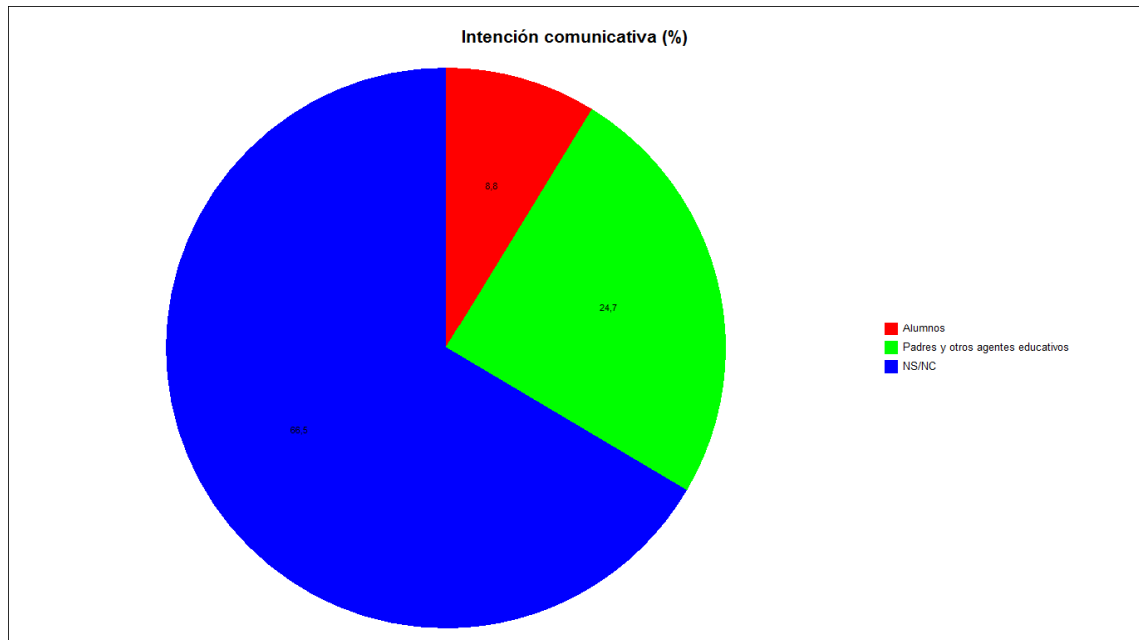
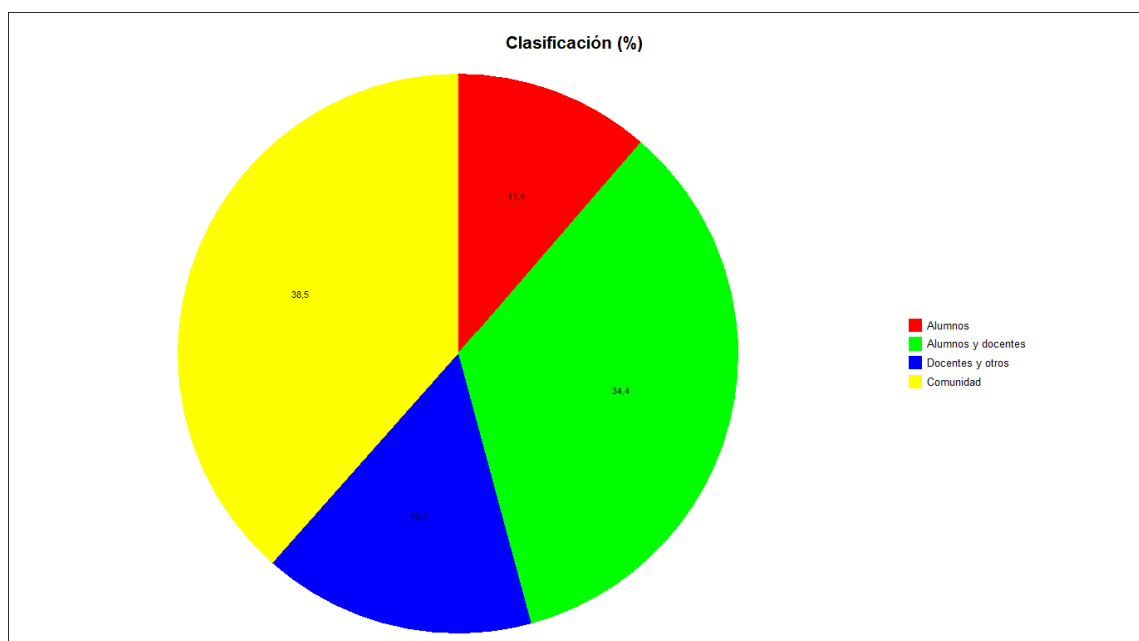


Tabla 1.70. Distribución según la clasificación de las publicaciones.			
Código	Significado	Frecuencias	%
1	Alumnos	53	11,40
2	Alumnos y docentes	160	34,41
3	Docentes y otros	73	15,70
4	Comunidad	179	38,49
	Total frecuencias	465	100,00



9.3. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS IDENTIFICATIVOS

Las tablas que contengan celdas con menos de 5 elementos no serán consideradas, pues su interpretación puede inducir a error.

Tabla 1.71. Tabulación cruzada de la variable Tipo de publicación, según grupo.

Tipo de publicación		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ mues- tra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Boletín	32	6,88	23	5,49	9	19,57
2	Periódico	169	36,34	132	31,50	37	80,43
3	Revista	130	27,96	130	31,03	0	0,00
4	Otro	134	28,82	134	31,98	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 68,2230 (p = 0,0000)

La comparación no es válida porque hay celdas con cero elementos.

Tabla 1.72. Tabulación cruzada de la variable Municipio en que se difunde la public., según grupo.

Municipio según pobla- ción en el que se di- funde la publicación.		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	>500 mil	62	13,33	52	12,41	10	21,74
2	>200 mil a <500 mil	24	5,16	24	5,73	0	0,00
3	>100 mil a <200 mil	36	7,74	36	8,59	0	0,00
4	>50 mil a <100 mil	34	7,31	34	8,11	0	0,00
5	>20 mil a <50 mil	71	15,27	63	15,04	8	17,39
6	<20 mil	238	51,18	210	50,12	28	60,87
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 14,1116 (p = 0,0149)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero elementos.

Tabla 1.73. Tabulación cruzada de la variable Ubicación geográfica del centro educativo, según grupo.

Ubicación geográfica del Centro educativo		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Andalucía Occidental	315	67,74	269	64,20	46	100,00
2	Andalucía Oriental	134	28,82	134	31,98	0	0,00
3	Fuera de Andalucía	16	3,44	16	3,82	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 24,3096 (p = 0,0000)

La comparación no es válida porque hay celdas con cero elementos.

Tabla 1.74. Tabulación cruzada variable Trimestre escolar en que se publica el ejemplar, según grupo.

Trimestre escolar en el que se publica		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	1er trimestre	113	24,30	98	23,39	15	32,61
2	2º trimestre	96	20,65	80	19,09	16	34,78
3	3er y 4º trimestre	189	40,65	175	41,77	14	30,43
4	NS/NC	67	14,41	66	15,75	1	2,17
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 13,0049 (p = 0,0046)

Tabla 1.75. Tabulación cruzada de la variable Año de publicación, según grupo.

Año de publicación		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	>1973 y <=1989	91	19,57	45	10,74	46	100,00
2	>=1990 y <=2004	328	70,54	328	78,28	0	0,00
3	>2004	46	9,89	46	10,98	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 209,8104 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.76. Tabulación cruzada de la variable Enseñanzas que se imparten en el centro, según grupo.

Enseñanzas que se imparten en el Centro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Básica	335	72,04	289	68,97	46	100,00
2	Secundaria y otras	130	27,96	130	31,03	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 19,8105 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas sin objetos.

Tabla 1.77. Tabulación cruzada de la variable Titularidad del centro, según grupo.

Titularidad del Centro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Privada	29	6,24	29	6,92	0	0,00
2	Pública	436	93,76	390	93,08	46	100,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 3,3955 (p = 0,0654)

Tabla 1.78. Tabulación cruzada de la variable Cursos que intervienen en la publicación, según grupo.

Cursos que intervienen en la elaboración de la publicación		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Uno o dos	64	13,76	18	4,30	46	100,00
2	Más de dos	401	86,24	401	95,70	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 319,8609 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

9.4. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS

Tabla 1.79. Tabulación cruzada de frecuencias de Datos organizativos, según grupo.

Estudio de los firmantes (respuestas múltiples)		Total muestra		Grupo			
Cód.	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	No		Sí	
				Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Primaria e Infantil	313	67,31	267	63,72	46	100,00
2	Secundaria	141	30,32	141	33,65	0	0,00
3	Otros	24	5,16	24	5,73	0	0,00
4	Superior	16	3,44	16	3,82	0	0,00
	TOTAL	494	(465)	448	(419)	46	(46)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 29,3320 (p = 0,0000)

Esta comparación no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.80. Tabulación cruzada de la variable Organización jerárquica, según grupo.

Organización Jerárquica		Total muestra		Grupo			
Cód.	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	No		Sí	
				Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	238	51,18	237	56,56	1	2,17
2	Sí	227	48,82	182	43,44	45	97,83
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 49,0738 (p = 0,0000)

Tabla 1.81. Tabulación cruzada de la variable Redactores ajenos al trabajo en el aula, según grupo.

Redactores ajenos al trabajo de aula		Total muestra		Grupo			
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	No		Sí	
				Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	112	24,09	66	15,75	46	100,00
2	Sí	353	75,91	353	84,25	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 160,8990 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.82. Tabulación cruzada de la variable Redactores ajenos a la institución educativa, según grupo.							
Redactores ajenos a la institución educativa		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	222	47,84	176	42,11	46	100,00
2	Sí	242	52,16	242	57,89	0	0,00
	TOTAL	464	100,00	418	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 55,6624 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.83. Tabulación cruzada de la variable Perfil de redactores ajenos al aula, según grupo.							
Perfil de los redactores ajenos al aula (respuestas múltiples)		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Personal docente sin acción directa o de otro centro	69	14,84	69	16,47	0	0,00
2	Personal no docente del centro	22	4,73	22	5,25	0	0,00
3	Padres y familiares de alumnos	126	27,10	126	30,07	0	0,00
4	Otros	130	27,96	130	31,03	0	0,00
5	NS/NC	221	47,53	175	41,77	46	100,00
	TOTAL	568	(465)	522	(419)	46	(46)

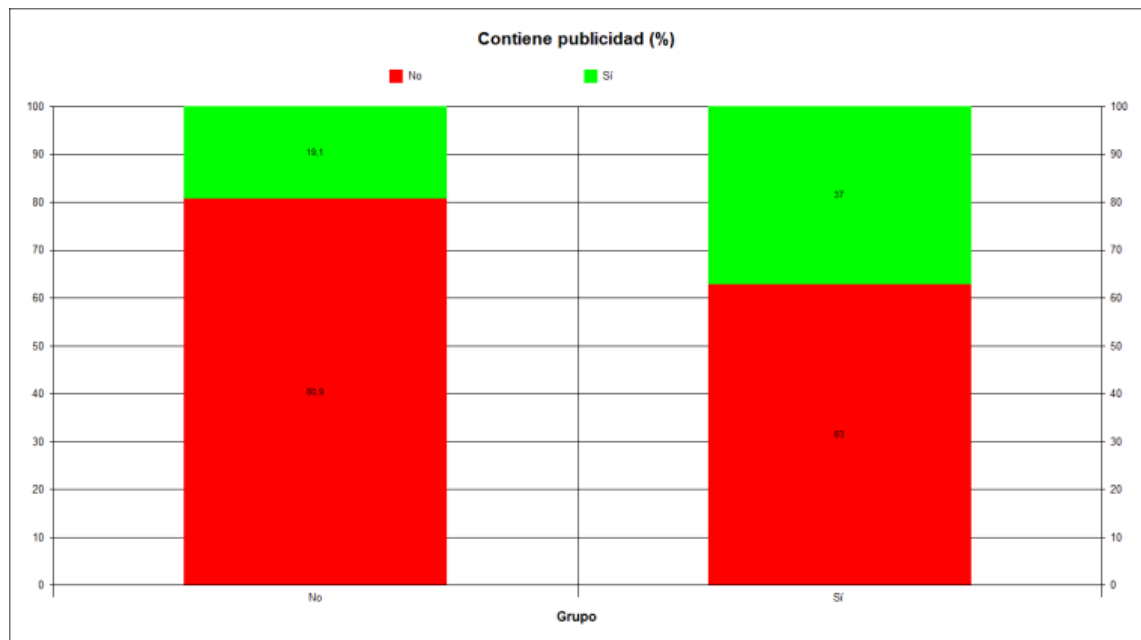
Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 78,5910 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.84. Tabulación cruzada de la variable contener o no Publicidad, según grupo.

Contiene publicidad		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	368	79,14	339	80,91	29	63,04
2	Sí	97	20,86	80	19,09	17	36,96
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 8,0119 (p = 0,0046)



La proporción de ejemplares con publicidad es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 1.85. Tabulación cruzada de la variable Fuentes de financiación, según grupo.

Fuentes de financiación (respuestas múltiples)		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Propia	409	87,96	363	86,63	46	100,00
2	Administración	21	4,52	21	5,01	0	0,00
3	Publicidad	56	12,04	39	9,31	17	36,96
4	Otras	36	7,74	33	7,88	3	6,52
	TOTAL	522	(465)	456	(419)	66	(46)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 20,2759 (p = 0,0001)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.86. Tabulación cruzada de la variable Periodicidad, según grupo.

Periodicidad		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Mensual o bi- mensual	77	16,56	35	8,35	42	91,30
2	Trimestral o cuatrimestral	41	8,82	41	9,79	0	0,00
3	Otra	29	6,24	25	5,97	4	8,70
4	NS/NC	318	68,39	318	75,89	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 212,1446 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.87. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Taller de prensa en el centro, según grupo.

Taller de prensa		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Catego- rías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ mues- tra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	424	91,38	378	90,43	46	100,00
2	Sí	40	8,62	40	9,57	0	0,00
	TOTAL	464	100,00	418	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 4,8172 (p = 0,0282)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

9.5. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE CONTENIDOS

Tabla 1.88. Tabulación cruzada de frecuencias de contenidos, según grupo.

Información del Centro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	76	16,34	65	15,51	11	23,91
2	Sí	389	83,66	354	84,49	35	76,09
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,1390 (p = 0,1436)

Tabla 1.89. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Información local, según grupo.

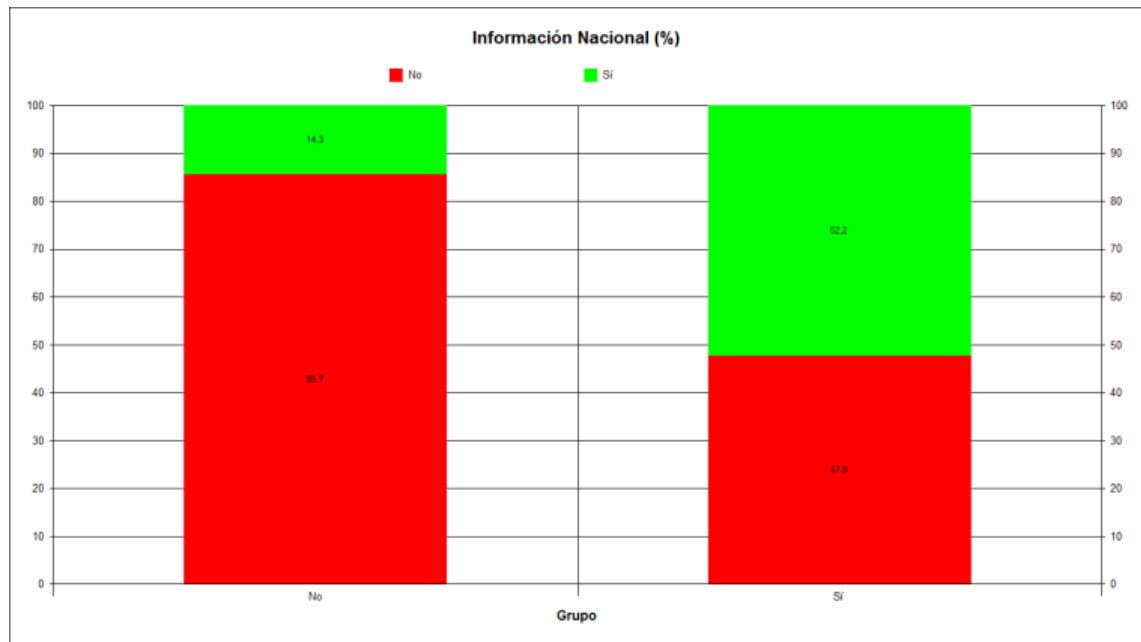
Información local		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	217	46,67	213	50,84	4	8,70
2	Sí	248	53,33	206	49,16	42	91,30
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 29,5730 (p = 0,0000)

Tabla 1.90. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Información Nacional, según grupo.

Información Nacional		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	381	81,94	359	85,68	22	47,83
2	Sí	84	18,06	60	14,32	24	52,17
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 40,1279 (p = 0,0000)

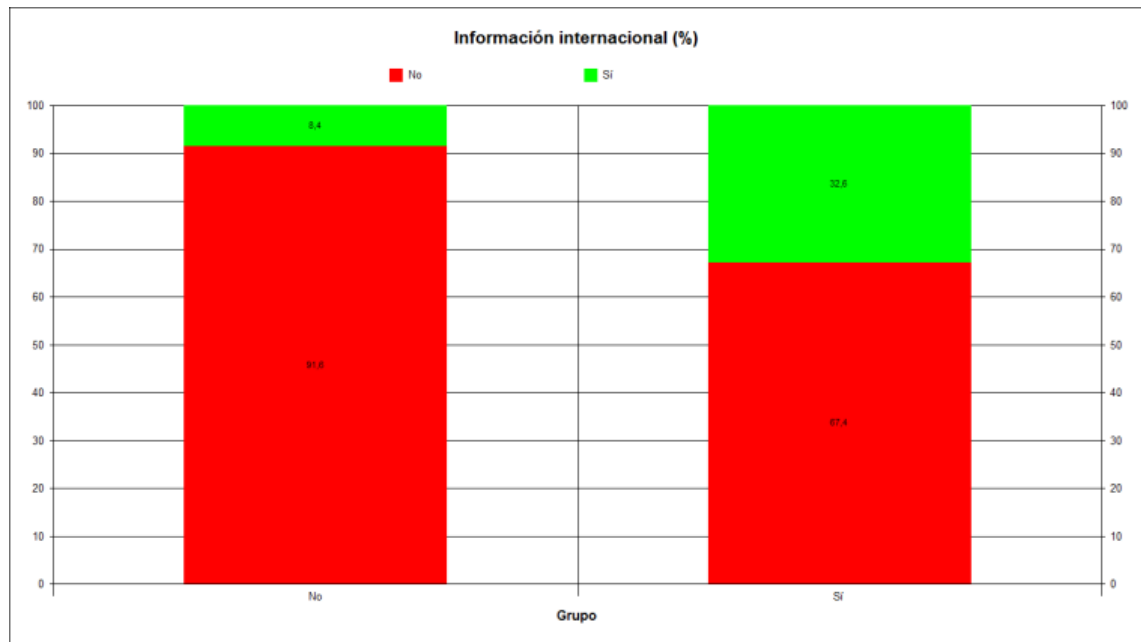


La proporción de ejemplares con información nacional es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

Tabla 1.91. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Información Nacional, según grupo.

Información interna- cional		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	415	89,25	384	91,65	31	67,39
2	Sí	50	10,75	35	8,35	15	32,61
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 25,4113 (p = 0,0000)

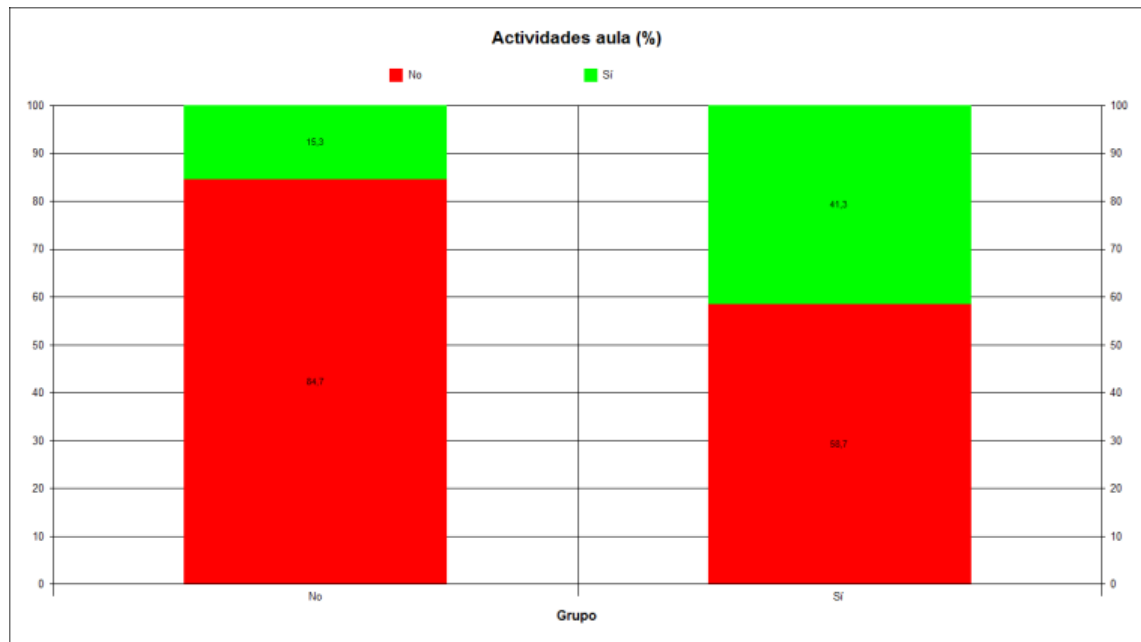


La proporción de ejemplares con información internacional es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

Tabla 1.92. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Actividades del aula, según grupo.

Actividades aula		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	382	82,15	355	84,73	27	58,70
2	Sí	83	17,85	64	15,27	19	41,30
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 19,1526 (p = 0,0000)

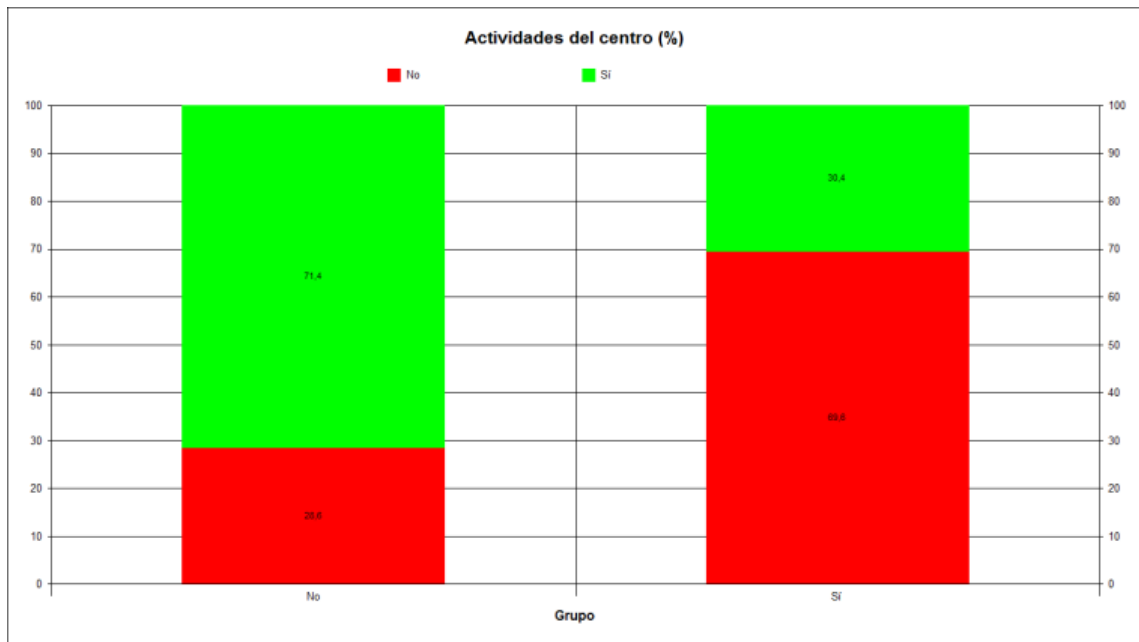


La proporción de ejemplares que informan sobre las actividades del aula es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

Tabla 1.93. Tabulación cruzada de la variable referencia o no a Actividades del centro, según grupo.

Actividades del centro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	152	32,69	120	28,64	32	69,57
2	Sí	313	67,31	299	71,36	14	30,43
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 31,5520 (p = 0,0000)



La proporción de ejemplares que informan sobre las actividades del centro educativo es mayor en las publicaciones que no son objeto de nuestro interés.

Tabla 1.94. Tabulación cruzada de la variable referencia o no a Actividades extraescolares, según grupo.

Actividades extraescolares		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	221	47,53	194	46,30	27	58,70
2	Sí	244	52,47	225	53,70	19	41,30
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,5535 (p = 0,1101)

Tabla 1.95. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Educación, según grupo.

Educación		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	274	58,92	228	54,42	46	100,00
2	Sí	191	41,08	191	45,58	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 35,5860 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.96. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Opinión, según grupo.

Opinión		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	108	23,23	106	25,30	2	4,35
2	Sí	357	76,77	313	74,70	44	95,65
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 10,2029 (p = 0,0014)

Tabla 1.97. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Mensaje institucional del centro, según grupo.

Mensaje institucional del centro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	229	49,25	183	43,68	46	100,00
2	Sí	236	50,75	236	56,32	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 52,6106 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.98. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Mensaje institucional externo, según grupo.

Mensaje institucional externo		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	411	88,39	365	87,11	46	100,00
2	Sí	54	11,61	54	12,89	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

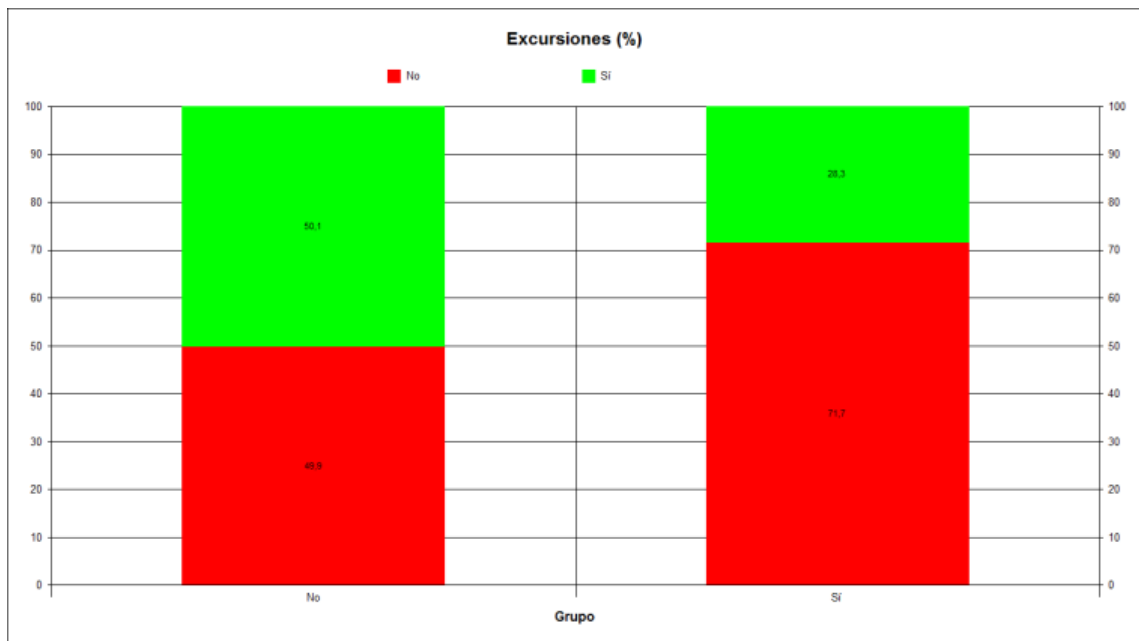
Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 6,7073 (p = 0,0096)

La comparación anterior no es válida porque hay celdas con cero objetos.

Tabla 1.99. Tabulación cruzada de la variable referencia o no a Excursiones, según grupo.

Excursiones		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	242	52,04	209	49,88	33	71,74
2	Sí	223	47,96	210	50,12	13	28,26
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 7,9349 (p = 0,0048)

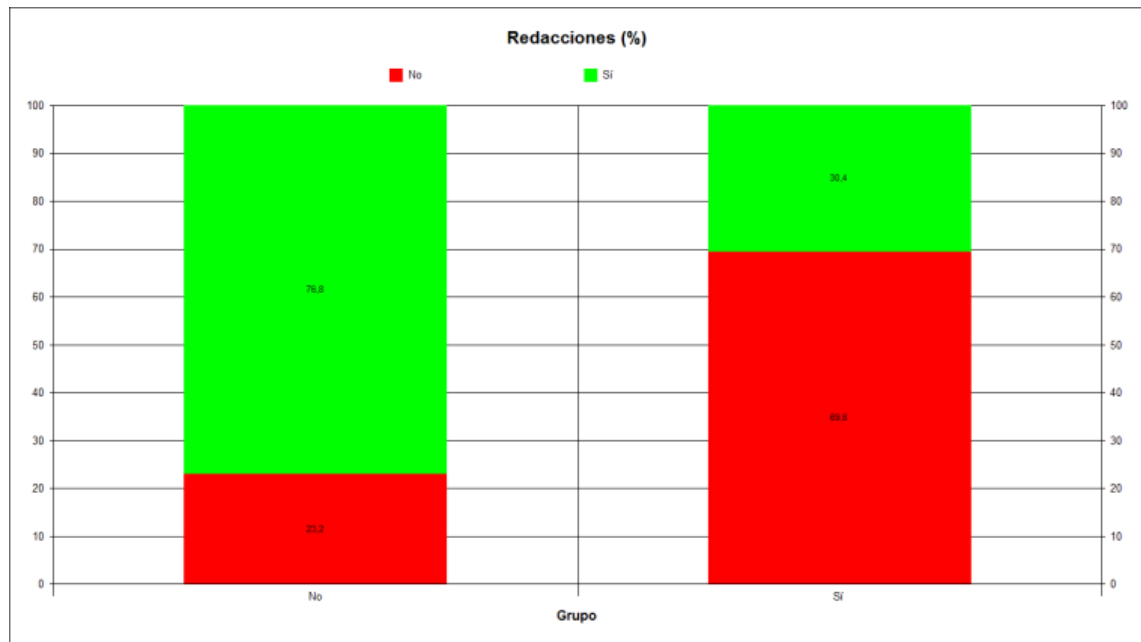


La proporción de ejemplares con información sobre excursiones es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

Tabla 1.100. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Redacciones, según grupo.

Redacciones		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	129	27,74	97	23,15	32	69,57
2	Sí	336	72,26	322	76,85	14	30,43
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 44,5461 (p = 0,0000)

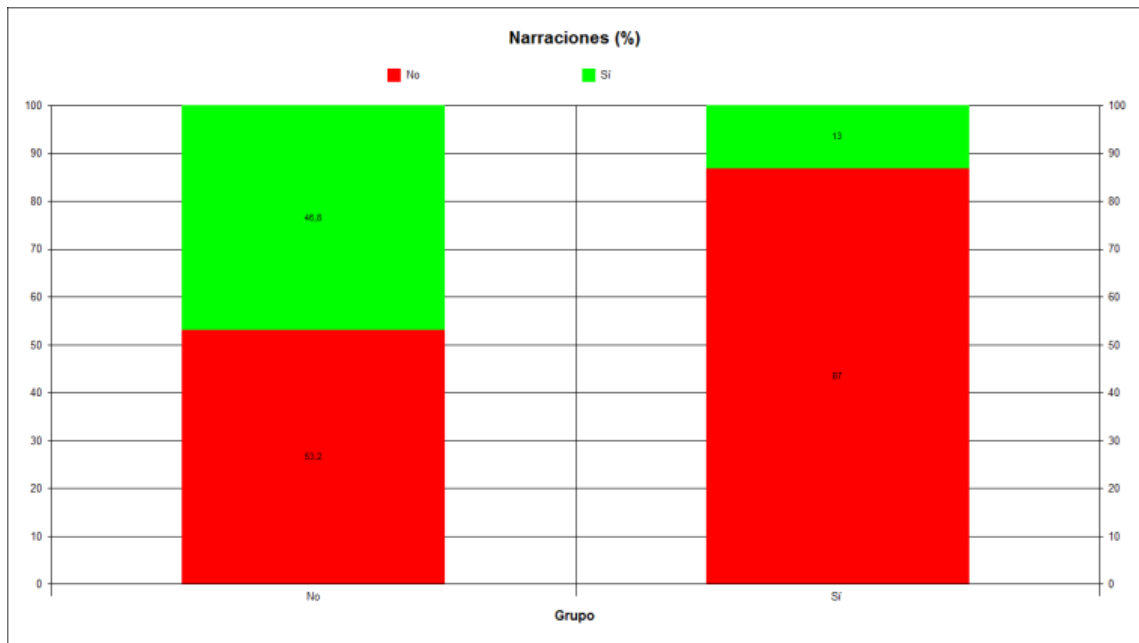


La proporción de ejemplares con redacciones escolares es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

Tabla 1.101. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Narraciones, según grupo.

Narraciones		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	263	56,56	223	53,22	40	86,96
2	Sí	202	43,44	196	46,78	6	13,04
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 19,1985 (p = 0,0000)

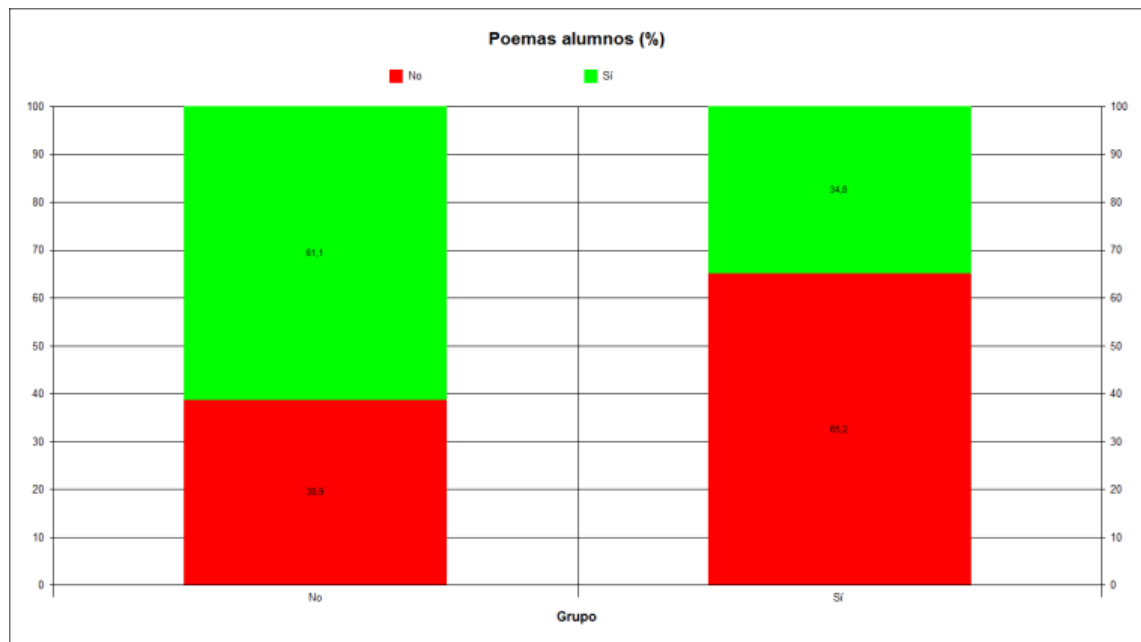


La proporción de ejemplares con narraciones es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

Tabla 1.102. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Poemas de alumnos, según grupo.

Poemas alumnos		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	193	41,51	163	38,90	30	65,22
2	Sí	272	58,49	256	61,10	16	34,78
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 11,8226 (p = 0,0006)

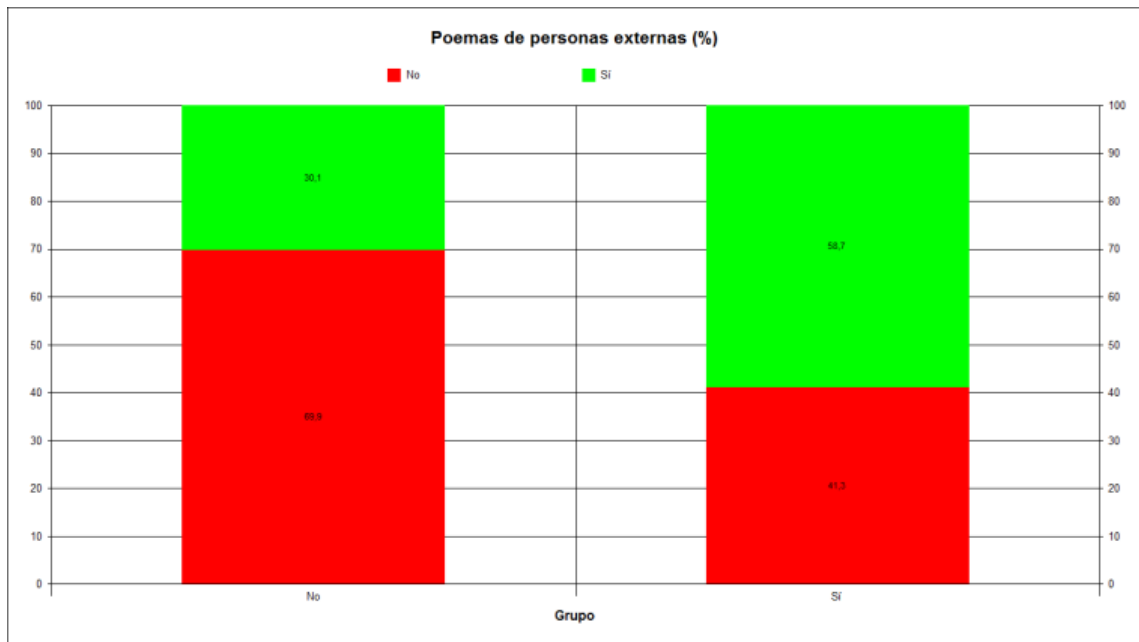


La proporción de ejemplares con poemas de alumnos es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

Tabla 1.103. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Poemas de personas externas, según grupo.

Poemas de personas externas		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	312	67,10	293	69,93	19	41,30
2	Sí	153	32,90	126	30,07	27	58,70
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 15,3830 (p = 0,0001)



La proporción de ejemplares con poemas de personas externas al periódico es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 1.104. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de referencia a Celebraciones, según grupo.

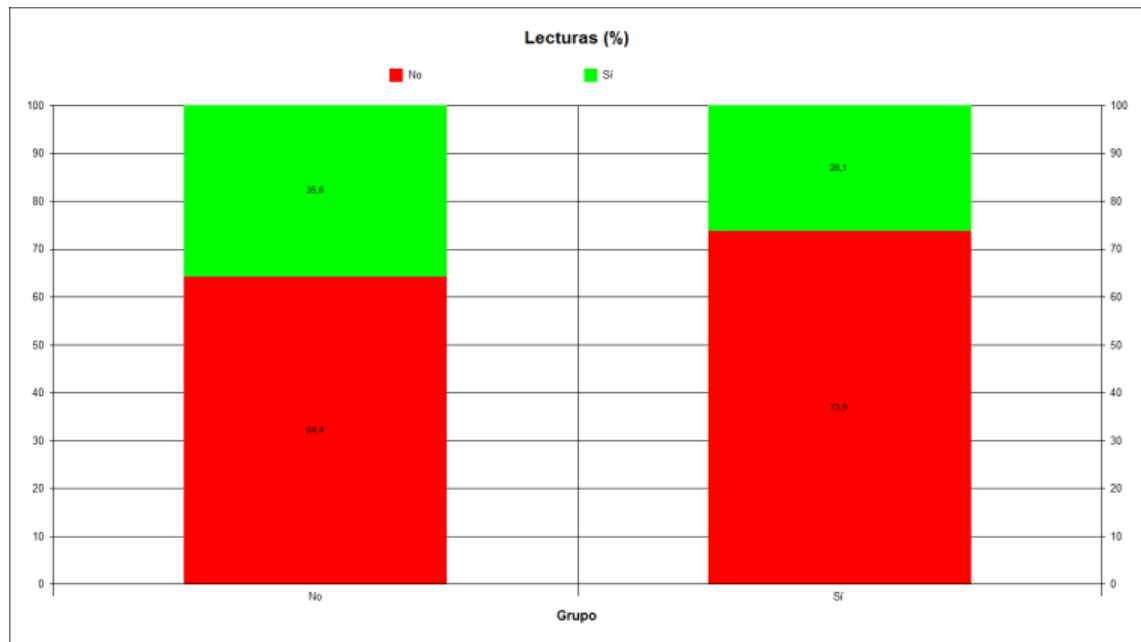
Celebraciones		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	253	54,41	210	50,12	43	93,48
2	Sí	212	45,59	209	49,88	3	6,52
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 31,4142 (p = 0,0000)

Tabla 1.105. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Lectura, según grupo.

Lecturas		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	304	65,38	270	64,44	34	73,91
2	Sí	161	34,62	149	35,56	12	26,09
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,6436 (p = 0,1998)

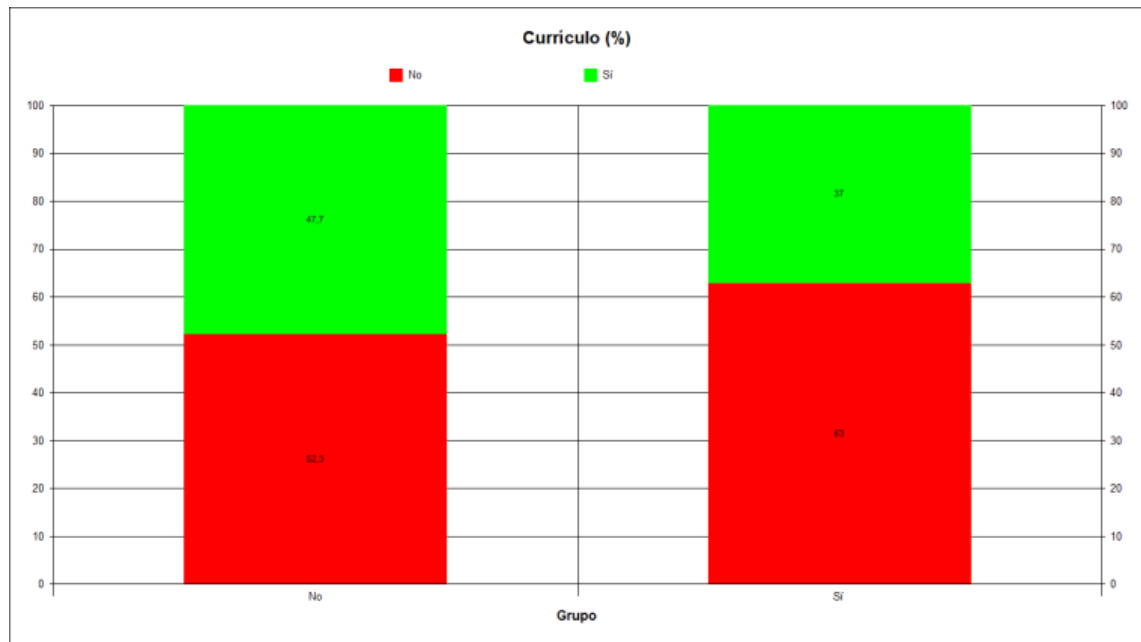


La proporción de ejemplares con lecturas es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

Tabla 1.106. Tabulación cruzada de la variable presencia o no contenidos relacionados con el currículo, según grupo.

Currículo		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Fre- cuencias	% s/ muestra	Fre- cuencias	% s/ muestra
1	No	248	53,33	219	52,27	29	63,04
2	Sí	217	46,67	200	47,73	17	36,96
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,9339 (p = 0,1643)

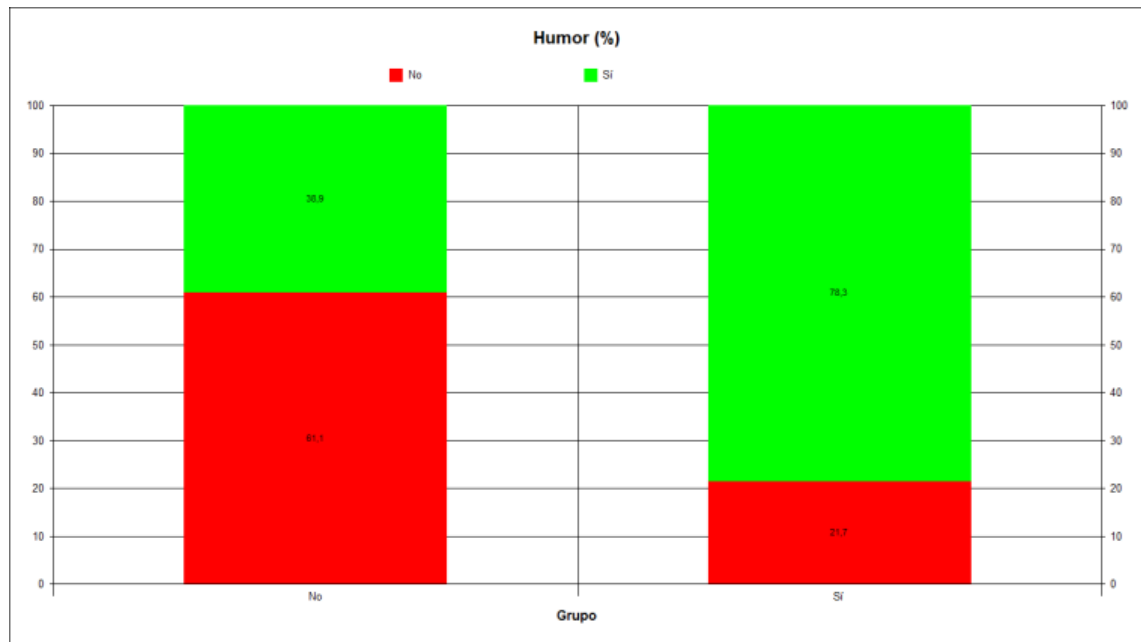


La proporción de ejemplares con contenidos sobre currículo es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

Tabla 1.107. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Humor, según grupo.

Humor		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	266	57,20	256	61,10	10	21,74
2	Sí	199	42,80	163	38,90	36	78,26
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 26,2284 (p = 0,0000)

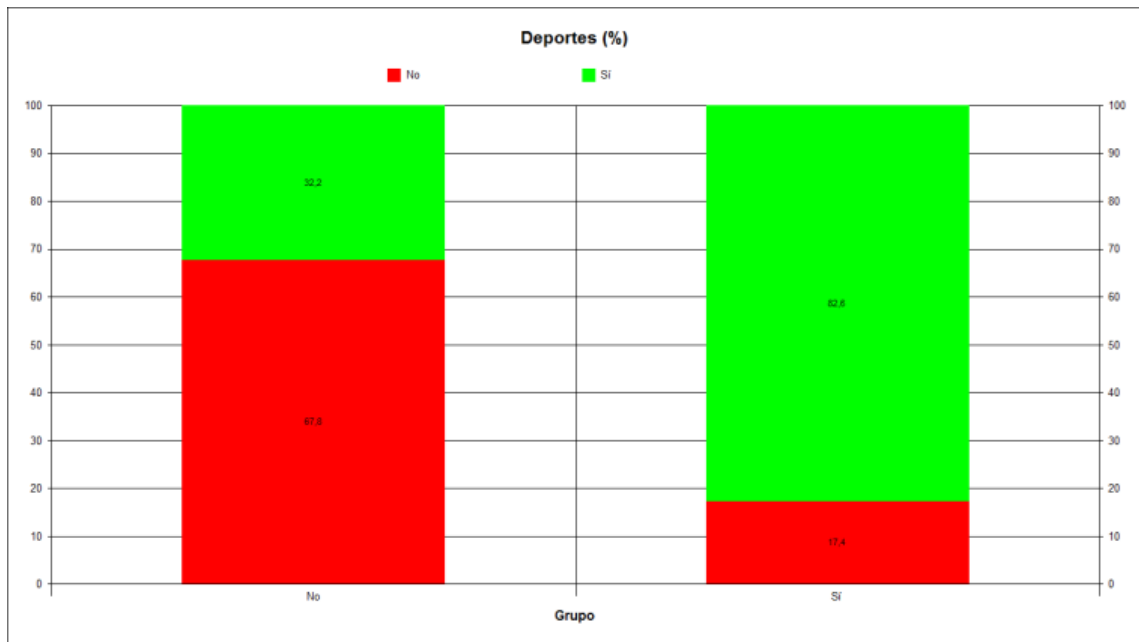


La proporción de ejemplares con contenidos de humor es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 1.108. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Deportes, según grupo.

Deportes		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	292	62,80	284	67,78	8	17,39
2	Sí	173	37,20	135	32,22	38	82,61
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 45,0474 (p = 0,0000)



La proporción de ejemplares con información sobre deportes es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 1.109. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Cómics, según grupo.

Cómics		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	336	72,26	292	69,69	44	95,65
2	Sí	129	27,74	127	30,31	2	4,35
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 13,9376 (p = 0,0002)

Tabla 1.110. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Salud, según grupo.

Salud		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	354	76,13	319	76,13	35	76,09
2	Sí	111	23,87	100	23,87	11	23,91
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0000 (p = 0,9944)

Tabla 1.111. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios dedicados a APA/AMPA, según grupo.

APA/AMPA		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	334	71,83	288	68,74	46	100,00
2	Sí	131	28,17	131	31,26	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 20,0227 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.112. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Reproducción externa a la publicación, según grupo.

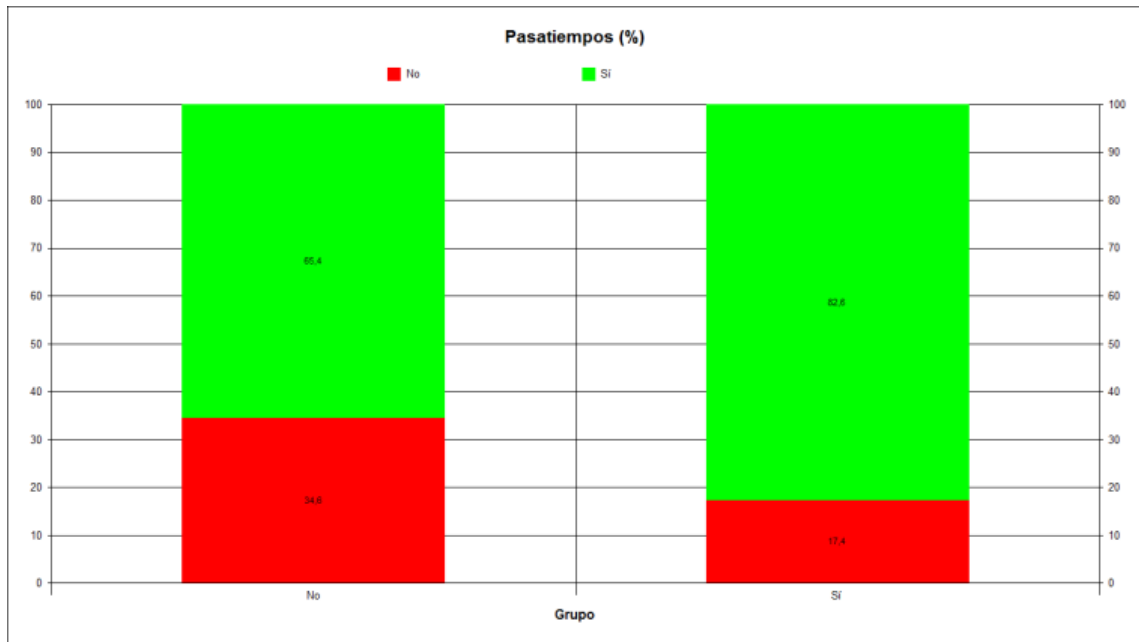
Reproducción externa		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	333	71,61	298	71,12	35	76,09
2	Sí	132	28,39	121	28,88	11	23,91
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,5027 (p = 0,4783)

Tabla 1.113. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Pasatiempos, según grupo.

Pasatiempos		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	153	32,90	145	34,61	8	17,39
2	Sí	312	67,10	274	65,39	38	82,61
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 5,5640 (p = 0,0183)



La proporción de ejemplares con pasatiempos es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 1.114. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Gastronomía, según grupo.

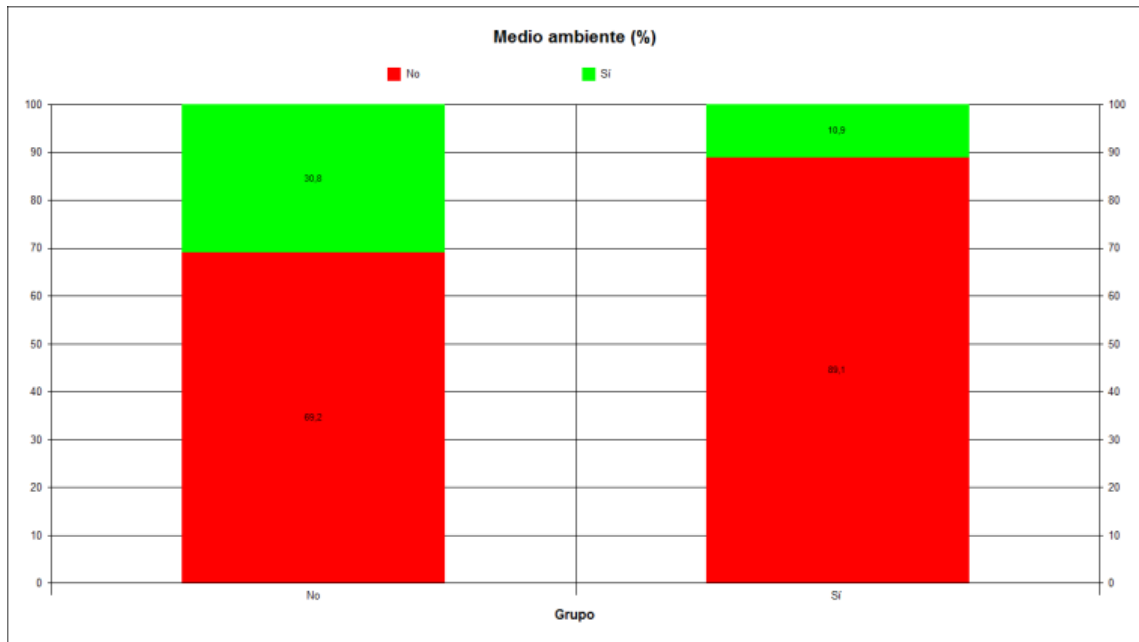
Gastronomía		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	376	80,86	331	79,00	45	97,83
2	Sí	89	19,14	88	21,00	1	2,17
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 9,4946 (p = 0,0021)

Tabla 1.115. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios sobre Medio Ambiente, según grupo.

Medio ambiente		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	331	71,18	290	69,21	41	89,13
2	Sí	134	28,82	129	30,79	5	10,87
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 8,0165 (p = 0,0046)



La proporción de ejemplares con información sobre medio ambiente es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

Tabla 1.116. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios de Entrevistas, según grupo.

Entrevistas		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	235	50,54	229	54,65	6	13,04
2	Sí	230	49,46	190	45,35	40	86,96
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 28,7101 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con entrevistas es mayor en las publicaciones de interés.

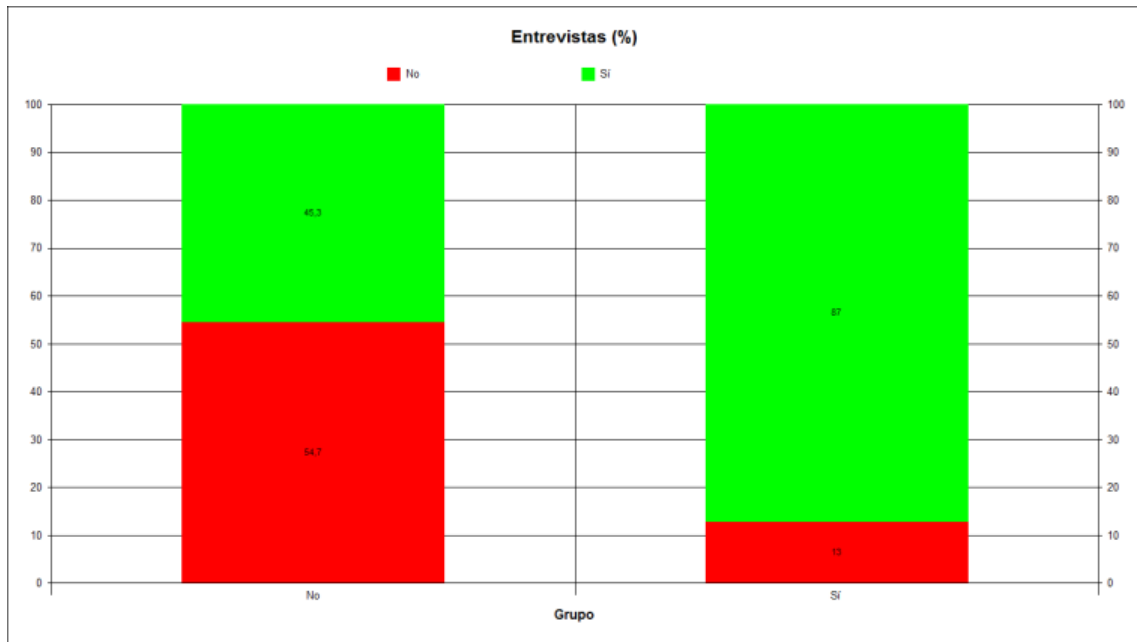


Tabla 1.117. Tabulación cruzada de la variable referencia o no a diferencia de los sexos, según grupo.

Distinción de sexos (Género)		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	433	93,12	387	92,36	46	100,00
2	Sí	32	6,88	32	7,64	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 3,7728 (p = 0,0521)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.118. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de espacios sobre la Paz, según grupo.

Paz		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	330	70,97	284	67,78	46	100,00
2	Sí	135	29,03	135	32,22	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 20,8841 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.119. Tabulación cruzada de la variable contenido de la Editorial, según grupo.

Contenido editorial (respuestas múltiples)		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Sobre la pu- blicación	193	41,51	155	36,99	38	82,61
2	Actividad del centro	140	30,11	136	32,46	4	8,70
3	Educación	29	6,24	29	6,92	0	0,00
4	La paz	24	5,16	24	5,73	0	0,00
5	Otros	60	12,90	57	13,60	3	6,52
6	NS/NC	72	15,48	71	16,95	1	2,17
	TOTAL	518	(465)	472	(419)	46	(46)

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 45,4181 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

9.6. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ASPECTOS FORMALES

Tabla 1.120. Tabulación cruzada de frecuencias de Aspectos Formales, según grupo.

Técnicas de impresión (respuestas múltiples)		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Fotocopia	241	51,83	241	57,52	0	0,00
2	Imprenta	128	27,53	116	27,68	12	26,09
3	Multicopista	98	21,08	52	12,41	46	100,00
4	Offset	43	9,25	43	10,26	0	0,00
	TOTAL	510	(465)	452	(419)	58	(46)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 159,9408 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.121. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Dibujos infantiles, según grupo.

Dibujos Infantiles		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	169	36,34	169	40,33	0	0,00
2	Sí	296	63,66	250	59,67	46	100,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 29,1469 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.122. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Dibujos de adultos, según grupo.

Dibujo adultos		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	123	26,45	78	18,62	45	97,83
2	Sí	342	73,55	341	81,38	1	2,17
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 133,6772 (p = 0,0000)

Tabla 1.123. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Dibujos de adultos, según grupo.

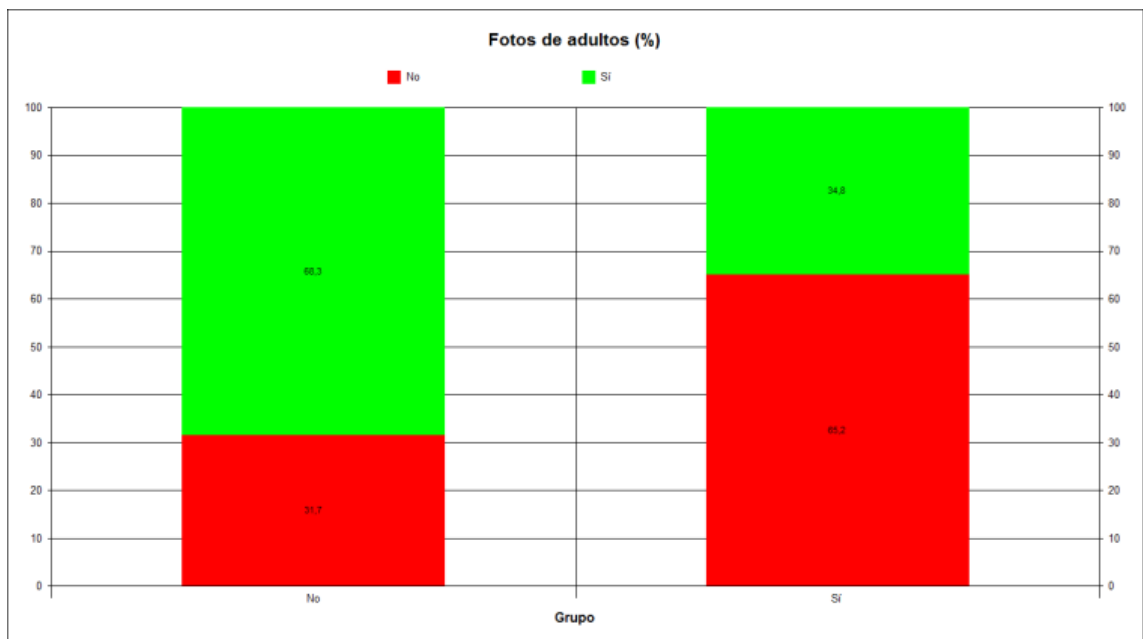
Dibujos profesionales		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	142	30,54	97	23,15	45	97,83
2	Sí	323	69,46	322	76,85	1	2,17
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 108,9665 (p = 0,0000)

Tabla 1.124. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Fotos de adultos, según grupo.

Fotos de adultos		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	163	35,05	133	31,74	30	65,22
2	Sí	302	64,95	286	68,26	16	34,78
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 20,4021 (p = 0,0000)



La proporción de ejemplares con fotos de adultos es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

Tabla 1.125. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Fotos de profesionales, según grupo.

Fotos profesionales		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	283	60,86	241	57,52	42	91,30
2	Sí	182	39,14	178	42,48	4	8,70
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Tabla 1.126. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Sumario, según grupo.

Sumario		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	204	43,87	181	43,20	23	50,00
2	Sí	261	56,13	238	56,80	23	50,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,7788 (p = 0,3775)

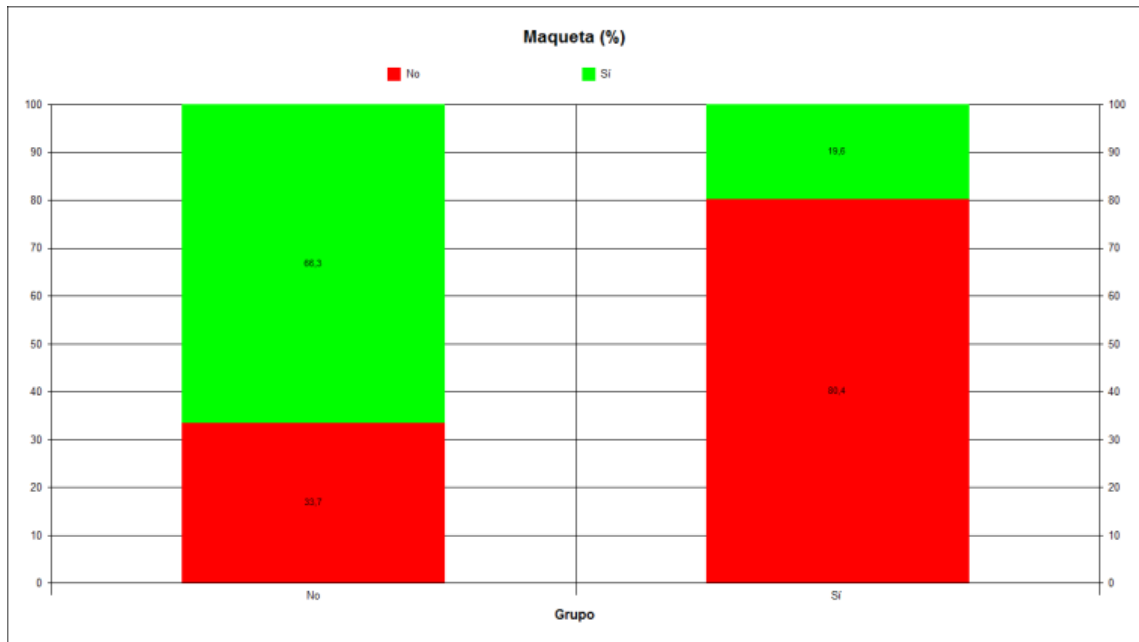
Tabla 1.127. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Editorial, según grupo.

Editorial		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	82	17,63	80	19,09	2	4,35
2	Sí	383	82,37	339	80,91	44	95,65
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Tabla 1.128. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Maqueta previa, según grupo.

Maqueta previa		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ mues- tra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	178	38,28	141	33,65	37	80,43
2	Sí	287	61,72	278	66,35	9	19,57
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 38,3975 (p = 0,0000)



La proporción de ejemplares con maqueta es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

Tabla 1.129. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Registro de Identidad, según grupo.

Registro de Identidad		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	265	56,99	252	60,14	13	28,26
2	Sí	200	43,01	167	39,86	33	71,74
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 17,1889 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con identidad es mayor en las publicaciones de interés.

Tabla 130. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Columnas, según grupo.

Columnas		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	192	41,29	183	43,68	9	19,57
2	Sí	273	58,71	236	56,32	37	80,43
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 9,9395 (p = 0,0016)

La proporción de ejemplares con el texto en columnas es mayor en las publicaciones de interés.

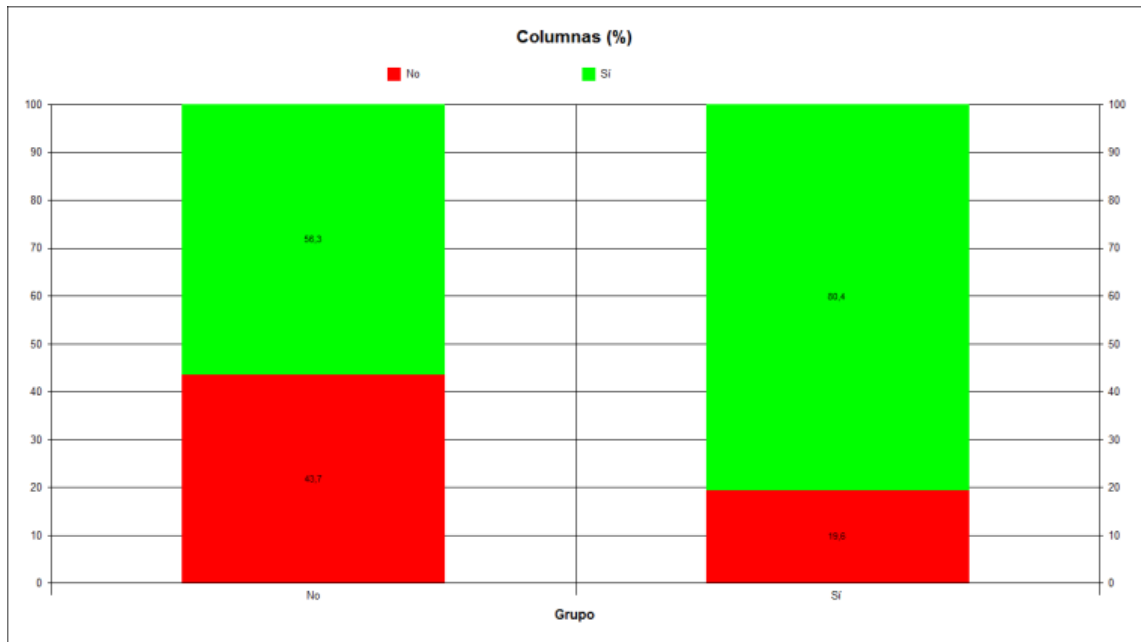


Tabla 1.131. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Recuadros, según grupo.

Recuadro		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	No	323	69,46	286	68,26	37	80,43
2	Sí	142	30,54	133	31,74	9	19,57
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,8975 (p = 0,0887)

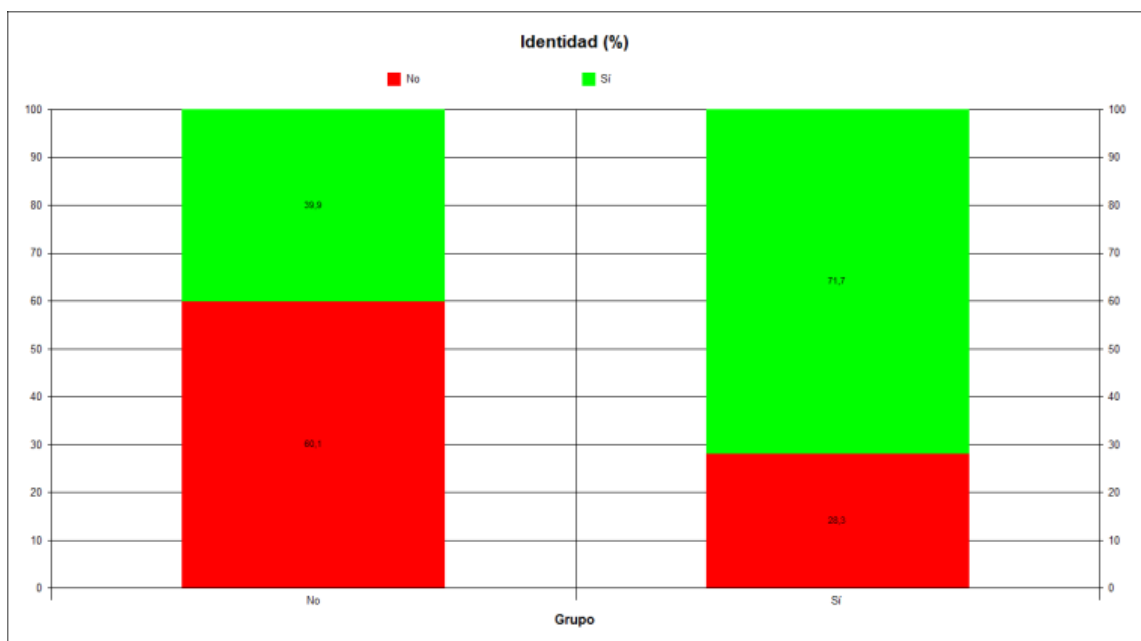


Tabla 1.132. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Entradillas, según grupo.

Entradilla		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	411	88,39	373	89,02	38	82,61
2	Sí	54	11,61	46	10,98	8	17,39
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,6607 (p = 0,1975)

Tabla 1.133. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Pies de foto, según grupo.

Pie de foto		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	275	59,14	243	58,00	32	69,57
2	Sí	190	40,86	176	42,00	14	30,43
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,2962 (p = 0,1297)

Tabla 1.134. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Ladillos, según grupo.

Ladillos		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	429	92,26	386	92,12	43	93,48
2	Sí	36	7,74	33	7,88	3	6,52
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,1064 (p = 0,7443)

Tabla 1.135. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Secciones fijas, según grupo.

Secciones fijas		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	208	44,73	205	48,93	3	6,52
2	Sí	123	26,45	80	19,09	43	93,48
3	No procede	134	28,82	134	31,98	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 118,0773 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

9.7. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE VALORACIÓN

Tabla 1.136. Tabulación cruzada frecuencias de Valoración, según grupo.

Intención comunicativa		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Alumnos	41	8,82	41	9,79	0	0,00
2	Padres y otros agentes educa- tivos	115	24,73	69	16,47	46	100,00
3	NS/NC	309	66,45	309	73,75	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 155,3699 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

Tabla 1.137. Tabulación cruzada de la variable Clasificación, según grupo.

Clasificación		Total muestra		Grupo			
				No		Sí	
Código	Categorías	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Alumnos	53	11,40	7	1,67	46	100,00
2	Alumnos y docentes	160	34,41	160	38,19	0	0,00
3	Docentes y otros	73	15,70	73	17,42	0	0,00
4	Comunidad	179	38,49	179	42,72	0	0,00
	TOTAL	465	100,00	419	100,00	46	100,00

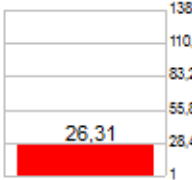
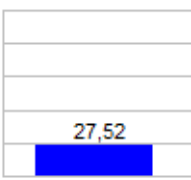
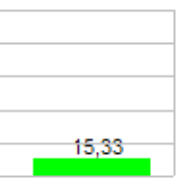
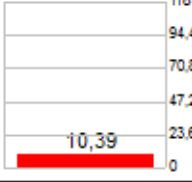
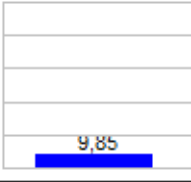
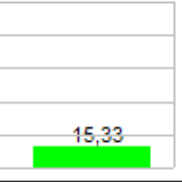
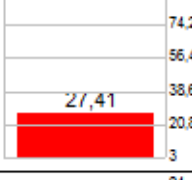
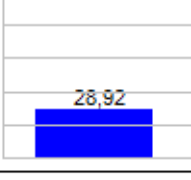
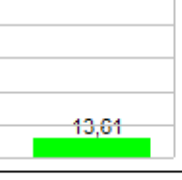
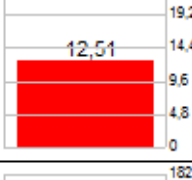
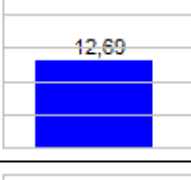
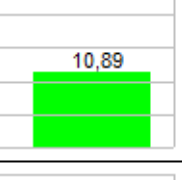
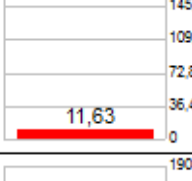
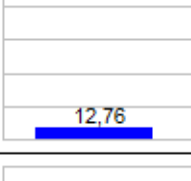
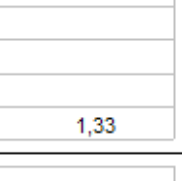
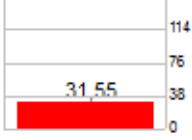
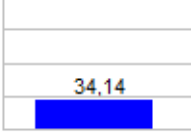
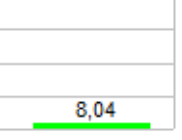
Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 396,8424 (p = 0,0000)

La comparación anterior no es válida porque contiene celdas con cero objetos.

9.8. TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

Tabla 1.138. Tabulación cruzada de los Valores medios, según grupo.					
Nº variable	Denominación	Total muestra	Grupo		F de Snedecor
			No	Sí	
12	Número de firmas	26,3118 n = 465	27,5179 n = 419	15,3261 n = 46	F(1,463) = 12,5245 p = 0,0004
13	Número alumnos redactores	10,3935 n = 465	9,8520 n = 419	15,3261 n = 46	F(1,463) = 6,0050 p = 0,0147
24	Número de páginas	27,4065 n = 465	28,9212 n = 419	13,6087 n = 46	F(1,463) = 33,9042 p = 0,0000
58	Número de contenidos	12,5118 n = 465	12,6897 n = 419	10,8913 n = 46	F(1,463) = 5,2265 p = 0,0228
60	Número de fotos	11,6258 n = 465	12,7566 n = 419	1,3261 n = 46	F(1,463) = 9,9347 p = 0,0017
61	Número de ilustraciones	31,5486 n = 463	34,1415 n = 417	8,0435 n = 46	F(1,461) = 37,6777 p = 0,0000

GRÁFICAS DE LA TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

Variables	Total muestra	Grupo	
		No	Sí
Número de firmas	 26,31	 27,52	 15,33
Número alumnos redactores	 10,39	 9,85	 15,33
Número de páginas	 27,41	 28,92	 13,61
Número de contenidos	 12,51	 12,60	 10,89
Número de fotos	 11,63	 12,76	 1,33
Número de ilustraciones	 31,55	 34,14	 8,04

Diferencias significativas para Contenidos:

1/ La proporción de ejemplares con *publicidad* es mayor en las publicaciones de interés.

2/ La proporción de ejemplares con *información nacional* es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

3/ La proporción de ejemplares con *información internacional* es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

4/ La proporción de ejemplares que informan sobre las *actividades del aula* es mayor en las publicaciones de interés que en el resto.

5/ La proporción de ejemplares que informan sobre las *actividades del centro* educativo es mayor en las publicaciones que no son objeto de nuestro interés.

6/ La proporción de ejemplares con información sobre *excursiones* es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

7/ La proporción de ejemplares con *redacciones escolares* es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

8/ La proporción de ejemplares con *narraciones* es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

9/ La proporción de ejemplares con *poemas de alumnos* es mayor en las publicaciones que no son objeto de interés.

10/ La proporción de ejemplares con *poemas de personas externas* al periódico es mayor en las publicaciones de interés.

11/ La proporción de ejemplares con *actividades relacionadas con la Lectura* es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

12/ La proporción de ejemplares con *contenidos sobre currículo* es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

13/ La proporción de ejemplares con contenidos de *humor* es mayor en las publicaciones de interés.

14/ La proporción de ejemplares con información sobre *deportes* es mayor en las publicaciones de interés.

15/ La proporción de ejemplares con *pasatiempos* es mayor en las publicaciones de interés.

16/ La proporción de ejemplares con información sobre *medio ambiente* es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

17/ La proporción de ejemplares con *entrevistas* es mayor en las publicaciones de interés.

18/ La proporción de ejemplares con *fotos de adultos* es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

19/ La proporción de ejemplares con *maqueta previa* es mayor en las publicaciones ajenas a nuestro interés.

20/ La proporción de ejemplares con *Registro de Identidad* es mayor en las publicaciones de interés.

21/ La proporción de ejemplares con el *texto en columnas* es mayor en las publicaciones de interés.

CONCLUSIÓN:

1/ *La proporción en categorías como: publicidad, información nacional, información internacional, actividades del aula, poemas de personas externas, humor, deportes, pasatiempos, entrevistas, Registro de Identidad, texto en columnas*

Es MAYOR en las publicaciones de nuestro interés.

2/ *La proporción en categorías como: actividades del centro, excursiones, redacciones escolares, narraciones, poemas de alumnos, actividades relacionadas con la Lectura, currículo, medio ambiente, fotos de adultos y maqueta previa*

Es MENOR en las publicaciones de nuestro interés.

INTERPRETACIÓN:

1/ De acuerdo con los resultados obtenidos, nos parece que las publicaciones de nuestro interés, es decir, aquellas en las que tuvimos una participación activa, responden mejor al criterio predominante en la prensa convencional en los siguientes aspectos:

2/ El apartado de la publicidad, como intento de autofinanciación de una publicación escolar consolida a las publicaciones de este grupo como un intento serio de repetir el modelo periodístico convencional.

3/ Presencia de informaciones relativas a la actualidad nacional e internacional.

4/ Por otro lado, el espacio de deportes –presente también en este grupo- es algo consolidado en la prensa convencional.

5/ El espacio de entrevista no es tan consistente en la prensa convencional, pero sí tiene en ella una presencia significativa.

6/ El Registro de Identidad es algo ineludible en cualquier publicación periodística convencional y en este grupo está significativamente más presente que en el resto de publicaciones.

7/ Igualmente, la disposición del texto en columnas es consuetudinario en la prensa convencional. Del mismo modo que lo está en este grupo.

8/ En otro sentido, se entiende como significativa la menor proporción, dentro de este grupo, de espacios como redacciones y narraciones escolares, temas relacionados con el currículo o la lectura. Es significativa también la prevalencia en el otro grupo de maqueta previa y espacios como medio ambiente y poemas de alumnos. Se interpreta este dato como señal de que el control de las publicaciones no estaba en manos de los alumnos. La mano del adulto queda confirmada con la mayor proporción de fotos de autoría no infantil.

9.9. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE LA PREGUNTA N° 2

Segunda pregunta: ¿Hay diferencias significativas entre las publicaciones clasificadas en cada uno de estos cuatro grupos 1/ Publicaciones únicamente realizadas por los alumnos (aunque con asistencia y apoyo del profesor). 2/ Aquellas otras en las que intervienen conjuntamente alumnos y profesores. 3/ Publicaciones en las que intervienen profesores y otros. Y 4/ Publicaciones en las que intervienen personas pertenecientes a toda la comunidad escolar?

Para responder a esta cuestión hemos procedido de forma diferente en función de la medida de las variables dependientes. Cuando éstas han sido medidas mediante escala, hemos empleado el análisis de varianza mediante la prueba F de Snedecor, y cuando éstas han sido medidas de forma categórica (presencia o ausencia del atributo analizado), hemos empleado la prueba de JI CUADRADO.

En el primer caso, se han encontrado diferencias significativas entre los grupos mencionados en todos los parámetros (ver Tabla 2.1); de manera que:

1.El grupo conformado por “Alumnos” se diferencia del resto de forma significativa en el número de alumnos redactores, que ha sido en este caso mayor que en el resto de grupos.

2.El grupo conformado por “Alumnos y docentes” se diferencia del resto de forma significativa en el número de firmas, que ha sido en este grupo superior al resto de grupos. En cuanto al número de alumnos redactores, se diferencia de los grupos “Docentes y otros” y “Comunidad”, pero no del grupo conformado sólo por “Alumnos”. En lo que respecta al número de ilustraciones se diferencia tan sólo del grupo de “Alumnos” con respecto al cual presenta un mayor número.

3.El grupo conformado por “Docentes y otros” puntúa por encima de la media en cuatro de los parámetros estudiados: número de páginas, contenidos, fotos e ilustraciones, y lo hace de forma significativamente mayor respecto a los grupos en los que participan alumnos, salvo en el caso del parámetro “contenidos” en el que se diferencia de forma significativa de todos los grupos que conforman la variable clasificación.

4.El grupo referente a la “Comunidad educativa” puntúa por encima de la media y de forma significativamente distinta al resto (salvo al grupo de “Docentes y otros”) en los parámetros: número de páginas, fotos e ilustraciones.

Por tanto, podría decirse que los grupos en los que participan alumnos se caracterizan por tener un mayor número de firmas y de alumnos redactores, mientras que los grupos en los que éstos son una anécdota se caracterizan por tener un mayor número de páginas, fotos e ilustraciones. El grupo de “Docentes y otros” se caracteriza fundamentalmente por un mayor número de contenidos.

En el segundo caso y considerando las distintas clases de campos contemplados en nuestro estudio, hemos observado que existen diferencias significativas entre estos grupos en el campo organizativo y de contenidos, de tal manera que:

•CAMPOS ORGANIZATIVOS:

- La proporción de ejemplares que poseen una organización jerárquica es mayor en las ediciones realizadas por los alumnos (ver Tabla 2.2).
- La proporción de ejemplares que contienen publicidad es mayor en las ediciones realizadas por los alumnos (ver Tabla 2.3)

•CAMPOS DE CONTENIDO:

- La proporción de ejemplares que contienen Información local es mayor en las ediciones de alumnos (ver Tabla 2.4).
- La proporción de ejemplares con información nacional es mayor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.5).
- La proporción de ejemplares que contienen Información internacional es mayor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.6).
- La proporción de ejemplares que contienen actividades del aula es mayor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.7).
- La proporción de ejemplares que dan cuenta de las actividades del centro es mayor en las ediciones realizadas por los docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.8).
- La proporción de ejemplares con contenidos sobre actividades extraescolares es mayor en las ediciones de los docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.9).
- La proporción de ejemplares con artículos de opinión es menor en las ediciones conjuntas de alumnos y profesores (ver Tabla 2.10).
- La proporción de ejemplares con información sobre excursiones es mayor en las ediciones realizadas por los docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.11).
- La proporción de ejemplares con redacciones es menor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.12).
- La proporción de ejemplares con narraciones es menor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.13).
- La proporción de ejemplares con poemas de alumnos es menor en las ediciones elaboradas por éstos (ver Tabla 2.14).
- La proporción de ejemplares con poemas de personas externas a la publicación es mayor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.15).
- La proporción de ejemplares con actividades sobre lectura es menor en las ediciones de los alumnos (ver Tabla 2.16).
- La proporción de ejemplares con contenido sobre el currículo es mayor en las publicaciones editadas por los docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.17)
- La proporción de ejemplares con secciones de humor es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.18)

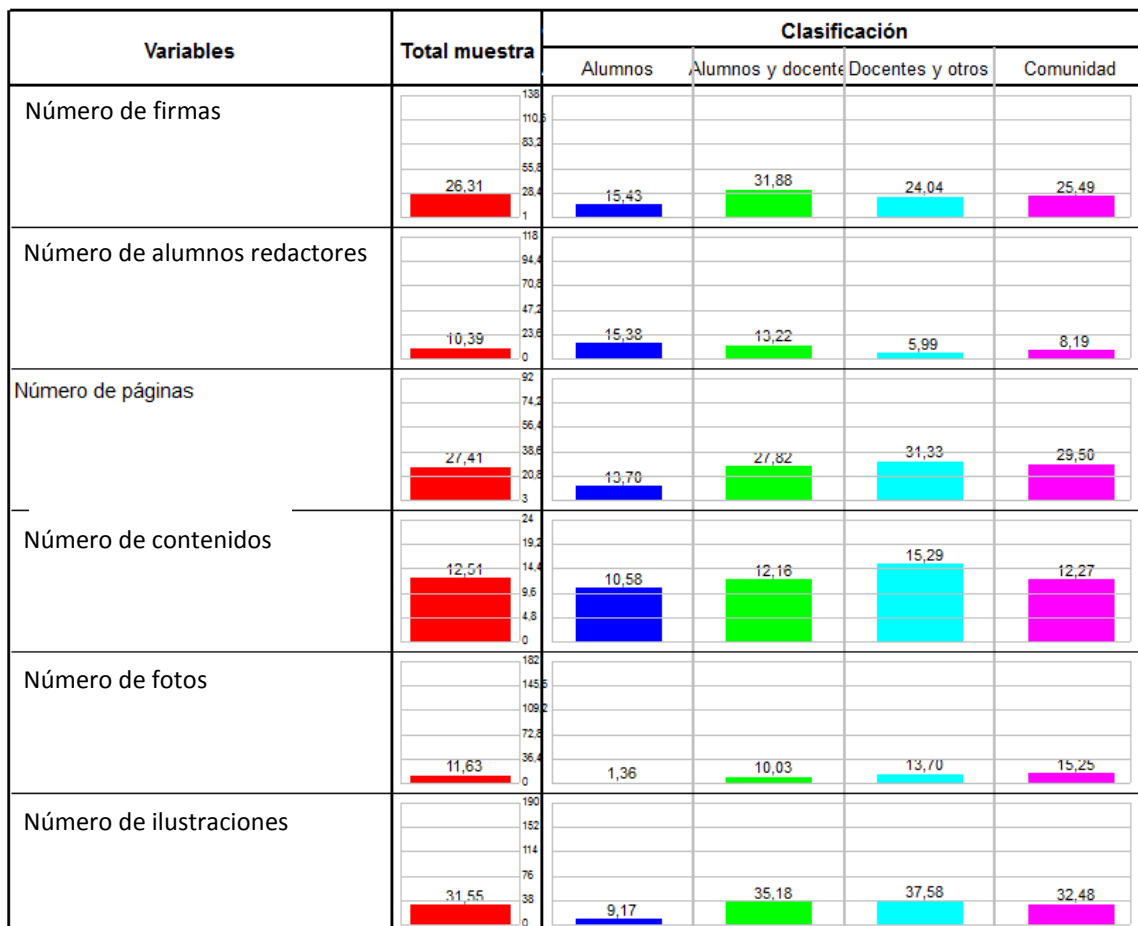
- La proporción de ejemplares con sección de deportes es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.19)
- La proporción de ejemplares con cómics es menor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.20)
- La proporción de ejemplares con contenidos sobre salud es mayor en las publicaciones editadas por los docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.21)
- La proporción de ejemplares que contienen pasatiempos es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.22)
- La proporción de ejemplares con contenido sobre medio ambiente es menor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.23)
- La proporción de ejemplares con entrevistas es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos (ver Tabla 2.24)
- La proporción de ejemplares con fotos de adultos es mayor en los editados por docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.25)
- La proporción de ejemplares con fotos profesionales es menor en los editados por los alumnos (ver Tabla 2.26)
- La proporción de ejemplares con sumario es mayor en los editados por docentes y colaboradores (ver Tabla 2.27)
- La proporción de ejemplares con maqueta es menor en los editados por los alumnos (ver Tabla 2.28)
- La proporción de ejemplares con identidad es mayor en los editados por alumnos y docentes por separado (Ver Tabla 2.29)
- La proporción de ejemplares con formato en columnas es mayor en los editados por alumnos y profesores por separado (ver Tabla 2.30)
- La proporción de ejemplares con recuadros es mayor en los clasificados en las categorías docentes y comunidad (ver Tabla 2.31)
- La proporción de ejemplares con entradilla es menor en los clasificados como alumnos y docentes conjuntamente (ver Tabla 2.32)
- La proporción de ejemplares con pie de foto es mayor en los clasificados con la categoría docentes y otros colaboradores (ver Tabla 2.33)

9.10. TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS EN LA PREGUNTA N° 2

Tabla 2.1. Tabulación cruzada de Valores medios, según grupo.

N° variable	Denominación	Total muestra	Clasificación				F de Snedecor
			Alumnos	Alumnos y docentes	Docentes y otros	Comunidad	
12	Número de firmas	26,3118 n = 465	15,4340 n = 53	31,8750 n = 160	24,0411 n = 73	25,4860 n = 179	F(3,461) = 8,1064 p = 0,0000
13	Número de alumnos redactores	10,3935 n = 465	15,3774 n = 53	13,2188 n = 160	5,9863 n = 73	8,1899 n = 179	F(3,461) = 8,1409 p = 0,0000
24	Número de páginas	27,4065 n = 465	13,6981 n = 53	27,8188 n = 160	31,3288 n = 73	29,4972 n = 179	F(3,461) = 13,9985 p = 0,0000
58	Número de contenidos	12,5118 n = 465	10,5849 n = 53	12,1563 n = 160	15,2877 n = 73	12,2682 n = 179	F(3,461) = 10,8215 p = 0,0000
60	Número de fotos	11,6258 n = 465	1,3585 n = 53	10,0313 n = 160	13,6986 n = 73	15,2458 n = 179	F(3,461) = 5,3370 p = 0,0013
61	Número de ilustraciones	31,5486 n = 463	9,1698 n = 53	35,1813 n = 160	37,5753 n = 73	32,4802 n = 177	F(3,459) = 14,0732 p = 0,0000

GRÁFICAS DE LA TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS



9.11. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS EN LA PREGUNTA N° 2

Las comparaciones que contienen celdas con cero objetos no son pertinentes por definición y, por tanto, no serán tenidas en cuenta.

Tabla 2.2. Tabulación cruzada de la variable Organización jerárquica, según grupo.

Organización Jerárquica		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	238	51,18	6	11,32	95	59,38	33	45,21	104	58,10
2	Sí	227	48,82	47	88,68	65	40,63	40	54,79	75	41,90
	TOTAL	465	100,00	53	100,00	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 42,4751 (p = 0,0000)

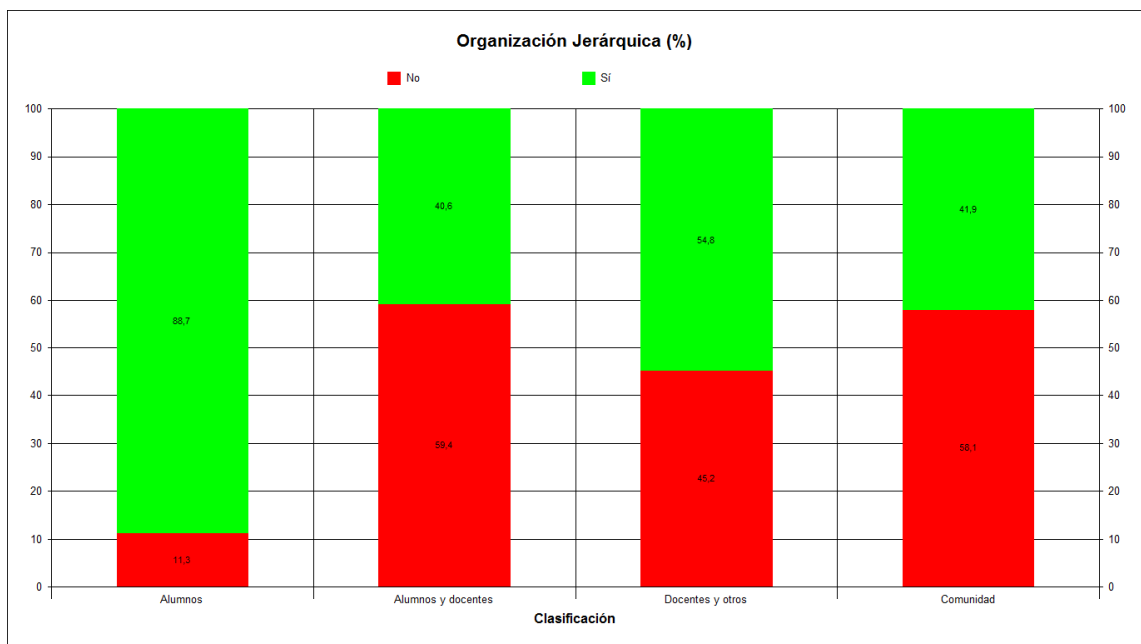
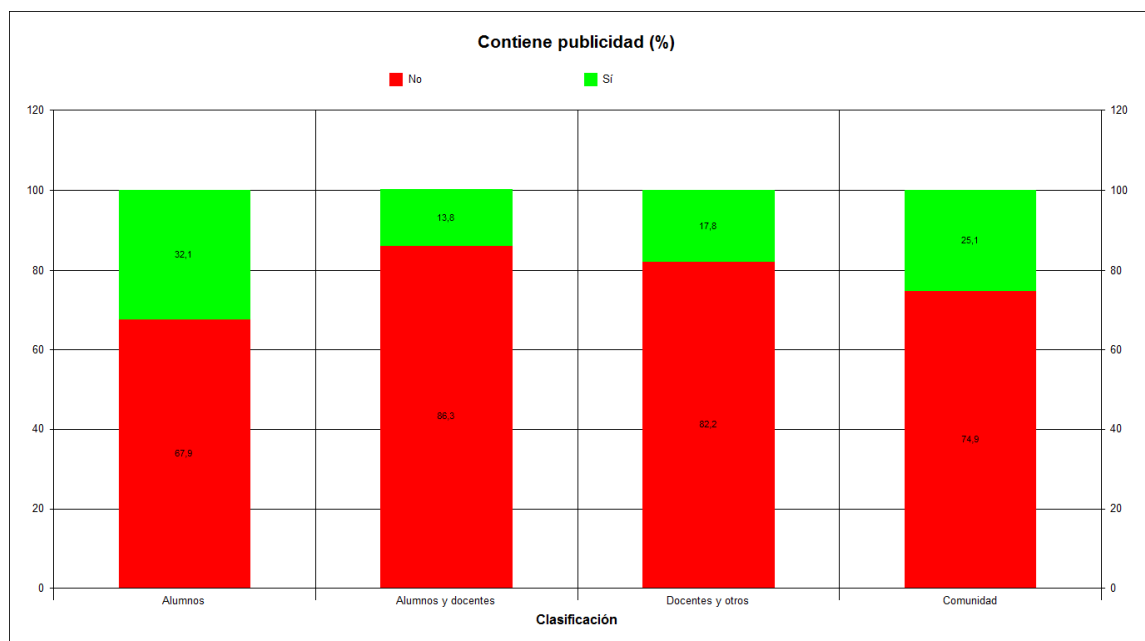


Tabla 2.3. Tabulación cruzada de la variable Publicidad, según grupo.

Contiene publicidad		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	368	79,14	36	67,92	138	86,25	60	82,19	134	74,86
2	Sí	97	20,86	17	32,08	22	13,75	13	17,81	45	25,14
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,0

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 11,3355 (p = 0,0100)



9.11.1. CAMPOS DE CONTENIDOS

Información local		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	217	46,67	5	9,43	86	53,75	28	38,36	98	54,75
2	Sí	248	53,33	48	90,57	74	46,25	45	61,64	81	45,25
	TOTAL	465	100,0	53	100,00	160	100,0	73	100,0	179	100,0

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 39,4690 (p = 0,0000)

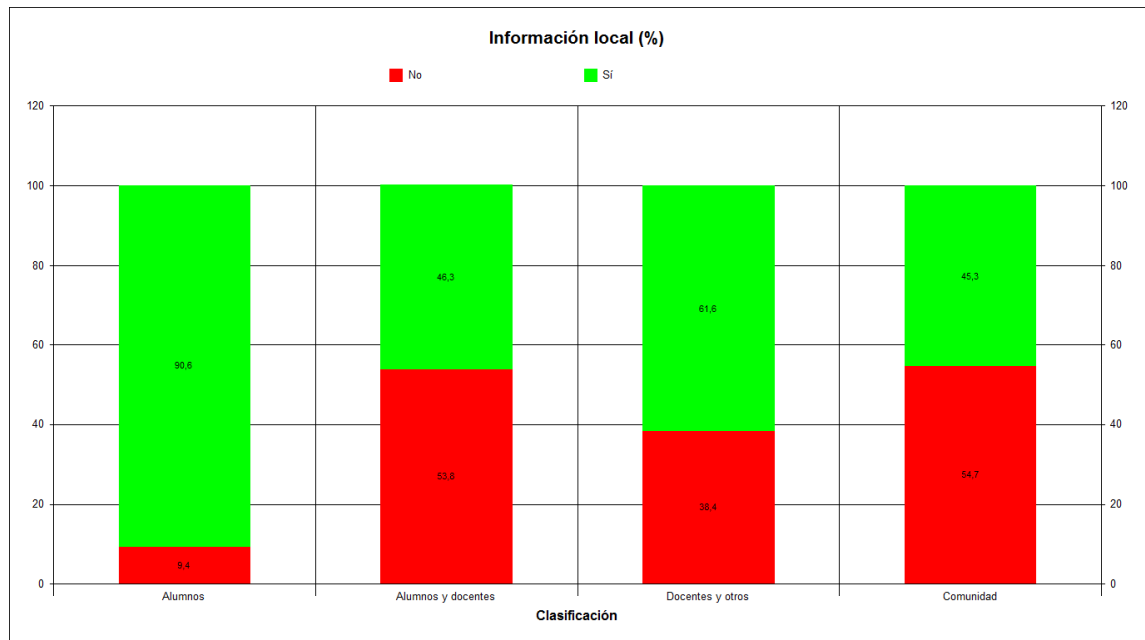


Tabla 2.5. Tabulación cruzada de la variable Información nacional, según grupo.											
Información Nacional		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	381	81,94	27	50,94	141	88,13	57	78,08	156	87,15
2	Sí	84	18,06	26	49,06	19	11,88	16	21,92	23	12,85
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 42,5567 (p = 0,0000)

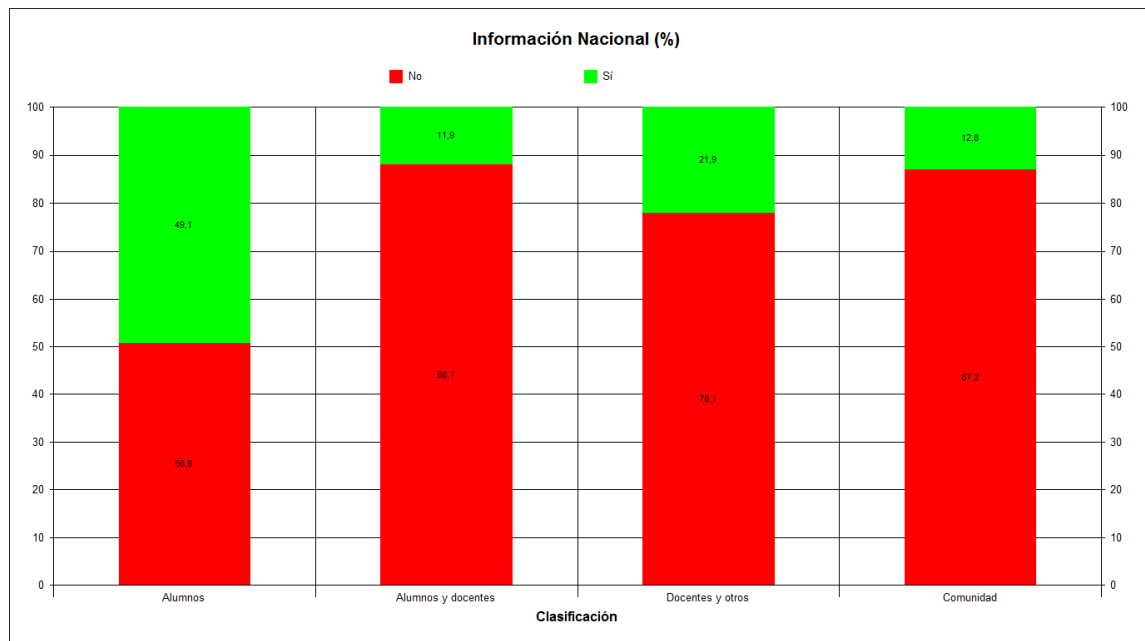


Tabla 2.6. Tabulación cruzada de la variable Información internacional, según grupo											
Información internacional		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	415	89,25	38	71,70	145	90,63	67	91,78	165	92,18
2	Sí	50	10,75	15	28,30	15	9,38	6	8,22	14	7,82
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 19,4166 (p = 0,0002)

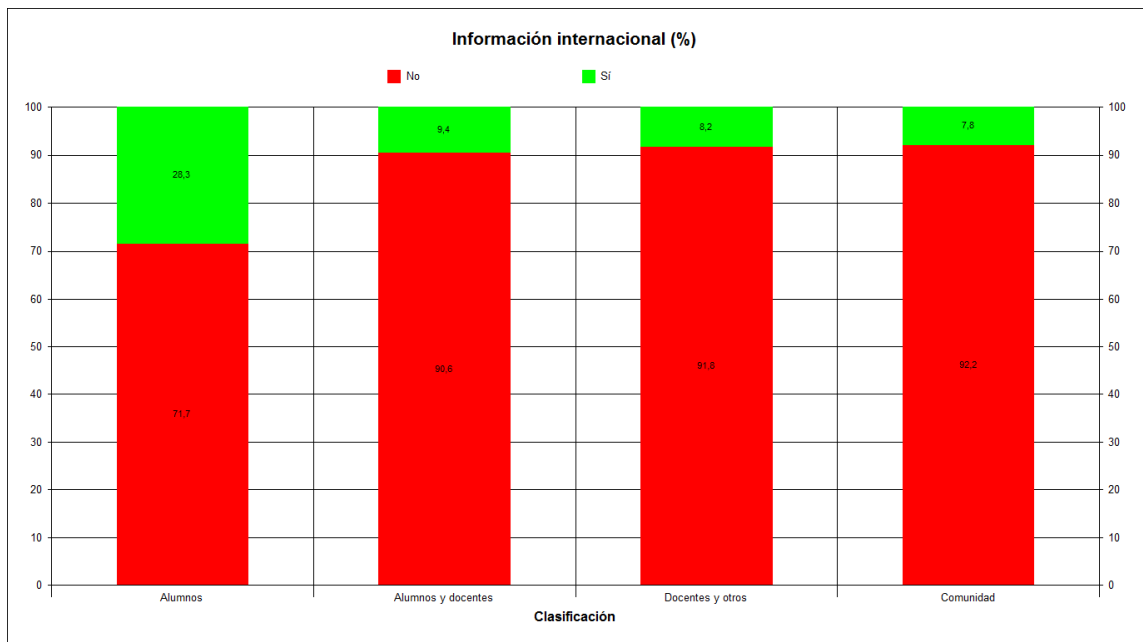


Tabla 2.7. Tabulación cruzada de la variable Actividades del aula, según grupo.											
Actividades en el aula		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	382	82,15	33	62,26	131	81,88	62	84,93	156	87,15
2	Sí	83	17,85	20	37,74	29	18,13	11	15,07	23	12,85
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 17,7394 (p = 0,0005)

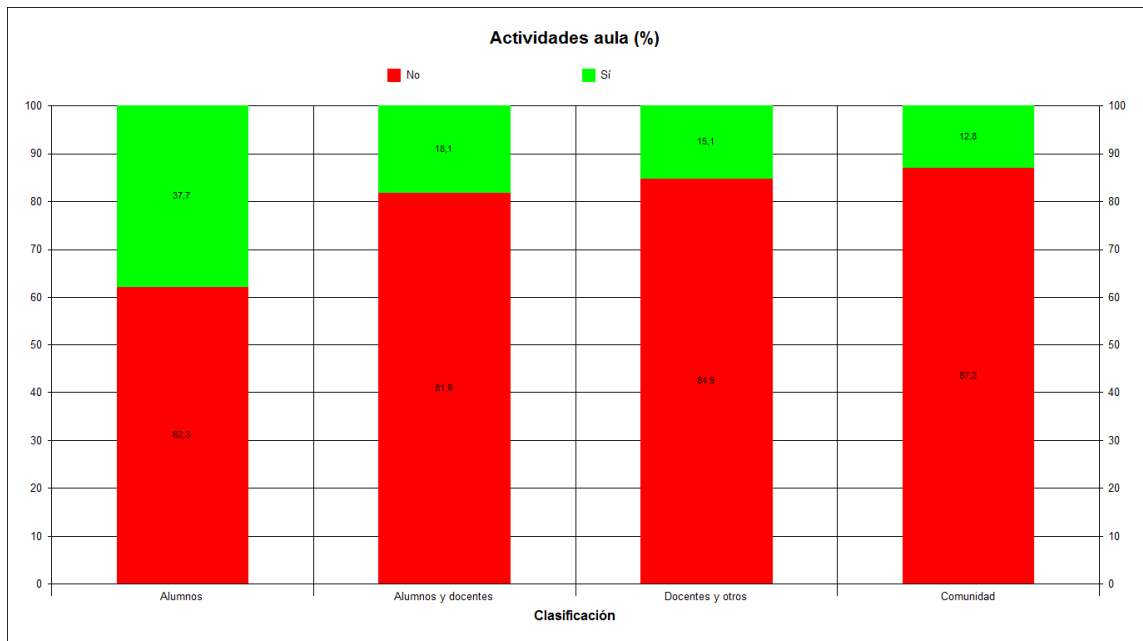
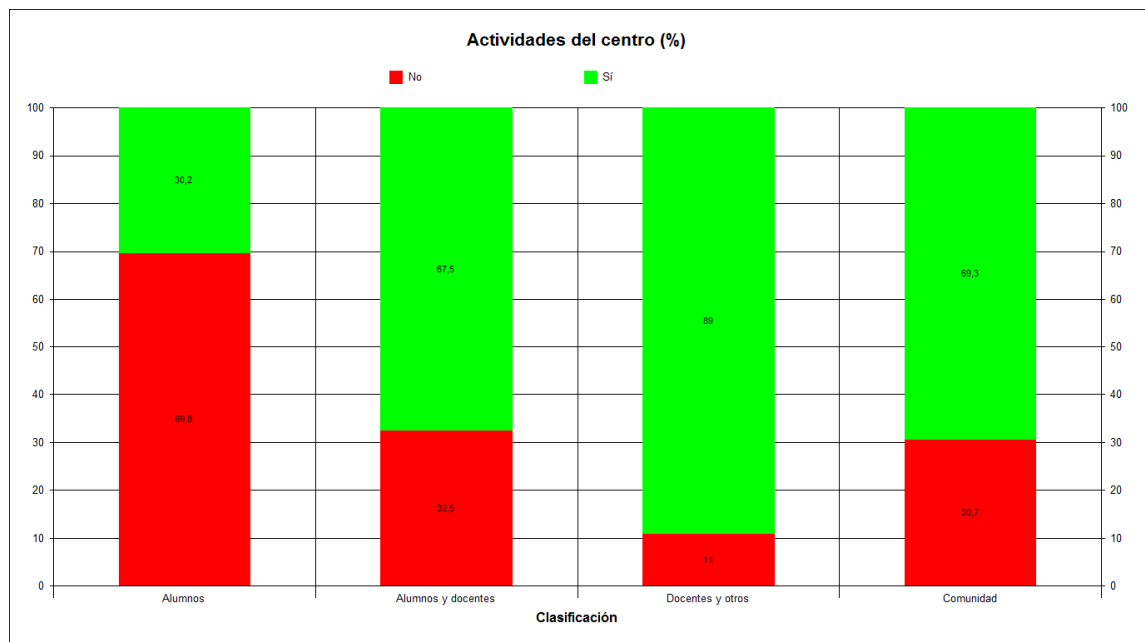


Tabla 2.8. Tabulación cruzada de la variable Actividades del centro, según grupo.											
Actividades del centro		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	152	32,69	37	69,81	52	32,50	8	10,96	55	30,73
2	Sí	313	67,31	16	30,19	108	67,50	65	89,04	124	69,27
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 49,1766 (p = 0,0000)



Actividades extraescolares		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	221	47,53	33	62,26	84	52,50	23	31,51	81	45,25
2	Sí	244	52,47	20	37,74	76	47,50	50	68,49	98	54,75
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 14,0863 (p = 0,0028)

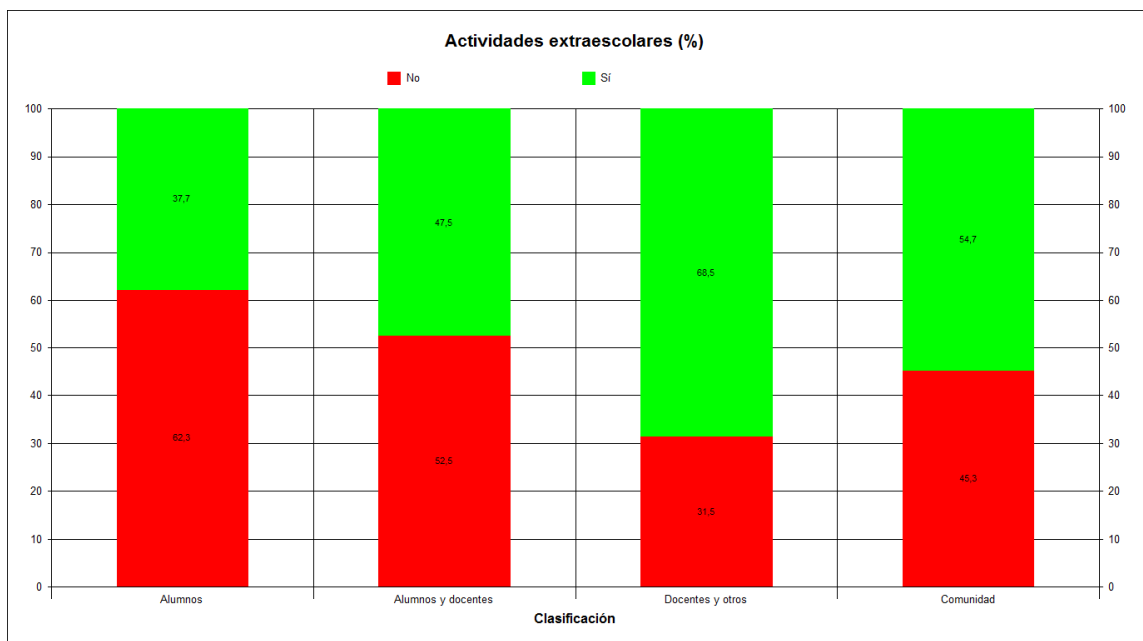


Tabla 2.10. Tabulación cruzada de la variable Opinión, según grupo.											
Opinión		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	108	23,23	6	11,32	52	32,50	8	10,96	42	23,46
2	Sí	357	76,77	47	88,68	108	67,50	65	89,04	137	76,54
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 18,0963 (p = 0,0004)

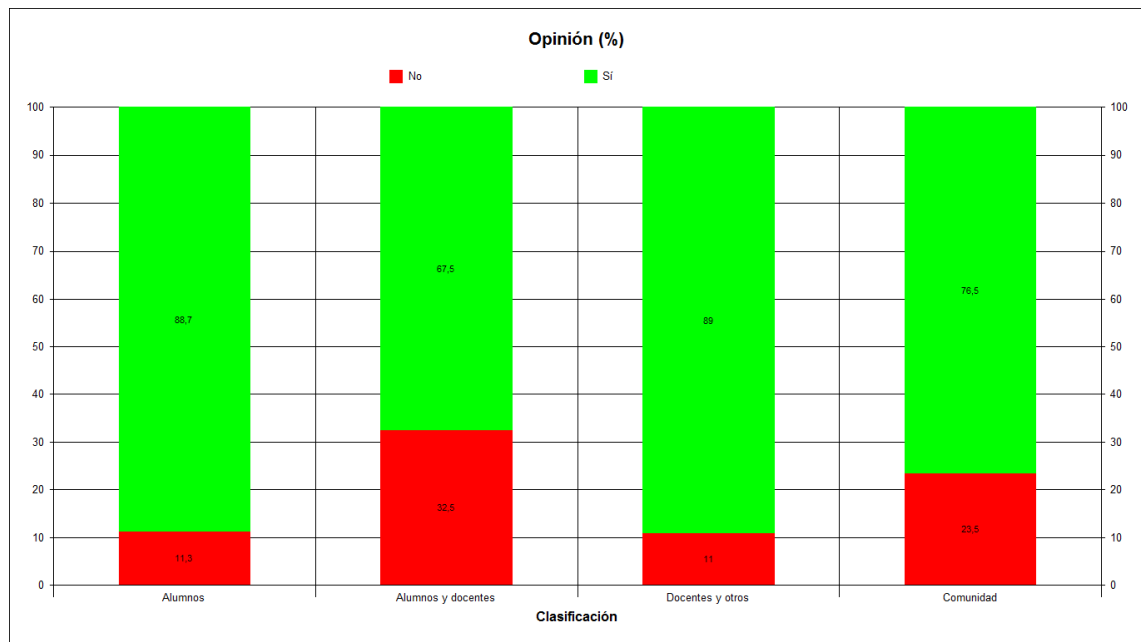


Tabla 2.11. Tabulación cruzada de la variable Excursiones, según grupo.

Excursiones		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	242	52,04	37	69,81	90	56,25	25	34,25	90	50,28
2	Sí	223	47,96	16	30,19	70	43,75	48	65,75	89	49,72
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 17,3255 (p = 0,0006)

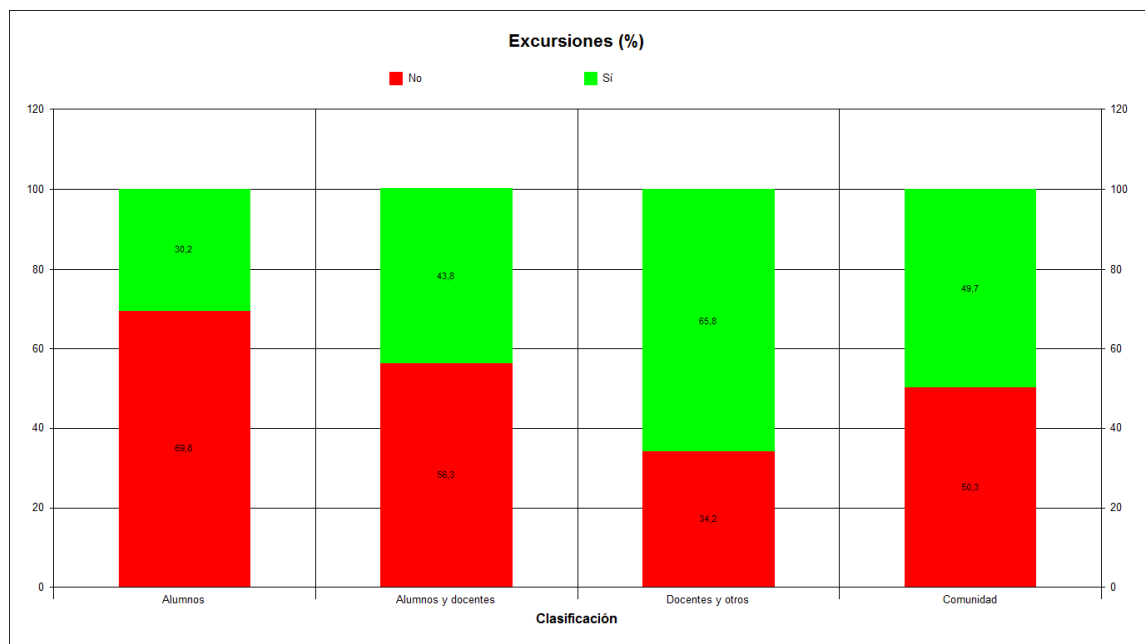


Tabla 1.12. Tabulación cruzada de la variable Redacciones, según grupo.											
Redacciones		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	29	27,74	35	66,04	38	23,75	16	21,92	40	22,35
2	Sí	336	72,26	18	33,96	122	76,25	57	78,08	139	77,65
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 43,8821 (p = 0,0000)

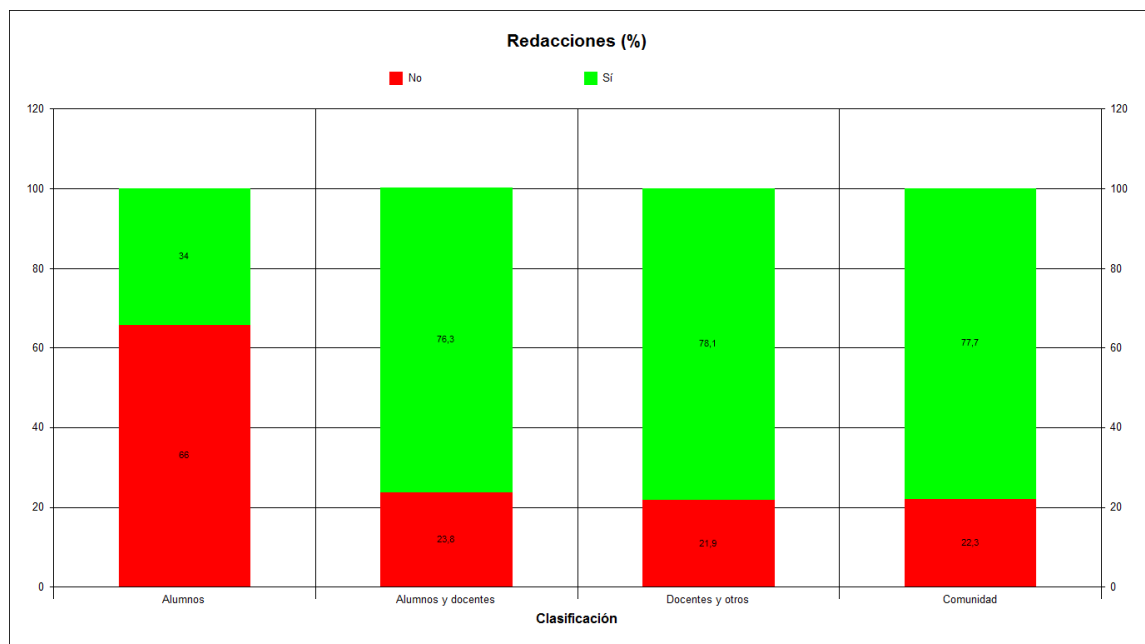


Tabla 2.13. Tabulación cruzada de la variable Narraciones, según grupo.											
Narraciones		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	263	56,56	45	84,91	78	48,75	38	52,05	102	56,98
2	Sí	202	43,44	8	15,09	82	51,25	35	47,95	77	43,02
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 21,9202 (p = 0,0001)

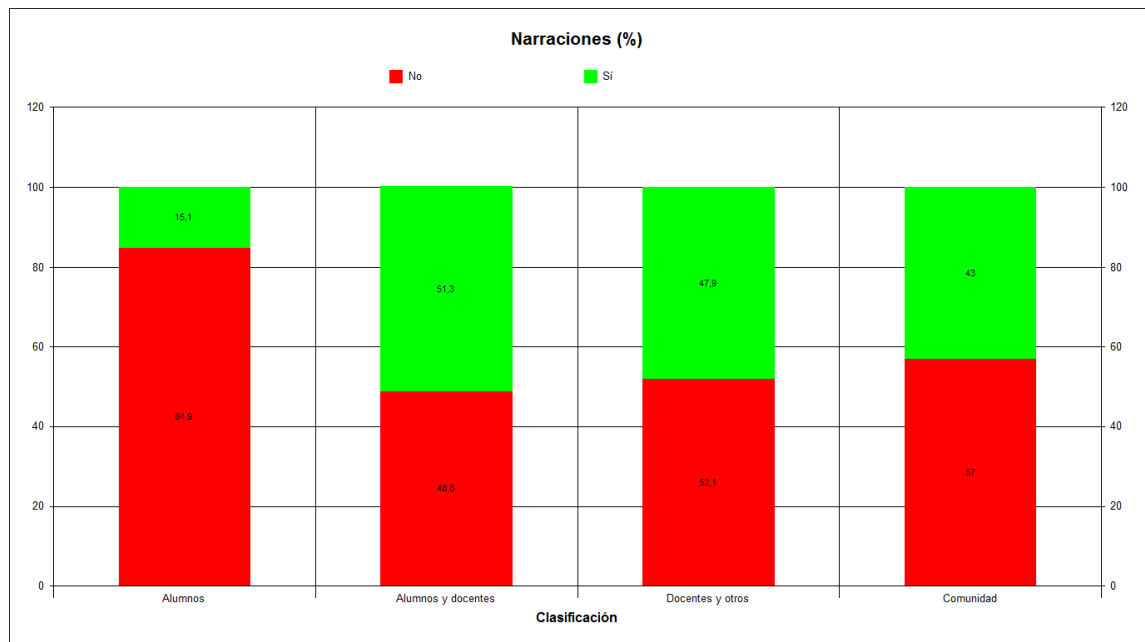


Tabla 2.14. Tabulación cruzada de la variable Poemas de alumnos, según grupo.											
Poemas de alumnos		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	193	41,51	35	66,04	60	37,50	24	32,88	74	41,34
2	Sí	272	58,49	18	33,96	100	62,50	49	67,12	105	58,66
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 16,4361 (p = 0,0009)

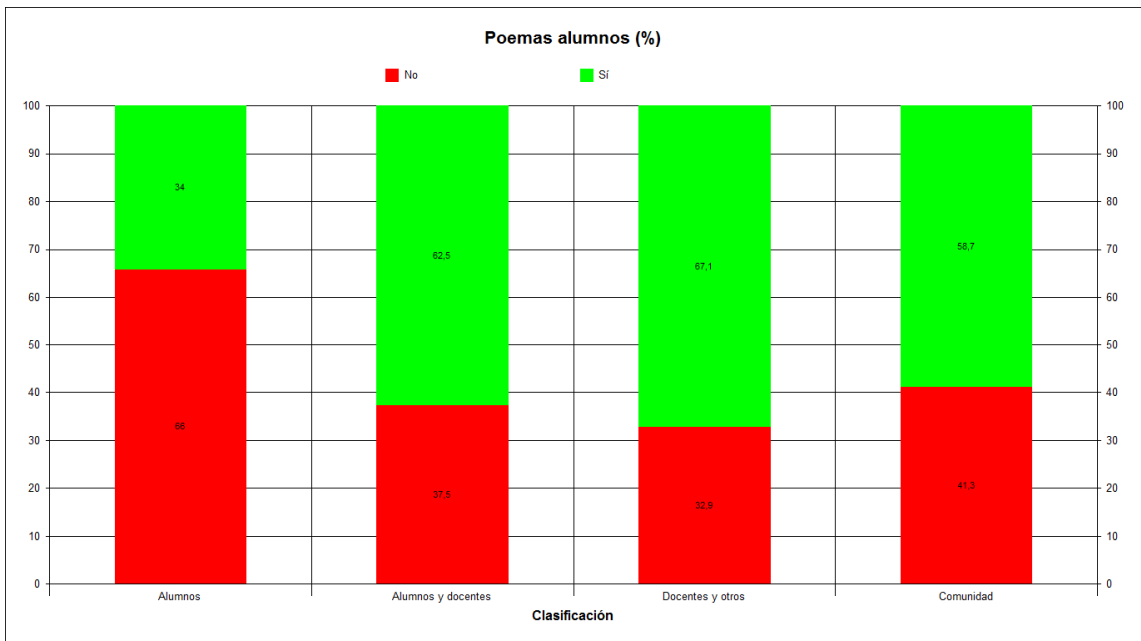


Tabla 2.15. Tabulación cruzada de la variable Poemas de personas externas al centro, según grupo.

Poemas de personas externas		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	312	67,10	23	43,40	119	74,38	40	54,79	130	72,63
2	Sí	153	32,90	30	56,60	41	25,63	33	45,21	49	27,37
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 24,8071 (p = 0,0000)

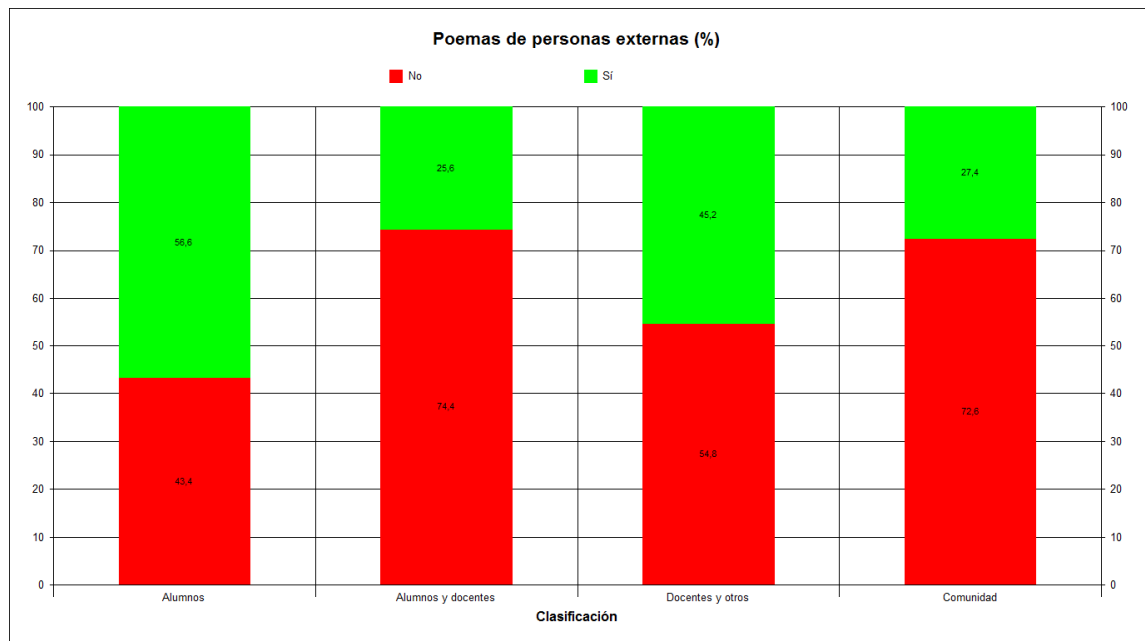


Tabla 2.16. Tabulación cruzada de la variable Actividades relacionadas con la Lectura, según grupo.

Lecturas		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	304	65,38	41	77,36	99	61,88	46	63,01	118	65,92
2	Sí	161	34,62	12	22,64	61	38,13	27	36,99	61	34,08
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 4,4317 (p = 0,2185)

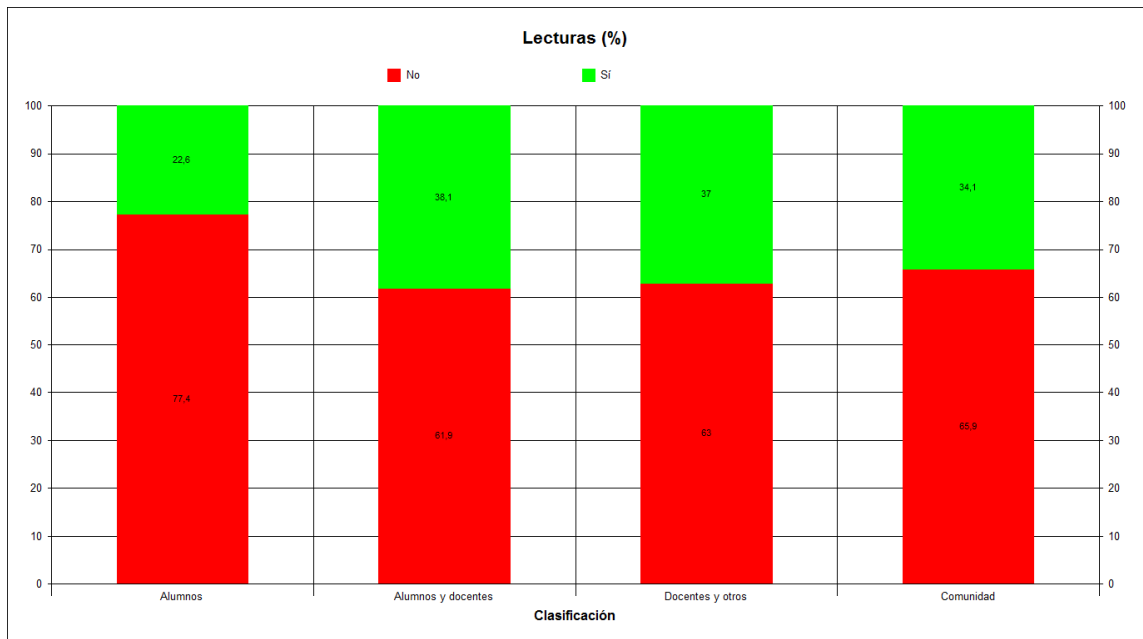


Tabla 2.17. Tabulación cruzada de la variable Temas relacionados con el currículo, según grupo.

Currículo		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y do- centes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra
1	No	248	53,33	34	64,15	95	59,38	27	36,99	92	51,40
2	Sí	217	46,67	19	35,85	65	40,63	46	63,01	87	48,60
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 12,9460 (p = 0,0048)

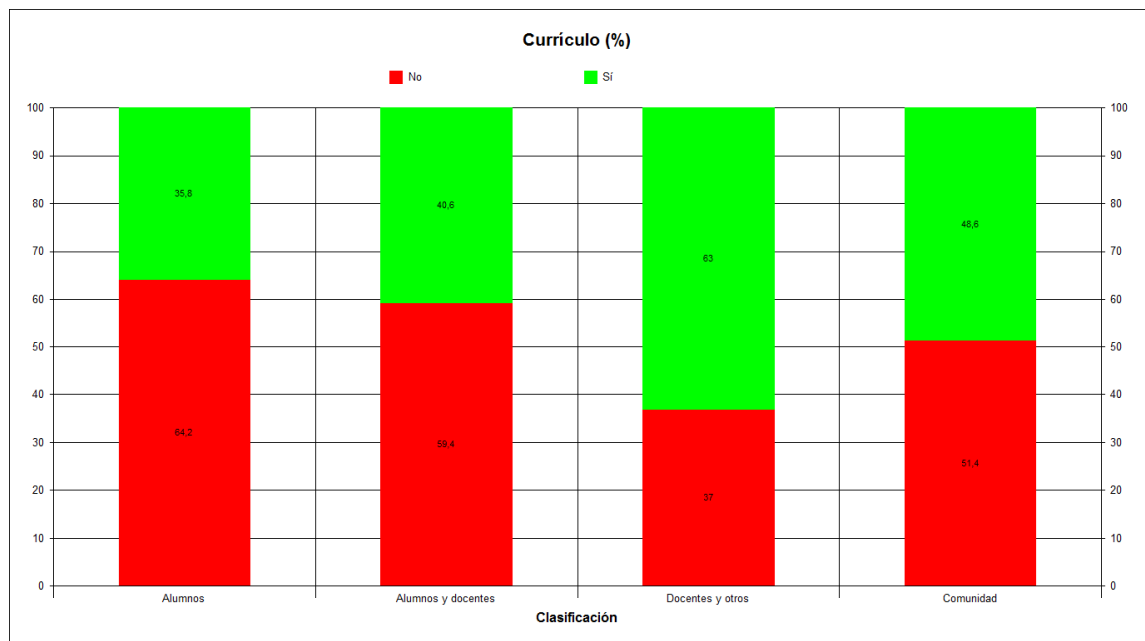


Tabla 2.18. Tabulación cruzada de la variable espacios de Humor, según grupo.

Humor		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y do- centes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Catego- rías	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra
1	No	266	57,20	13	24,53	86	53,75	42	57,53	125	69,83
2	Sí	199	42,80	40	75,47	74	46,25	31	42,47	54	30,17
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 35,5587 (p = 0,0000)

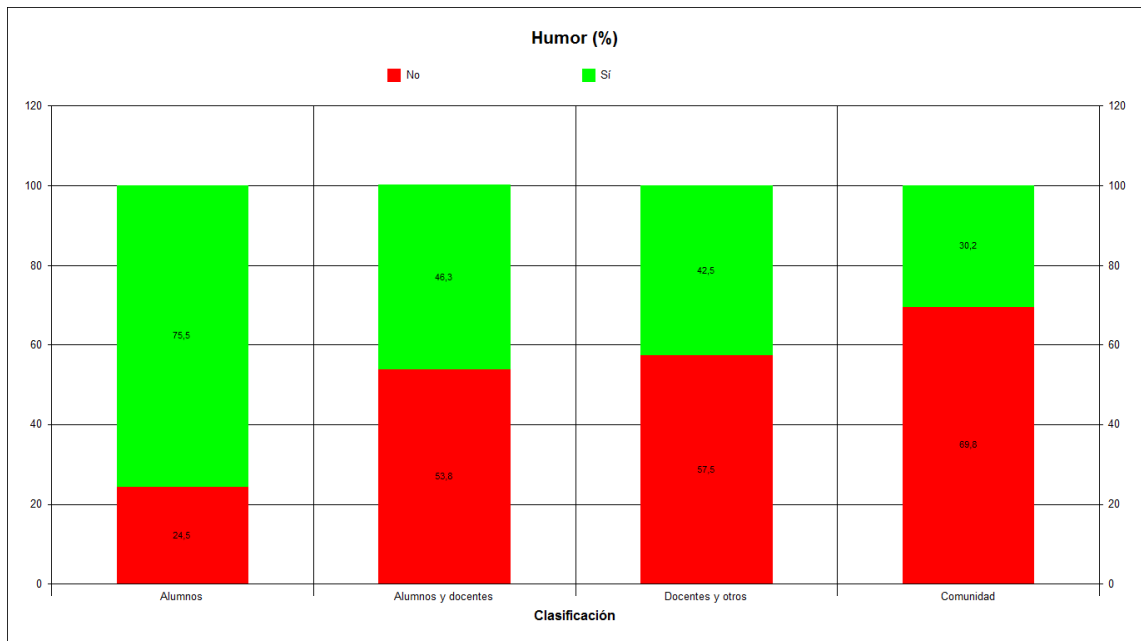


Tabla 2.19. Tabulación cruzada de la variable espacios relacionados con Deportes, según grupo.

Deportes		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	292	62,80	11	20,75	104	65,00	39	53,42	138	77,09
2	Sí	173	37,20	42	79,25	56	35,00	34	46,58	41	22,91
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 58,8385 (p = 0,0000)

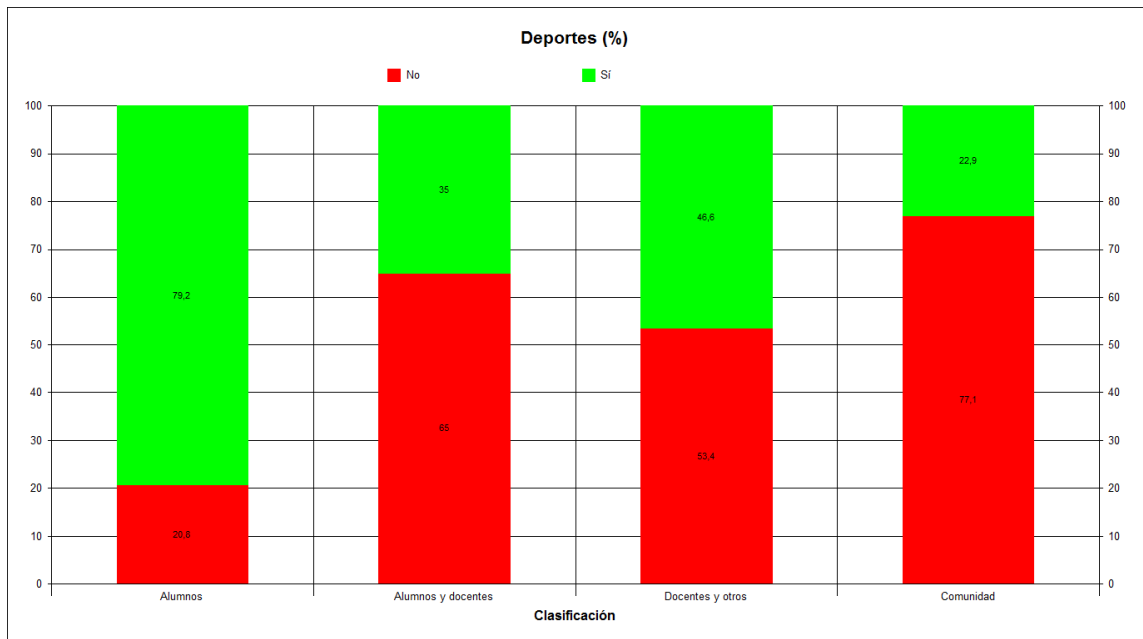


Tabla 2.20. Tabulación cruzada de la variable espacios destinados a Cómic, según grupo.											
Cómics		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y do- centes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Catego- rías	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra
1	No	336	72,26	49	92,45	96	60,00	48	65,75	143	79,89
2	Sí	129	27,74	4	7,55	64	40,00	25	34,25	36	20,11
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 29,5157 (p = 0,0000)

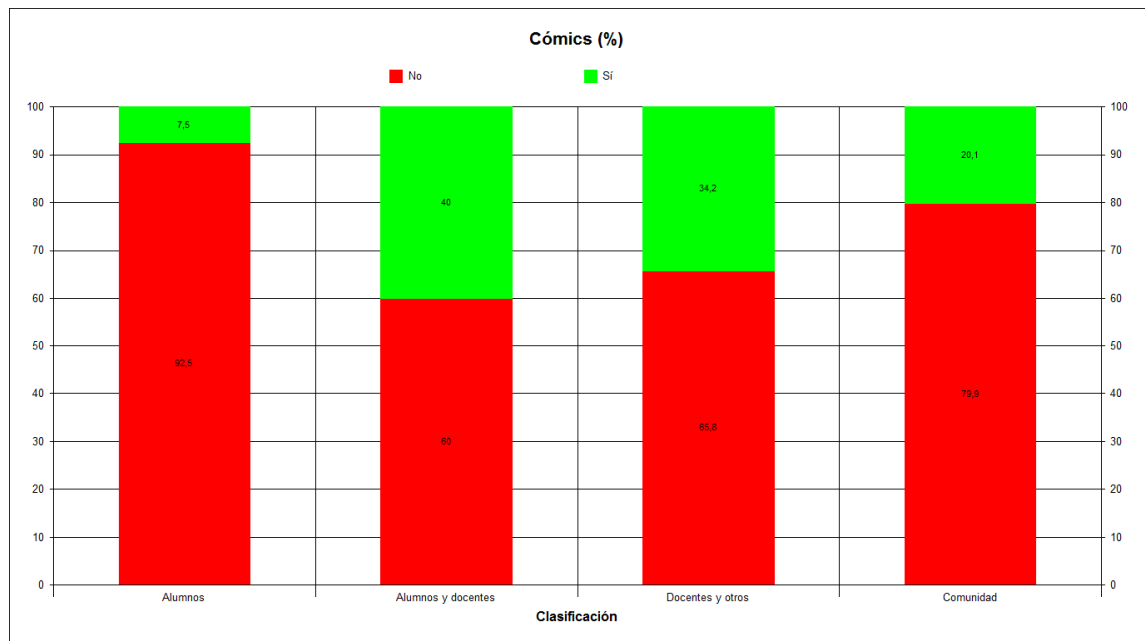
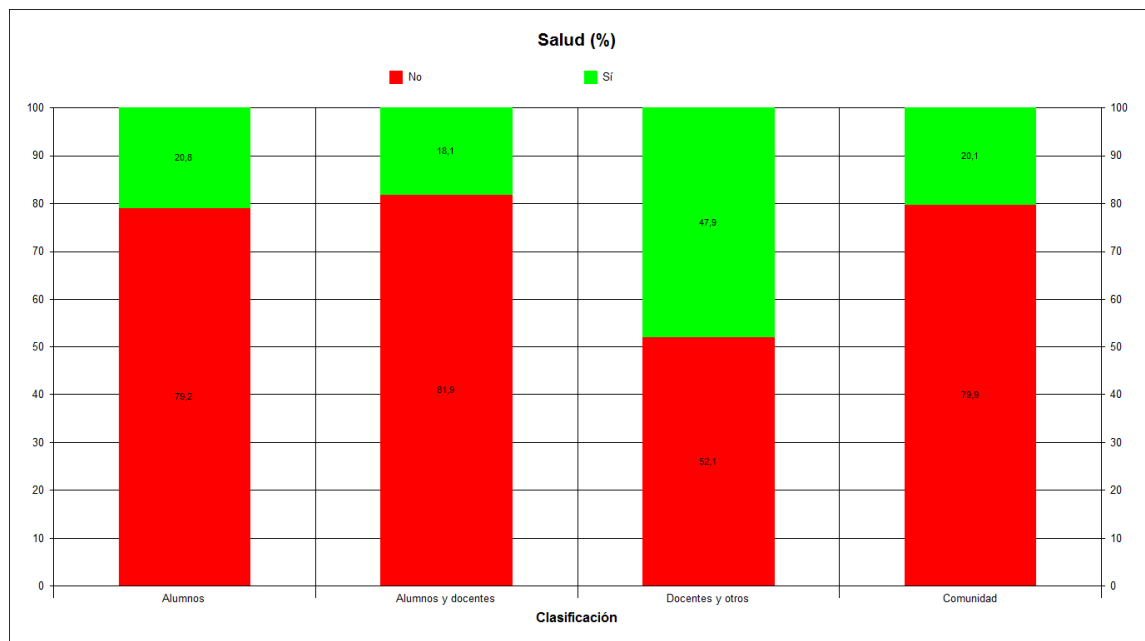


Tabla 2.21. Tabulación cruzada de la variable espacios destinados a la Salud, según grupo.											
Salud		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y do- centes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Catego- rías	Fre- cuen- cias	% s/ mue- stra	Fre- cuen- cias	% s/ mue- stra	Fre- cuen- cias	% s/ mue- stra	Fre- cuen- cias	% s/ mue- stra	Fre- cuen- cias	% s/ mue- stra
1	No	354	76,13	42	79,25	131	81,88	38	52,05	143	79,89
2	Sí	111	23,87	11	20,75	29	18,13	35	47,95	36	20,11
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 27,8634 (p = 0,0000)



Pasatiempos		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y do- centes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Catego- rías	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra
1	No	153	32,90	9	16,98	38	23,75	28	38,36	78	43,58
2	Sí	312	67,10	44	83,02	122	76,25	45	61,64	101	56,42
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,0

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 22,3759 (p = 0,0001)

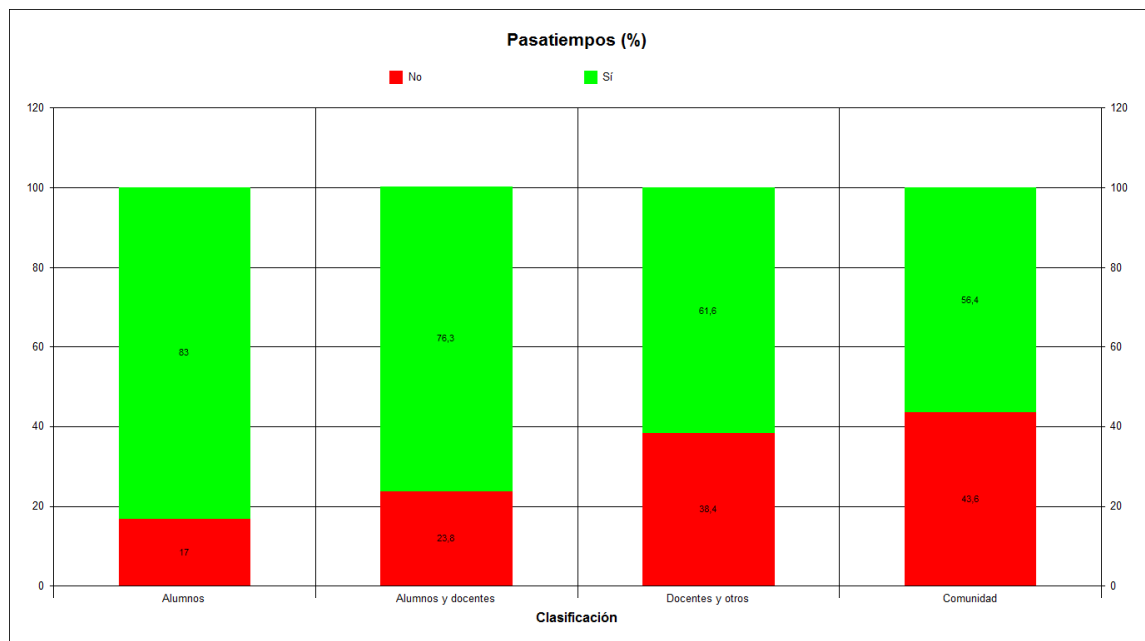
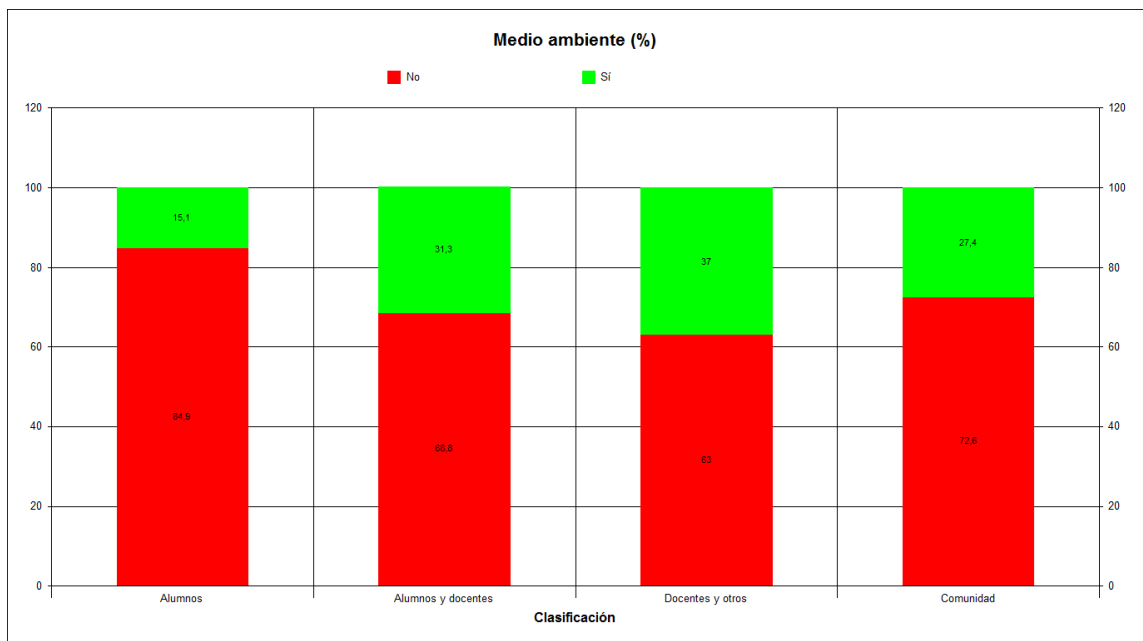


Tabla 2.23. Tabulación cruzada de la variable espacios destinados al Medio ambiente, según grupo.

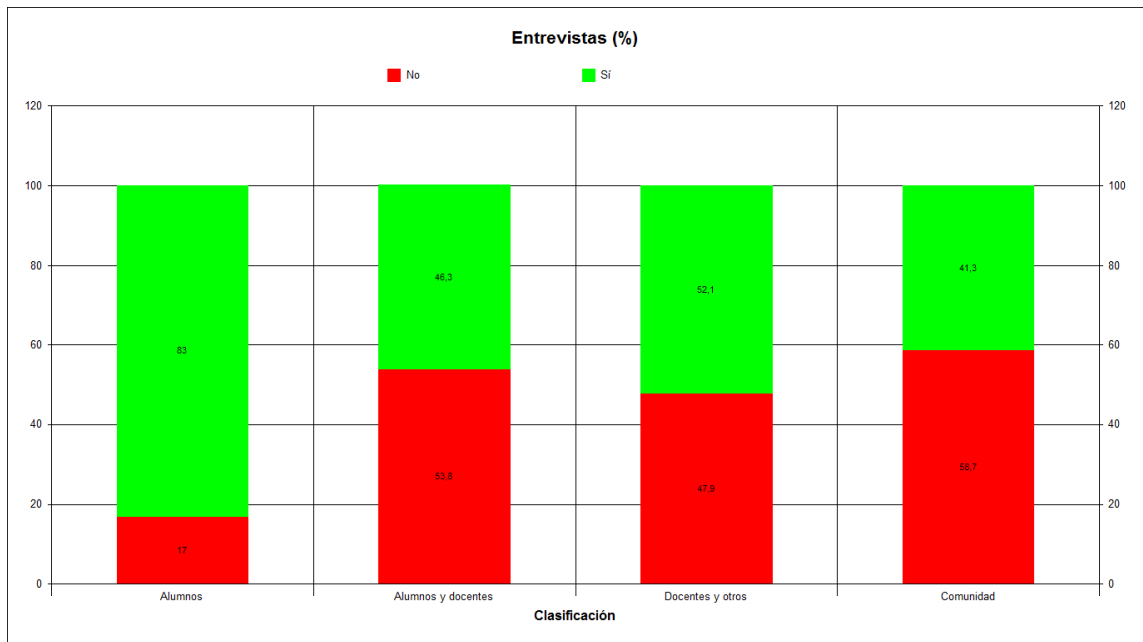
Medio ambiente		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	331	71,18	45	84,91	110	68,75	46	63,01	130	72,63
2	Sí	134	28,82	8	15,09	50	31,25	27	36,99	49	27,37
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 7,8838 (p = 0,0485)



Entrevistas		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	235	50,54	9	16,98	86	53,75	35	47,95	105	58,66
2	Sí	230	49,46	44	83,02	74	46,25	38	52,05	74	41,34
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 29,4549 (p = 0,0000)



9.12. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ASPECTOS FORMALES

Tabla 2.25. Tabulación cruzada de la variable Fotos de adultos, según grupo.

Fotos de adultos		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	163	35,05	35	66,04	68	42,50	8	10,96	52	29,05
2	Sí	302	64,95	18	33,96	92	57,50	65	89,04	127	70,95
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 47,6956 (p = 0,0000)

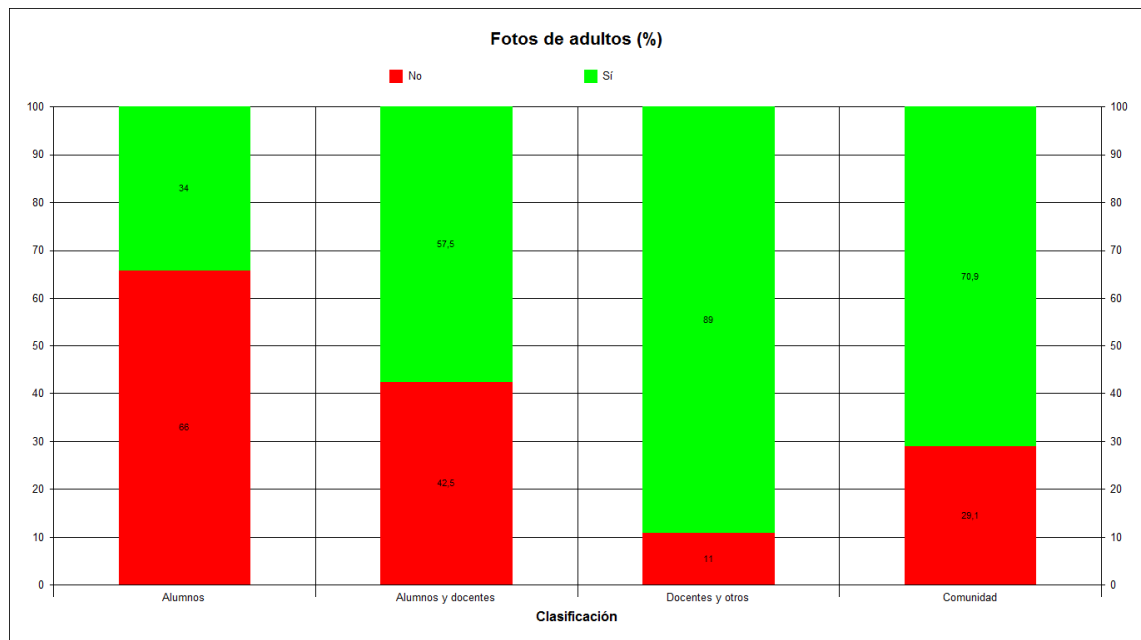


Tabla 2.26. Tabulación cruzada de la variable Fotos de profesionales, según grupo.

Fotos profesionales		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	% Frecuencias	% s/muestra
1	No	283	60,86	48	90,57	109	68,13	30	41,10	96	53,63
2	Sí	182	39,14	5	9,43	51	31,88	43	58,90	83	46,37
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 39,0769 (p = 0,0000)

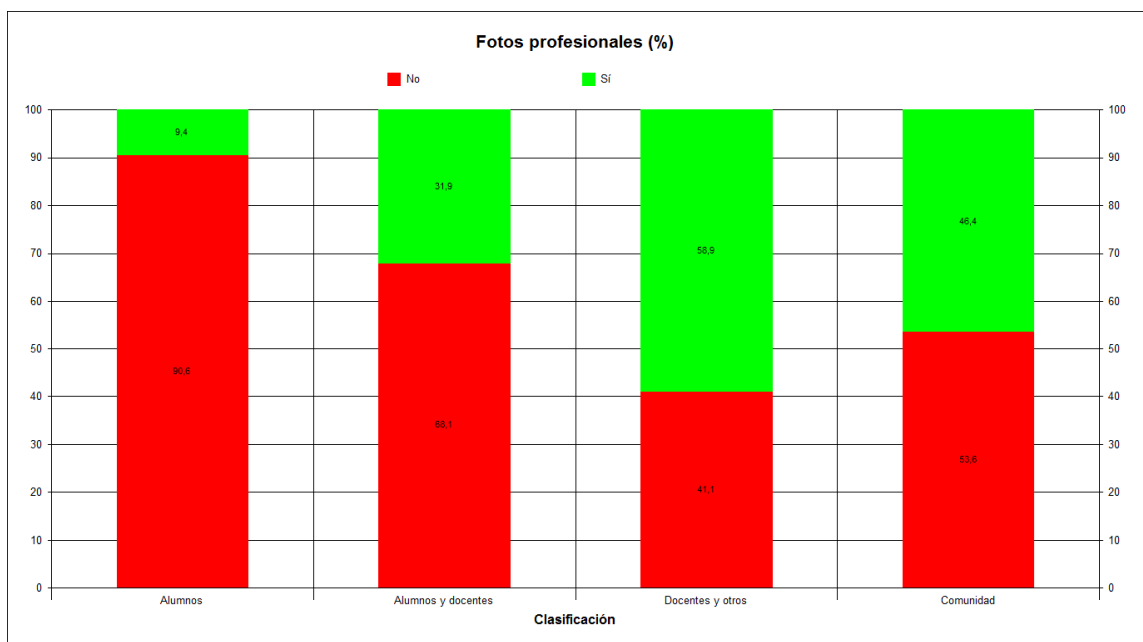


Tabla 2.27. Tabulación cruzada de la variable existencia de Sumario, según grupo.											
Sumario		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	204	43,87	27	50,94	85	53,13	18	24,66	74	41,34
2	Sí	261	56,13	26	49,06	75	46,88	55	75,34	105	58,66
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 18,0501 (p = 0,0004)

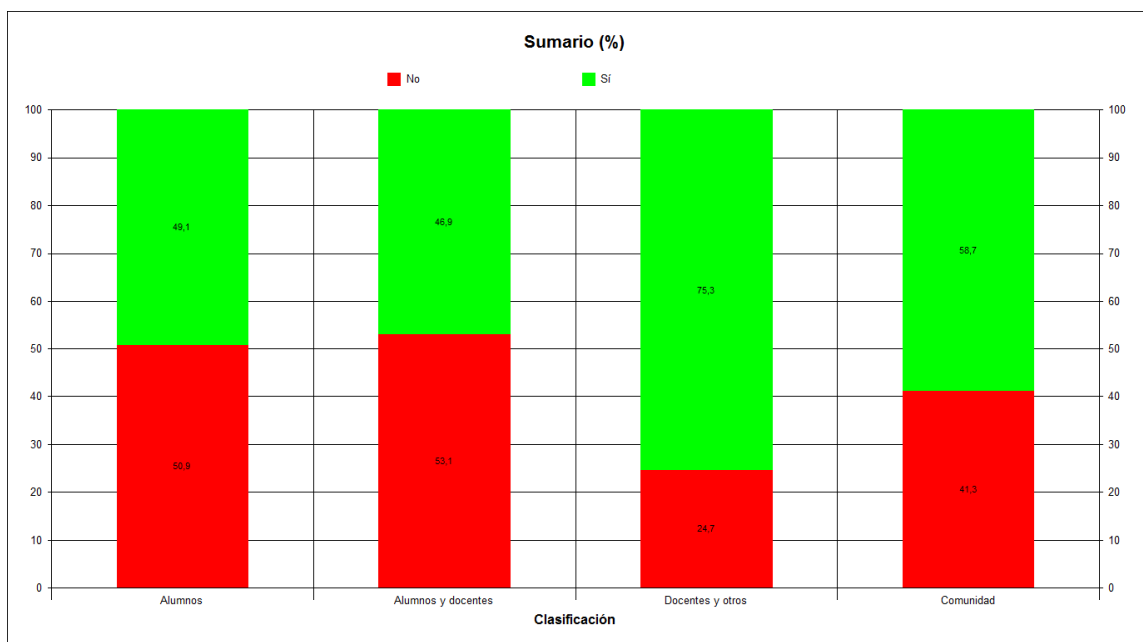


Tabla 2.28. Tabulación cruzada de la variable presencia de Maqueta previa, según grupo.

Maqueta pre- via		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Catego- rías	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ mues- tra	Fre- cuen- cias	% s/ muestra	Fre- cuen- cias	% s/ muestra
1	No	178	38,28	43	81,13	78	48,75	10	13,70	47	26,26
2	Sí	287	61,72	10	18,87	82	51,25	63	86,30	132	73,74
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 78,2382 (p = 0,0000)

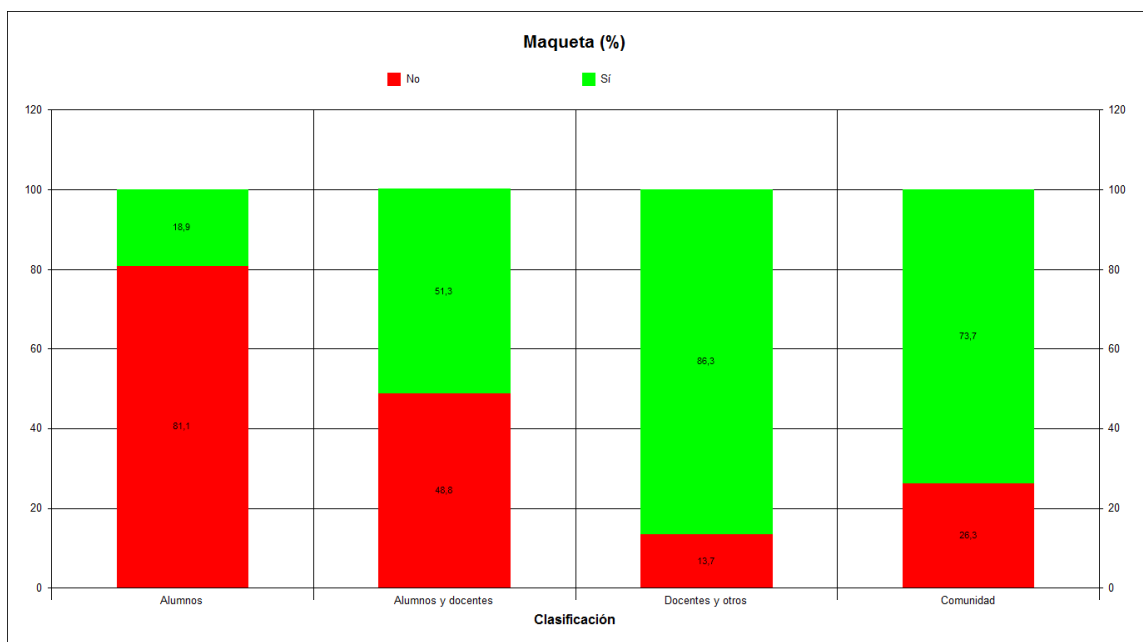


Tabla 2.29. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Registro de Identidad, según grupo.

Registro de Identidad		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	265	56,99	20	37,74	105	65,63	34	46,58	106	59,22
2	Sí	200	43,01	33	62,26	55	34,38	39	53,42	73	40,78
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 16,4759 (p = 0,0009)

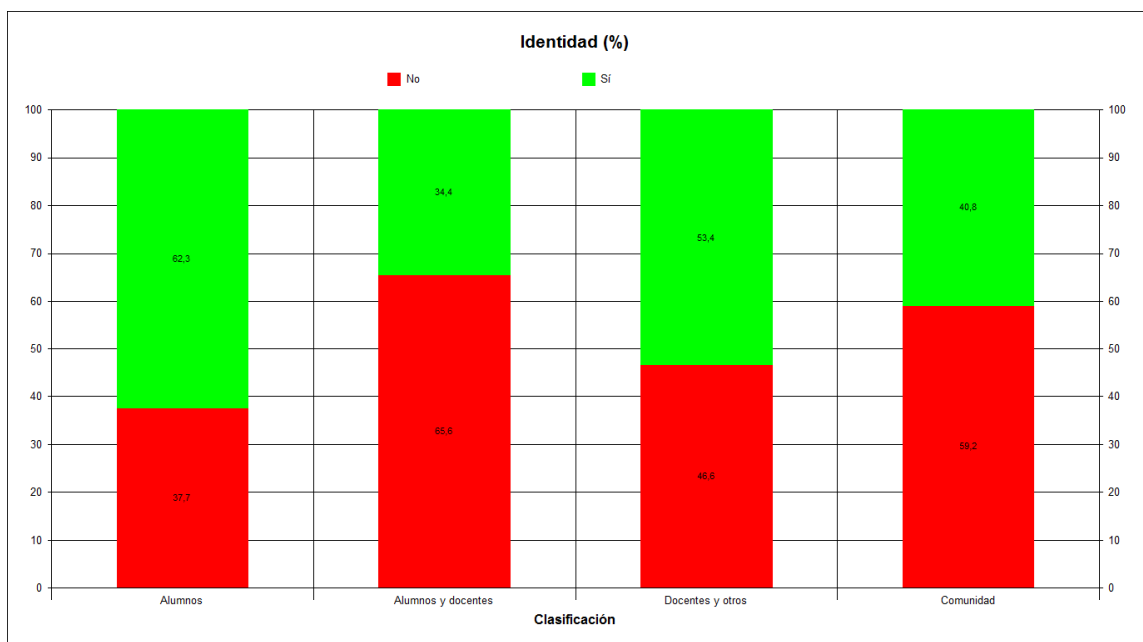
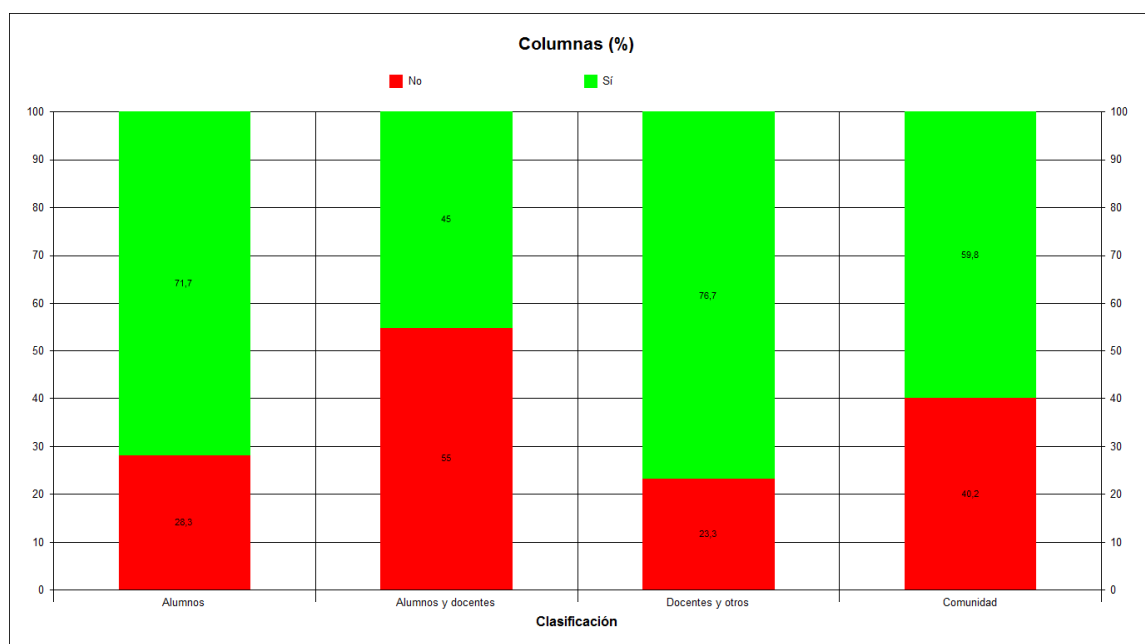


Tabla 2.30. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Registro de Identidad, según grupo.

Columnas		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	192	41,29	15	28,30	88	55,00	17	23,29	72	40,22
2	Sí	273	58,71	38	71,70	72	45,00	56	76,71	107	59,78
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 25,9377 (p = 0,0000)



Recuadro		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	323	69,46	44	83,02	118	73,75	44	60,27	117	65,36
2	Sí	142	30,54	9	16,98	42	26,25	29	39,73	62	34,64
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 10,3020 (p = 0,0162)

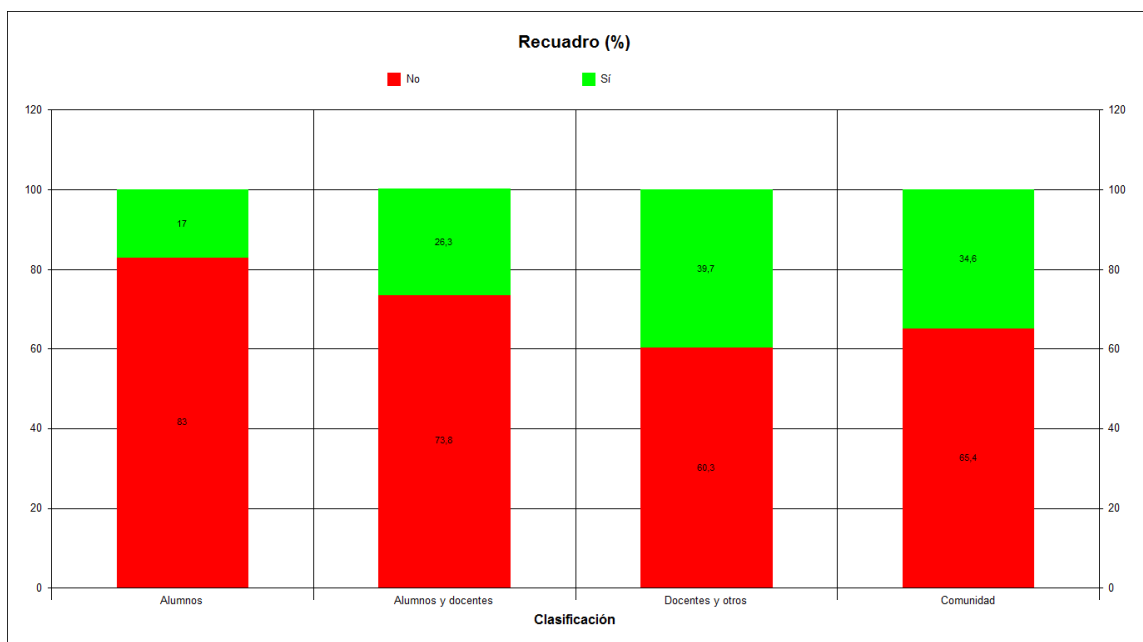


Tabla 2.32. Tabulación cruzada de la variable existencia o no de Entradillas, según grupo.

Entradilla		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	411	88,39	44	83,02	152	95,00	62	84,93	153	85,47
2	Sí	54	11,61	9	16,98	8	5,00	11	15,07	26	14,53
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 10,6330 (p = 0,0139)

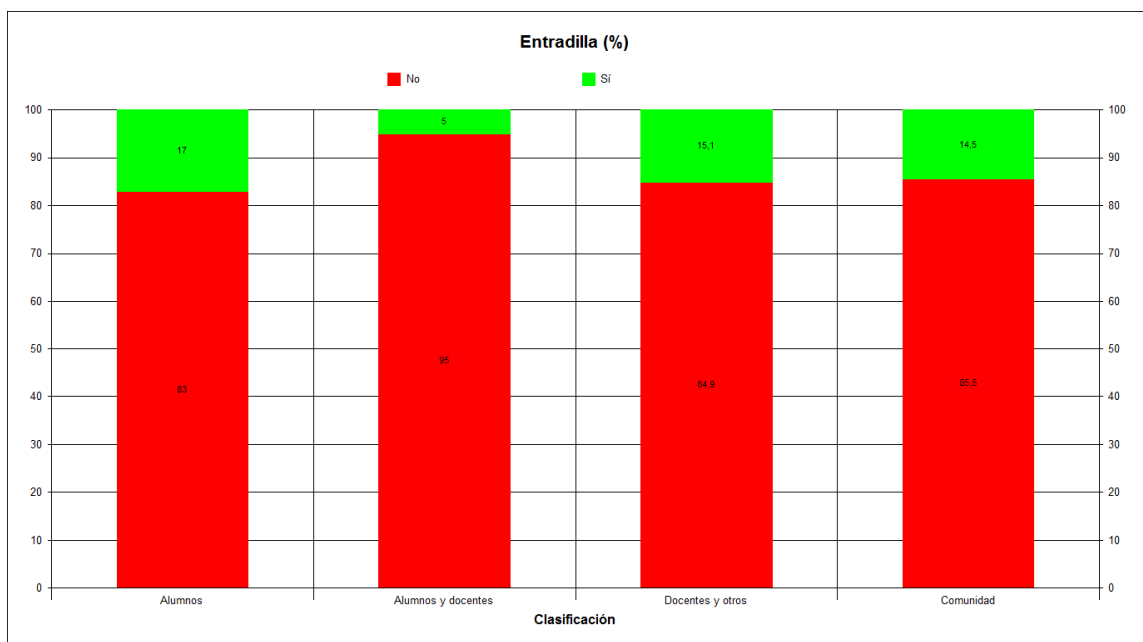
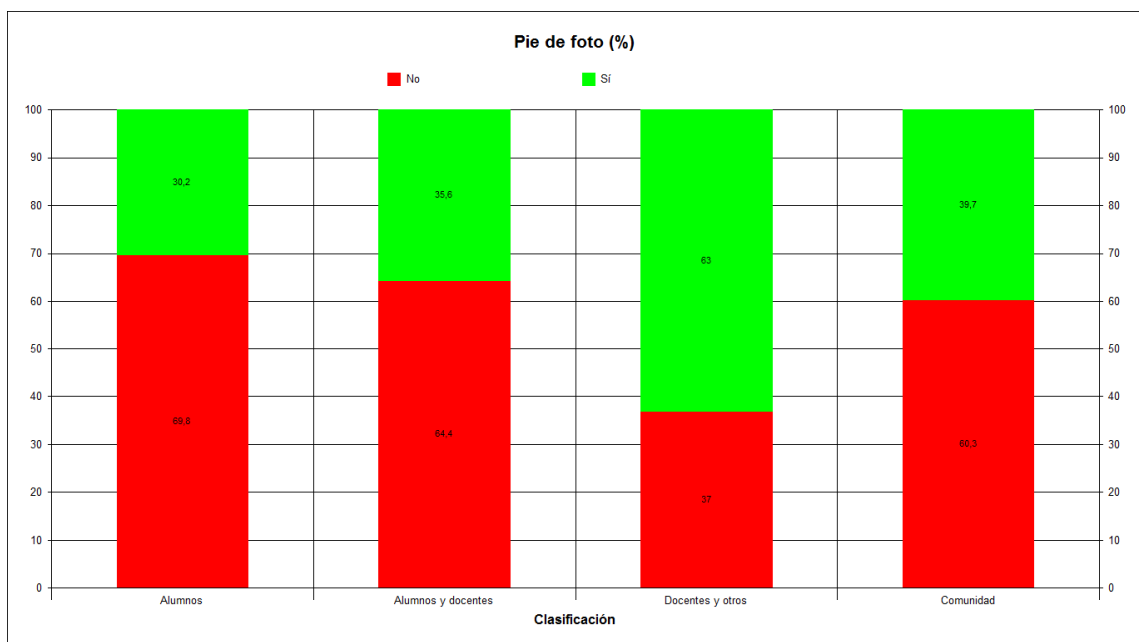


Tabla 2.33. Tabulación cruzada de la variable presencia o no de Pies de foto, según grupo.

Pie de foto		Total muestra		Clasificación							
				Alumnos		Alumnos y docentes		Docentes y otros		Comunidad	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra	Frecuencias	% s/muestra
1	No	275	59,14	37	69,81	103	64,38	27	36,99	108	60,34
2	Sí	190	40,86	16	30,19	57	35,63	46	63,01	71	39,66
	TOTAL	465	100,0	53	100,0	160	100,0	73	100,0	179	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 19,2444 (p = 0,0002)



La proporción de ejemplares con pie de foto es mayor en los clasificados con la categoría docentes y otros colaboradores.

2. Diferencias significativas. Pregunta número 2

2/ ¿Hay diferencias significativas entre las publicaciones clasificadas en el grupo 1 (campo 77) y las otras?

1/ La proporción de ejemplares que contienen *publicidad* es mayor en las ediciones realizadas por los alumnos.

2/ La proporción de ejemplares que contienen *información local* es mayor en las ediciones de alumnos.

3/ La proporción de ejemplares con *información nacional* es mayor en las ediciones de los alumnos.

4/ La proporción de ejemplares que contienen *información internacional* es mayor en las ediciones de los alumnos.

5/ La proporción de ejemplares que contienen *actividades del aula* es mayor en las ediciones de los alumnos.

6/ La proporción de ejemplares que dan cuenta de las *actividades del centro* es mayor en las ediciones realizadas por los docentes y otros colaboradores.

7/ La proporción de ejemplares con contenidos sobre *actividades extraescolares* es mayor en las ediciones de los docentes y otros colaboradores.

8/ La proporción de ejemplares con *artículos de opinión* es menor en las ediciones conjuntas de alumnos y profesores.

9/ La proporción de ejemplares con información sobre *excursiones* es mayor en las ediciones realizadas por los docentes y otros colaboradores.

10/ La proporción de ejemplares con *redacciones* es menor en las ediciones de los alumnos.

11/ La proporción de ejemplares con *narraciones* es menor en las ediciones de los alumnos.

12/ La proporción de ejemplares con *poemas de alumnos* es menor en las ediciones elaboradas por éstos.

13/ La proporción de ejemplares con *poemas de personas externas* a la publicación es mayor en las ediciones de los alumnos.

14/ La proporción de ejemplares con *actividades sobre Lectura* es menor en las ediciones de los alumnos.

15/ La proporción de ejemplares con *contenidos sobre el currículo* es mayor en las publicaciones editadas por los docentes y otros colaboradores.

16/ La proporción de ejemplares con espacios dedicados al *humor* es mayor en las publicaciones en las que intervienen los alumnos solamente.

17/ La proporción de ejemplares con *sección de deportes* es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos.

18/ La proporción de ejemplares con *cómics* es menor en las publicaciones editadas por los alumnos.

19/ La proporción de ejemplares con contenidos sobre *salud* es mayor en las publicaciones editadas por los docentes y otros colaboradores.

20/ La proporción de ejemplares que contienen *pasatiempos* es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos.

21/ La proporción de ejemplares con contenido sobre *medio ambiente* es menor en las publicaciones editadas por los alumnos.

22/ La proporción de ejemplares con *entrevistas* es mayor en las publicaciones editadas por los alumnos.

23/ La proporción de ejemplares con *fotos de adultos* es mayor en los editados por docentes y otros colaboradores.

24/ La proporción de ejemplares con *fotos profesionales* es menor en los editados por los alumnos.

25/ La proporción de ejemplares con *sumario* es mayor en los editados por docentes y colaboradores.

26/ La proporción de ejemplares con *maqueta previa* es menor en los editados por los alumnos.

27/ La proporción de ejemplares con *Registro de Identidad* es mayor en los editados por alumnos y docentes por separado.

28/ La proporción de ejemplares con formato en *columnas* es mayor en los editados por alumnos y profesores por separado.

29/ La proporción de ejemplares con *recuadros* es mayor en los clasificados en las categorías docentes y comunidad.

30/ La proporción de ejemplares con *entradilla* es menor en los clasificados como alumnos y docentes conjuntamente.

31/ La proporción de ejemplares con *pie de foto* es mayor en los clasificados con la categoría docentes y otros colaboradores.

32/ La proporción de ejemplares que poseen una *organización jerárquica* es mayor en las ediciones realizadas por los alumnos.

RESUMEN:

1/ Las categorías: Información sobre el aula, local, nacional, internacional, Poemas de personas externas, Humor, Sección de deportes, Pasatiempos, Entrevistas, Organización jerárquica y Publicidad

Se dan MÁS en las publicaciones protagonizadas solamente por alumnos.

2/ En cambio, se dan MENOS las Redacciones, Narraciones, Poemas de los alumnos, Actividades relacionadas con la Lectura, los Cómics, las referencias al Medio Ambiente. Así como las Fotos de profesionales y el uso de una Maqueta previa.

3/ Las Columnas son MÁS FRECUENTES en las publicaciones responsabilidad de alumnos y profesores por separado. En tanto que el Registro de Identidad se da MÁS en el grupo de publicaciones en las que alumnos y profesores actúan conjuntamente.

4/ *En cuanto a los contenidos, las categorías relativas a: Actividades del centro, Contenidos sobre el currículo, Excursiones, Actividades extraescolares, espacios sobre la Salud es MAYOR en el grupo integrado por los profesores y otros colaboradores. En los aspectos formales, también se registra MAYOR presencia en este grupo de Fotos de adultos, Pie de foto, Recuadro y Sumario.*

5/ *La categoría Entradilla es MENOR en las ediciones conjuntas de alumnos y profesores.*

Y MENOR también la presencia de artículos de Opinión en las publicaciones en que alumnos profesores actúan por separado.

6/ *Las categorías: Redacciones, Poemas de alumnos, Cómic, Narraciones, Actividades sobre Lectura, Medio Ambiente, así como Fotos profesionales y Maqueta previa se dan MENOS en las ediciones elaboradas por los alumnos solos.*

INTERPRETACIÓN:

1/ Lo primero que quisiéramos destacar es el hecho de que aquellas publicaciones en las que los protagonistas son los alumnos se diferencian significativamente del resto en que la publicidad es un elemento más consistente. Ello podría evidenciar que la comunidad educativa apoya preferentemente aquellas publicaciones en las que son los alumnos los que redactan mayoritariamente la publicación, En ello no es despreciable el hecho del encanto que para los adultos tienen tanto el lenguaje infantil como sus expresiones gráficas.

2/ Otro aspecto que deseamos destacar es el hecho de que la mayor prevalencia en el grupo de publicaciones responsabilidad mayoritaria de los alumnos se corresponde con la existencia de una organización interna. De hecho, parece que las etapas de desarrollo en que suelen tener lugar estas experiencias se caracterizan, entre otras cosas, por su interés por establecer roles de adulto. Parece ser igualmente que la idea de la jerarquía es elemento también frecuente entre los niños y los jóvenes.

3/ Tal y como ocurría en el grupo de nuestro interés (pregunta 1), aquí aparecen también destacados significativamente estos rasgos: la mayor prevalencia de temas como las informaciones relativas al aula, a lo local, lo nacional y lo internacional. Igualmente, los poemas de personas externas al proyecto, deportes, humor y pasatiempos. Ello parece evidenciar el interés de los niños y los jóvenes adolescentes por dar cuenta de lo más próximo. Y también de reproducir (en el caso de los deportes) secciones habituales en la prensa convencional. No parece que, entre la población cuyas publicaciones se han analizado, exista un interés por la confección de cómics, ya que en este grupo dicha categoría aparece en menor proporción que en el resto de la muestra. Es lo contrario de lo que ocurre con la sección de Humor, mayoritariamente presente en el grupo en el que son protagonistas los alumnos. Nos permitimos señalar que es éste un elemento habitual en la prensa convencional, lo que podría interpretarse como un interés de los alumnos, cuando actúan solos, de reproducir este modelo. Tampoco se localiza aquí un interés

por el Medio Ambiente, cuya sección aparece poco presente en este grupo con respecto a los otros. La inferior proporción de ejemplares con maqueta previa es algo esperado.

4/ Cuando la labor de los alumnos es apoyada directamente por los propios profesores, aparece mayor consistencia en la existencia de un Registro de Identidad, cuya inclusión atribuimos a iniciativa del adulto.

5/ La aparición de elementos formales de segundo nivel, como *la entradilla, el sumario, los pies de foto, los recuadros*, se producen ya cuando las experiencias recaen más en manos adultas, lo que no sorprende dado el mayor nivel de conocimiento de la prensa convencional por parte de los adultos. Son, sin embargo, notables los ejemplos de publicaciones con maqueta previa cuando hay participación mayoritaria de alumnos, más destacable cuanto más bajo es el nivel de desarrollo de estos.

ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS PARA RESPONDER A LA PREGUNTA 3: Hay alguna correspondencia entre los años de publicación y los temas abordados. Ejemplo: contenido de la editorial y resto de campos alusivos a los temas tratados (significativamente, me parece que debe de haberla en el tema de la paz).

Para responder a la tercera de las cuestiones planteadas, se ha realizado un análisis factorial de correspondencias, tomando como variable dependientes todas las características registradas respecto al contenido de la editorial y los campos alusivos a los temas tratados en cada una de las publicaciones examinadas, y como variables explicativas las distintas categorías de la variable “años de publicación”.

En la Tabla 3.1, se presenta la distribución de frecuencias de cada una de las categorías de las variables dependientes por los distintos intervalos de los años de publicación. En ella es posible comprobar que la mayoría de las publicaciones examinadas se sitúan entre 1990 y 2004. La representación del resto de intervalos de año publicación es escasa. Las categorías de la variable Año de publicación son independientes, como revelan los resultados de la prueba de Ji-Cuadrado.

Se han obtenido dos factores, el primero de los cuales explica un 73,87% de la varianza, y el segundo el resto (véase Tabla 3.2). En este primer factor, satura positivamente el primer intervalo de la variable “Año de publicación”, y en el segundo el último de sus intervalos. Luego el primer factor comprende los ejemplares más antiguos, y el segundo los más modernos (véase Tabla 3.3).

Las características que definen el primer factor (los ejemplares más antiguos), tanto en positivo como en negativo, son las siguientes (véase Tabla 3.4):

- Contener Información Nacional e Internacional.
- No informar de las actividades del centro.
- No dedicar un apartado específico a la Educación.
- No incluir mensajes institucionales del centro.
- No incluir redacciones escolares.
- No informar de celebraciones.
- No informar de la APA-AMPA.
- No informar de gastronomía.

-No diferenciar de forma explícita los diferentes sexos.

-No dedicar un espacio específico para la Paz.

Por su parte, el segundo factor (los ejemplares más modernos) se caracteriza, de forma fundamental, por no incluir actividades del Aula ni poemas de los alumnos.

3.1. TABLA DE FRECUENCIAS			
Variables fila	AÑO-PUB - Año de publicación		
	>1973 y <=1989	>=1990 y <=2004	>2004
INFCEN -No	19	54	3
INFCEN -Sí	72	274	43
INFLOCAL-No	23	170	24
INFLOCAL-Sí	68	158	22
INF_NAC -No	55	287	39
INF_NAC -Sí	36	41	7
INF_INT -No	72	299	44
INF_INT -Sí	19	29	2
ACT_AULA-No	67	289	26
ACT_AULA-Sí	24	39	20
ACTCEN -No	57	88	7
ACTCEN -Sí	34	240	39
ACT_EXTR-No	62	146	13
ACT_EXTR-Sí	29	182	33
EDUCAC -No	79	183	12
EDUCAC -Sí	12	145	34
OPINION -No	27	74	7
OPINION -Sí	64	254	39
MENSCENT-No	77	138	14
MENSCENT-Sí	14	190	32

3.1. TABLA DE FRECUENCIAS			
Variables fila	AÑO-PUB - Año de publicación		
	>1973 y <=1989	>=1990 y <=2004	>2004
MENSEXT -No	86	286	39
MENSEXT -Sí	5	42	7
EXCUR -No	70	150	22
EXCUR -Sí	21	178	24
REDAC -No	51	62	16
REDAC -Sí	40	266	30
NARRAC -No	73	165	25
NARRAC -Sí	18	163	21
POEMALUM-No	59	101	33
POEMALUM-Sí	32	227	13
POEMEXT -No	56	224	32
POEMEXT -Sí	35	104	14
CELEB -No	78	158	17
CELEB -Sí	13	170	29
LECTUR -No	76	211	17
LECTUR -Sí	15	117	29
CURRIC -No	67	162	19
CURRIC -Sí	24	166	27
HUMOR -No	34	201	31
HUMOR -Sí	57	127	15
DEPOR -No	44	218	30
DEPOR -Sí	47	110	16
CÓMIC -No	81	225	30
CÓMIC -Sí	10	103	16
SALUD -No	78	241	35

3.1. TABLA DE FRECUENCIAS			
Variables fila	AÑO-PUB - Año de publicación		
	>1973 y <=1989	>=1990 y <=2004	>2004
SALUD -Sí	13	87	11
APA_AMPA-No	88	220	26
APA_AMPA-Sí	3	108	20
REPREXT -No	71	224	38
REPREXT -Sí	20	104	8
PASAT -No	26	108	19
PASAT -Sí	65	220	27
GASTR -No	87	254	35
GASTR -Sí	4	74	11
MEDIAMB -No	76	225	30
MEDIAMB -Sí	15	103	16
ENTREV -No	33	180	22
ENTREV -Sí	58	148	24
GENERO -No	91	317	25
GENERO -Sí	0	11	21
PAZ -No	86	211	33
PAZ -Sí	5	117	13

Ji cuadrado	836,1618
Suma de las frecuencias de la tabla	14.415
Inercia total (Ji cuadrado/Suma valores)	0,0580

Tabla 3.2. Valores y vectores propios		
	Factor 1	Factor 2
Valor propio	0,0428	0,0152
% de varianza explicada	73,87%	26,13%
% acumulado	73,87%	100,00%
Vectores propios	1,9988	-0,3384
	-0,4166	0,4941
	-0,9834	-2,8534

3.3. Estudio de las columnas						
Variables columna	Eje 1			Eje 2		
	Coor- denada	Correlación	% inercia explicada	Coor- denada	Correlación	% inercia explicada
>1973 y <=1989	0,4138	0,9900	78,19	-0,0417	0,0100	2,24
>=1990 y <=2004	-0,0862	0,6678	12,24	0,0608	0,3322	17,22
>2004	-0,2036	0,2513	9,57	-0,3513	0,7487	80,54

Tabla 3.4. Estudio de las filas						
Variables fila	Eje 1			Eje 2		
	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada
INFCEN -No	0,1649	0,5346	0,33	0,1538	0,4654	0,82
INFCEN -Sí	-0,0322	0,5346	0,07	-0,0300	0,4654	0,16
INFLOCAL-No	-0,2233	0,9752	1,75	0,0356	0,0248	0,13
INFLOCAL-Sí	0,1954	0,9752	1,53	-0,0312	0,0248	0,11

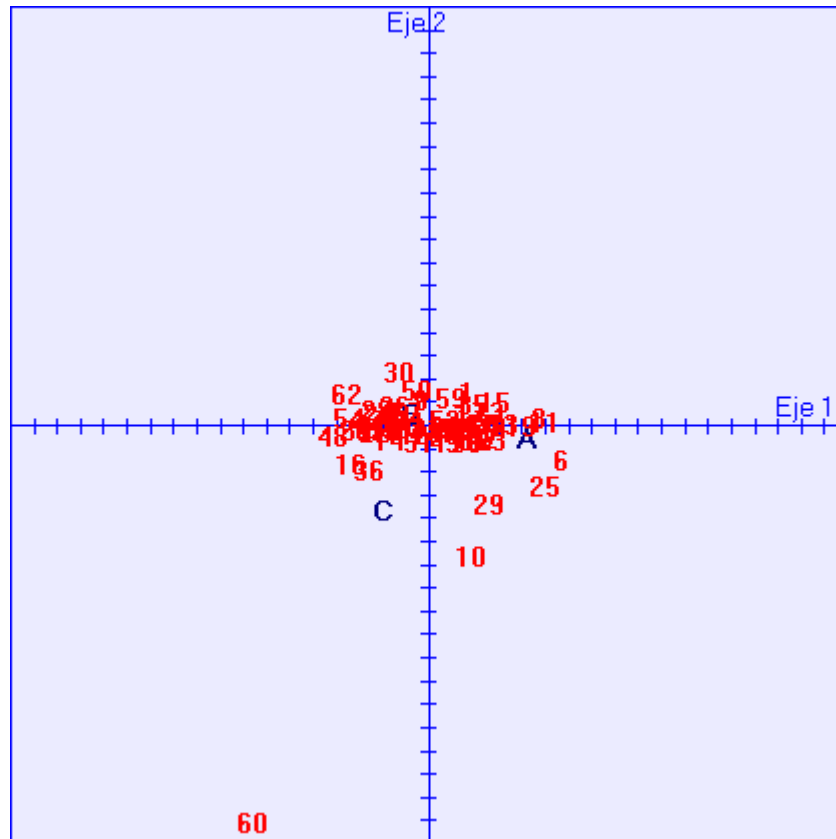
Tabla 3.4. Estudio de las filas						
Variables fila	Eje 1			Eje 2		
	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada
INF_NAC -No	-0,1260	0,9421	0,98	0,0312	0,0579	0,17
INF_NAC -Sí	0,5713	0,9421	4,44	-0,1417	0,0579	0,77
INF_INT -No	-0,0577	0,9917	0,22	-0,0053	0,0083	0,01
INF_INT -Sí	0,4786	0,9917	1,85	0,0438	0,0083	0,04
ACT_AULA-No	-0,0316	0,0645	0,06	0,1202	0,9355	2,53
ACT_AULA-Sí	0,1452	0,0645	0,28	-0,5533	0,9355	11,63
ACTCEN -No	0,4631	0,9964	5,28	0,0277	0,0036	0,05
ACTCEN -Sí	-0,2249	0,9964	2,56	-0,0135	0,0036	0,03
ACT_EXTR-No	0,2277	0,9276	1,85	0,0636	0,0724	0,41
ACT_EXTR-Sí	-0,2062	0,9276	1,68	-0,0576	0,0724	0,37
EDUCAC -No	0,2550	0,8492	2,88	0,1074	0,1508	1,45
EDUCAC -Sí	-0,3658	0,8492	4,14	-0,1541	0,1508	2,08
OPINION -No	0,1505	0,8264	0,40	0,0690	0,1736	0,24
OPINION -Sí	-0,0455	0,8264	0,12	-0,0209	0,1736	0,07
MENSCENT-No	0,3609	0,9993	4,83	0,0095	0,0007	0,01
MENSCENT-Sí	-0,3502	0,9993	4,69	-0,0092	0,0007	0,01
MENSEXT -No	0,0350	0,9960	0,08	0,0022	0,0040	0,00
MENSEXT -Sí	-0,2665	0,9960	0,62	-0,0169	0,0040	0,01
EXCUR -No	0,2305	0,9533	2,08	-0,0511	0,0467	0,29
EXCUR -Sí	-0,2502	0,9533	2,26	0,0554	0,0467	0,31
REDAC -No	0,4680	0,7777	4,57	-0,2502	0,2223	3,70
REDAC -Sí	-0,1797	0,7777	1,76	0,0961	0,2223	1,42
NARRAC -No	0,1999	0,9292	1,70	-0,0552	0,0708	0,37
NARRAC -Sí	-0,2603	0,9292	2,22	0,0719	0,0708	0,48
POEMALUM-No	0,2249	0,3135	1,58	-0,3328	0,6865	9,78
POEMALUM-Sí	-0,1596	0,3135	1,12	0,2361	0,6865	6,94
POEMEXT -No	-0,0412	0,9990	0,09	0,0013	0,0010	0,00
POEMEXT -Sí	0,0841	0,9990	0,18	-0,0027	0,0010	0,00
CELEB -No	0,2900	0,9982	3,44	0,0125	0,0018	0,02
CELEB -Sí	-0,3460	0,9982	4,11	-0,0149	0,0018	0,02
LECTUR -No	0,1555	0,7127	1,19	0,0987	0,2873	1,36
LECTUR -Sí	-0,2937	0,7127	2,25	-0,1865	0,2873	2,56

Tabla 3.4. Estudio de las filas						
Variables fila	Eje 1			Eje 2		
	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada
CURRIC -No	0,1925	0,9957	1,49	0,0127	0,0043	0,02
CURRIC -Sí	-0,2200	0,9957	1,70	-0,0145	0,0043	0,02
HUMOR -No	-0,1739	0,9998	1,30	-0,0025	0,0002	0,00
HUMOR -Sí	0,2325	0,9998	1,74	0,0033	0,0002	0,00
DEPOR -No	-0,1109	0,9527	0,58	0,0247	0,0473	0,08
DEPOR -Sí	0,1872	0,9527	0,98	-0,0417	0,0473	0,14
CÓMIC -No	0,1151	0,9977	0,72	-0,0055	0,0023	0,00
CÓMIC -Sí	-0,2997	0,9977	1,88	0,0143	0,0023	0,01
SALUD -No	0,0595	0,8956	0,20	-0,0203	0,1044	0,07
SALUD -Sí	-0,1899	0,8956	0,65	0,0648	0,1044	0,21
APA_AMPA-No	0,1757	0,9936	1,67	0,0141	0,0064	0,03
APA_AMPA-Sí	-0,4479	0,9936	4,25	-0,0361	0,0064	0,08
REPREXT -No	0,0337	0,2097	0,06	-0,0654	0,7903	0,65
REPREXT -Sí	-0,0850	0,2097	0,15	0,1651	0,7903	1,65
PASAT -No	-0,0765	0,5954	0,15	-0,0631	0,4046	0,28
PASAT -Sí	0,0375	0,5954	0,07	0,0309	0,4046	0,14
GASTR -No	0,0895	0,9873	0,49	-0,0102	0,0127	0,02
GASTR -Sí	-0,3781	0,9873	2,06	0,0429	0,0127	0,08
MEDIAMB -No	0,0866	1,0000	0,40	-0,0005	0,0000	0,00
MEDIAMB -Sí	-0,2139	1,0000	0,99	0,0012	0,0000	0,00
ENTREV -No	-0,1305	0,8072	0,65	0,0638	0,1928	0,44
ENTREV -Sí	0,1333	0,8072	0,66	-0,0652	0,1928	0,45
GENERO -No	0,0583	0,1766	0,24	0,1258	0,8234	3,14
GENERO -Sí	-0,7886	0,1766	3,22	-1,7027	0,8234	42,46
PAZ -No	0,1562	0,8801	1,30	-0,0576	0,1199	0,50
PAZ -Sí	-0,3818	0,8801	3,19	0,1409	0,1199	1,23

Tabla 3.5. Representación gráfica de los dos primeros factores				
VARIABLES	Identificación de las variables	Código en el gráfico	Coordenada Eje 1	Coordenada Eje 2
Variables columna	Año de publicación - >1973 y <=1989	A	0,4138	-0,0417
	Año de publicación - >=1990 y <=2004	B	-0,0862	0,0608
	Año de publicación - >2004	C	-0,2036	-0,3513
Variables fila	INFCEN -No	1	0,1649	0,1538
	INFCEN -Sí	2	-0,0322	-0,0300
	INFLOCAL-No	3	-0,2233	0,0356
	INFLOCAL-Sí	4	0,1954	-0,0312
	INF_NAC -No	5	-0,1260	0,0312
	INF_NAC -Sí	6	0,5713	-0,1417
	INF_INT -No	7	-0,0577	-0,0053
	INF_INT -Sí	8	0,4786	0,0438
	ACT_AULA-No	9	-0,0316	0,1202
	ACT_AULA-Sí	10	0,1452	-0,5533
	ACTCEN -No	11	0,4631	0,0277
	ACTCEN -Sí	12	-0,2249	-0,0135
	ACT_EXTR-No	13	0,2277	0,0636
	ACT_EXTR-Sí	14	-0,2062	-0,0576
	EDUCAC -No	15	0,2550	0,1074
	EDUCAC -Sí	16	-0,3658	-0,1541
	OPINION -No	17	0,1505	0,0690
	OPINION -Sí	18	-0,0455	-0,0209
	MENSCENT-No	19	0,3609	0,0095
	MENSCENT-Sí	20	-0,3502	-0,0092
	MENSEXT -No	21	0,0350	0,0022
	MENSEXT -Sí	22	-0,2665	-0,0169
	EXCUR -No	23	0,2305	-0,0511
	EXCUR -Sí	24	-0,2502	0,0554
	REDAC -No	25	0,4680	-0,2502
	REDAC -Sí	26	-0,1797	0,0961
	NARRAC -No	27	0,1999	-0,0552
	NARRAC -Sí	28	-0,2603	0,0719
	POEMALUM-No	29	0,2249	-0,3328

Tabla 3.5. Representación gráfica de los dos primeros factores				
Variabes	Identificación de las variables	Código en el gráfico	Coordenada Eje 1	Coordenada Eje 2
	POEMALUM-Sí	30	-0,1596	0,2361
	POEMEXT -No	31	-0,0412	0,0013
	POEMEXT -Sí	32	0,0841	-0,0027
	CELEB -No	33	0,2900	0,0125
	CELEB -Sí	34	-0,3460	-0,0149
	LECTUR -No	35	0,1555	0,0987
	LECTUR -Sí	36	-0,2937	-0,1865
	CURRIC -No	37	0,1925	0,0127
	CURRIC -Sí	38	-0,2200	-0,0145
	HUMOR -No	39	-0,1739	-0,0025
	HUMOR -Sí	40	0,2325	0,0033
	DEPOR -No	41	-0,1109	0,0247
	DEPOR -Sí	42	0,1872	-0,0417
	CÓMIC -No	43	0,1151	-0,0055
	CÓMIC -Sí	44	-0,2997	0,0143
	SALUD -No	45	0,0595	-0,0203
	SALUD -Sí	46	-0,1899	0,0648
	APA_AMPA-No	47	0,1757	0,0141
	APA_AMPA-Sí	48	-0,4479	-0,0361
	REPREXT -No	49	0,0337	-0,0654
	REPREXT -Sí	50	-0,0850	0,1651
	PASAT -No	51	-0,0765	-0,0631
	PASAT -Sí	52	0,0375	0,0309
	GASTR -No	53	0,0895	-0,0102
	GASTR -Sí	54	-0,3781	0,0429
	MEDIAMB -No	55	0,0866	-0,0005
	MEDIAMB -Sí	56	-0,2139	0,0012
	ENTREV -No	57	-0,1305	0,0638
	ENTREV -Sí	58	0,1333	-0,0652
	GENERO -No	59	0,0583	0,1258
	GENERO -Sí	60	-0,7886	-1,7027
	PAZ -No	61	0,1562	-0,0576
	PAZ -Sí	62	-0,3818	0,1409

Representación en el gráfico de la equidistancia de los valores con respecto a los dos ejes.



9.13. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN ENTRE RANGOS DE SPEARMAN EN LA PREGUNTA NÚMERO 3

Para determinar la relación existente entre la variable Año de Publicación de la prensa escolar y los contenidos relacionados en la Tabla de Identificación de las variables, se realizó un matriz de coeficientes de correlación simple mediante la prueba rho de Spearman, los resultados indicaron que:

1. La Información sobre el Centro no guarda relación alguna de carácter significativo con el Año de publicación.
2. Existe una correlación significativa de carácter negativo o inverso, al nivel especificado del 0.05, entre el Año de Publicación y la Información Local, de tal manera que cuanto más reciente es la publicación menos información local contiene.
3. Hay una correlación significativa de carácter positivo, al nivel especificado del 0.01, entre el Año de Publicación y la Información Nacional e Internacional, de manera que cuanto más reciente es la publicación mayor dedicación a tales informaciones.

Conclusión:

Los diferentes análisis efectuados ponen en evidencia que hay una relación entre el Año de Publicación y los contenidos, en términos generales, de manera que las publicaciones más recientes son más sensibles a los contenidos registrados por nosotros.

Destacamos el hecho de que en los últimos años hayan aumentado los espacios dedicados a las informaciones nacionales e internacionales, en perjuicio de las locales. Lo explicamos por lo alejadas que están en el tiempo unas publicaciones y otras; de modo que las primeras corresponden a etapas de un régimen político muy diferente al actual. Es innegable, por otra parte, la mayor presencia en la sociedad de informaciones más allá de los límites de lo local y su mayor alcance a alumnos y profesores. No sabemos si este fenómeno se da también en la prensa convencional. Bien es sabido que cada época tiene unas “preferencias” en cuanto a los contenidos.

Nos parece, sin embargo, que el que no se produzcan otras diferencias significativas valida nuestro trabajo pues evidencia que las publicaciones escolares no han variado sustancialmente a lo largo del tiempo, salvo en la utilización de las tecnologías.

Tabla 3.6. Identificación de las variables
AÑO_PUB - Año de publicación
INFCEN - Información del Centro
INFLOCAL - Información local
INF_NAC - Información Nacional

Tabla 3.6. Identificación de las variables
INF_INT - Información internacional

Tabla 3.7. Matriz de coeficientes de correlación simple					
Variabes	AÑO_PUB	INFCEN	INFLOCAL	INF_NAC	INF_INT
AÑO_PUB	1,0000	-0,0421	-0,1114	0,3771	0,3799
Nº de casos	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,3650	0,0164	0,0000	0,0000
INFCEN	-0,0421	1,0000	0,0124	0,4068	0,4143
Nº de casos	465	465	465	465	465
p =	0,3650	0,0000	0,7900	0,0000	0,0000
INFLOCAL	-0,1114	0,0124	1,0000	0,5528	0,4524
Nº de casos	465	465	465	465	465
p =	0,0164	0,7900	0,0000	0,0000	0,0000
INF_NAC	0,3771	0,4068	0,5528	1,0000	0,9571
Nº de casos	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
INF_INT	0,3799	0,4143	0,4524	0,9571	1,0000
Nº de casos	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN ENTRE RANGOS DE SPEARMAN

Para determinar la relación existente entre la variable Año de Publicación de la prensa escolar y los contenidos relativos a las actividades del aula, del centro y extraescolares, se realizó un matriz de coeficientes de correlación simple mediante la prueba rho de Spearman. Los resultados indicaron que estas variables están relacionadas entre sí de forma positiva y significativa, al nivel especificado de 0.01, de tal manera que, cuanto más reciente es la publicación, más se ocupa de dichas actividades.

Tabla 3.8. Identificación de las variables
AÑO_PUB - Año de publicación
ACT_AULA - Actividades aula
ACTCEN - Actividades del centro
ACT_EXTR - Actividades extraescolares

Tabla 3.9. Matriz de coeficientes de correlación simple				
Variabes	AÑO_PUB	ACT_AULA	ACTCEN	ACT_EXTR
AÑO_PUB	1,0000	0,4219	0,2579	0,2847
Nº de casos	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
ACT_AULA	0,4219	1,0000	0,3574	0,5412
Nº de casos	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
ACTCEN	0,2579	0,3574	1,0000	0,4200
Nº de casos	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
ACT_EXTR	0,2847	0,5412	0,4200	1,0000
Nº de casos	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN ENTRE RANGOS DE SPEARMAN

Para determinar la relación existente entre la variable Año de Publicación de la prensa escolar y los contenidos relacionados en la Tabla “Identificación de las variables”, se realizó una matriz de coeficientes de correlación simple mediante la prueba rho de Spearman. Los resultados indicaron que estas variables están relacionadas entre sí de forma positiva y significativa, al nivel especificado de 0.01, de tal manera que, cuanto más reciente es la publicación, más se ocupa todos los contenidos aludidos.

Tabla 3.10. Identificación de las variables
AÑO_PUB - Año de publicación
EXCUR - Excursiones
REDAC - Redacciones
NARRAC - Narraciones
POEMALUM - Poemas alumnos
POEMEXT - Poemas de personas externas
CELEB - Celebraciones
LECTUR - Actividades relacionadas con la Lectura
CURRIC - Currículo

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN ENTRE RANGOS DE SPEARMAN

Para determinar la relación existente entre la variable Año de Publicación de la prensa escolar y los contenidos relacionados en la Tabla Identificación de las variables, se realizó una matriz de coeficientes de correlación simple mediante la prueba rho de Spearman. Los resultados indicaron que la mayoría de estas variables están relacionadas entre sí de forma positiva y significativa, al nivel especificado de 0.01 (salvo el Humor que lo fue al 0.05); de tal manera que, cuanto más reciente es la publicación, más se ocupa de dichos contenidos. El contenido Pasatiempos se desvió de esta tónica general, de manera que en este caso, cuanto más reciente era la publicación, menos contenidos de este tipo se daban.

Tabla 3.11. Identificación de las variables	
AÑO_PUB	- Año de publicación
EDUCAC	- Educación
HUMOR	- Humor
DEPOR	- Deportes
CÓMIC	- Cómic
SALUD	- Salud
PASAT	- Pasatiempos
GASTR	- Gastronomía
MEDIAMB	- Medio ambiente
GENERO	- Género
PAZ	- Paz

Tabla 3.12. Matriz de coeficientes de correlación simple											
Variables	AÑO_PUB	EDUCAC	HUMOR	DEPOR	CÓMIC	SALUD	PASAT	GASTR	MEDIAMB	GENERO	PAZ
AÑO_PUB	1,0000	0,4679	0,0920	0,2243	0,4911	0,4720	-0,142	0,4910	0,4644	0,3582	0,5147
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0475	0,0000	0,0000	0,0000	0,0021	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
EDUCAC	0,4679	1,0000	0,4644	0,5564	0,6874	0,7075	0,1548	0,6924	0,6598	0,5703	0,7062
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0009	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Tabla 3.14. Matriz de coeficientes de correlación simple									
Variables	AÑO_PUB	OPINION	MENSCENT	MENSEXT	APA_AMP	REPREXT	ENTREV	EDITCONT	NUMCONT
MENSCENT	0,4278	0,1013	1,0000	0,5096	0,6385	0,4949	0,2032	0,2492	0,1709
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0292	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0002
MENSEXT	0,4196	0,3395	0,5096	1,0000	0,8473	0,8332	0,5053	0,2968	-0,2937
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
APA_AMP	0,5297	0,3557	0,6385	0,8473	1,0000	0,8070	0,5274	0,4674	0,0949
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0409
REPREXT	0,4334	0,3273	0,4949	0,8332	0,8070	1,0000	0,5315	0,4538	0,0690
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,1371
ENTREV	0,0232	0,2795	0,2032	0,5053	0,5274	0,5315	1,0000	0,0979	0,0269
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,6169	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0349	0,5623
EDITCONT	0,2265	-0,2919	0,2492	0,2968	0,4674	0,4538	0,0979	1,0000	0,0845
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0349	0,0000	0,0689
NUMCONT	-0,0424	-0,1027	0,1709	-0,2937	0,0949	0,0690	0,0269	0,0845	1,0000
Nº de casos	465	465	465	465	465	465	465	465	465
p =	0,3606	0,0269	0,0002	0,0000	0,0409	0,1371	0,5623	0,0689	0,0000

Pregunta 4: ¿Hay alguna diferencia significativa entre las publicaciones realizadas por alumnos de Primaria y aquellas otras en las que intervienen los alumnos de Secundaria?

9.14. TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

Tabla 4.1. Tabulación cruzada de valores medios					
Nº variable	Denominación	Total muestra	Estudios que cursan los firmantes		F de Snedecor
			Primaria	Secundaria	
12	Número de firmas	26,9579 n = 404	27,5276 n = 290	25,5088 n = 114	F(1,402) = 0,6302 n = 0,4278
13	Número de alumnos redactores	10,9505 n = 404	12,2724 n = 290	7,5877 n = 114	F(1,402) = 7,9936 n = 0,0049
24	Número de páginas	27,5074 n = 404	26,3621 n = 290	30,4211 n = 114	F(1,402) = 4,4046 n = 0,0365
58	Cantidad de contenidos	12,5569 n = 404	12,4310 n = 290	12,8772 n = 114	F(1,402) = 0,6197 n = 0,4316
60	Número de fotos	12,0223 n = 404	10,8966 n = 290	14,8860 n = 114	F(1,402) = 2,1515 n = 0,1432
61	Número de ilustraciones	32,6468 n = 402	34,5536 n = 289	27,7699 n = 113	F(1,400) = 4,3060 n = 0,0386

Se han obtenido diferencias significativas respecto al número de alumnos redactores, número de páginas y número de ilustraciones. En el primer caso y en el tercero, las diferencias indican que el promedio de estas variables es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria. Por el contrario, el promedio de número de páginas es mayor en los ejemplares que se corresponden con publicaciones de los alumnos de Secundaria.

GRÁFICAS DE LA TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

Variables	Total muestra	Estudios que cursan los firm	
		Primaria	Secundaria
Número de firmas	<p>26,96</p>	<p>27,53</p>	<p>25,51</p>
Número de alumnos redacto-	<p>10,95</p>	<p>12,27</p>	<p>7,59</p>
Número de páginas	<p>27,51</p>	<p>26,36</p>	<p>30,42</p>
Número de contenidos	<p>12,50</p>	<p>12,43</p>	<p>12,88</p>
Número de fotos	<p>12,02</p>	<p>10,90</p>	<p>14,89</p>
Número de lustraciones	<p>32,65</p>	<p>34,55</p>	<p>27,77</p>

9.15. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS IDENTIFICATIVOS. Pregunta n° 4

En las tabulaciones cruzadas en las que algunas de las celdas no han alcanzado la frecuencia mínima de cinco o el porcentaje del 5% de los casos, no se han interpretado los resultados estadísticos para no establecer como significativas relaciones que podrían ser espurias. No obstante, hemos comentado algunos datos que se nos antojan significativos y que hemos destacado en color verde.

Tipo de publicación		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Boletín	29	7,18	25	8,62	4	3,51
2	Periódico	158	39,11	134	46,21	24	21,05
3	Revista	108	26,73	54	18,62	54	47,37
4	Otro	109	26,98	77	26,55	32	28,07
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 41,5864 (p = 0,0000)

Como se puede comprobar, en los centros de Primaria se suele utilizar más el nombre de "boletín" para denominar a sus publicaciones, aunque su escasa frecuencia (3,51 de la muestra) impide señalar este rasgo como significativo. Es interesante también comentar que el término "periódico" (un 46,21 % de la muestra) es más habitual en las experiencias que se desarrollan en los centros de Primaria, mientras que en los de Secundaria predomina el llamar a sus publicaciones "revista" (un 47,37 % de la muestra). En todo caso, ninguna de estas categorías alcanza la entidad suficiente como para considerarlas diferentes significativamente desde el punto de vista estadístico.

Municipio según población en el que se difunde la publicación.		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	>500 mil	53	13,12	50	17,24	3	2,63
2	>200 mil a <500 mil	23	5,69	13	4,48	10	8,77
3	>100 mil a <200 mil	24	5,94	14	4,83	10	8,77
4	>50 mil a <100 mil	34	8,42	19	6,55	15	13,16
5	>20 mil a <50 mil	59	14,60	41	14,14	18	15,79
6	<20 mil	211	52,23	153	52,76	58	50,88
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 22,5535 (p = 0,0004)

Tabla 4.4. Tabulación cruzada de los estudios de los firmantes en relación con la ubicación del centro.							
Ubicación geográfica del Centro educativo		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Andalucía Occidental	273	67,57	212	73,10	61	53,51
2	Andalucía Oriental	116	28,71	64	22,07	52	45,61
3	Fuera de Andalucía	15	3,71	14	4,83	1	0,88
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 23,8886 (p = 0,0000)

Como se puede comprobar, por el sombreado color verde de la tabla 4.4, en el caso de publicaciones de Primaria, el 73,10 % de la muestra se localiza en Andalucía Occidental (seguramente debido a la proximidad geográfica de la Consejería de Educación, donde fueron estudiadas gran número de publicaciones escolares). A Andalucía oriental corresponde solamente el 22,07 de la muestra, Ninguno de estos datos alcanza el porcentaje suficiente para ser considerado estadísticamente significativo.

Tabla 4.5. Tabulación cruzada de los estudios que realizan los firmantes en relación con el trimestre escolar en que se desarrolla la experiencia.							
Trimestre escolar en el que se publica		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	1er trimestre	91	22,52	68	23,45	23	20,18
2	2º trimestre	87	21,53	67	23,10	20	17,54
3	3er y 4º trimestre	171	42,33	116	40,00	55	48,25
4	NS/NC	55	13,61	39	13,45	16	14,04
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 2,8989 (p = 0,4075)

No se hallaron relaciones significativas entre el trimestre escolar en el que se publica el ejemplar examinado y los estudios que cursan los firmantes.

Tabla 4.6. Tabulación cruzada de los estudios que realizan los firmantes en relación con el año en que se desarrolla la experiencia.

Año de publicación		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	>1973 y <=1989	84	20,79	82	28,28	2	1,75
2	>=1990 y <=2004	277	68,56	180	62,07	97	85,09
3	>2004	43	10,64	28	9,66	15	13,16
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 34,9506 (p = 0,0000)

Es fácil observar cómo la mayoría de las publicaciones de Secundaria se realizaron entre los años 1990 y 2004 (el 85% de las publicaciones).

Tabla 4.7. Tabulación cruzada de los estudios que realizan los firmantes en relación con las enseñanzas que se imparten en el centro donde se edita la publicación.

Enseñanzas que se imparten en el Centro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Básica	305	75,50	290	100,00	15	13,16
2	Secundaria y otras	99	24,50	0	0,00	99	86,84
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 333,5876 (p = 0,0000)

Tabla 4.8. Tabulación cruzada de los estudios que realizan los firmantes en relación con la titularidad del centro en el que se desarrolla la experiencia.

Titularidad del Centro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Privada	24	5,94	18	6,21	6	5,26
2	Pública	380	94,06	272	93,79	108	94,74
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,1304 (p = 0,7180)

La mayoría de los componentes de nuestra muestra han sido extraídos de centros de titularidad pública. Por tal motivo no se han obtenido relaciones significativas entre dicha variable y los estudios que cursan los firmantes.

Tabla 4.9. Tabulación cruzada de los estudios que realizan los firmantes en relación con el número de cursos que participan en la publicación.							
Cursos que intervienen en la elaboración de la publicación		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Uno o dos	62	15,35	62	21,38	0	0,00
2	Más de dos	342	84,65	228	78,62	114	100,00
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 28,7908 (p = 0,0000)

No deja lugar a dudas que el 100 % de las publicaciones realizadas en el seno de centros de Secundaria fueron realizadas por más de un grupo o dos de alumnos. Ello priva a esta categoría de publicaciones de una característica que consideramos importante en nuestros planteamientos: la posibilidad de localizar en los casos de prensa escolar modelos similares a las redacciones de los periódicos convencionales.

9.16. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS ORGANIZATIVOS. Pregunta n° 4

Para analizar las relaciones entre los datos de carácter organizativo y los estudios que cursan los firmantes -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa, se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 4.10. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que estén o no organizados jerárquicamente.							
Organización Jerárquica		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	201	49,75	172	59,31	29	25,44
2	Sí	203	50,25	118	40,69	85	74,56
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 37,5550 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con una organización jerárquica es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

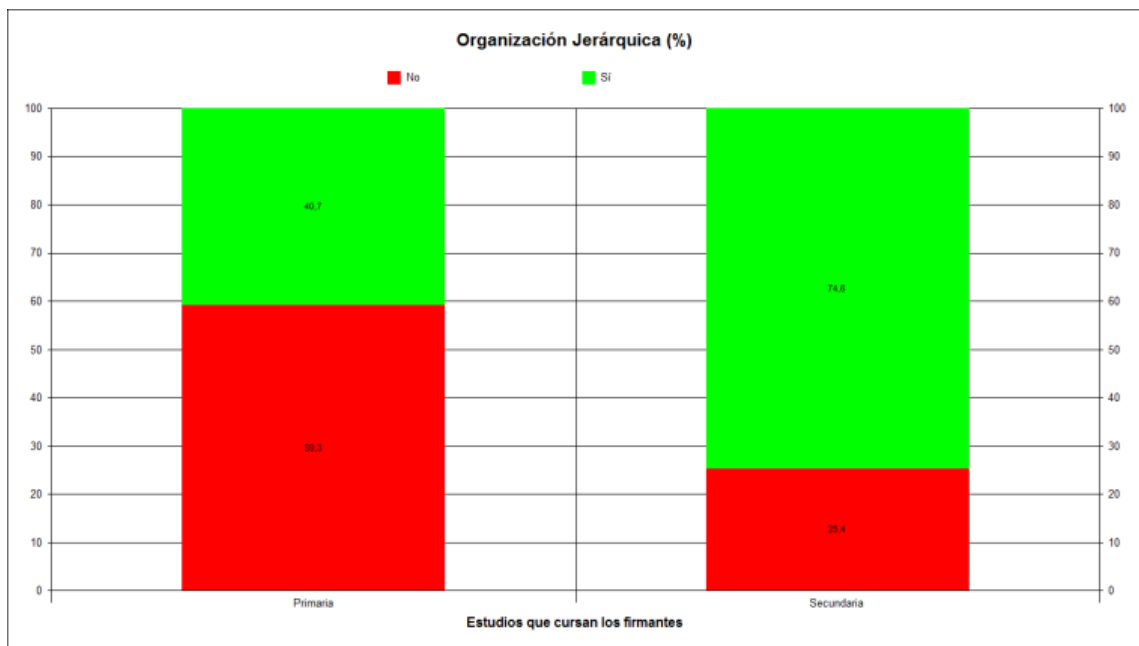


Tabla 4.11. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que participen o no personas ajenas al aula.							
Redactores ajenos al trabajo de aula		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	108	26,73	97	33,45	11	9,65
2	Sí	296	73,27	193	66,55	103	90,35
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 23,6642 (p = 0,0000)

Los ejemplares en los que intervienen redactores ajenos a las actividades del aula es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

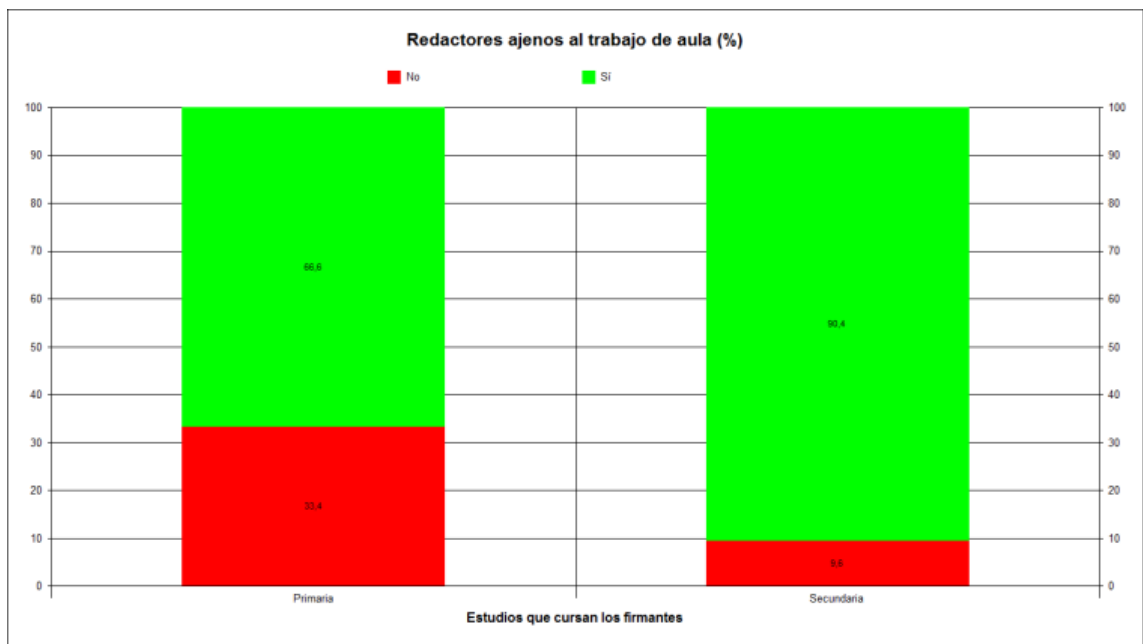


Tabla 4.12. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que participen o no personas ajenas a la institución educativa.							
Redactores ajenos a la institución educativa		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	209	51,86	163	56,21	46	40,71
2	Sí	194	48,14	127	43,79	67	59,29
	TOTAL	403	100,00	290	100,00	113	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 7,8241 (p = 0,0052)

Los ejemplares en los que intervienen redactores ajenos a la institución educativa es mayor en las publicaciones de los estudiantes de Secundaria.

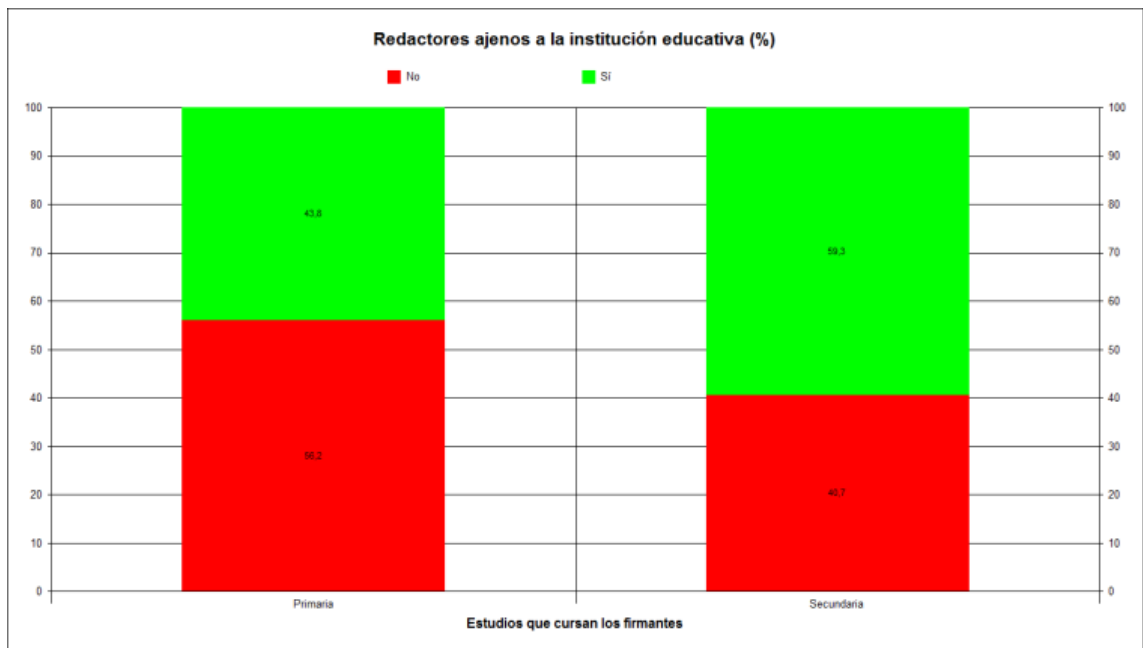


Tabla 4.13. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación el perfil de los redactores ajenos al aula.							
Perfil de los redactores ajenos al aula (respuestas múltiples)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Personal docente sin acción directa o de otro centro	55	13,61	27	9,31	28	24,56
2	Personal no docente del centro	18	4,46	12	4,14	6	5,26
3	Padres y familiares de alumnos	110	27,23	86	29,66	24	21,05
4	Otros	104	25,74	62	21,38	42	36,84
5	NS/NC	206	50,99	163	56,21	43	37,72
	TOTAL	493	(404)	350	(290)	143	(114)

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 28,8914 (p = 0,0000)

Excluyendo la opción de respuesta NS/NC, la proporción de ejemplares en los que intervienen redactores ajenos al aula es mayor en las publicaciones a cargo de los alumnos de Secundaria, mientras que la proporción de ejemplares en los que intervienen padres y familiares de alumnos es mayor en las publicaciones a cargo de los alumnos de Primaria.

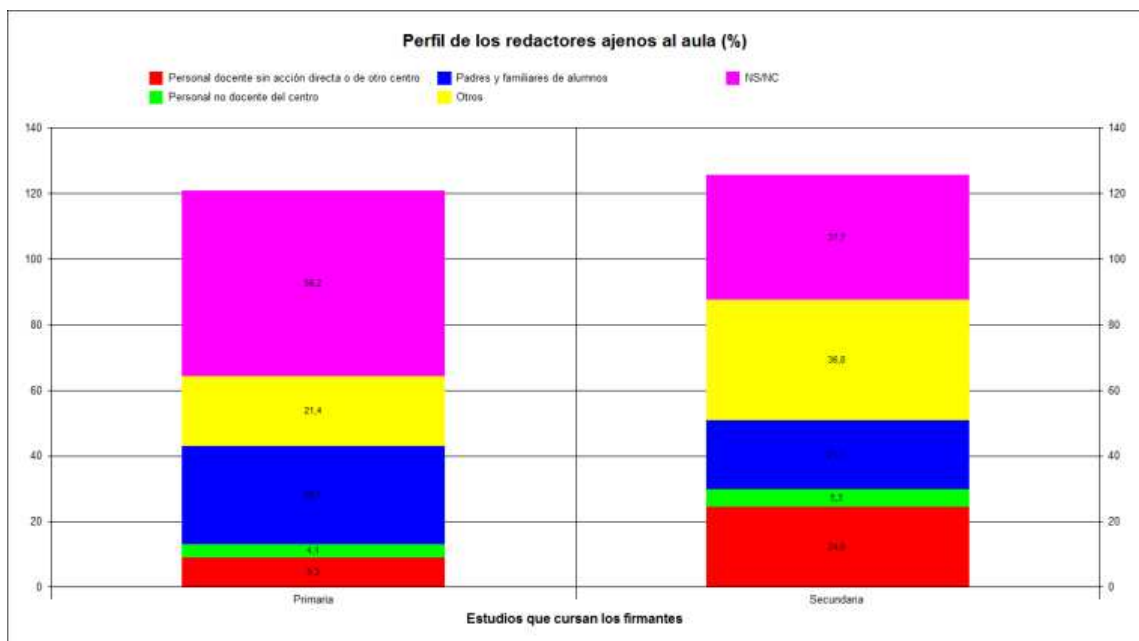


Tabla 4.14. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que las publicaciones contengan o no publicidad.							
Contiene publicidad		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	323	79,95	236	81,38	87	76,32
2	Sí	81	20,05	54	18,62	27	23,68
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,3089 (p = 0,2526)

Tabla 4.15. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a sus fuentes de financiación.							
Fuentes de financiación (respuestas múltiples)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Propia	360	89,11	260	89,66	100	87,72
2	Administración	17	4,21	10	3,45	7	6,14
3	Publicidad	49	12,13	40	13,79	9	7,89
4	Otras	32	7,92	21	7,24	11	9,65
	TOTAL	458	(404)	331	(290)	127	(114)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 4,3826 (p = 0,2230)

Tabla 4.16. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a la periodicidad con que aparecen.							
Periodicidad		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Mensual o bimensual	73	18,07	61	21,03	12	10,53
2	Trimestral o cuatrimestral	33	8,17	27	9,31	6	5,26
3	Otra	25	6,19	19	6,55	6	5,26
4	NS/NC	273	67,57	183	63,10	90	78,95
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

χ^2 cuadrado con 3 grados de libertad = 9,9012 (p = 0,0194)

Excluyendo la opción de respuesta NS/MC, la proporción de ejemplares editados con una periodicidad mensual o bimensual es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

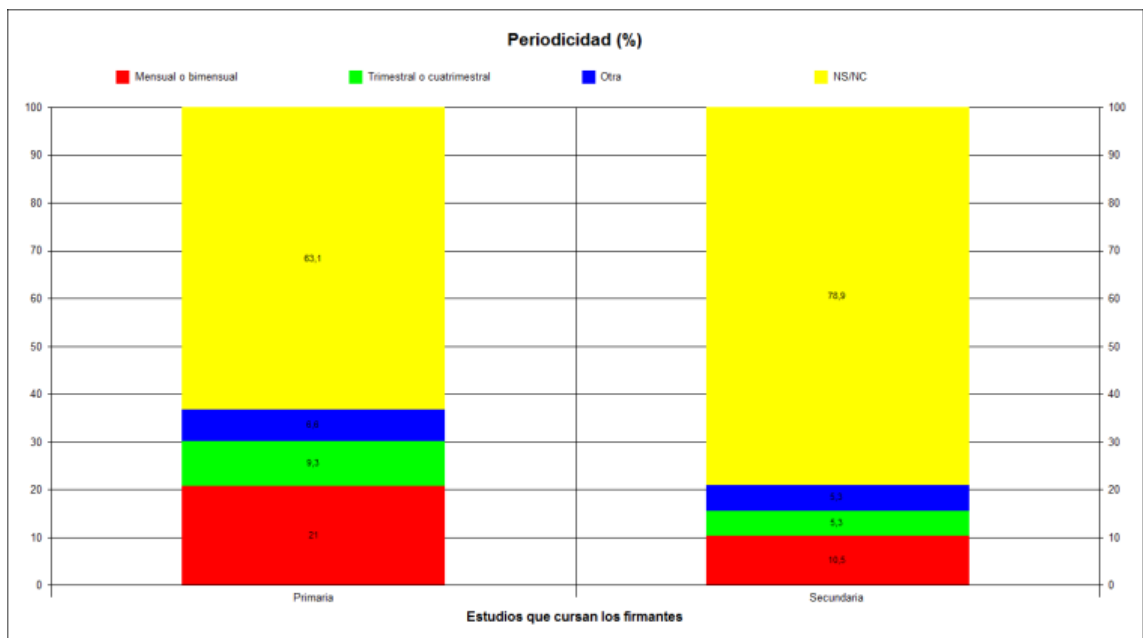


Tabla 4.17. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a la existencia o no de taller de prensa en el centro.							
Taller de prensa		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	365	90,35	267	92,07	98	85,96
2	Sí	39	9,65	23	7,93	16	14,04
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 3,4959 (p = 0,0615)

Tabla 4.18. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación al número de redactores.							
(categorías)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	8 o menos	60	14,85	41	14,14	19	16,67
2	>8 y <=15	84	20,79	65	22,41	19	16,67
3	>15 y <=22	93	23,02	62	21,38	31	27,19
4	>22 y <=28	43	10,64	32	11,03	11	9,65
5	>28 y <=38	33	8,17	25	8,62	8	7,02
6	>38 y <=51	39	9,65	23	7,93	16	14,04
7	>51 y <=67	26	6,44	19	6,55	7	6,14
8	>67	26	6,44	23	7,93	3	2,63
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 7 grados de libertad = 10,0098 (p = 0,1880)

Tabla 4.19. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación al número de páginas de la publicación.							
(categorías)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	1 o menos	61	15,10	33	11,38	28	24,56
2	>1 y <=4	71	17,57	40	13,79	31	27,19
3	>4 y <=8	97	24,01	72	24,83	25	21,93
4	>8 y <=14	94	23,27	72	24,83	22	19,30
5	>14 y <=22	37	9,16	33	11,38	4	3,51
6	>22 y <=32	26	6,44	25	8,62	1	0,88
7	>32	18	4,46	15	5,17	3	2,63
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 6 grados de libertad = 33,4849 (p = 0,0000)

9.17. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE CONTENIDO.

Pregunta n° 4

Para analizar las relaciones entre los datos sobre el contenido y los estudios que cursan los firmantes -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa, se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 4.20. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre el centro educativo.

Información del Centro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Primaria		Secundaria	
				Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	65	16,09	45	15,52	20	17,54
2	Sí	339	83,91	245	84,48	94	82,46
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,2490 (p = 0,6178)

Tabla 4.21. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información local.

Información local		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Primaria		Secundaria	
				Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	176	43,56	131	45,17	45	39,47
2	Sí	228	56,44	159	54,83	69	60,53
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,0809 (p = 0,2985)

Tabla 4.22. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información nacional.

Información Nacional		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Primaria		Secundaria	
				Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	326	80,69	231	79,66	95	83,33
2	Sí	78	19,31	59	20,34	19	16,67
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,7106 (p = 0,3992)

Tabla 4.23. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información internacional.

Información internacional		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	360	89,11	256	88,28	104	91,23
2	Sí	44	10,89	34	11,72	10	8,77
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,7349 (p = 0,3913)

Tabla 4.24. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre actividades del aula.

Actividades aula		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	328	81,19	220	75,86	108	94,74
2	Sí	76	18,81	70	24,14	6	5,26
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 19,0880 (p = 0,0000)

Aunque los ejemplares examinados no dedican una gran atención a las actividades del aula, la proporción de los que se ocupan de ello es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

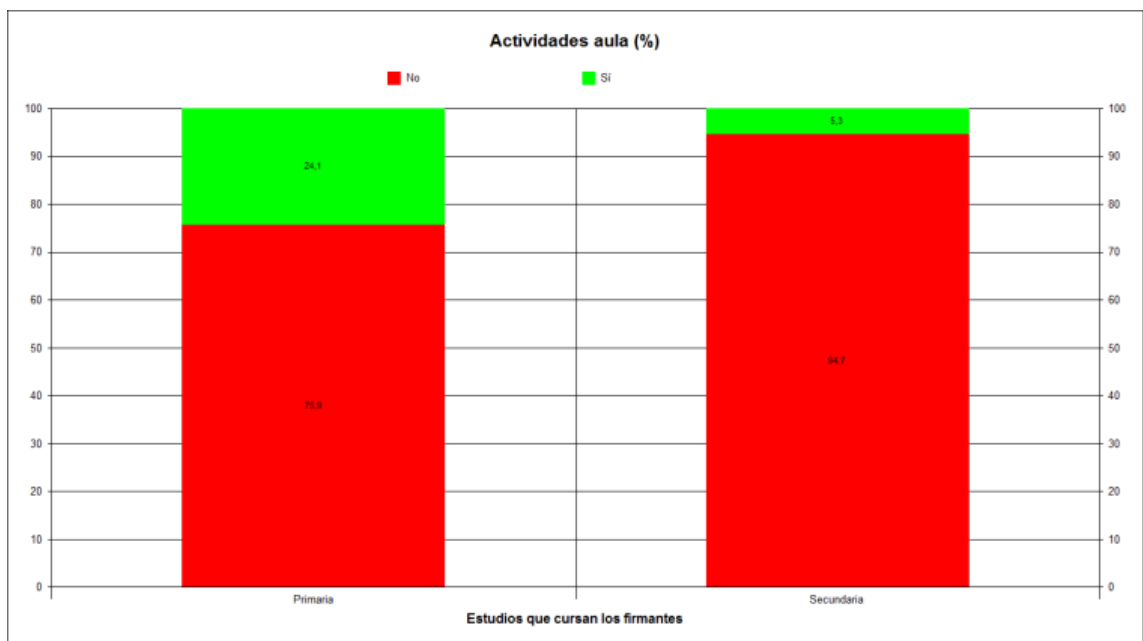


Tabla 4.25. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre actividades del centro.

Actividades del centro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	133	32,92	101	34,83	32	28,07
2	Sí	271	67,08	189	65,17	82	71,93
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,6921 (p = 0,1933)

Tabla 4.26. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre actividades extraescolares.

Actividades extraescolares		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	191	47,28	136	46,90	55	48,25
2	Sí	213	52,72	154	53,10	59	51,75
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0597 (p = 0,8069)

Tabla 4.27. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios sobre educación.

Educación		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	243	60,15	177	61,03	66	57,89
2	Sí	161	39,85	113	38,97	48	42,11
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,3365 (p = 0,5618)

Tabla 4.28. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de opinión.							
Opinión		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	97	24,01	75	25,86	22	19,30
2	Sí	307	75,99	215	74,14	92	80,70
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,9324 (p = 0,1645)

Tabla 4.29. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no mensaje institucional del centro.							
Mensaje institucional del centro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	204	50,50	151	52,07	53	46,49
2	Sí	200	49,50	139	47,93	61	53,51
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,0185 (p = 0,3129)

Tabla 4.30. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no mensaje institucional externo.							
Mensaje institucional externo		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	364	90,10	262	90,34	102	89,47
2	Sí	40	9,90	28	9,66	12	10,53
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0696 (p = 0,7919)

Tabla 4.31. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre excursiones.

Excursiones		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	217	53,71	162	55,86	55	48,25
2	Sí	187	46,29	128	44,14	59	51,75
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,9094 (p = 0,1670)

Tabla 4.32. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no redacciones.

Redacciones		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	112	27,72	83	28,62	29	25,44
2	Sí	292	72,28	207	71,38	85	74,56
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,4135 (p = 0,5202)

Tabla 4.33. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no narraciones.

Narraciones		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	228	56,44	166	57,24	62	54,39
2	Sí	176	43,56	124	42,76	52	45,61
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,2714 (p = 0,6024)

Tabla 4.34. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no poemas de los alumnos.							
Poemas alumnos		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	177	43,81	132	45,52	45	39,47
2	Sí	227	56,19	158	54,48	69	60,53
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 1,2141 (p = 0,2705)

Tabla 4.35. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no poemas de personas externas al centro.							
Poemas de personas externas		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	267	66,09	195	67,24	72	63,16
2	Sí	137	33,91	95	32,76	42	36,84
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,6089 (p = 0,4352)

Tabla 4.36. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no información sobre celebraciones.							
Celebraciones		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	220	54,46	155	53,45	65	57,02
2	Sí	184	45,54	135	46,55	49	42,98
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,4203 (p = 0,5168)

Tabla 4.37. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios dedicados a la lectura.

Lecturas		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	261	64,60	188	64,83	73	64,04
2	Sí	143	35,40	102	35,17	41	35,96
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0225 (p = 0,8808)

Tabla 4.38. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios dedicados al currículo.

Currículo		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	216	53,47	170	58,62	46	40,35
2	Sí	188	46,53	120	41,38	68	59,65
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 10,9784 (p = 0,0009)

La proporción de ejemplares con contenido curricular es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

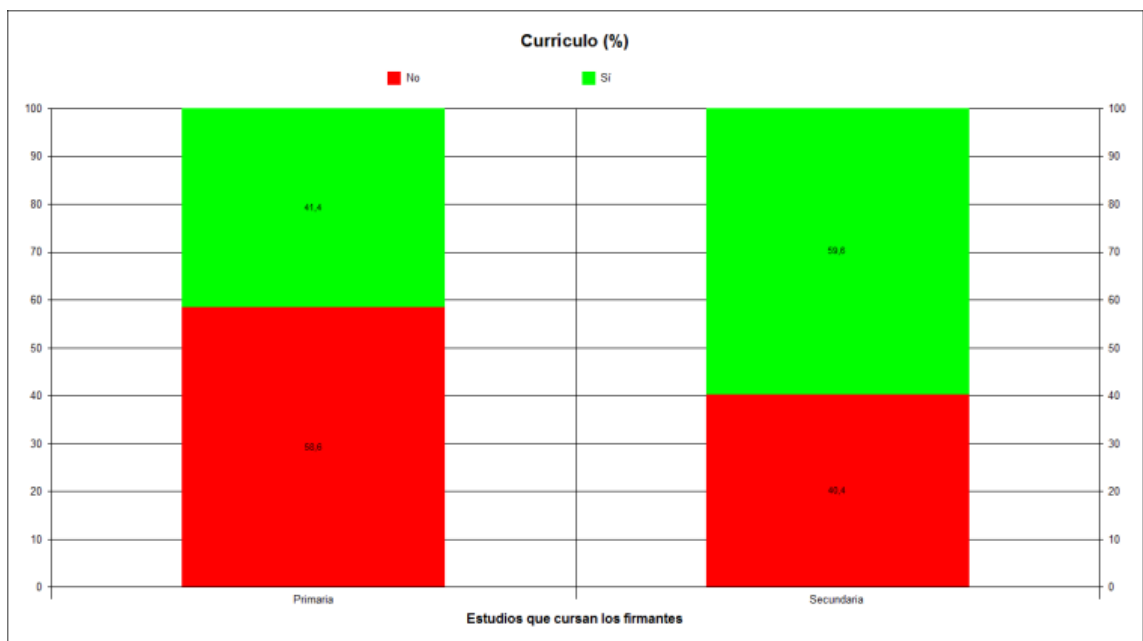


Tabla 4.39. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de humor.							
Humor		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	226	55,94	155	53,45	71	62,28
2	Sí	178	44,06	135	46,55	43	37,72
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,5901 (p = 0,1075)

Tabla 4.40. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios dedicados a los deportes.							
Deportes		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	244	60,40	179	61,72	65	57,02
2	Sí	160	39,60	111	38,28	49	42,98
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,7579 (p = 0,3840)

Tabla 4.41. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no cómics.							
Cómics		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	292	72,28	208	71,72	84	73,68
2	Sí	112	27,72	82	28,28	30	26,32
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,1569 (p = 0,6920)

Tabla 4.42. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de dedicados a la salud.							
Salud		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	309	76,49	219	75,52	90	78,95
2	Sí	95	23,51	71	24,48	24	21,05
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,5353 (p = 0,4644)

Tabla 4.43. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de dedicados a la APA/AMPA.							
APA/AMPA		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	295	73,02	209	72,07	86	75,44
2	Sí	109	26,98	81	27,93	28	24,56
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,4716 (p = 0,4922)

Tabla 4.44. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no reproducción de informaciones pertenecientes a otras publicaciones.							
Reproducción externa		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	288	71,29	207	71,38	81	71,05
2	Sí	116	28,71	83	28,62	33	28,95
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0043 (p = 0,9479)

Tabla 4.45. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no pasatiempos.

Pasatiempos		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	128	31,68	79	27,24	49	42,98
2	Sí	276	68,32	211	72,76	65	57,02
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 9,3677 (p = 0,0022)

La proporción de ejemplares que contienen pasatiempos es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

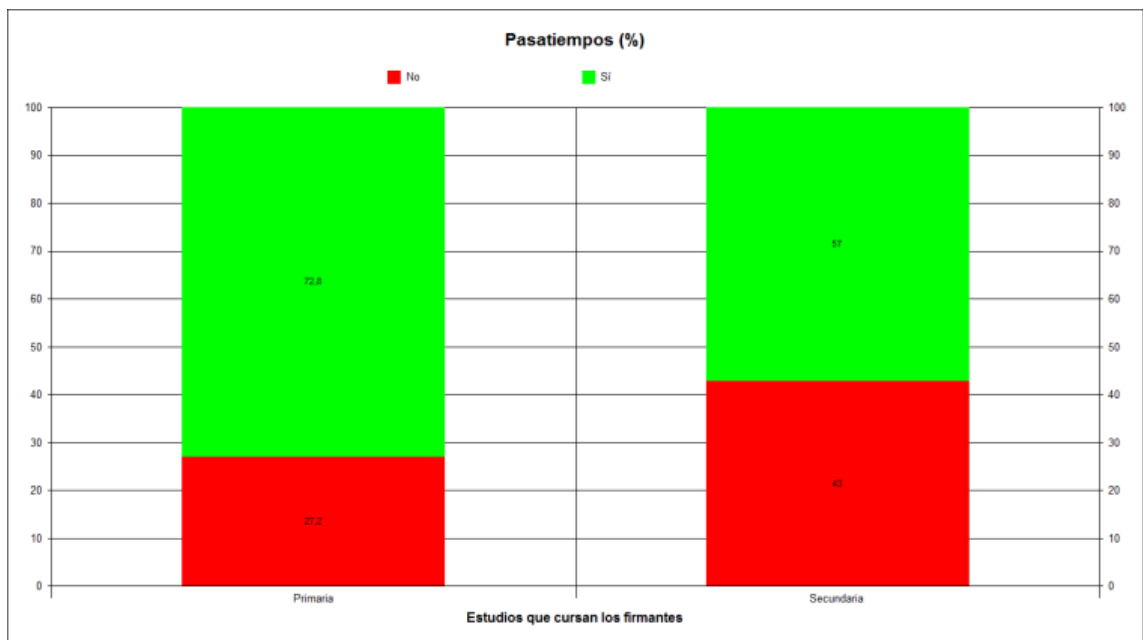


Tabla 4.46. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de dedicados a la gastronomía.

Gastronomía		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	331	81,93	237	81,72	94	82,46
2	Sí	73	18,07	53	18,28	20	17,54
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0296 (p = 0,8634)

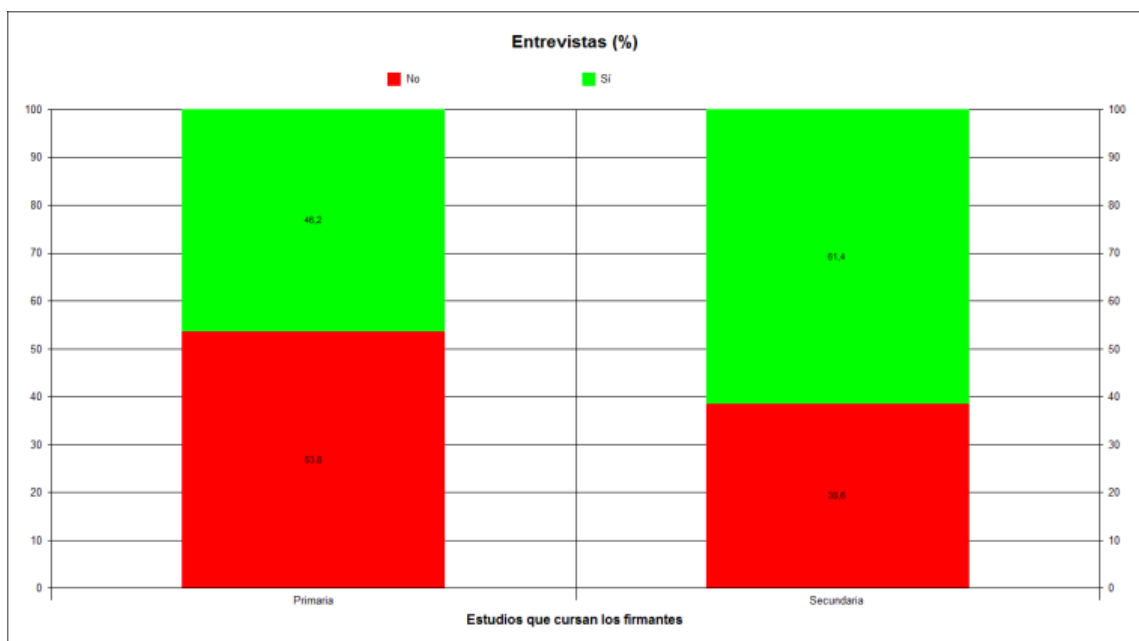
Tabla 4.47. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de dedicados al Medio Ambiente.							
Medio ambiente		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	279	69,06	203	70,00	76	66,67
2	Sí	125	30,94	87	30,00	38	33,33
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,4255 (p = 0,5142)

Tabla 4.48. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no entrevistas							
Entrevistas		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	200	49,50	156	53,79	44	38,60
2	Sí	204	50,50	134	46,21	70	61,40
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 7,5599 (p = 0,0060)

La proporción de ejemplares que contienen entrevistas es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.



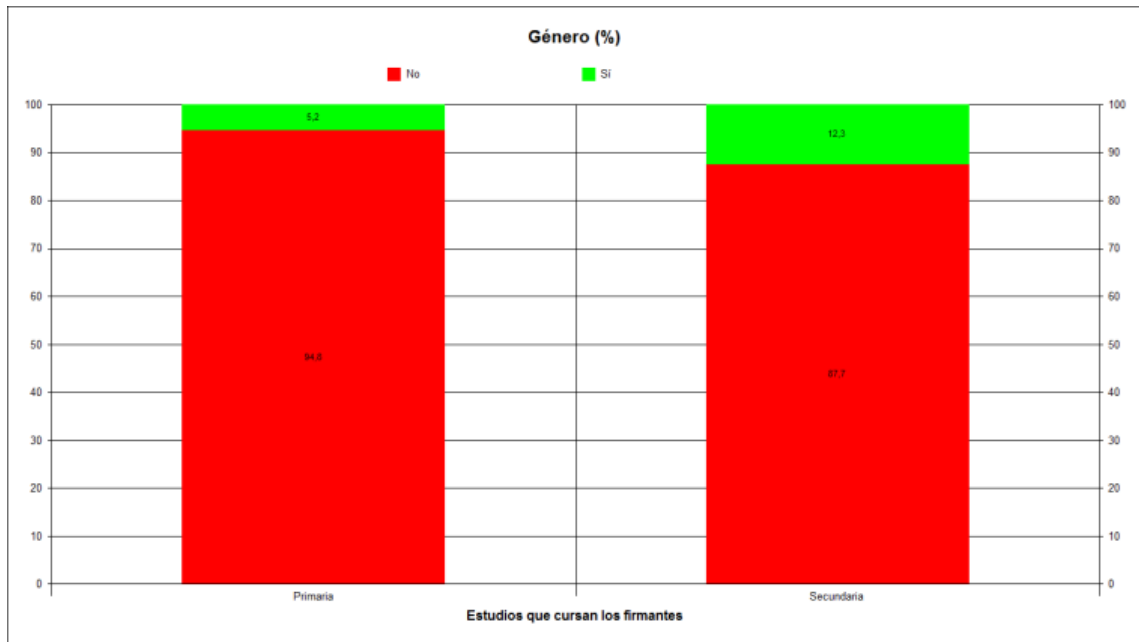


Tabla 4.49. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que en la publicación se haga o no referencia explícita a la diferencia de sexos.

Género		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	375	92,82	275	94,83	100	87,72
2	Sí	29	7,18	15	5,17	14	12,28
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 6,2056 (p = 0,0127)

Aunque la referencia a la diferencia de sexos (género) no suele ser un contenido muy prolífero en los ejemplares examinados, la proporción de lo que abordan este tema es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

Tabla 4.50. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no espacios de dedicados a la paz.

Paz		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	292	72,28	216	74,48	76	66,67
2	Sí	112	27,72	74	25,52	38	33,33
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,4950 (p = 0,1142)

Tabla 4.51. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación con el contenido de la editorial de la publicación.							
Contenido editorial (respuestas múltiples)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Sobre la publicación	170	42,08	112	38,62	58	50,88
2	Actividad del centro	120	29,70	91	31,38	29	25,44
3	Educación	26	6,44	24	8,28	2	1,75
4	La paz	21	5,20	12	4,14	9	7,89
5	Otros	49	12,13	38	13,10	11	9,65
6	NS/NC	63	15,59	43	14,83	20	17,54
	TOTAL	449	(404)	320	(290)	129	(114)

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 12,5209 (p = 0,0283)

Aunque no es significativo estadísticamente, por la baja frecuencia del dato categorial (1,75 %) se observa la escasa presencia de temas propios de la Educación en publicaciones de Secundaria. Algo parecido ocurre con la categoría “paz”, más presente en las publicaciones de Primaria, con un 4,14 %.

9.18. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE ELEMENTOS FORMALES. Pregunta nº 4

Para analizar las relaciones entre los datos de frecuencia de los elementos formales y los estudios que cursan los firmantes -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 4.52. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación con las técnicas de impresión utilizadas en la publicación.

Técnicas de impresión (respuestas múltiples)		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Fotocopia	212	52,48	157	54,14	55	48,25
2	Imprenta	110	27,23	55	18,97	55	48,25
3	Multicopista	93	23,02	91	31,38	2	1,75
4	Offset	31	7,67	23	7,93	8	7,02
	TOTAL	446	(404)	326	(290)	120	(114)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 58,9294 (p = 0,0000)

Aunque no sea significativa la diferencia desde el punto de vista estadístico, no cabe duda de que la utilización de la imprenta por parte de los alumnos de Secundaria supera claramente a los de Primaria (un 48,25 %, frente al 18,97 %. Igualmente se puede apreciar que el uso de la multicopista en Secundaria es mínimo (solamente un 1,75 % de la propia muestra). Este aspecto apunta a que la realización de la publicación en Primaria es más artesanal, con la utilización de medios propios del centro. Por el contrario, las publicaciones de Secundaria recurren frecuentemente al empleo de medios externos.

Tabla 4.53. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no dibujos infantiles.							
Dibujos Infantiles		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	138	34,16	40	13,79	98	85,96
2	Sí	266	65,84	250	86,21	16	14,04
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 189,5216 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con dibujos infantiles es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

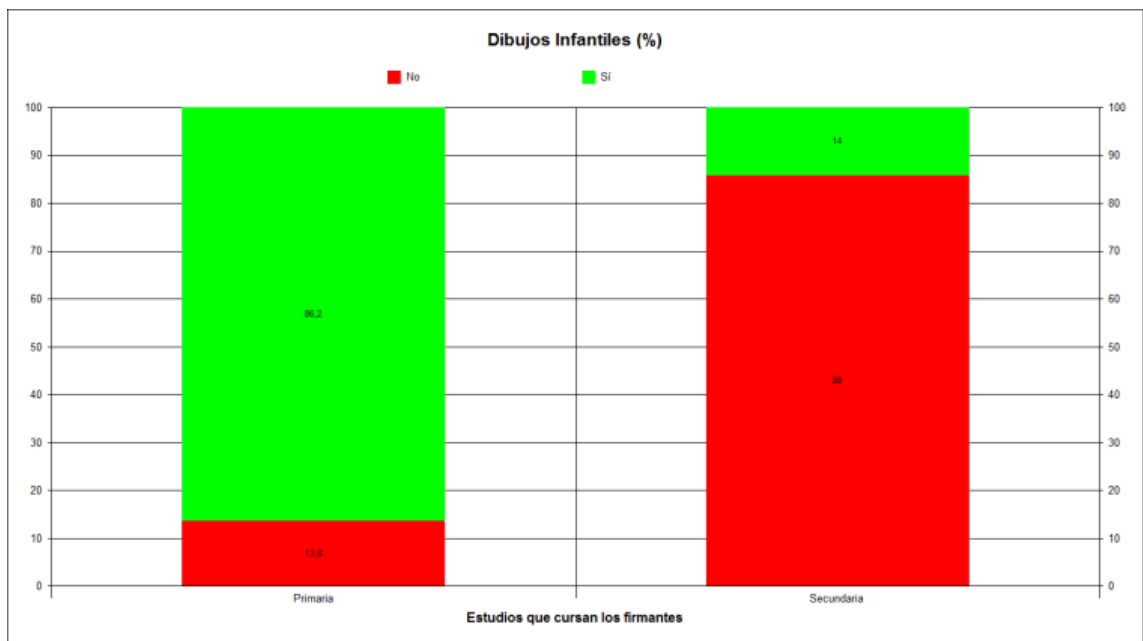


Tabla 4.54. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no dibujos de adultos.							
Dibujo adultos		Total muestra	Estudios que cursan los firmantes				
			Primaria		Secundaria		
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	113	27,97	106	36,55	7	6,14
2	Sí	291	72,03	184	63,45	107	93,86
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 37,5651 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con dibujos de adultos es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

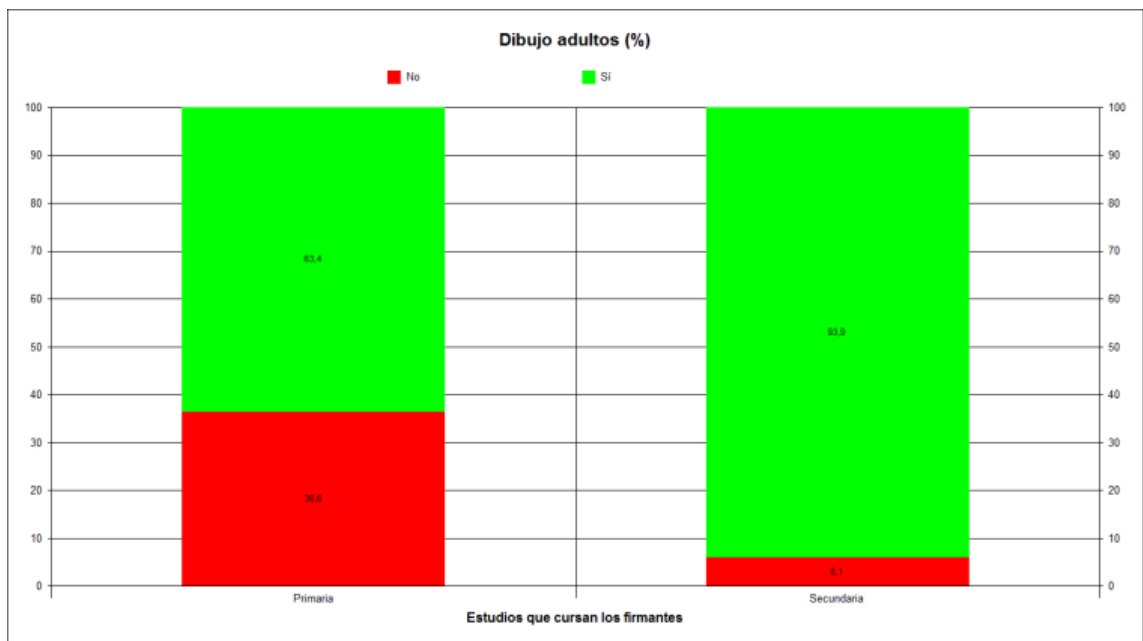


Tabla 4.54. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los 5firmantes en relación a que la publicación contenga o no dibujos de profesionales.							
Dibujos profesionales		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	129	31,93	111	38,28	18	15,79
2	Sí	275	68,07	179	61,72	96	84,21
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 19,0371 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con dibujos profesionales es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

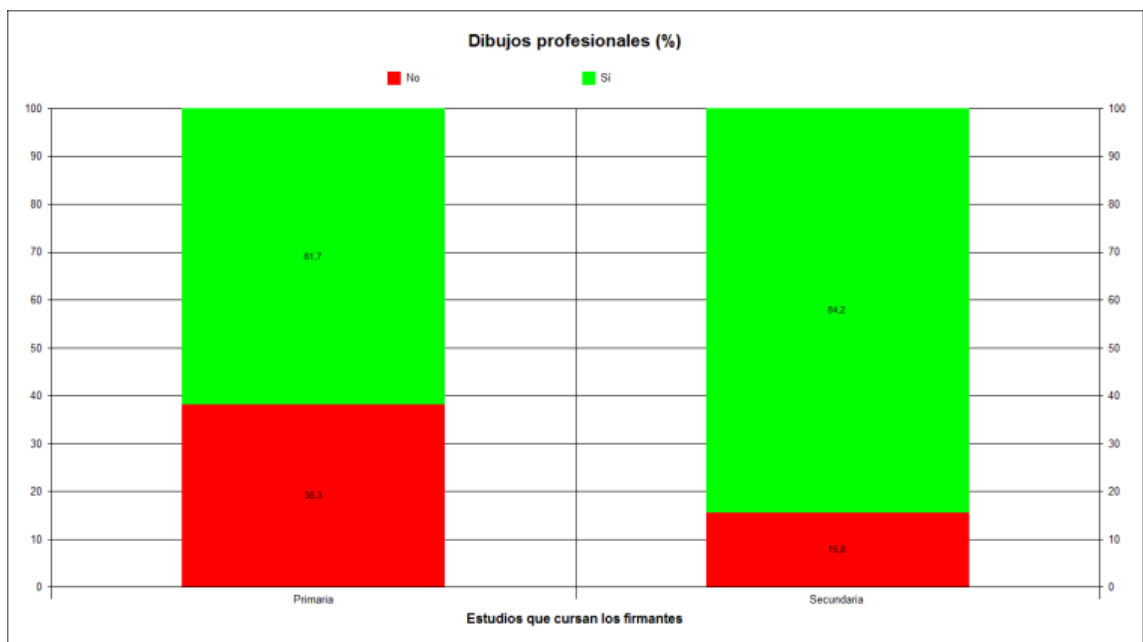


Tabla 4.55. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no fotos tomadas por adultos.							
Fotos de adultos		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	145	35,89	127	43,79	18	15,79
2	Sí	259	64,11	163	56,21	96	84,21
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 27,8898 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con fotos de adultos es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

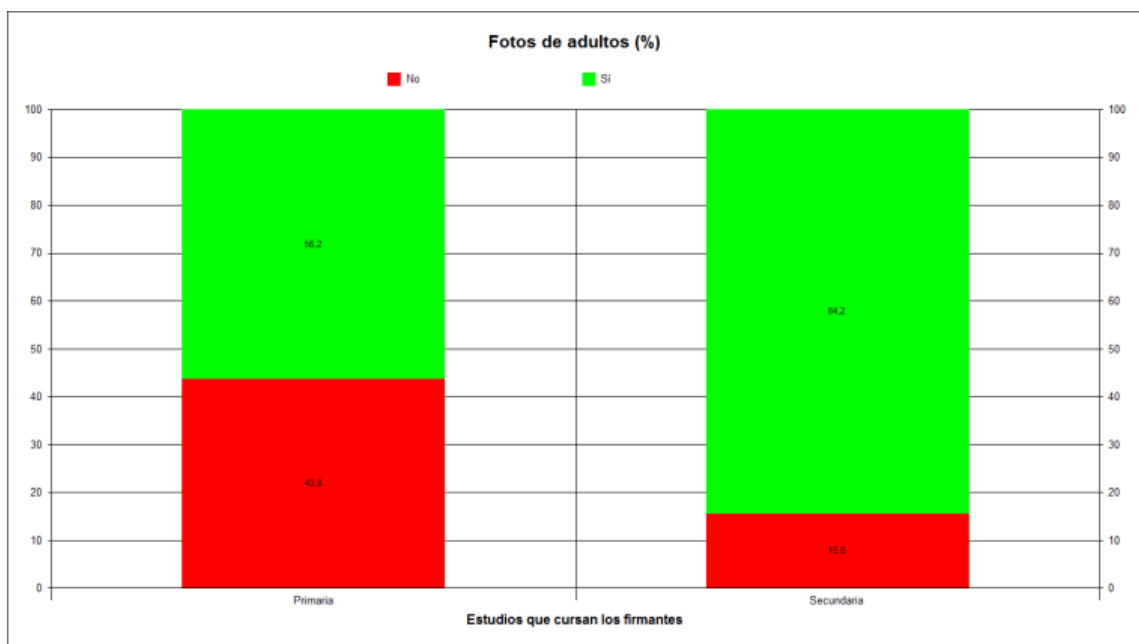


Tabla 4.56. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no fotos tomadas por profesionales.							
Fotos profesionales		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	249	61,63	197	67,93	52	45,61
2	Sí	155	38,37	93	32,07	62	54,39
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 17,2355 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con fotografías profesionales es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

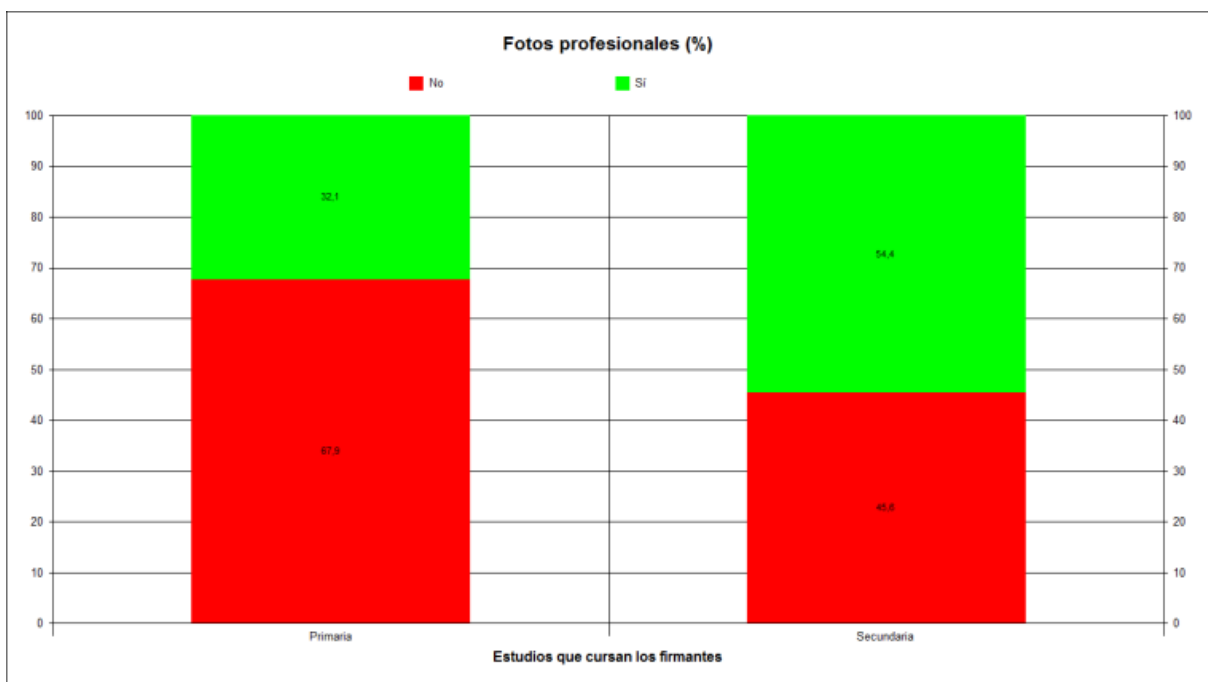


Tabla 4.57. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no Sumario.							
Sumario		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	170	42,08	129	44,48	41	35,96
2	Sí	234	57,92	161	55,52	73	64,04
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 2,4360 (p = 0,1186)

Tabla 4.58. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no Editorial.							
Editorial		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	71	17,57	50	17,24	21	18,42
2	Sí	333	82,43	240	82,76	93	81,58
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,0786 (p = 0,7792)

Tabla 4.59. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación se haya hecho o no sobre una maqueta previa.							
Maqueta previa		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	166	41,09	160	55,17	6	5,26
2	Sí	238	58,91	130	44,83	108	94,74
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 84,2096 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con maqueta previa es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

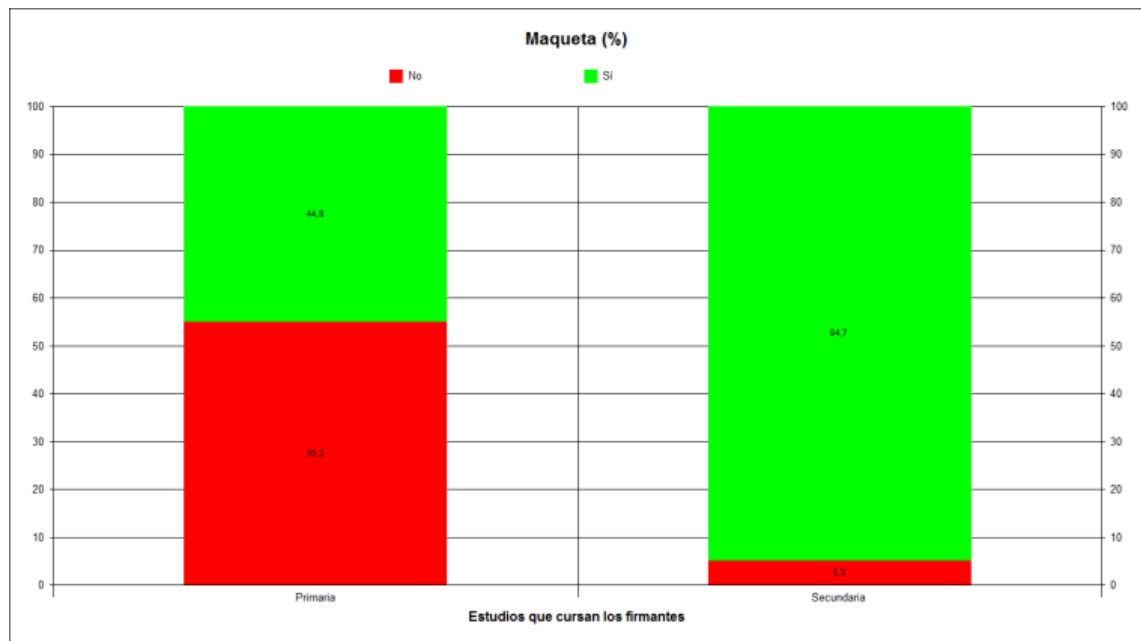


Tabla 4.60. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que en la publicación aparezca o no un Registro de Identidad.

Registro de Identidad		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	227	56,19	174	60,00	53	46,49
2	Sí	177	43,81	116	40,00	61	53,51
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 6,0662 (p = 0,0138)

La proporción de ejemplares con Registro de Identidad es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

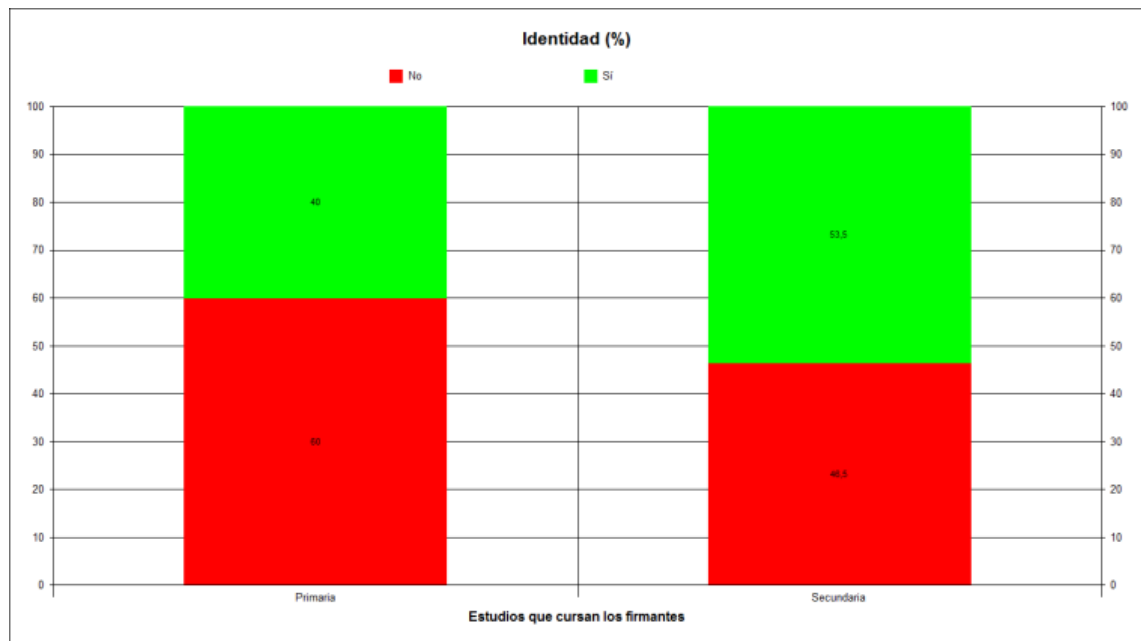


Tabla 4.61. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación con que en la publicación el texto venga o no distribuido en columnas.

Columnas		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	172	42,57	142	48,97	30	26,32
2	Sí	232	57,43	148	51,03	84	73,68
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 17,1709 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares que presentan columnas es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

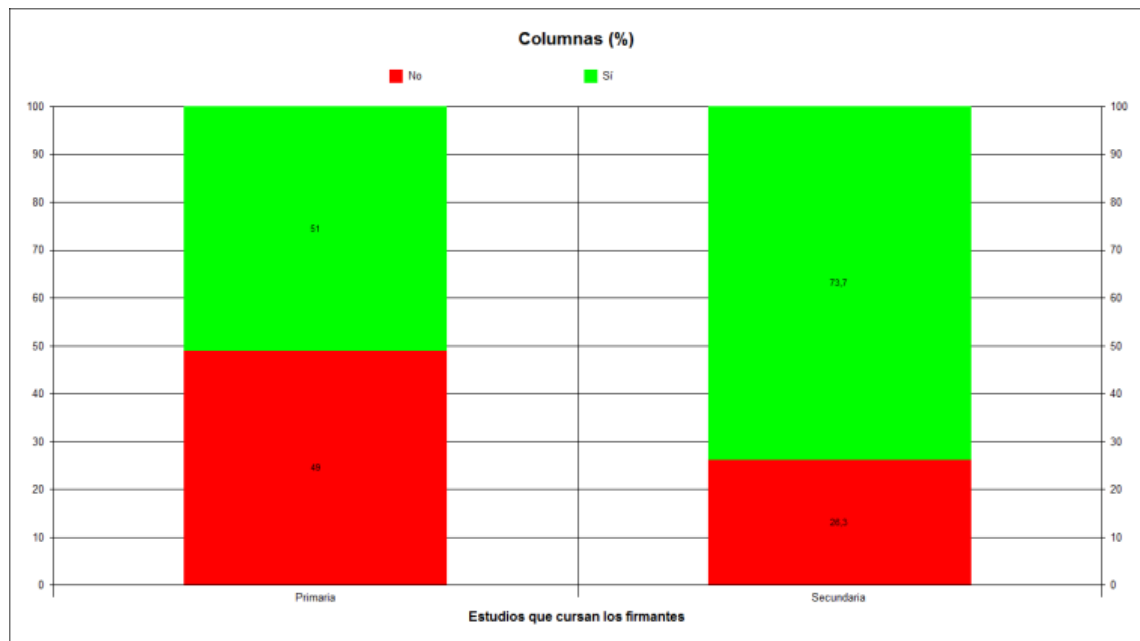


Tabla 4.62. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que en la publicación aparezcan o no Recuadros.

Recuadro		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	291	72,03	223	76,90	68	59,65
2	Sí	113	27,97	67	23,10	46	40,35
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 12,0826 (p = 0,0005)

El recuadro es un recurso formal poco utilizado en los ejemplares evaluados, pero la proporción de aquellos que presentan esta propiedad formal es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

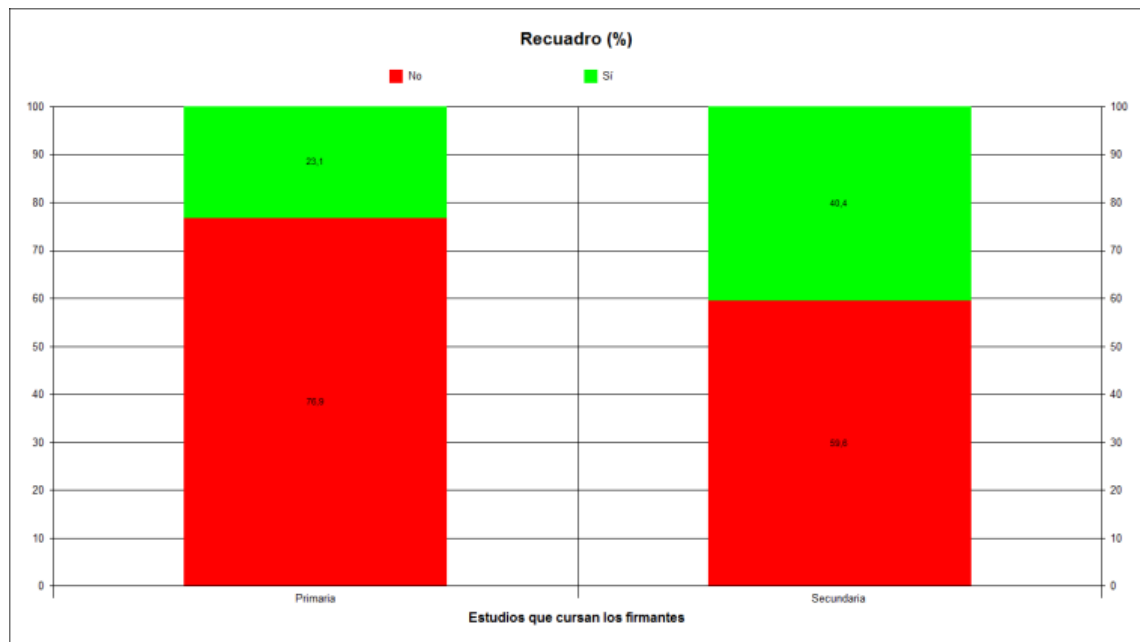


Tabla 4.63. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que los textos de la publicación vengán precedidos o no de Entradillas.

Entradilla		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	354	87,62	261	90,00	93	81,58
2	Sí	50	12,38	29	10,00	21	18,42
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 5,3511 (p = 0,0207)

La entrada no es una propiedad formal muy cuidada en los ejemplares examinados, pero la proporción de aquellos que contemplan este aspecto es mayor en las publicaciones de alumnos de Secundaria.

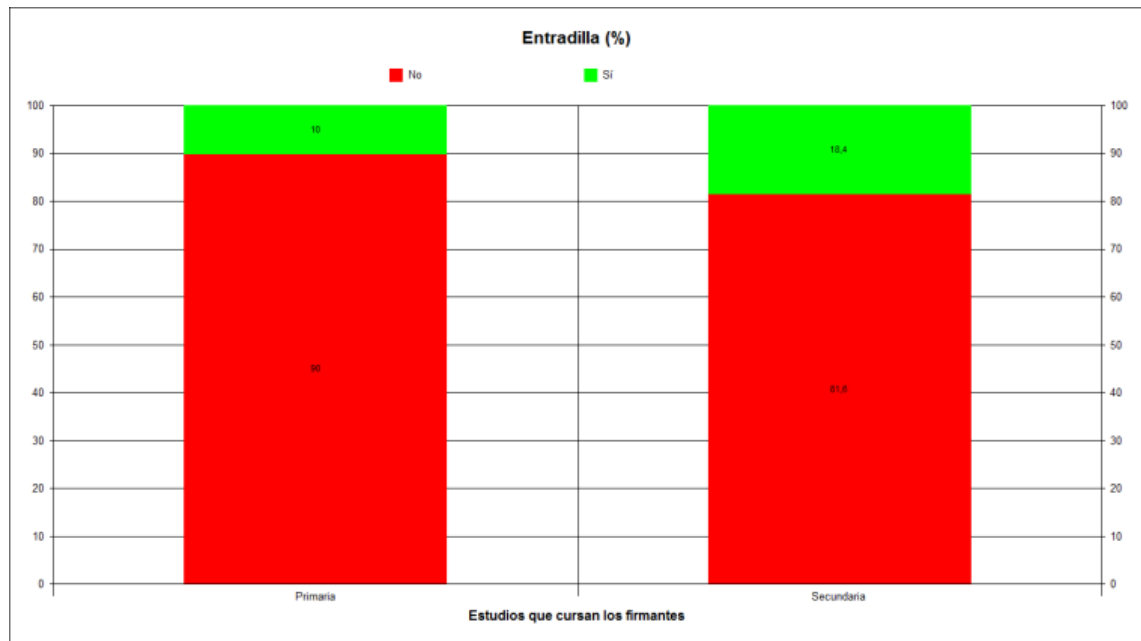


Tabla 4.64. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que los textos de la publicación contengan o no Pies de foto.

Pie de foto		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	237	58,66	182	62,76	55	48,25
2	Sí	167	41,34	108	37,24	59	51,75
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 7,1078 (p = 0,0077)

La proporción de ejemplares que incluyen pie de foto es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

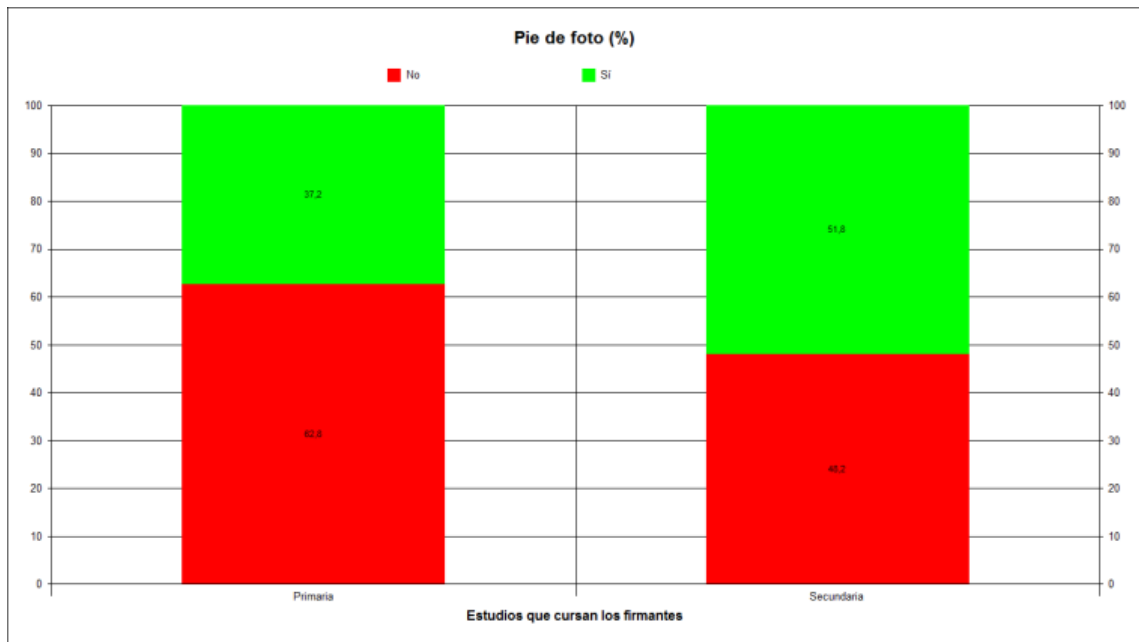


Tabla 4.65. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que los textos de la publicación contengan o no Ladillos.

Ladillos		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	373	92,33	277	95,52	96	84,21
2	Sí	31	7,67	13	4,48	18	15,79
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 14,7668 (p = 0,0001)

Aunque la presencia de ladillos no suele ser un aspecto formal característico de los ejemplares examinados, la proporción de aquellos que presentan esta propiedad es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

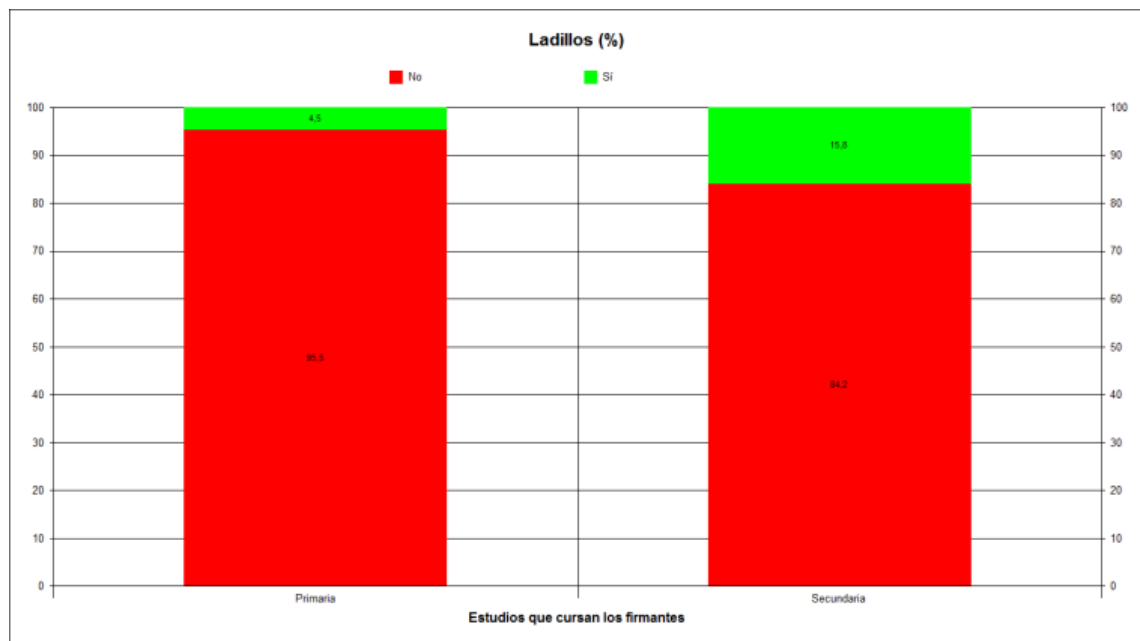
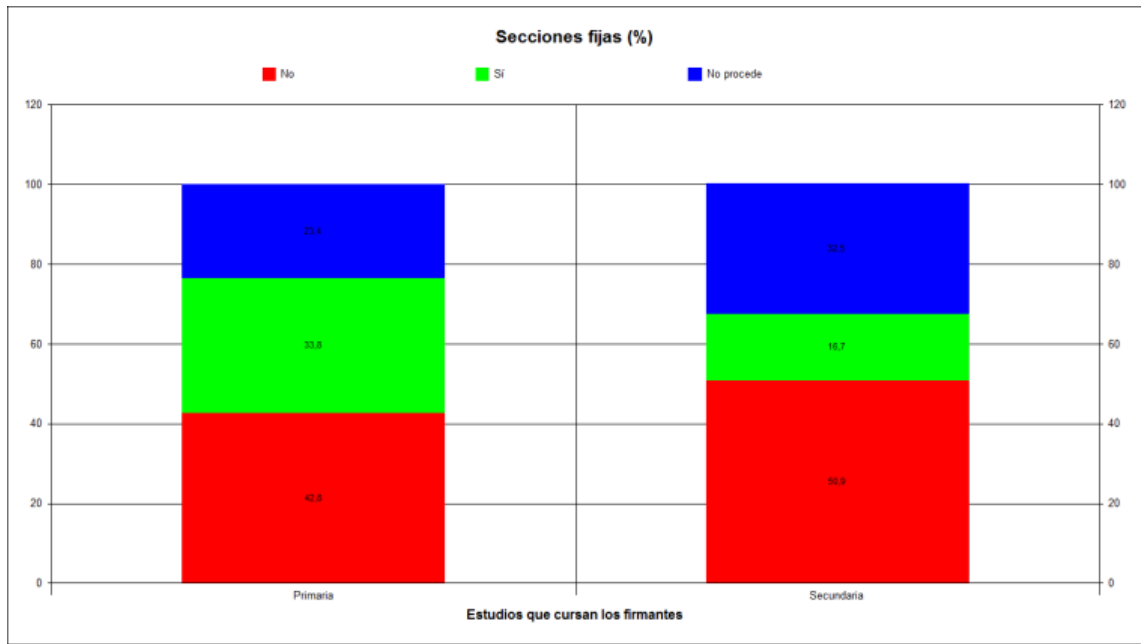


Tabla 4.66. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación contenga o no secciones fijas.

Secciones fijas		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	182	45,05	124	42,76	58	50,88
2	Sí	117	28,96	98	33,79	19	16,67
3	No procede	105	25,99	68	23,45	37	32,46
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 12,0401 (p = 0,0024)

La proporción de ejemplares con secciones fijas es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.



9.19. TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS DE DATOS VALORATIVOS. Pregunta n° 4

Para analizar las relaciones entre los datos valorativos y los estudios que cursan los firmantes -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 4.67. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación a que la publicación exprese su intención comunicativa.

Intención comunicativa		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Alumnos	37	9,16	29	10,00	8	7,02
2	Padres y otros agentes educativos	110	27,23	90	31,03	20	17,54
3	NS/NC	257	63,61	171	58,97	86	75,44
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 9,7554 (p = 0,0076)

Aunque en los ejemplares examinados es difícil entrever intención comunicativa, la proporción de aquellos que presentan esta característica referida a alumnos o padres y familiares es mayor en las publicaciones de los alumnos de primaria.

Tabla 4.68. Tabulación cruzada de los estudios que cursan los firmantes en relación la clasificación que se ha hecho de las publicaciones.

Clasificación		Total muestra		Estudios que cursan los firmantes			
				Primaria		Secundaria	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Alumnos	53	13,12	53	18,28	0	0,00
2	Alumnos y docentes	142	35,15	113	38,97	29	25,44
3	Docentes y otros	63	15,59	33	11,38	30	26,32
4	Comunidad	146	36,14	91	31,38	55	48,25
	TOTAL	404	100,00	290	100,00	114	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 43,2434 (p = 0,0000)

Diferencias significativas en la Pregunta número 4

4/ ¿Hay alguna diferencia significativa entre las publicaciones realizadas por los alumnos de Primaria y los de Secundaria?

1/ Aunque los ejemplares examinados no dedican una gran atención a las *actividades del aula*, la proporción de los que se ocupan de ello es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

2/ La proporción de ejemplares con *contenido curricular* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

3/ La proporción de ejemplares que contienen *pasatiempos* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

4/ La proporción de ejemplares que contienen *entrevista* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

5/ Aunque el género no suele ser un contenido muy prolífero en los ejemplares examinados, la proporción de lo que abordan la *diferenciación de sexos (género)* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

6/ La proporción de ejemplares con *dibujos infantiles* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

7/ La proporción de ejemplares con *dibujos de adultos* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

8/ La proporción de ejemplares con *dibujos profesionales* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

9/ La proporción de ejemplares con *fotos de adultos* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

10/ La proporción de ejemplares con *fotografías profesionales* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

11/ La proporción de ejemplares con *maqueta previa* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

12/ La proporción de ejemplares con *Registro de Identidad* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

13/ La proporción de ejemplares que presentan *columnas* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

14/ El *recuadro* es un recurso formal poco utilizado en los ejemplares evaluados, pero la proporción de aquellos que presentan esta propiedad formal es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

15/ La *entradilla* no es una propiedad formal muy cuidada en los ejemplares examinados, pero la proporción de aquellos que contemplan este aspecto es mayor en las publicaciones de alumnos de Secundaria.

16/ La proporción de ejemplares que incluyen *pie de foto* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

17/ Aunque la presencia de *ladillos* no suele ser un aspecto formal característico de los ejemplares examinados, la proporción de aquellos que presentan esta propiedad es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

18/ La proporción de ejemplares con *secciones fijas* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

19/ La proporción de ejemplares en los que consta una organización jerárquica es mayor en las publicaciones de alumnos de Secundaria.

20/ La proporción de ejemplares en los que intervienen *redactores ajenos a las actividades del aula* se es mayor en las publicaciones protagonizadas por los alumnos de Secundaria.

21/ La proporción de ejemplares en la que intervienen *redactores ajenos a la institución educativa* es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

22/ La proporción de ejemplares con participación de *redactores ajenos al aula* es mayor en las publicaciones a cargo de los alumnos de Secundaria.

23/ La proporción de ejemplares con *presencia de padres y familiares* en las publicaciones es mayor en aquellas que se corresponden con los alumnos de Primaria.

24/ La proporción de ejemplares en los que la publicación tiene carácter *mensual o bimestral* es mayor en los alumnos de Primaria.

25/ La proporción de ejemplares que expresan una intención comunicativa, referida a alumnos, padres y familiares es mayor en las publicaciones en las que intervienen alumnos de Primaria.

CONCLUSIÓN:

1/ La proporción de ejemplares en los que constan: *Organización jerárquica, redactores ajenos a las actividades el aula, al aula misma y ajenos a la institución educativa* es mayor en las publicaciones de alumnos de Secundaria.

2/ La proporción de ejemplares con participación de padres o familiares es mayor en las publicaciones de Primaria.

3/ Las categorías *Actividades del aula, Pasatiempos, Dibujos infantiles y Secciones fijas*, la proporción de los que se ocupan de ello es mayor en las publicaciones de los alumnos de Primaria.

4/ La proporción de ejemplares con las categorías: *Contenido curricular, Entrevista, Diferenciación de sexos (género), Dibujos de adultos, Dibujos profesionales, Fotos de adultos, Fotografías profesionales, Maqueta previa, Registro de Identidad, Columnas,*

Recuadro, Entradilla, Pie de foto, y Ladillos es mayor en las publicaciones de los alumnos de Secundaria.

5/ La proporción de ejemplares en los que consta la intención comunicativa referida a padres y familiares es mayor en las publicaciones protagonizadas por alumnos de Primaria.

INTERPRETACIÓN:

1/ Hay pocas sorpresas en lo que esperábamos de diferencias significativas entre las publicaciones correspondientes a alumnos de Primaria y de Secundaria. Si acaso, cabe destacar el predominio, en los niveles más bajos de estudios, la prevalencia de noticias en torno a las actividades del aula.

2/ En cuanto a los elementos que caracterizan a los periódicos convencionales, se registra, como no cabía esperar otra cosa, escasa presencia de elementos formales de segundo nivel (Registro de Identidad, Entradillas, Recuadros, Pie de fotos y Ladillos). Lo mismo que existencia de maquetas previas. Y, como cabía esperar, estos rasgos aparecen más fácilmente en las publicaciones de los alumnos de niveles superiores. No obstante, una característica consuetudinaria en la prensa convencional, las secciones fijas, se da más en las publicaciones de los alumnos de Primaria. El predominio en el nivel primario de espacios dedicados a los Pasatiempos parece confirmar la mayor presencia del juego en estos niveles de edad.

3/ En cuanto a los contenidos, entre las publicaciones de alumnos de Secundaria, hay mayor proporción de temas relacionados con el currículo. Interpretamos este dato como consecuencia de una mayor preocupación de estos jóvenes por su proceso de aprendizaje, más exigente en estos niveles probablemente. Igualmente, la mayor abundancia de entrevistas nos confirma el interés de los alumnos adolescentes por el conocimiento de las personas, lo que no es sino una búsqueda por encontrar modelos de convivencia que los ayude en su proceso de alcanzar la madurez social.

4/ No sorprende que haya en las publicaciones de alumnos de Secundaria mayor presencia de dibujos de adultos. De hecho, las capacidades de estos jóvenes en la copia de modelos se aproximan mucho a la habilidad del adulto en el dibujo, de manera que es muy difícil en ocasiones distinguir cuáles no lo son. Además, también se registra una mayor presencia de fotos de adultos y profesionales. En cuanto a la diferenciación de sexos, entendemos que estos jóvenes están siendo más sensibles que los de Primaria a la tendencia de hacer esta distinción en los medios de comunicación convencionales.

5/ Parece también lógico que se den en las publicaciones de alumnos de Secundaria trabajos y colaboraciones de adultos no pertenecientes al aula o la institución educativa. Entendemos este dato como propio de los jóvenes en mayor contacto y más fácil diálogo, no sólo con otros profesores no intervinientes en el aula, sino también con personas ajenas al ámbito meramente educativo.

6/ Señalamos como significativo el hecho de que los alumnos de Primaria expresen en sus publicaciones la intención de comunicar a las familias las informaciones y otros contenidos registrados en las publicaciones.

Pregunta número 5: ¿Se confirma la existencia de diferencias significativas entre los años de publicación y el uso de las técnicas de impresión?

9.20. ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS

Se realizó un análisis factorial de correspondencias, utilizando como variables dependientes las distintas técnicas de impresión y como predictora Año de Publicación que consta de 8 categorías que se corresponden con distintos intervalos de años, siendo el primero 1977 o anterior, y el último 2010 en adelante.

La inercia total del modelo fue del 63,36%. Se obtuvieron por defecto cuatro factores, de los cuales solo dos tienen una capacidad explicativa al nivel especificado del 5%. El primero explica la mayoría de la inercia del modelo 91.59%, y sus valores propios muestran para las categorías de la variable predictora un tendencia creciente con coeficientes comprendidos entre un -2.53 y 0.54. De éstas, la que explica mayor proporción de la inercia es el intervalo 1977-1982. Entre las variables dependientes, la técnica de impresión Multicopista es la que más contribuye a explicar la inercia de este factor (79,63%). El segundo explica un 6,9% de la inercia o varianza del modelo, y sus valores propios para las categorías de la variable predictora presentan una tendencia creciente con coeficientes comprendidos entre -0,74 y 3,47. De éstas, la que explica mayor proporción de la inercia es el intervalo superior a 2010. Entre las variables dependientes, la técnica de impresión que más contribuye a explicar la inercia de este factor es la imprenta.

La representación gráfica de los coeficientes permite comprobar una tendencia en los modos de impresión de la prensa escolar a través de los años, siendo al principio la multicopia la técnica de impresión preponderante, luego la fotocopia, que cada vez cede más terreno a la imprenta.

TABLA DE FRECUENCIAS

Tabla 5.1. Análisis factorial de correspondencias entre la variable técnicas de impresión y Años de publicación.								
Variables fila	año_C - (categorías)							
	1977 o menos	>1977 a <=1982	>1982 a <=1987	>1987 a <=1996	>1996 a <=2001	>2001 a <=2004	>2004 a <=2010	Más de 2010
IMPRESION -Fotocopia	0	4	1	18	71	126	14	7
IMPRESION -Imprenta	1	8	7	2	26	63	12	9
IMPRESION -Multicopista	21	41	18	3	7	8	0	0
IMPRESION -Offset	0	2	0	0	16	24	1	0

Ji cuadrado	323,1198
Suma de las frecuencias de la tabla	510
Inercia total (Ji cuadrado/Suma valores)	0,6336

Valores y vectores propios

Tabla 5.2. Análisis factorial de correspondencias entre las variables Valores y Factores.				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
Valor propio	0,5803	0,0389	0,0144	0,0000
% de varianza explicada	91,59%	6,14%	2,27%	0,00%
% acumulado	91,59%	97,73%	100,00%	100,00%
Vectores propios	-2,5337	-0,7457	0,4677	0,0259
	-1,8568	-0,0711	-0,3932	0,0213
	-1,7186	1,3619	0,0615	0,0264
	0,2828	-1,7889	4,1167	0,0519
	0,4689	-0,7761	-0,6148	-1,4058
	0,5207	0,0416	-0,2530	0,9741
	0,5900	2,0124	0,9425	-0,9218
	0,5478	3,4791	1,2070	-1,5823

Estudio de las columnas

Tabla 5.3. Análisis factorial de correspondencias entre la variable Años de publicación y los diferentes ejes.												
Variables columna	Eje 1			Eje 2			Eje 3			Eje 4		
	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada
1977 o menos	1,9301	0,9934	7,69	0,1470	0,0058	2,40	0,0561	0,0008	0,94	0,0000	0,0000	0,00
>1977 a <=1982	1,4144	0,9988	7,18	0,0140	0,0001	0,05	0,0472	0,0011	1,67	0,0000	0,0000	0,00

Tabla 5.3. Análisis factorial de correspondencias entre la variable Años de publicación y los diferentes ejes.

Variables columna	Eje 1			Eje 2			Eje 3			Eje 4		
	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada	Coordenada	Correlación	% inercia explicada
>1982 a <=1987	1,3092	0,9596	5,06	0,2685	0,0404	9,46	0,0074	0,0000	0,02	0,0000	0,0000	0,00
>1987 a <=1996	0,2155	0,1119	0,36	0,3527	0,3000	14,43	0,4939	0,5881	6,43	0,0000	0,0000	0,01
>1996 a <=2001	0,3572	0,8155	5,17	0,1530	0,1497	4,17	0,0738	0,0348	8,90	0,0001	0,0000	46,50
>2001 a <=2004	0,3967	0,9938	11,75	0,0082	0,0004	0,07	0,0304	0,0058	2,77	0,0001	0,0000	41,12
>2004 a <=2010	0,4495	0,5427	1,84	0,3968	0,4230	21,44	0,1131	0,0343	4,70	0,0000	0,0000	4,50
Más de 2010	0,4173	0,2615	0,94	0,6860	0,7070	37,97	0,1448	0,0315	4,57	-0,0001	0,0000	7,85

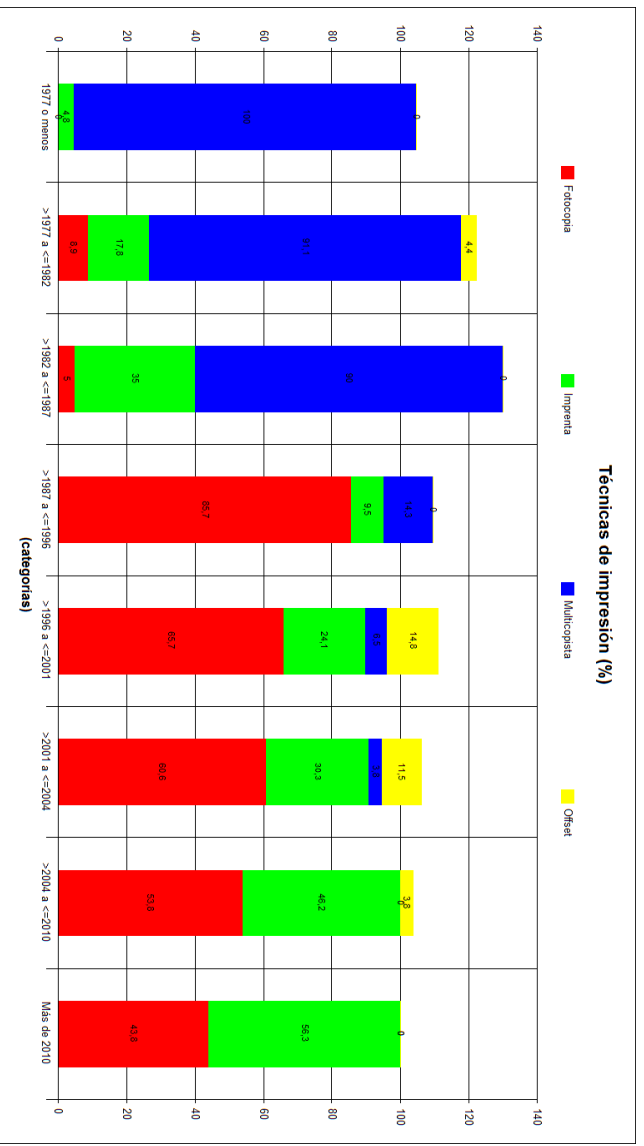
Estudio de las filas

Tabla 5.4. Análisis factorial de correspondencias entre la variable Técnicas de impresión y los diferentes ejes.

Variables fila	Eje 1			Eje 2			Eje 3			Eje 4		
	Coordenada	Correlación	inercia explicada	Coordenada	Correlación	inercia explicada	Coordenada	Correlación	inercia explicada	Coordenada	Correlación	inercia explicada
IMPRESIO -Fotocopia	0,4437	0,9079	16,04	-0,1181	0,0643	16,95	0,0776	0,0277	19,76	0,0000	0,0000	19,47
IMPRESIO -Imprenta	0,2200	0,3030	2,09	0,3323	0,6916	71,30	-0,0294	0,0054	1,51	0,0000	0,0000	1,54

Tabla 5.4. Análisis factorial de correspondencias entre la variable Técnicas de impresión y los diferentes ejes.

Variables fila	Eje 1			Eje 2			Eje 3			Eje 4	
	IMPRESIO -Multico-pista	IMPRESIO -Offset	inercia explicada	Coordenada	Correlación	inercia explicada	Coordenada	Correlación	Coordenada	Correlación	inercia explicada
Coordenada	-1,5508	0,3925	79,63	Coordenada	-0,2221	0,0084	Coordenada	-0,3664	0,0000	0,0000	0,14
Correlación	0,9991	0,4563	0,0009	Correlación	0,1461	10,70	Correlación	0,3976	0,0000	0,0000	0,14
inercia explicada	79,63	2,24	0,0000	inercia explicada	-0,0462	0,0084	inercia explicada	0,10	0,0000	0,0000	0,14



Representación gráfica de los dos primeros factores

Tabla 5.5. Tabulación cruzada de las variables Año de publicación y técnicas de impresión utilizadas.				
Variabes	Identificación de las variables	Código en el gráfico	Coordenada Eje 1	Coordenada Eje 2
Variables columna	(categorías) - 1977 o menos	A	-1,9301	-0,1470
	(categorías) - >1977 a <=1982	B	-1,4144	-0,0140
	(categorías) - >1982 a <=1987	C	-1,3092	0,2685
	(categorías) - >1987 a <=1996	D	0,2155	-0,3527
	(categorías) - >1996 a <=2001	E	0,3572	-0,1530
	(categorías) - >2001 a <=2004	F	0,3967	0,0082
	(categorías) - >2004 a <=2010	G	0,4495	0,3968
	(categorías) - Más de 2010	H	0,4173	0,6860
Variables fila	IMPRESIO-Fotocopia	1	0,4437	-0,1181
	IMPRESIO-Imprenta	2	0,2200	0,3323
	IMPRESIO-Multicopista	3	-1,5508	-0,0462
	IMPRESIO-Offset	4	0,3925	-0,2221

Pregunta número 6: ¿Hay alguna relación entre el número de páginas de la publicación y la cantidad de contenidos tratados?

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN LINEAL

Para responder a esta pregunta, se realizó un análisis de correlación simple entre las variables número de páginas y número de contenidos, que arrojó un coeficiente de correlación de Pearson de 0,3853, significativo al nivel especificado de 0,01. De tal manera que, a mayor número de páginas, mayor número de contenidos.

Tabla 6.1. Identificación de variables.	
Nº Identificación de las variables	
1	NUM_PAG - Número de páginas
2	NUMCONT -

Matriz de coeficientes de correlación simple

Tabla 6.2. Correlación simple entre las variables número de páginas y número de contenidos.		
Variables	NUM_PAG	NUMCONT
NUM_PAG	1,0000	0,3853
Nº de casos	465	465
p =	0,0000	0,0000
NUMCONT	0,3853	1,0000
Nº de casos	465	465
p =	0,0000	0,0000

Como puede comprobarse en la tabla 6.2, no hay ninguna correlación significativa entre el número de páginas y el número de contenidos incluidos en cada publicación.

Pregunta número 7: ¿Existe alguna relación significativa entre el número de páginas de que consta cada publicación y el número de alumnos intervinientes en ella?

ANÁLISIS DE CORRELACIÓN LINEAL

Se efectuó un análisis de correlación simple entre las variables número de firmas, número de alumnos redactores y número de páginas, obteniéndose una matriz de correlaciones significativas de carácter positivo al nivel especificado del 0,01. Es decir, a mayor número de firmas, más alumnos redactores con $r=0,5840$ y más número de páginas con $r= 0,5190$.

Tabla 7.1. Identificación de las variables.	
	NUMFIRMA -
	ALUM RED -
	NUM PAG - Número de páginas

7.2. Matriz de coeficientes de correlación simple.			
Variables	NUMFIRMA	ALUM_RED	NUM_PAG
NUMFIRMA	1,0000	0,5640	0,5190
p =	0,0000	0,0000	0,0000
ALUM_RED	0,5640	1,0000	0,1565
p =	0,0000	0,0000	0,0007
NUM_PAG	0,5190	0,1565	1,0000
p =	0,0000	0,0007	0,0000

En la tabla 7.2 puede apreciarse la inexistencia de cualquier relación entre el número de páginas de cada publicación y el número de alumnos participantes en la misma.

Pregunta número 8: ¿Existe diferencia significativa entre el tipo de publicación (periódico o revista) y las diferentes categorías incluidas en el análisis?

TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS

Para analizar las relaciones entre los datos de identidad y los tipos de prensa -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 8.1. Tabulación cruzada de valores medios.					
Nº variable	Denominación	Total muestra	Tipo de publicación		F de Snedecor
			Periódico	Revista	
11	Número de firmas	26,3118 n = 465	26,0155 n = 194	26,5240 n = 271	F(1,463) = 0,0579 p = 0,8102
12	Número de alumnos redactores	10,3935 n = 465	12,4021 n = 194	8,9557 n = 271	F(1,463) = 6,4993 p = 0,0112
23	Número de páginas	27,4065 n = 465	21,0619 n = 194	31,9483 n = 271	F(1,463) = 48,0782 p = 0,0000
57	Número de contenidos	12,5118 n = 465	11,7784 n = 194	13,0369 n = 271	F(1,463) = 7,0083 p = 0,0085
59	Número de fotos	11,6258 n = 465	7,0979 n = 194	14,8672 n = 271	F(1,463) = 12,5896 p = 0,0004
60	Número de ilustraciones	31,5486 n = 463	25,5876 n = 194	35,8476 n = 269	F(1,461) = 15,1259 p = 0,0001

Excepto para el caso del número de firmas, para el resto se han obtenido diferencias significativas entre el periódico y la revista escolar.

Los periódicos escolares, a diferencias de las revistas de la misma índole, tienen un mayor número de alumnos redactores. Por su parte, las revistas escolares, en comparación con los periódicos, tienen mayor número de páginas, contenidos, fotos e ilustraciones.

Tabla 8.2. Tabulación cruzada entre entidad de municipio y tipo de prensa.

Municipio según población en el que se difunde la publicación.		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	>500 mil	62	13,33	29	16,48	33	11,42
2	>200 mil a <500 mil	24	5,16	19	10,80	5	1,73
3	>100 mil a <200 mil	36	7,74	9	5,11	27	9,34
4	>50 mil a <100 mil	34	7,31	10	5,68	24	8,30
5	>20 mil a <50 mil	71	15,27	28	15,91	43	14,88
6	<20 mil	238	51,18	81	46,02	157	54,33
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

Ji cuadrado con 5 grados de libertad = 24,6211 (p = 0,0002)

La proporción de ejemplares editados por colegio situados en municipios de menos de 20 mil habitantes es mayor en otras publicaciones.

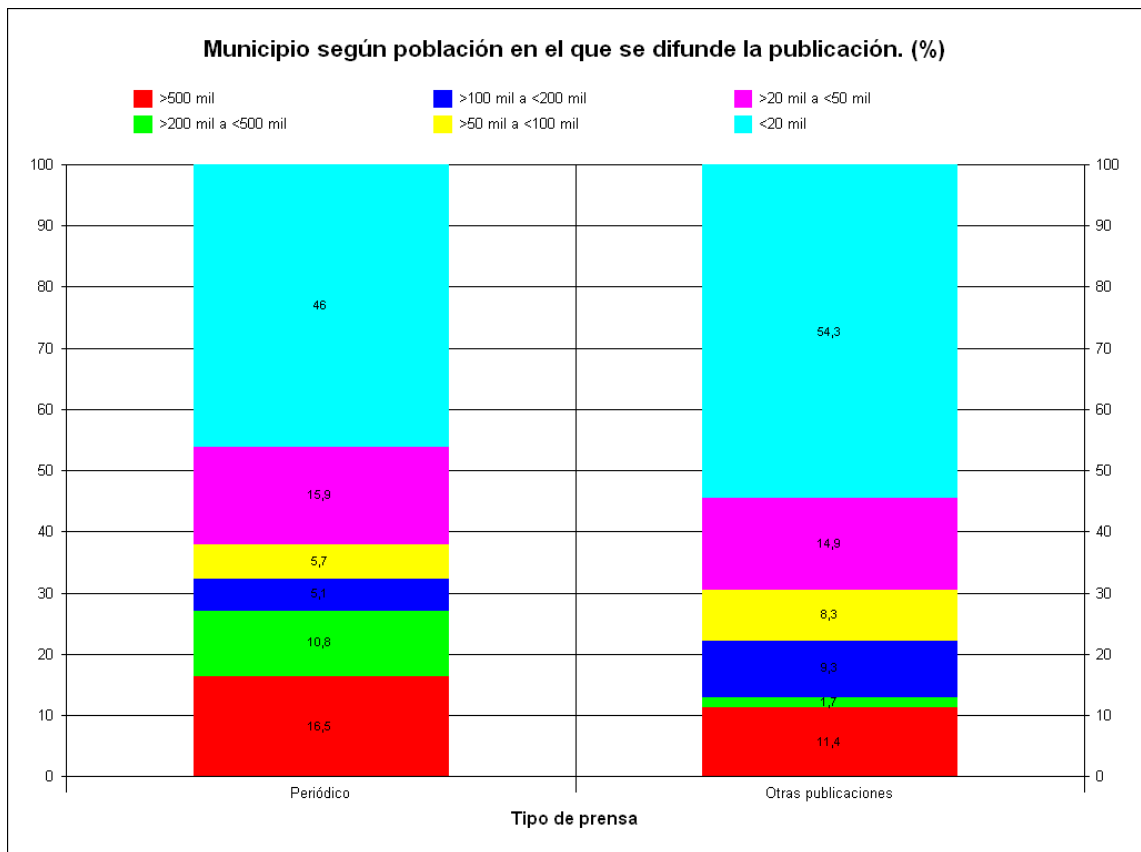


Tabla 8.3. Tabulación cruzada de las variables entre Trimestre escolar y tipo de prensa.							
Trimestre escolar en el que se publica		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	1er trimestre	113	24,30	45	25,57	68	23,53
2	2º trimestre	96	20,65	47	26,70	49	16,96
3	3er y 4º trimestre	189	40,65	67	38,07	122	42,21
4	NS/NC	67	14,41	17	9,66	50	17,30
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 10,1195 (p = 0,0176)

La mayoría de los ejemplares se editan en el último trimestre del curso. No obstante, la proporción de ejemplares editados en el segundo trimestre es mayor en el caso de las publicaciones que se autodenominan periódicos.

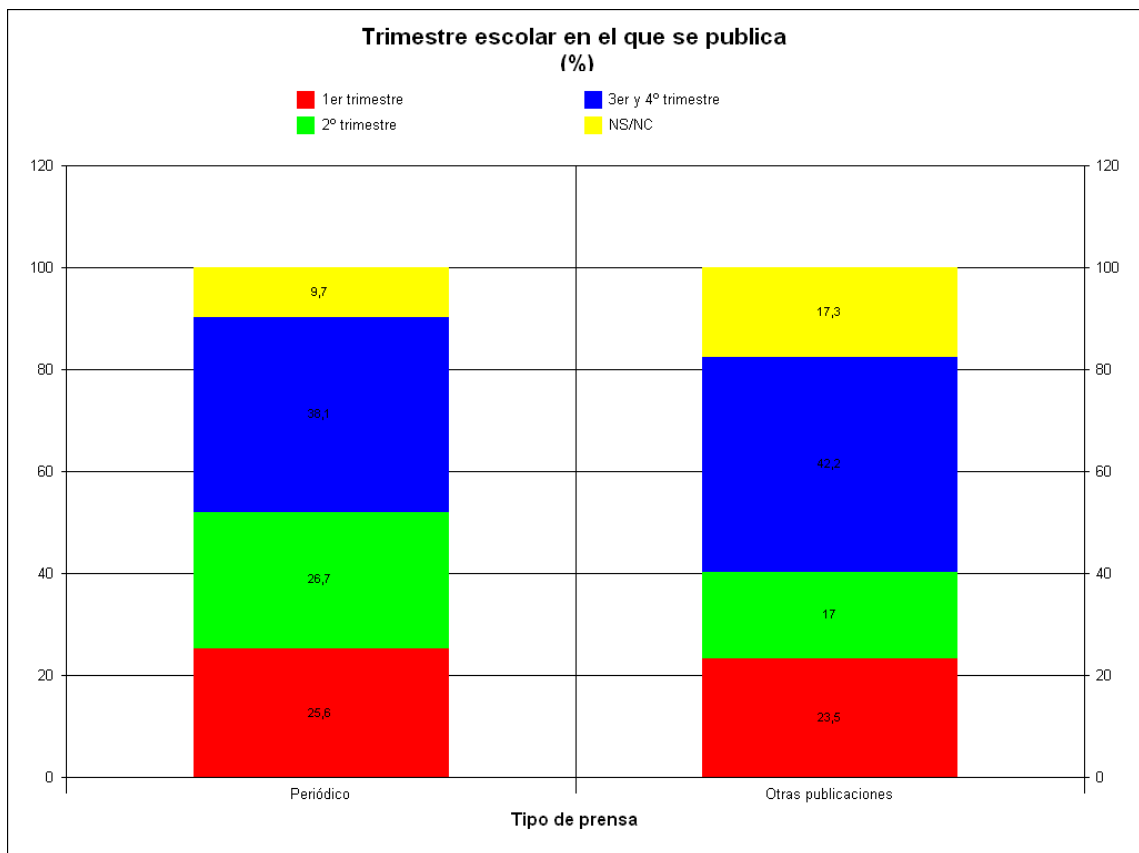


Tabla 8.4. Tabulación cruzada de las variables entre Año de publicación y tipo de prensa.							
Año de publicación		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	>1973 y <=1989	91	19,57	77	43,75	14	4,84
2	>=1990 y <=2004	328	70,54	82	46,59	246	85,12
3	>04	46	9,89	17	9,66	29	10,03
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

χ^2 cuadrado con 2 grados de libertad = 107,6423 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares editados entre 1990 y 2004 es mayor en el caso de otras publicaciones. Sin embargo, la proporción de ejemplares editados anteriormente pertenecen mayoritariamente a la categoría periódicos.

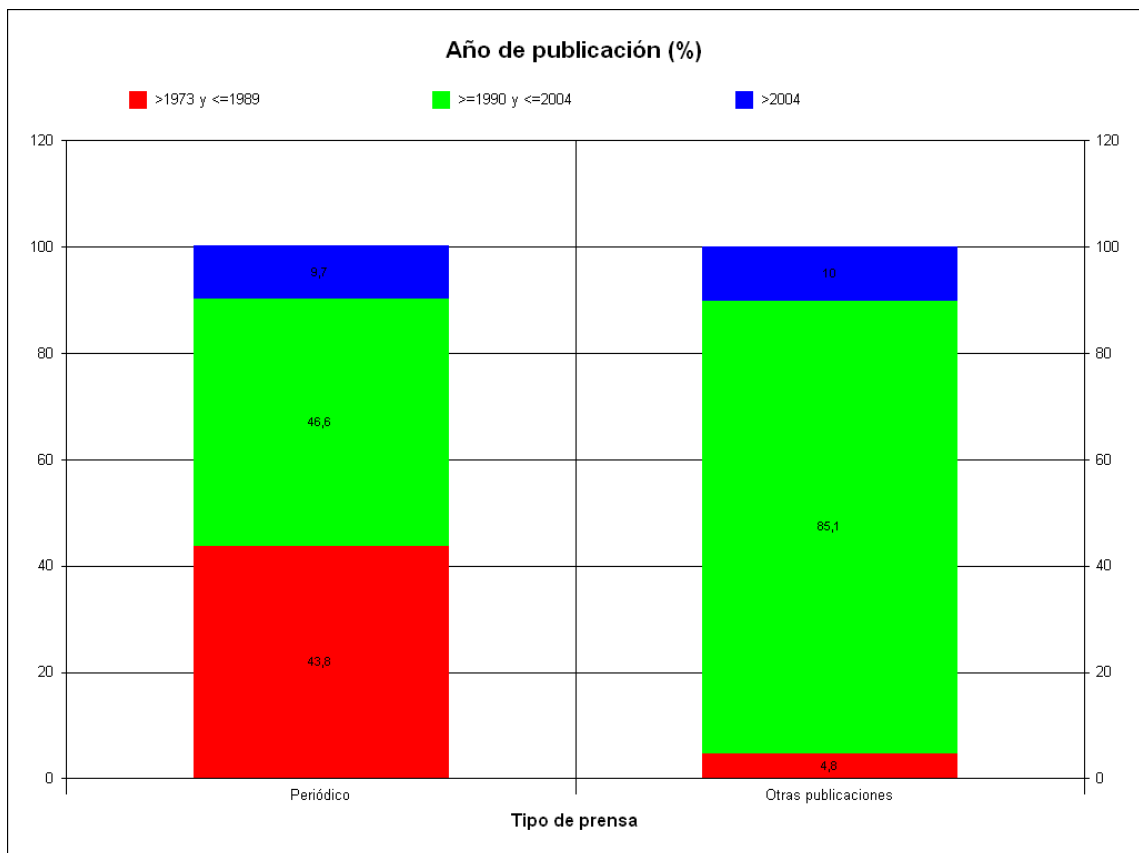


Tabla 8.5. Tabulación cruzada de las variables entre Enseñanzas que se imparten en el centro y tipo de prensa.							
Enseñanzas que se imparten en el Centro		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Básica	335	72,04	158	89,77	177	61,25
2	Secundaria y otras	130	27,96	18	10,23	112	38,75
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 44,1966 (p = 0,0000)

Los ejemplares editados en centros de primaria mayoritariamente son clasificados como periódicos, mientras que los que se editan en centros de Secundaria mayoritariamente son clasificados en otras publicaciones.

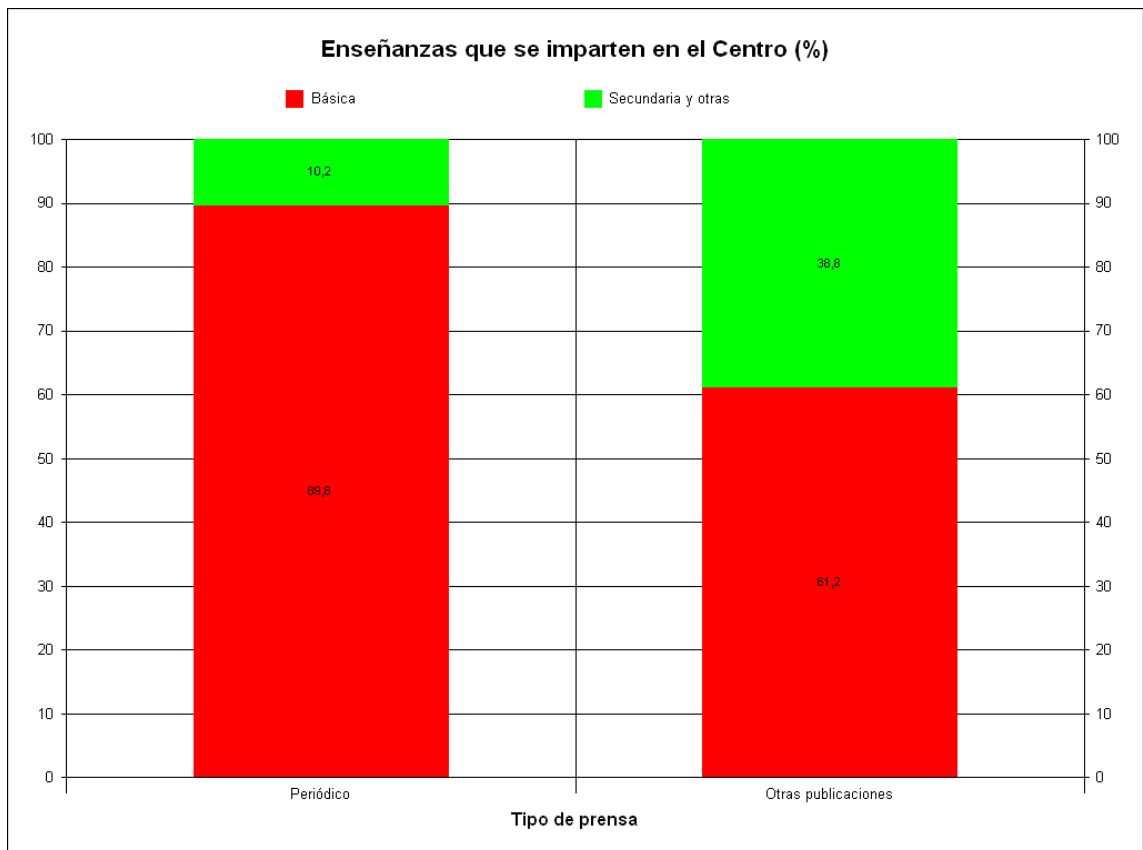


Tabla 8.6. Tabulación cruzada de las variables entre Titularidad del centro y tipo de prensa.							
Titularidad del Centro		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Privada	29	6,24	16	9,09	13	4,50
2	Pública	436	93,76	160	90,91	276	95,50
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 3,9455 (p = 0,0470)

La proporción de ejemplares publicados como periódicos es mayor en los Centros privados.

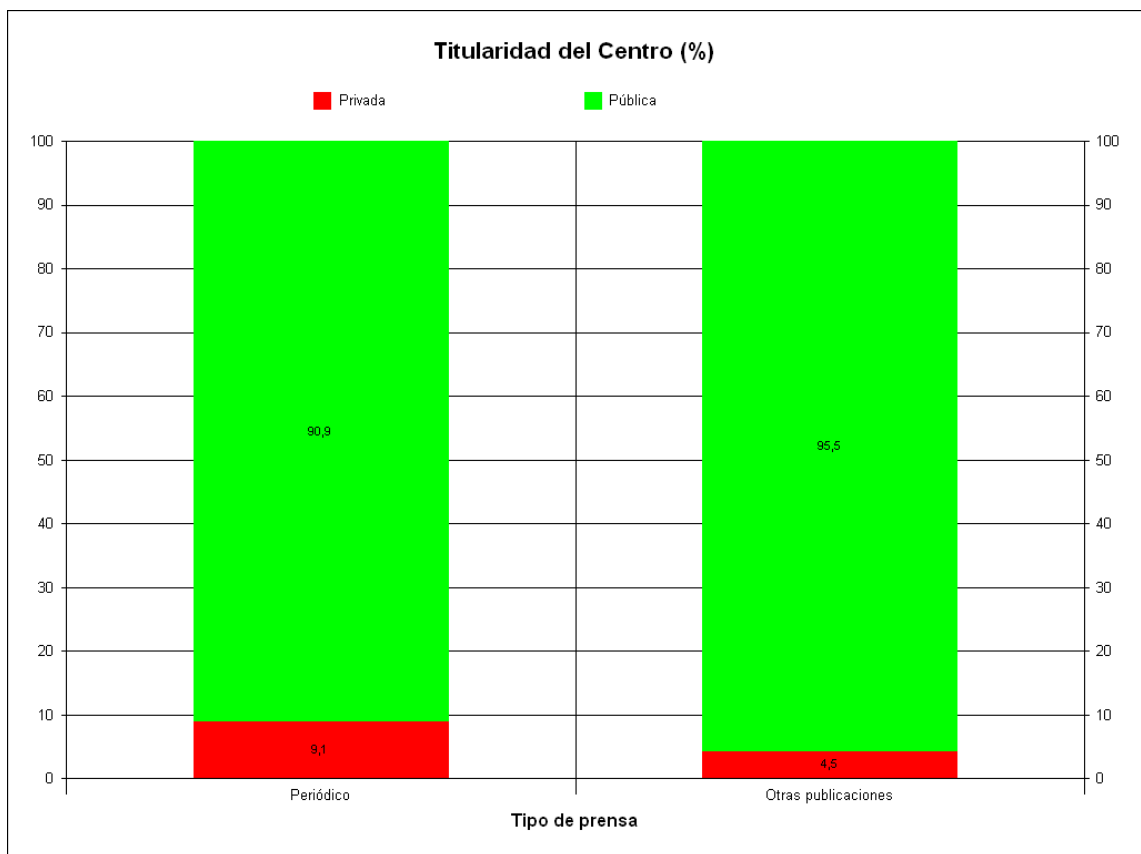
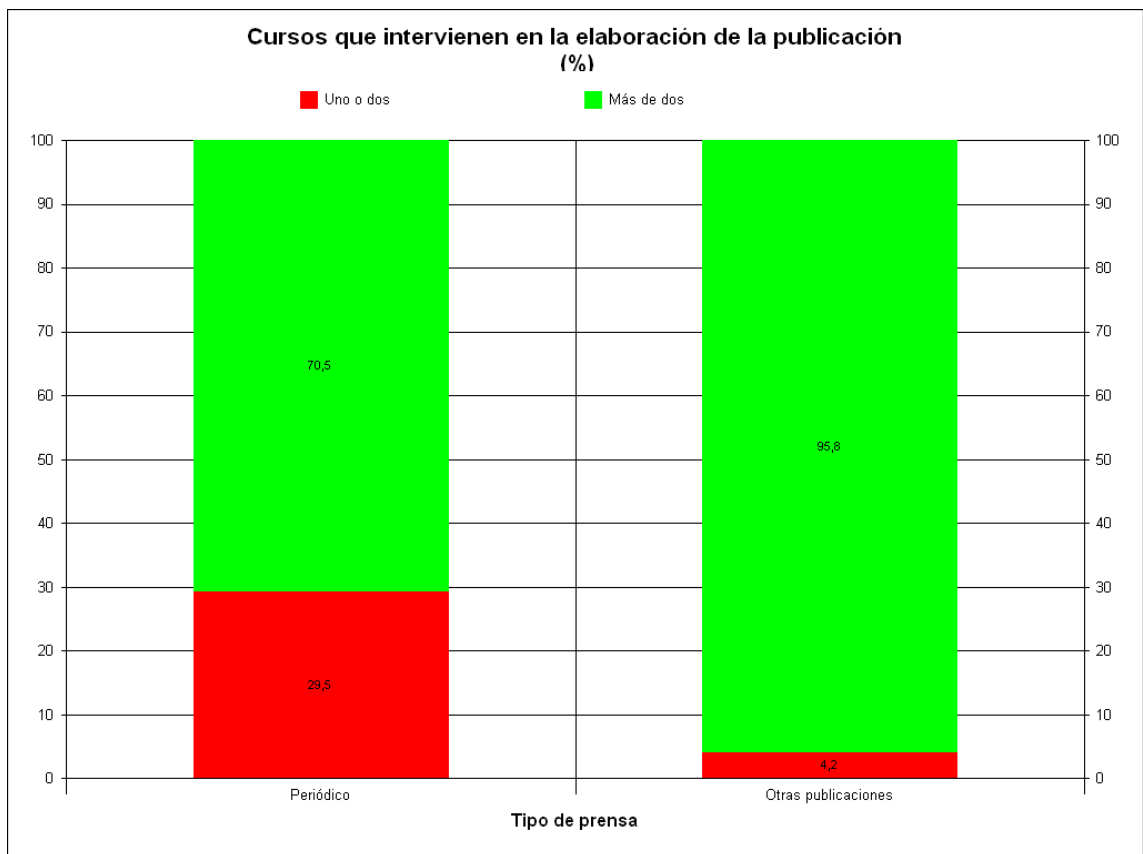


Tabla 8.7. Tabulación cruzada de las variables entre Cursos que intervienen en la publicación y tipo de prensa.							
Cursos que intervienen en la elaboración de la publicación		Total muestra		Tipo de prensa			
				Periódico		Otras publicaciones	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Uno o dos	64	13,76	52	29,55	12	4,15
2	Más de dos	401	86,24	124	70,45	277	95,85
	TOTAL	465	100,00	176	100,00	289	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 59,4257 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares editados por uno o dos cursos es mayor en el caso de los periódicos.



TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS

Para analizar las relaciones entre los datos de carácter organizativo y el tipo de publicaciones -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 8.8. Tabulación cruzada de las variables entre titularidad del centro y tipo de prensa.							
Organización Jerárquica		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	238	51,18	80	41,24	158	58,30
2	Sí	227	48,82	114	58,76	113	41,70
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 13,1782 (p = 0,0003)

La proporción de ejemplares con organización jerárquica es mayor en las publicaciones definidas como periódicos escolares.

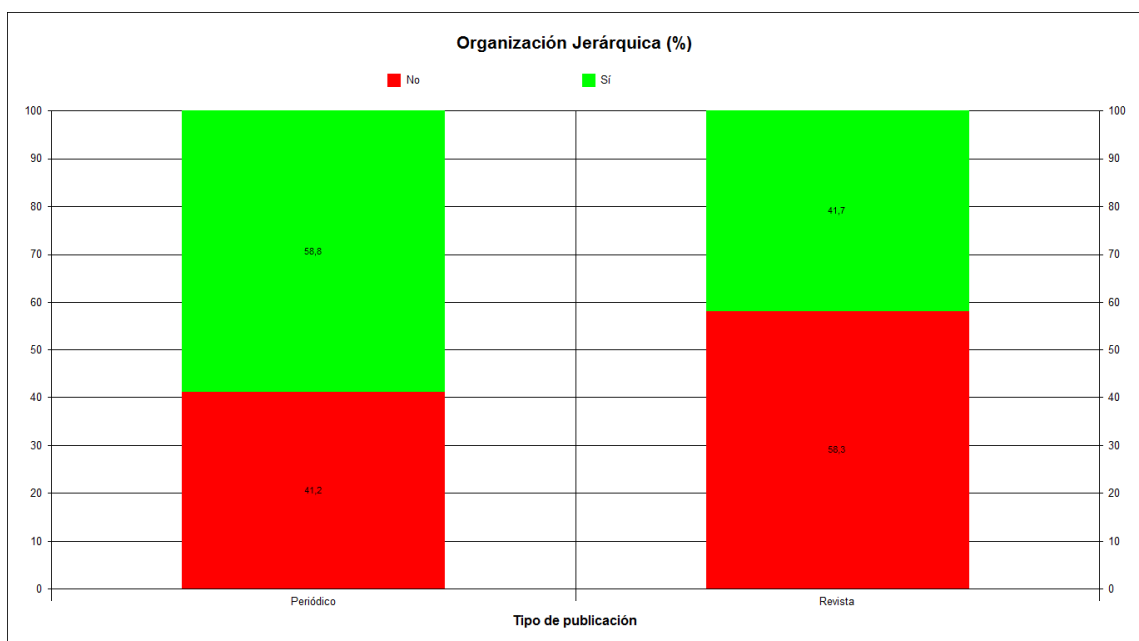


Tabla 8.9. Tabulación cruzada de las variables Redactores ajenos al trabajo del aula y tipo de prensa.

Redactores ajenos al trabajo de aula		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	112	24,09	79	40,72	33	12,18
2	Sí	353	75,91	115	59,28	238	87,82
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 50,3822 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con redactores ajenos al aula es mayor en las revistas escolares.

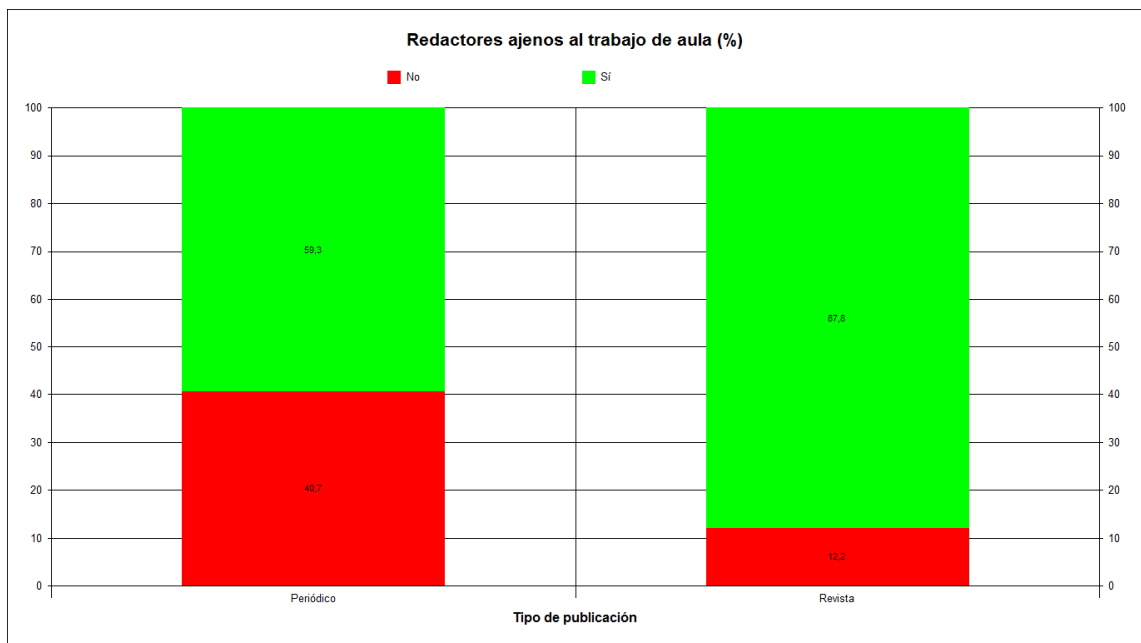


Tabla 8.9. Tabulación cruzada de las variables Redactores ajenos a la institución educativa y tipo de prensa.							
Redactores ajenos a la institución educativa		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	222	47,84	117	60,31	105	38,89
2	Sí	242	52,16	77	39,69	165	61,11
	TOTAL	464	100,00	194	100,00	270	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 20,7573 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con redactores ajenos a la institución es mayor en las revistas escolares.

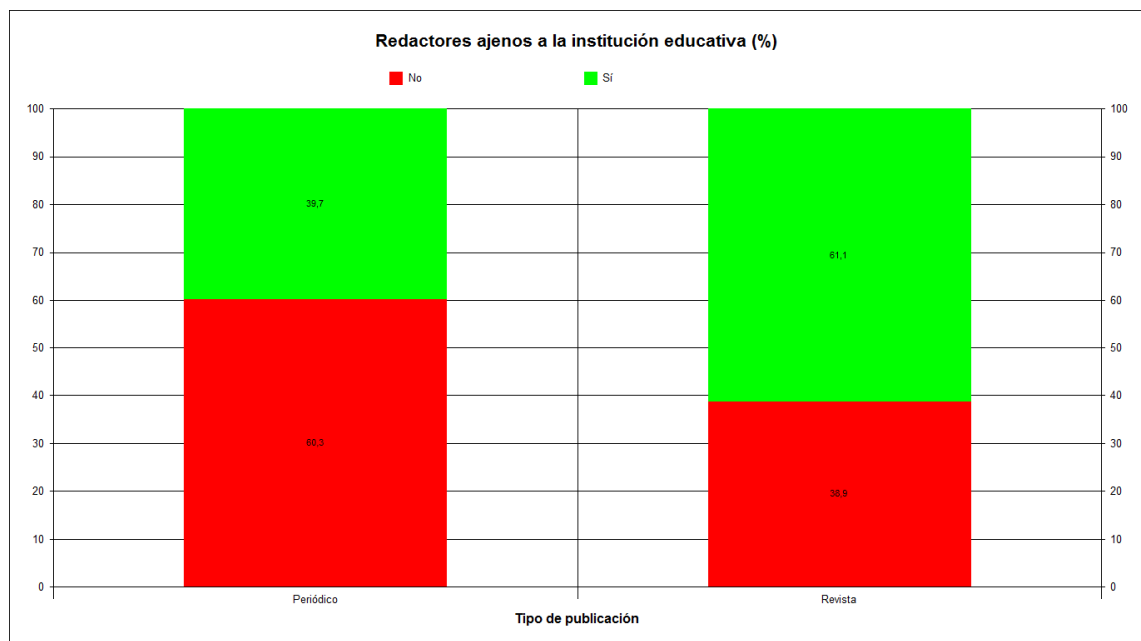


Tabla 8.9. Tabulación cruzada de las variables Redactores ajenos a la institución educativa y tipo de prensa.							
Perfil de los redactores ajenos al aula (respuestas múltiples)		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Personal docente sin acción directa o de otro centro	69	14,84	19	9,79	50	18,45
2	Personal no docente del centro	22	4,73	5	2,58	17	6,27
3	Padres y familiares de alumnos	126	27,10	51	26,29	75	27,68
4	Otros	130	27,96	26	13,40	104	38,38
5	NS/NC	221	47,53	114	58,76	107	39,48
	TOTAL	568	(465)	215	(194)	353	(271)

Ji cuadrado con 4 grados de libertad = 40,9555 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares en cuya elaboración han participado redactores ajenos a la educación (otros) es mayor en las revistas escolares

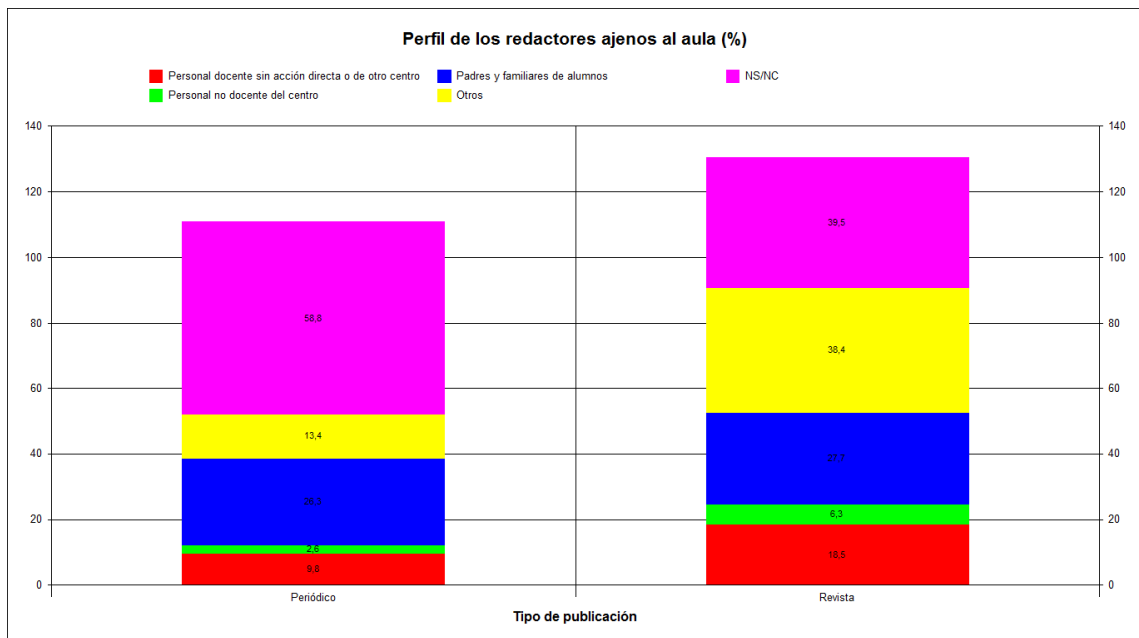


Tabla 8.11. Tabulación cruzada de las variables Periodicidad de la publicación y tipo de prensa.							
Periodicidad		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra	Frecuen- cias	% s/ muestra
1	Mensual o bimensual	77	16,56	60	30,93	17	6,27
2	Trimestral o cuatrimestral	41	8,82	12	6,19	29	10,70
3	Otra	29	6,24	12	6,19	17	6,27
4	NS/NC	318	68,39	110	56,70	208	76,75
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 50,7666 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares que se editan con una periodicidad de un mes o dos es mayor en los periódicos escolares, y la proporción de aquellos que no informan de la periodicidad es mayor en las revistas escolares.

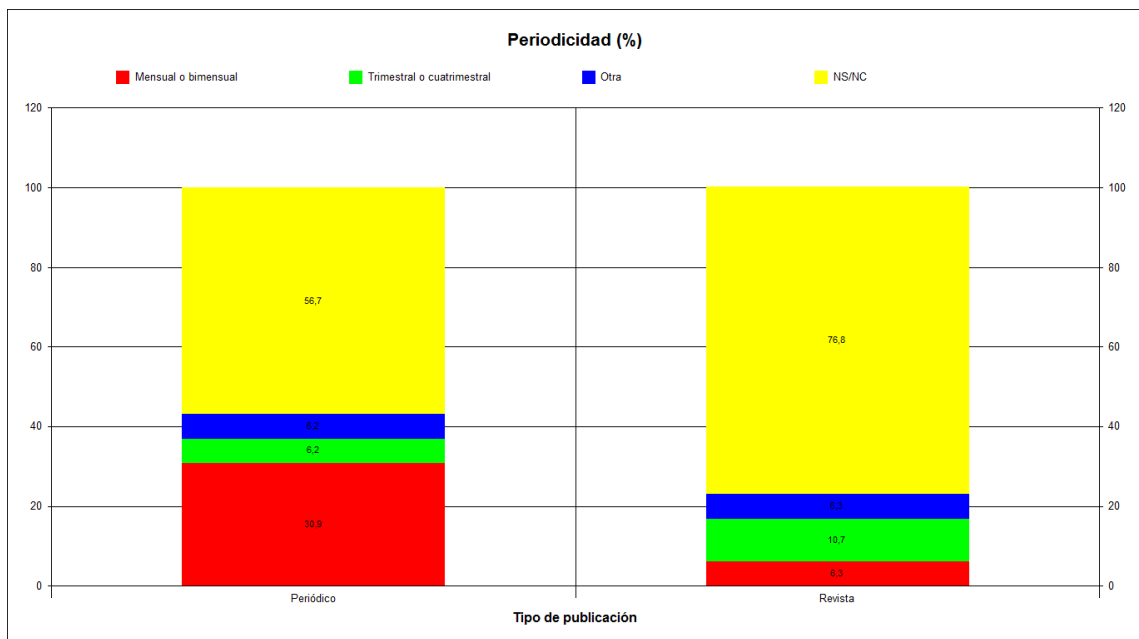


Tabla 8.12. Tabulación cruzada entre la variable existencia o no de Taller de prensa en el centro y tipo de prensa.							
Taller de prensa		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	424	91,38	180	92,78	244	90,37
2	Sí	40	8,62	14	7,22	26	9,63
	TOTAL	464	100,00	194	100,00	270	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 0,8345 (p = 0,3610)

No es estadísticamente significativo

TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS

Para analizar las relaciones entre los datos de contenidos y los tipos de publicación -ambas variables-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa se ha limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 8.13. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Información local en la publicación y tipo de prensa.							
Información local		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	217	46,67	74	38,14	143	52,77
2	Sí	248	53,33	120	61,86	128	47,23
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 9,7140 (p = 0,0018)

La proporción de ejemplares que contienen información local es mayor en los periódicos escolares.

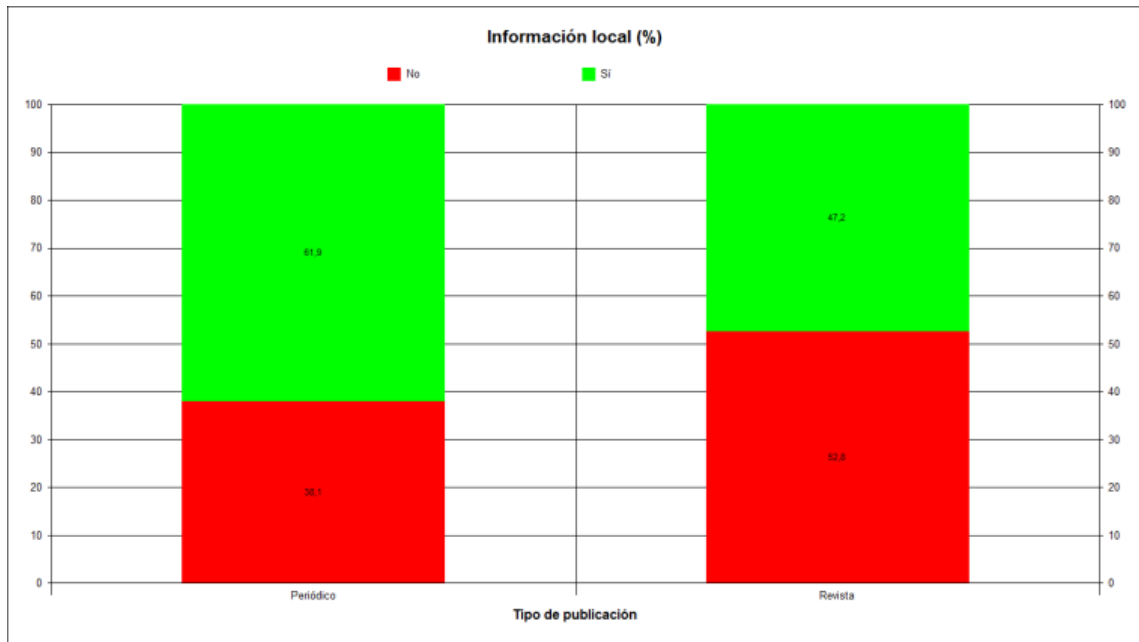


Tabla 8.14. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Información Nacional en la publicación y tipo de prensa.

Información Nacional		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	381	81,94	146	75,26	235	86,72
2	Sí	84	18,06	48	24,74	36	13,28
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 10,0288 (p = 0,0015)

Aunque lo más habitual es que los ejemplares examinados no proporcionen información nacional, la proporción de aquellos que lo hacen es mayor en los periódicos escolares.

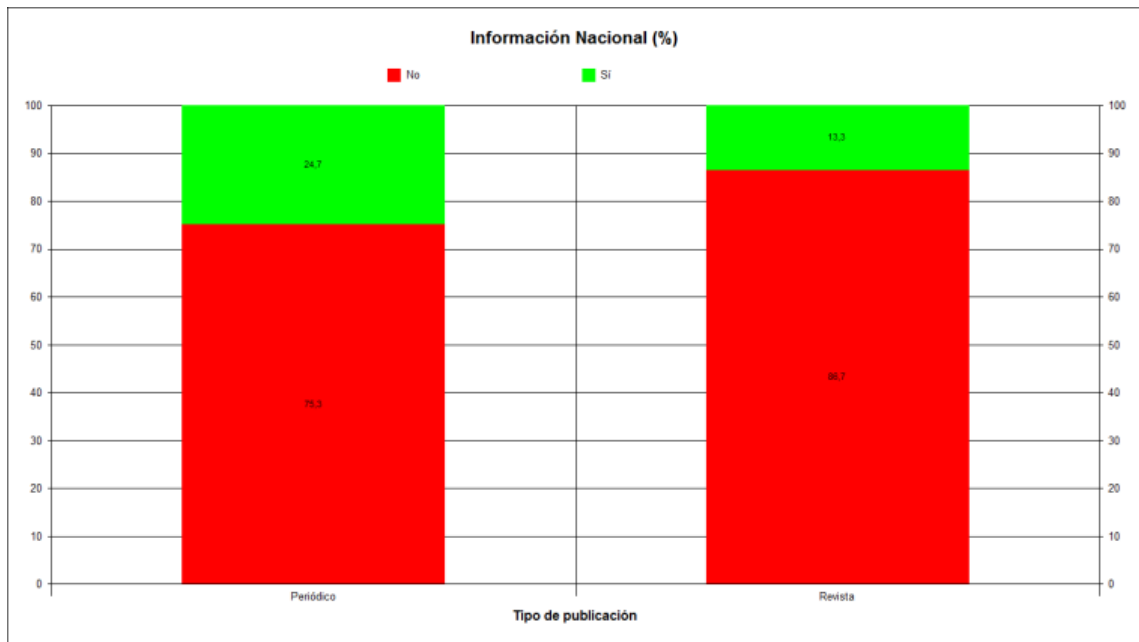


Tabla 8.15. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Información sobre actividades en el aula en la publicación y tipo de prensa.

Actividades aula		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	382	82,15	148	76,29	234	86,35
2	Sí	83	17,85	46	23,71	37	13,65
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 7,8005 ($p = 0,0052$)

Aunque no es habitual que los ejemplares examinados den cuenta de las actividades del aula, la proporción de aquellos que abordan este tema es mayor en los periódicos escolares.

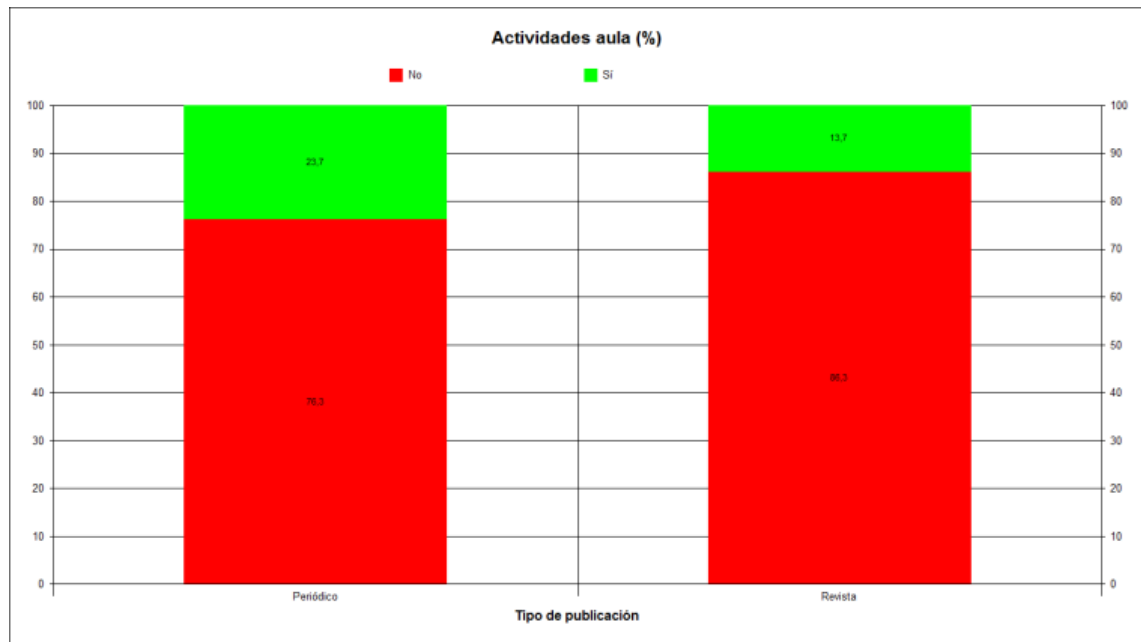


Tabla 8.16. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Información local en la publicación y tipo de prensa.

Actividades del centro		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	152	32,69	76	39,18	76	28,04
2	Sí	313	67,31	118	60,82	195	71,96
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 6,3665 (p = 0,0116)

La proporción de ejemplares que se ocupan de las actividades del centro es mayor en las Revistas escolares.

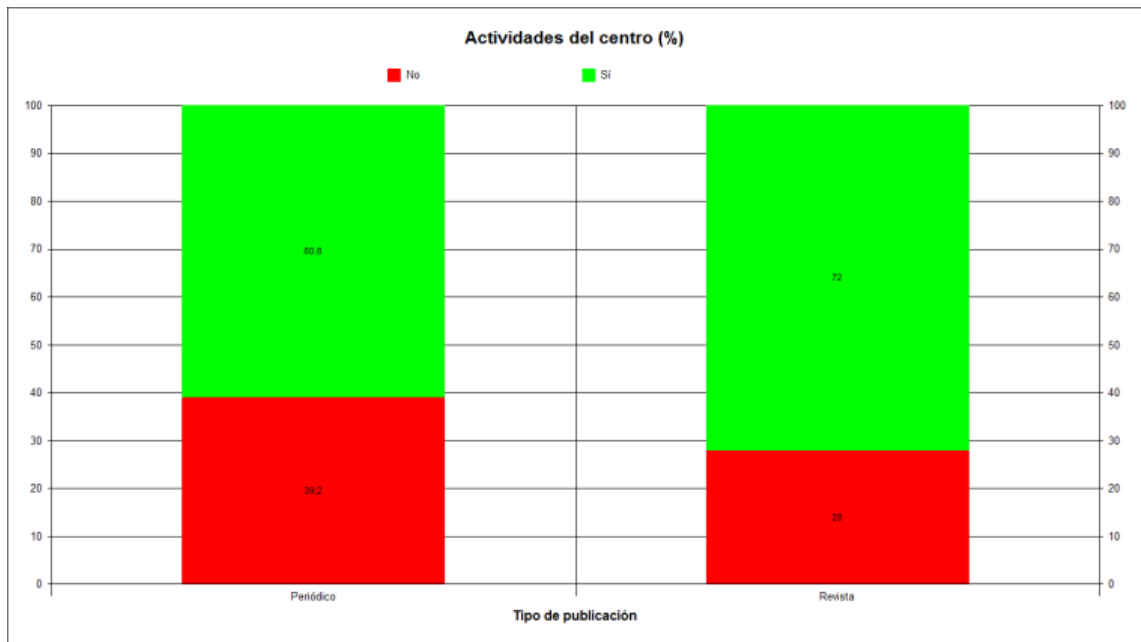


Tabla 8.17. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de espacios dedicados a la educación en la publicación y tipo de prensa.

Educación		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	274	58,92	134	69,07	140	51,66
2	Sí	191	41,08	60	30,93	131	48,34
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 14,1618 (p = 0,0002)

La proporción de ejemplares que se ocupan de la Educación es mayor en las revistas escolares.

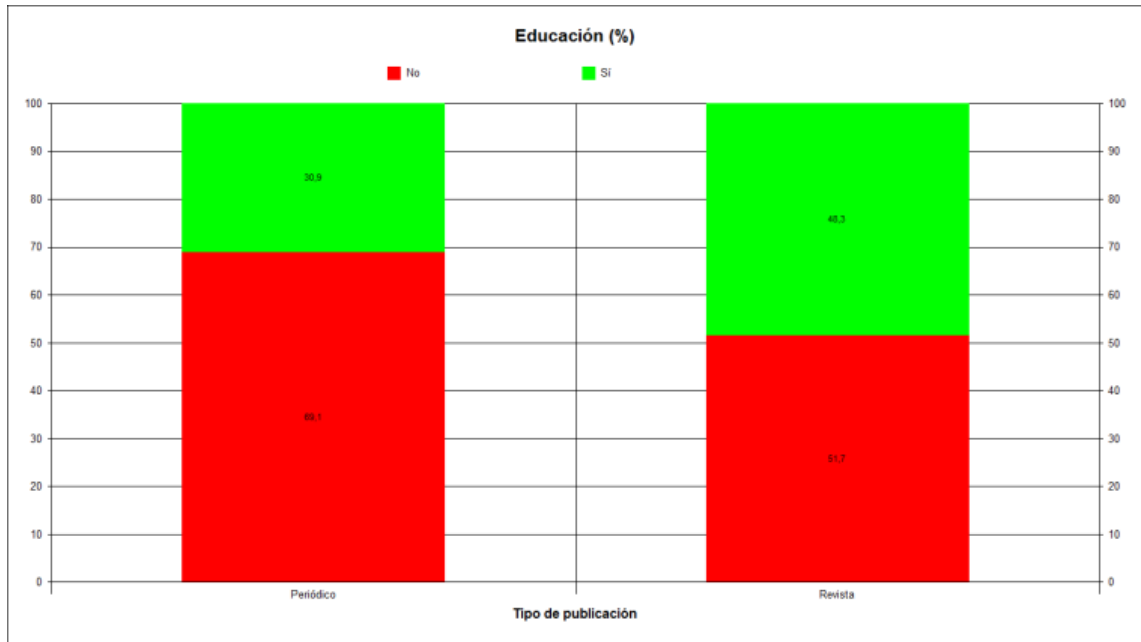


Tabla 8.18. Tabulación cruzada de las variables existencia o no en la publicación de espacios de Opinión, y tipo de prensa.

Opinión		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	108	23,23	59	30,41	49	18,08
2	Sí	357	76,77	135	69,59	222	81,92
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 9,6414 (p = 0,0019)
 No es estadísticamente significativo

Tabla 8.19. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Mensaje institucional del centro en la publicación y tipo de prensa.

Mensaje institucional del centro		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	229	49,25	113	58,25	116	42,80
2	Sí	236	50,75	81	41,75	155	57,20
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 10,7880 (p = 0,0010)

La proporción de ejemplares que incluyen mensajes institucionales del centro educativo es mayor en las revistas escolares.

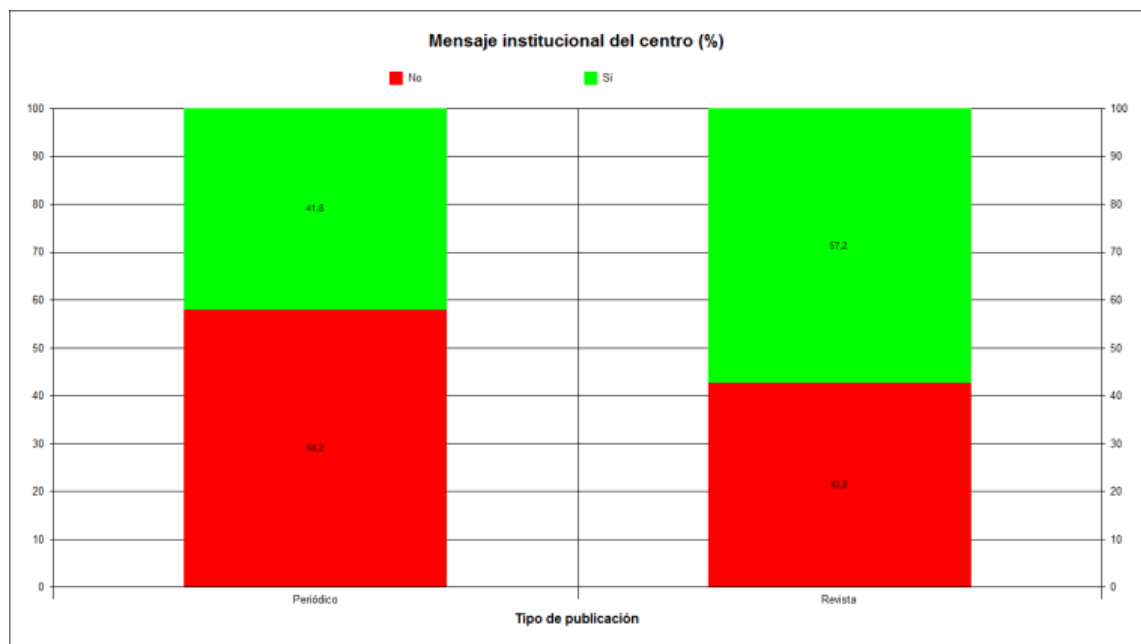


Tabla 8.20. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Información sobre Excursiones en la publicación y tipo de prensa.

Excursiones		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	242	52,04	118	60,82	124	45,76
2	Sí	223	47,96	76	39,18	147	54,24
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 10,2856 (p = 0,0013)

La proporción de ejemplares que se ocupan de excursiones es mayor en las revistas escolares.

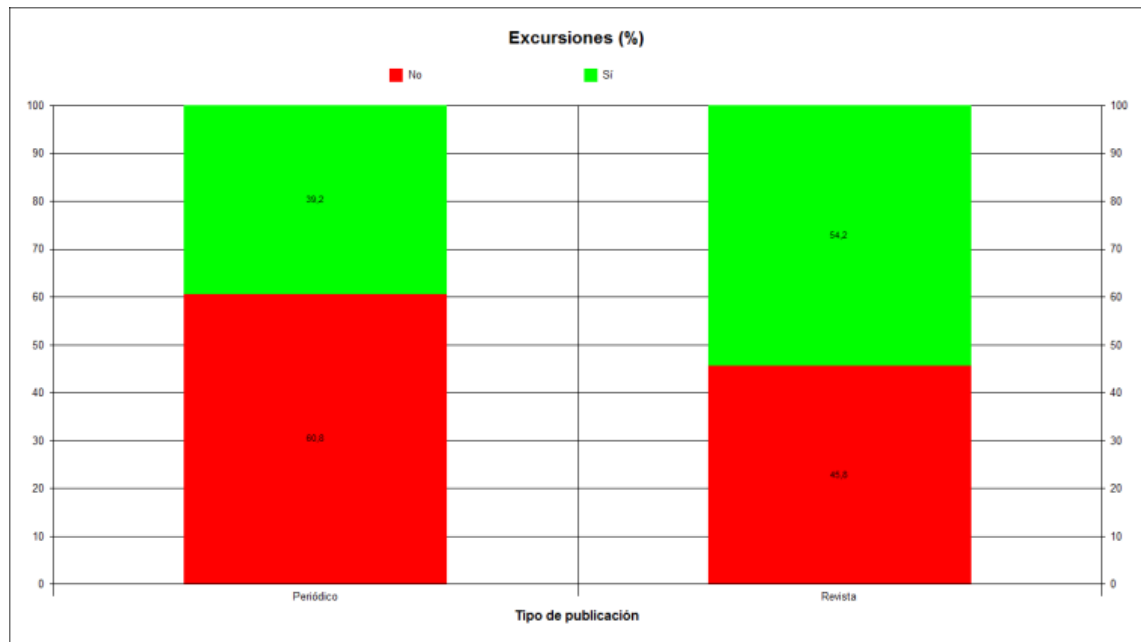


Tabla 8.21. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Redacciones en la publicación y tipo de prensa.

Redacciones		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	129	27,74	68	35,05	61	22,51
2	Sí	336	72,26	126	64,95	210	77,49
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 8,8726 (p = 0,0029)

La proporción de ejemplares que incluyen redacciones es mayor en las revistas escolares.

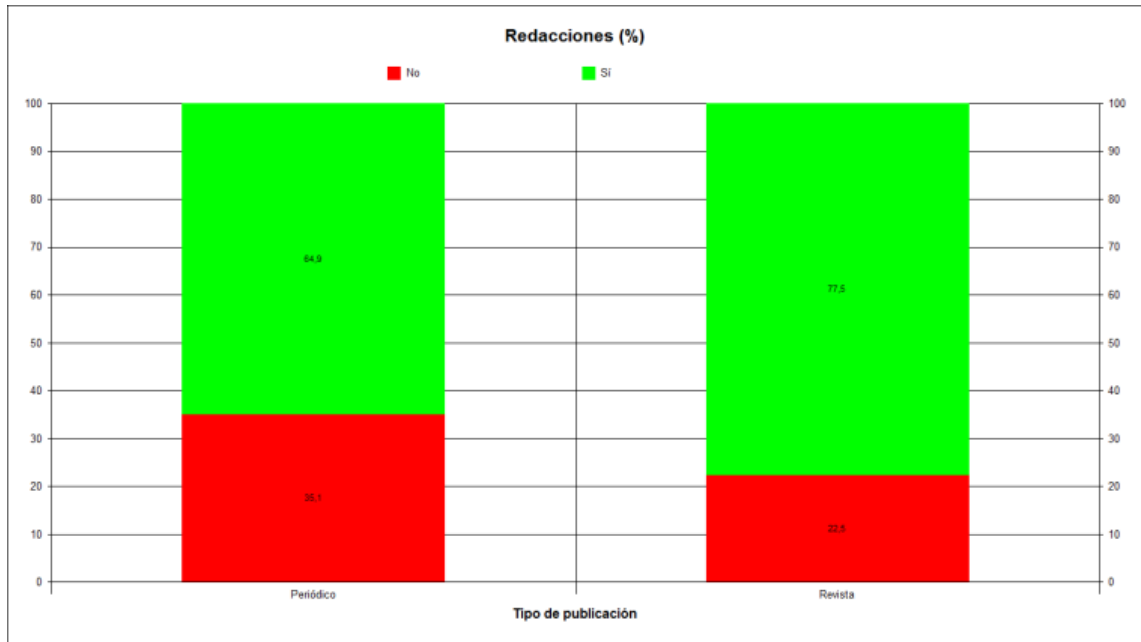


Tabla 8.22. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Poemas de los alumnos en la publicación y tipo de prensa.

Poemas alumnos		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	193	41,51	96	49,48	97	35,79
2	Sí	272	58,49	98	50,52	174	64,21
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 8,7293 (p = 0,0031)

La proporción de ejemplares que incluyen poemas de los alumnos es mayor en las revistas escolares.

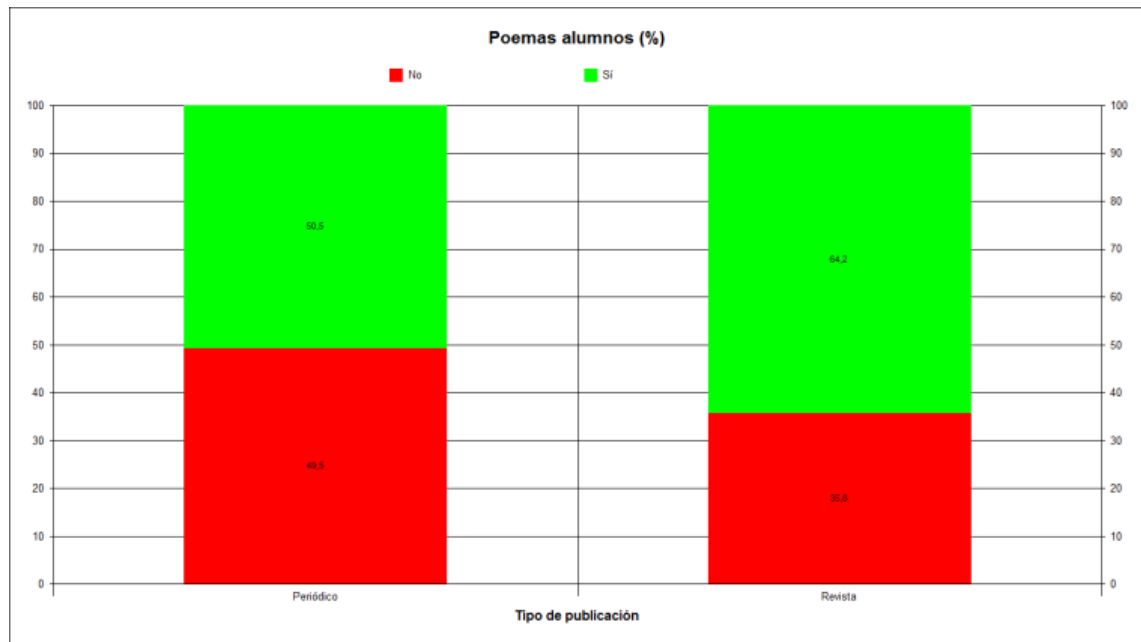


Tabla 8.23. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de información de actividades sobre la Lectura en la publicación y tipo de prensa.

Actividades sobre las lecturas		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	304	65,38	140	72,16	164	60,52
2	Sí	161	34,62	54	27,84	107	39,48
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 6,7772 (p = 0,0092)

La proporción de ejemplares que incluyen actividades sobre la lectura es mayor en las revistas escolares.

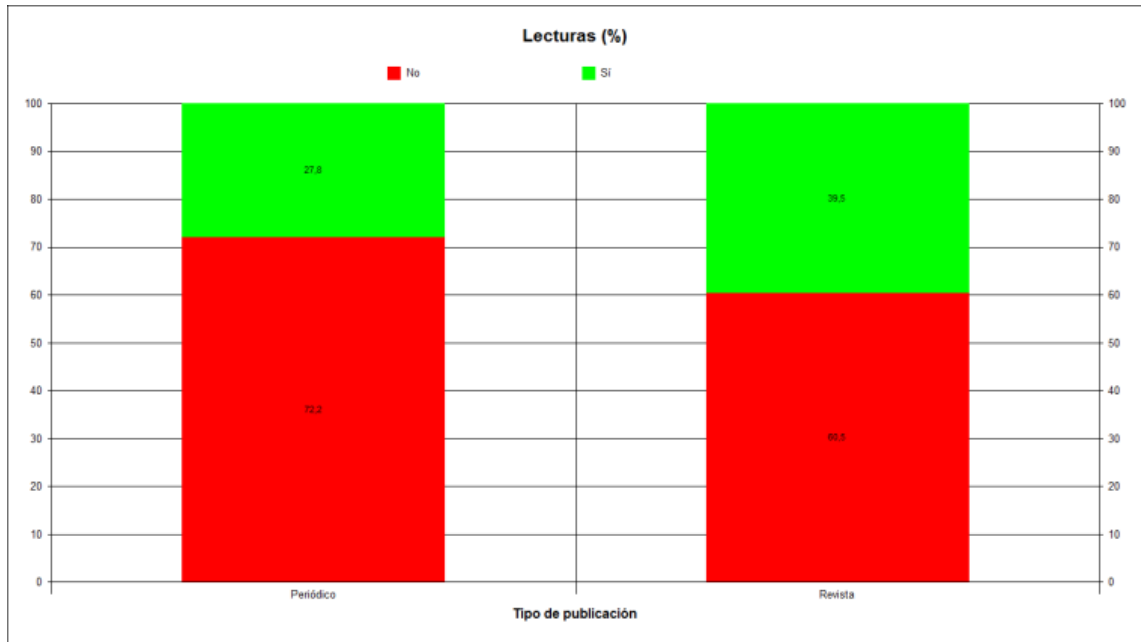


Tabla 8.24. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de espacios dedicados al Humor en la publicación y tipo de prensa.

Humor		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	266	57,20	93	47,94	173	63,84
2	Sí	199	42,80	101	52,06	98	36,16
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 11,6750 (p = 0,0006)

La proporción de ejemplares que contienen humor es mayor en los periódicos escolares.

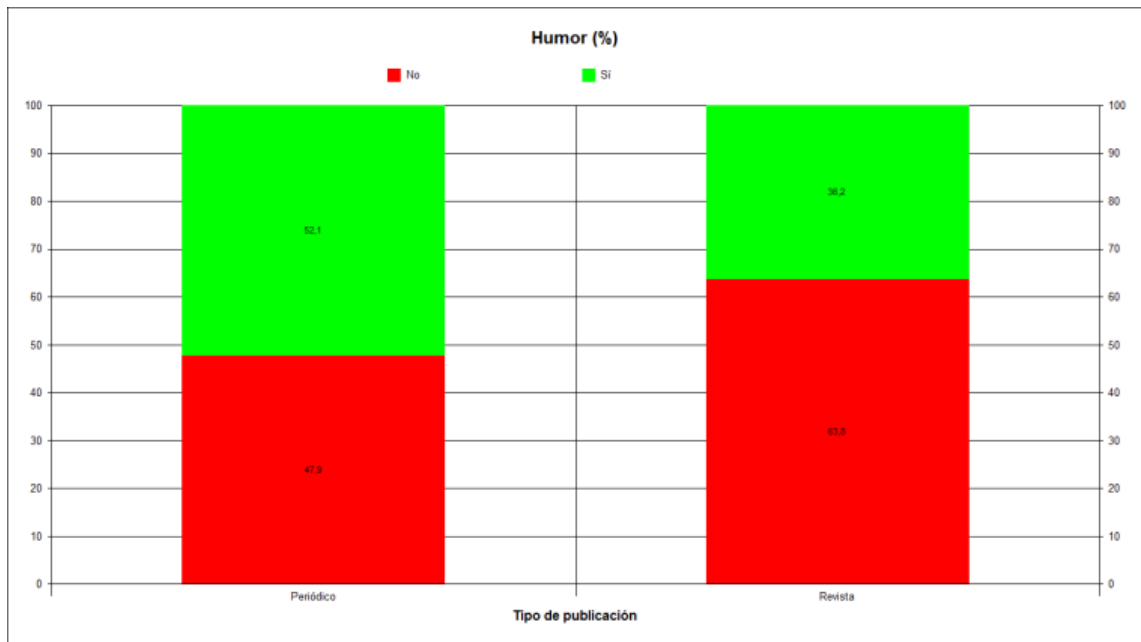


Tabla 8.25. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Cómics en la publicación y tipo de prensa.

Cómics		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	336	72,26	160	82,47	176	64,94
2	Sí	129	27,74	34	17,53	95	35,06
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 17,3316 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares que contienen cómics es mayor en las revistas escolares.

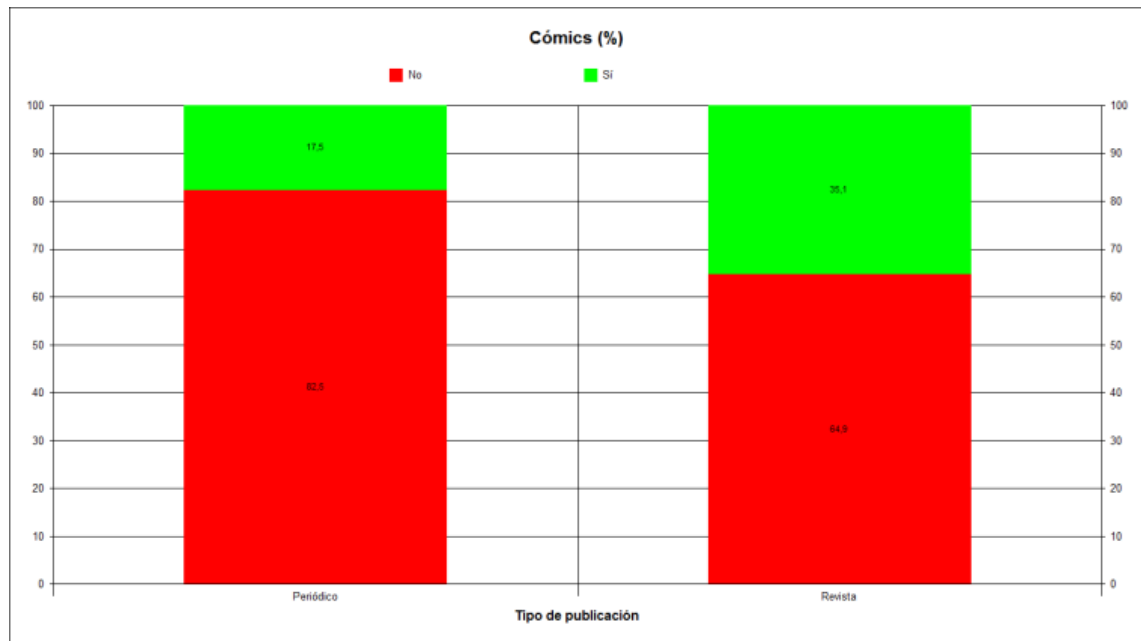


Tabla 8.26. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Espacios dedicados a la salud en la publicación y tipo de prensa.

Salud		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	354	76,13	163	84,02	191	70,48
2	Sí	111	23,87	31	15,98	80	29,52
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 11,4076 (p = 0,0007)

La proporción de ejemplares que contienen noticias de salud es mayor en las revistas escolares.

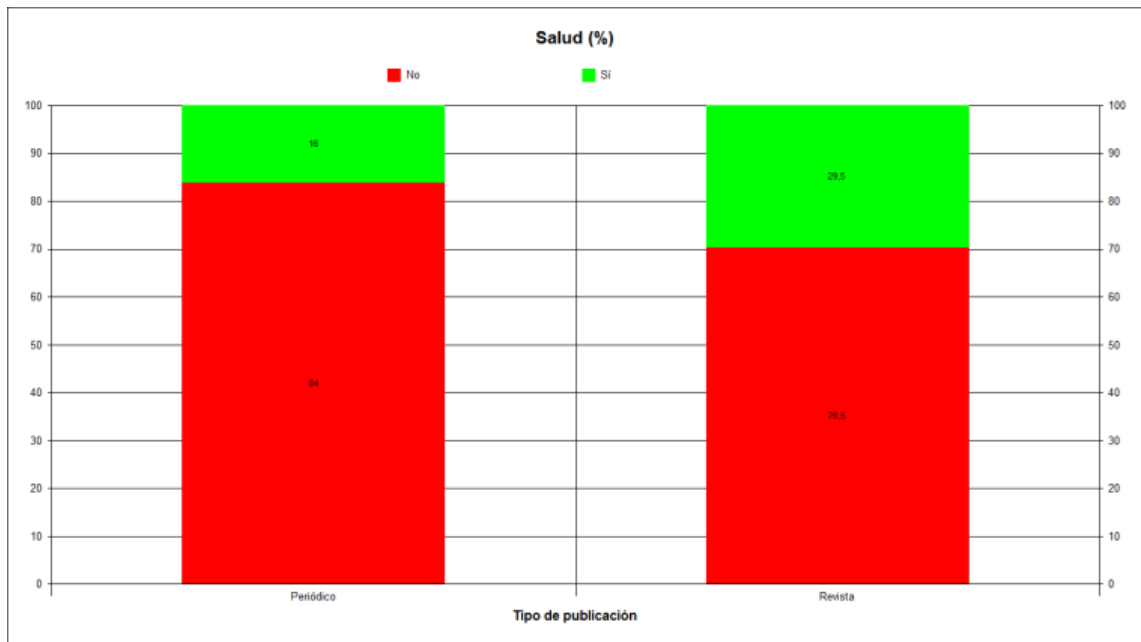


Tabla 8.27. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de información sobre la APA/AMPA en la publicación y tipo de prensa.

APA/AMPA		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	334	71,83	152	78,35	182	67,16
2	Sí	131	28,17	42	21,65	89	32,84
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 6,9986 (p = 0,0082)

La proporción de ejemplares que informan sobre las AMPAS es mayor en las revistas escolares.

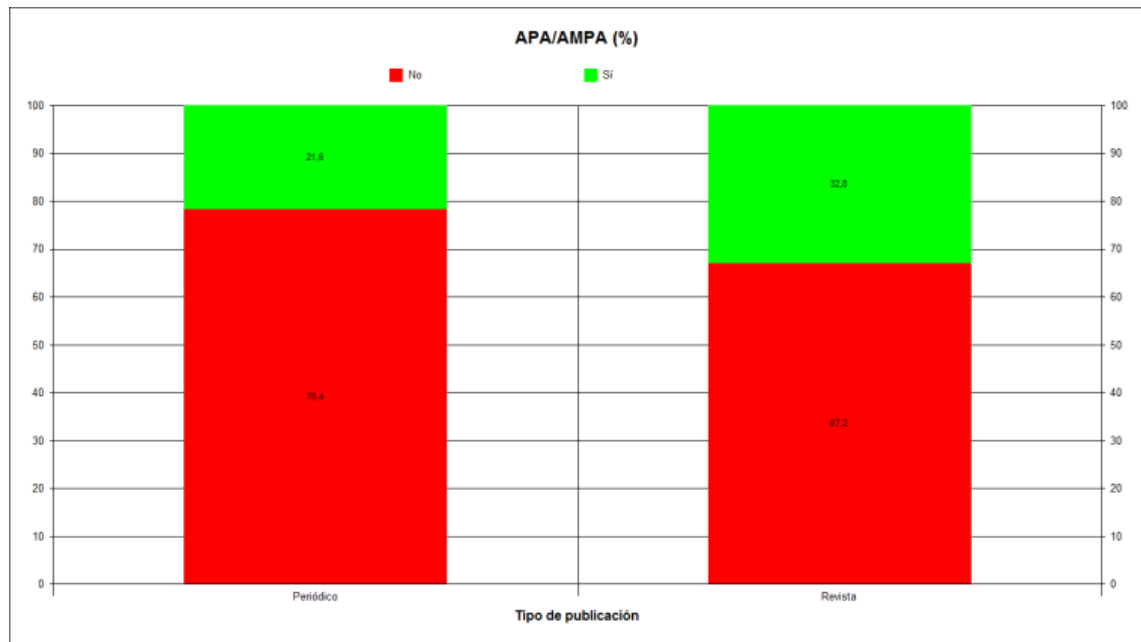


Tabla 8.28. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de espacio dedicado a la Gastronomía en la publicación y tipo de prensa.

Gastronomía		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	376	80,86	167	86,08	209	77,12
2	Sí	89	19,14	27	13,92	62	22,88
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 5,8658 (p = 0,0154)

La proporción de ejemplares que se ocupan de gastronomía es mayor en las revistas escolares.

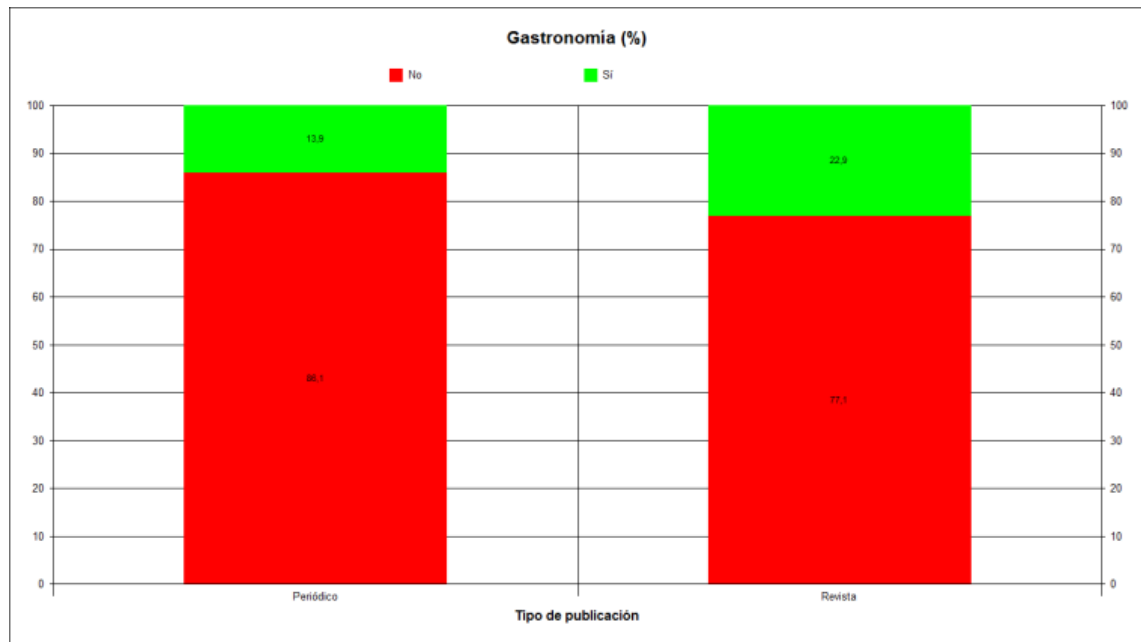


Tabla 8.29. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Pasatiempos en la publicación y tipo de prensa.

Medio ambiente		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	331	71,18	148	76,29	183	67,53
2	Sí	134	28,82	46	23,71	88	32,47
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 4,2306 (p = 0,0397)

La proporción de ejemplares que se ocupan del medio ambiente es mayor en las revistas escolares.

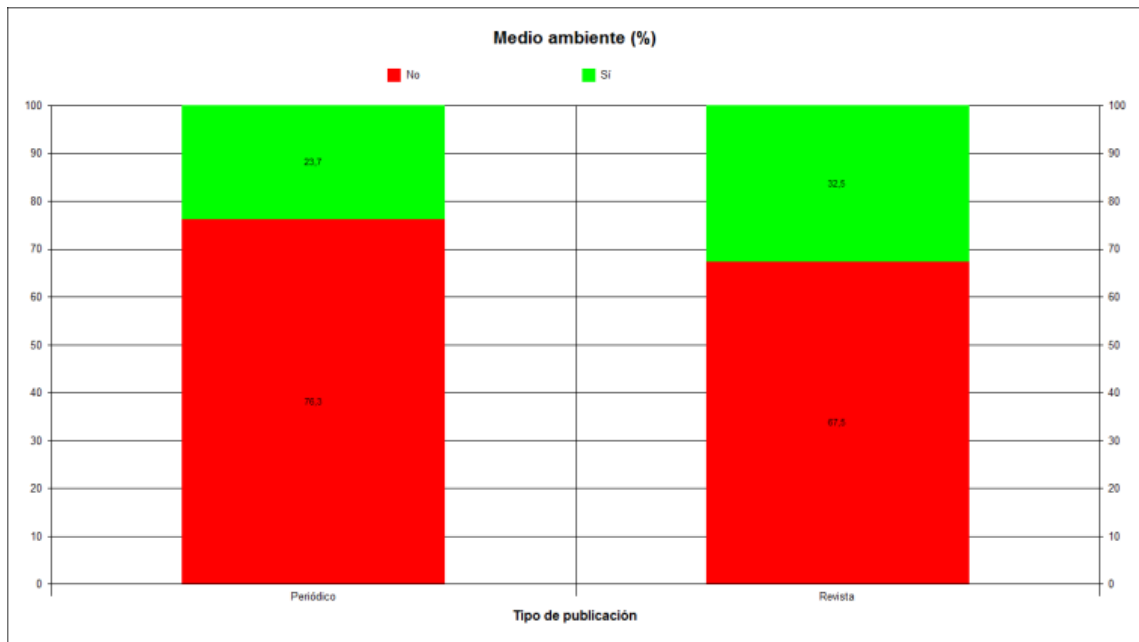


Tabla 8.30. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de referencia explícita a la diferencia de sexos en la publicación y tipo de prensa.

Referencia a la diferencia de Sexo		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	433	93,12	175	90,21	258	95,20
2	Sí	32	6,88	19	9,79	13	4,80
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 4,4052 (p = 0,0358)

Aunque los ejemplares examinados no suelen expresarse con referencia a la diferencia de sexo, cuando lo hacen la proporción mayor se corresponde con los periódicos escolares.



TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS

Para analizar las relaciones entre los datos de carácter formal y tipos de publicación -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 8.31. Tabulación cruzada de las variables Técnicas de impresión empleadas en la publicación y tipo de prensa.

Técnicas de impresión (respuestas múltiples)		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Fotocopia	241	51,83	86	44,33	155	57,20
2	Imprenta	128	27,53	38	19,59	90	33,21
3	Multicopista	98	21,08	86	44,33	12	4,43
4	Offset	43	9,25	8	4,12	35	12,92
	TOTAL	510	(465)	218	(194)	292	(271)

Ji cuadrado con 3 grados de libertad = 105,1886 (p = 0,0000).

La proporción de la impresión multicopista es mayor en los periódicos escolares, y el resto de técnicas de impresión es más característico de las revistas escolares.

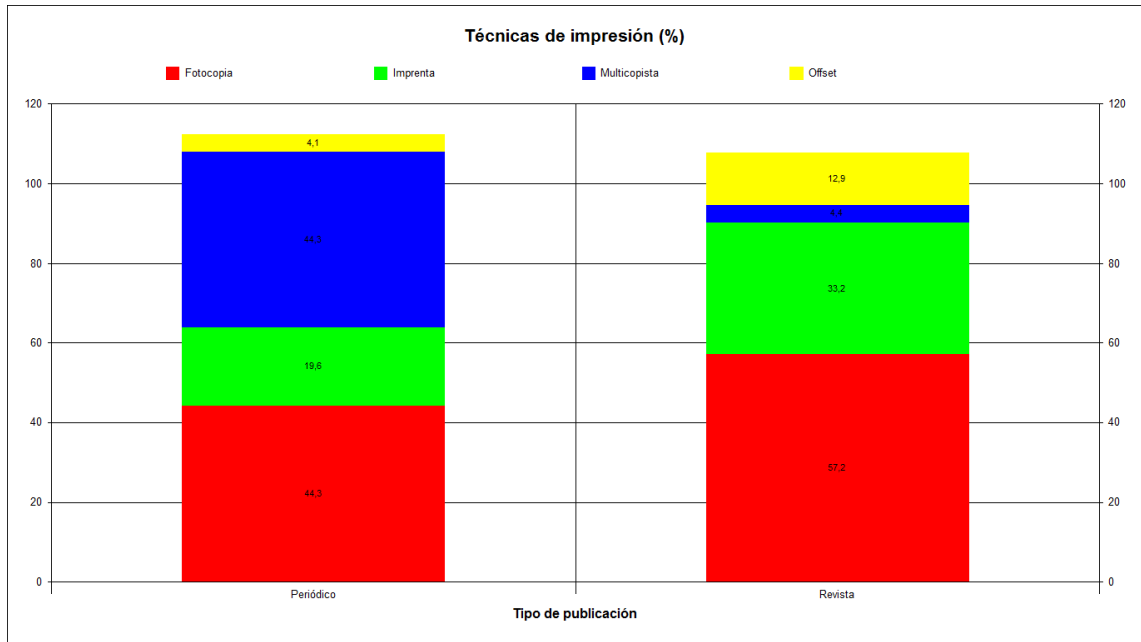


Tabla 8.32. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Dibujos infantiles en la publicación y tipo de prensa.

Dibujos Infantiles		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	169	36,34	46	23,71	123	45,39
2	Sí	296	63,66	148	76,29	148	54,61
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 22,9619 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares que contienen dibujos infantiles es mayor en los periódicos escolares.

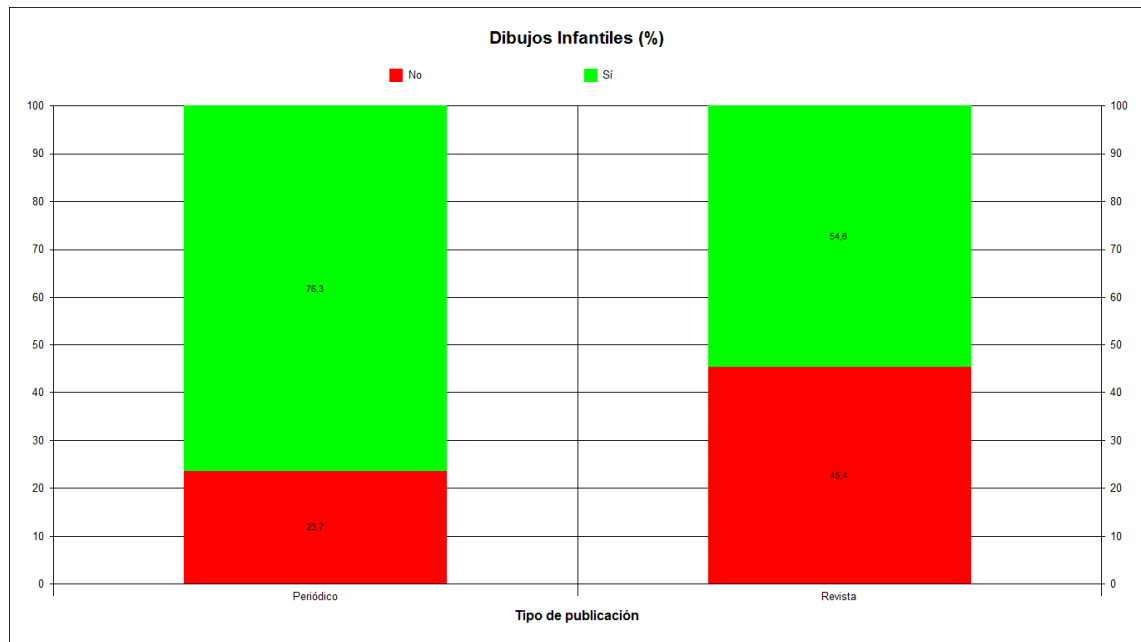


Tabla 8.33. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Dibujos de adultos en la publicación y tipo de prensa.

Dibujo adultos		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	123	26,45	90	46,39	33	12,18
2	Sí	342	73,55	104	53,61	238	87,82
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 68,0325 (p = 0,0000).

La proporción de ejemplares con dibujos de adultos es mayor en las revistas escolares.

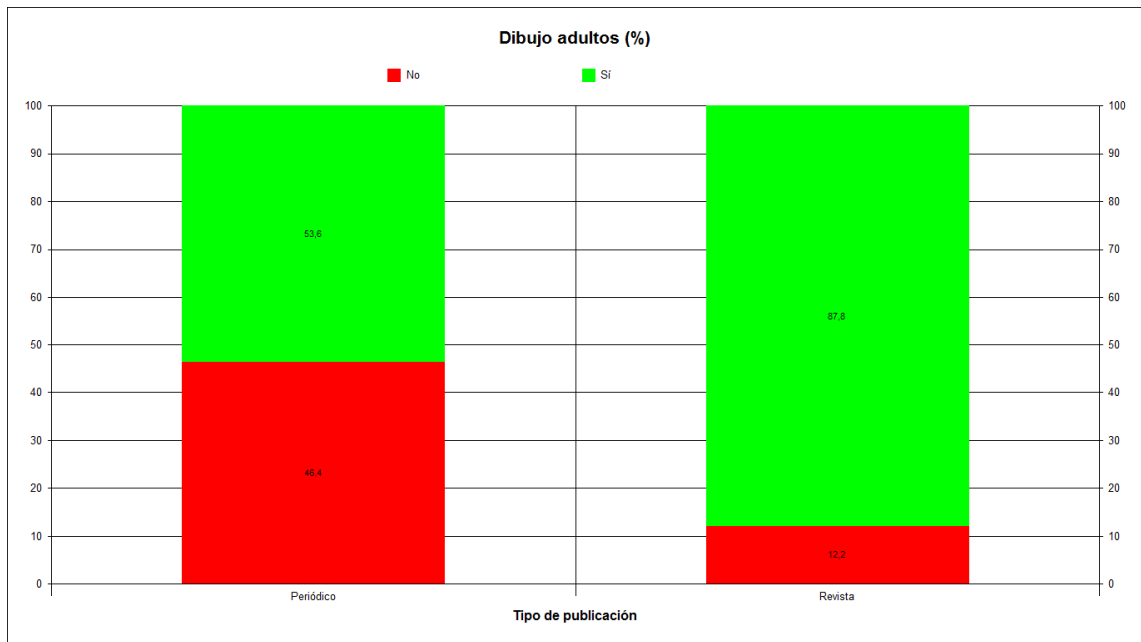


Tabla 8.34. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Dibujos profesionales en la publicación y tipo de prensa.

Dibujos profesionales		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	142	30,54	107	55,15	35	12,92
2	Sí	323	69,46	87	44,85	236	87,08
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 95,0979 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con dibujos profesionales es mayor en las revistas escolares.

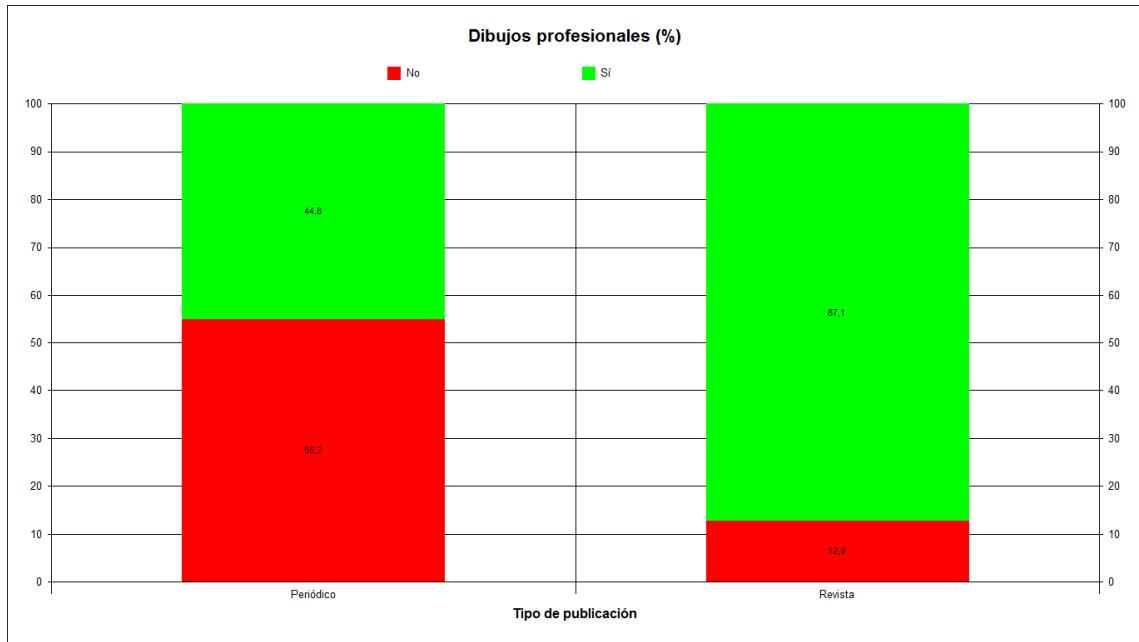


Tabla 8.35. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Fotos tomadas por Adultos en la publicación y tipo de prensa.

Fotos de adultos		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	163	35,05	88	45,36	75	27,68
2	Sí	302	64,95	106	54,64	196	72,32
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 15,5334 (p = 0,0001)

La proporción de ejemplares con fotos de adultos es mayor en las revistas escolares.

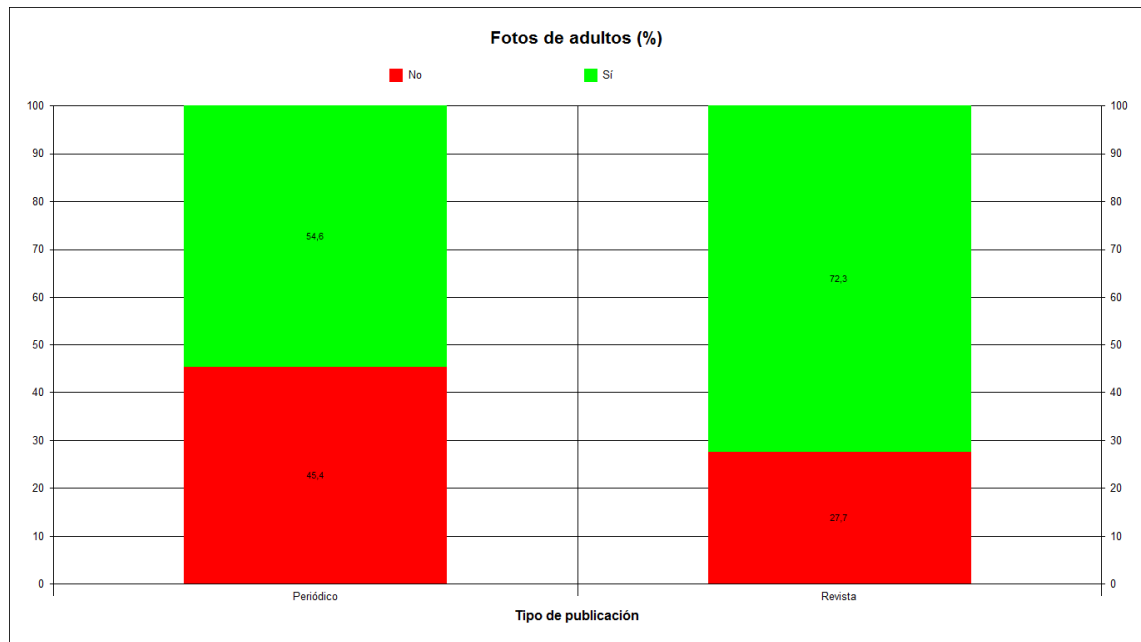


Tabla 8.36. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Fotos tomadas por Profesionales en la publicación y tipo de prensa.

Fotos profesionales		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	283	60,86	148	76,29	135	49,82
2	Sí	182	39,14	46	23,71	136	50,18
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 33,2643 (p = 0,0000).

La proporción de ejemplares con fotos profesionales es mayor en las revistas escolares.

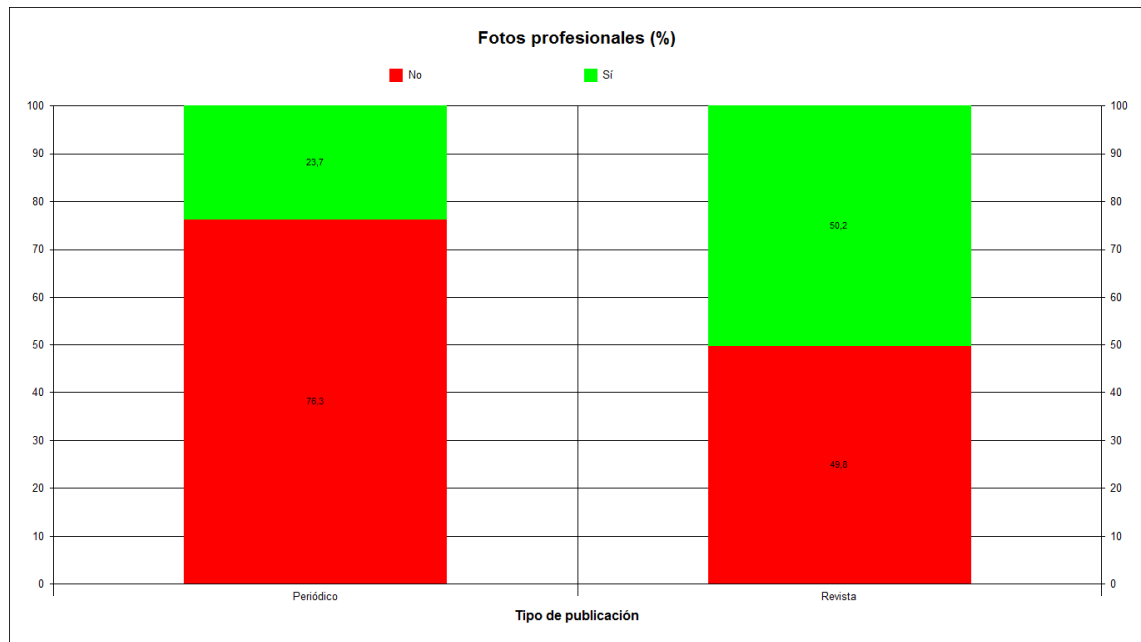


Tabla 8.37. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Sumario en la publicación y tipo de prensa.

Sumario		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	204	43,87	100	51,55	104	38,38
2	Sí	261	56,13	94	48,45	167	61,62
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 7,9639 (p = 0,0048)

La proporción de ejemplares con sumario es mayor en las revistas escolares.

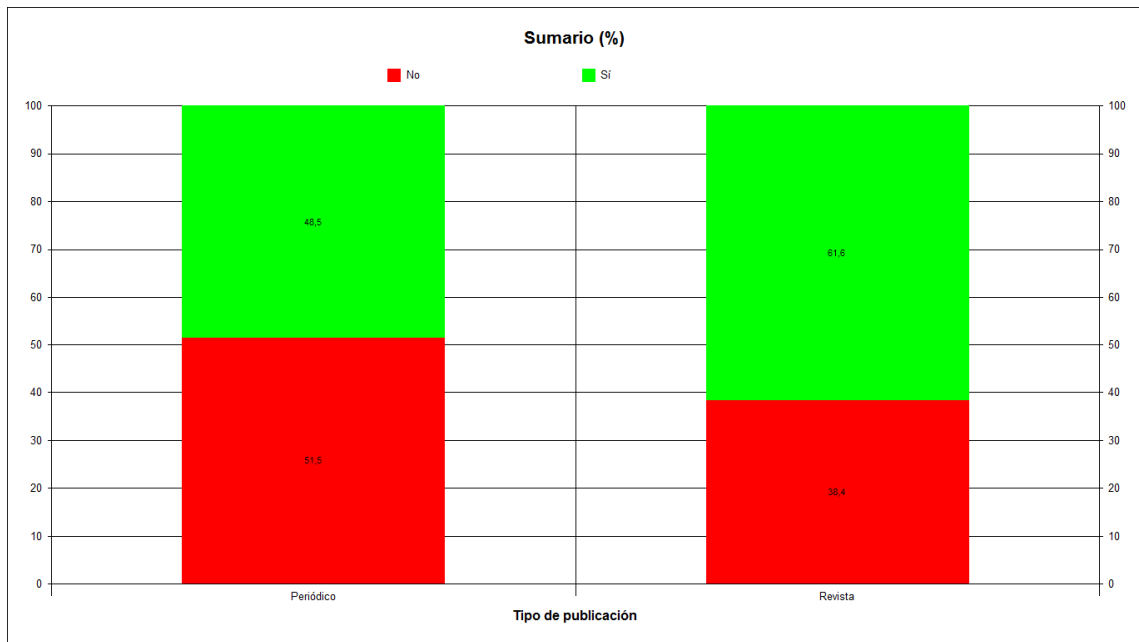


Tabla 8.38. Tabulación cruzada de las variables realización o no de en la publicación a partir de una maqueta previa, y tipo de prensa.

Maqueta previa		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	178	38,28	110	56,70	68	25,09
2	Sí	287	61,72	84	43,30	203	74,91
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 47,8121 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con maqueta es mayor en las revistas escolares.

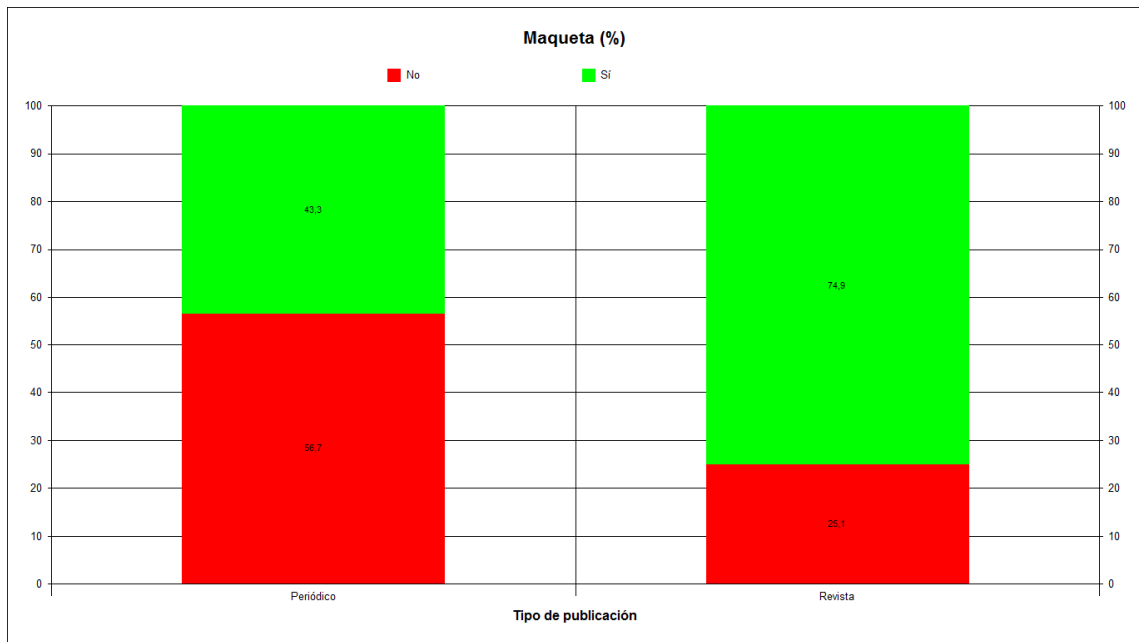


Tabla 8.39. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Pies de foto en la publicación y tipo de prensa.

Pie de foto		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	275	59,14	129	66,49	146	53,87
2	Sí	190	40,86	65	33,51	125	46,13
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 1 grados de libertad = 7,4521 (p = 0,0063)

La proporción de ejemplares con pie de foto es mayor en las revistas escolares.

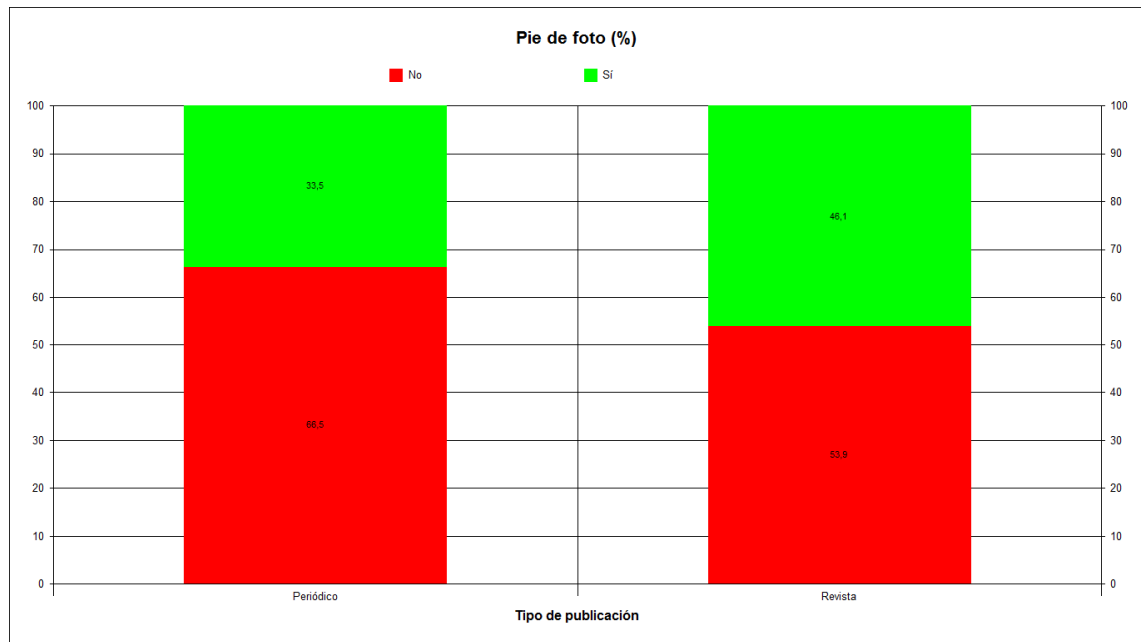


Tabla 8.40. Tabulación cruzada de las variables aparición o no de Ladillos en la publicación y tipo de prensa.

Ladillos		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	429	92,26	186	95,88	243	89,67
2	Sí	36	7,74	8	4,12	28	10,33
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

χ^2 cuadrado con 1 grados de libertad = 6,1013 (p = 0,0135)

Aunque los ejemplares examinados no suelen utilizar ladillos, la proporción de los que cuentan con esta característica es mayor en las revistas escolares.

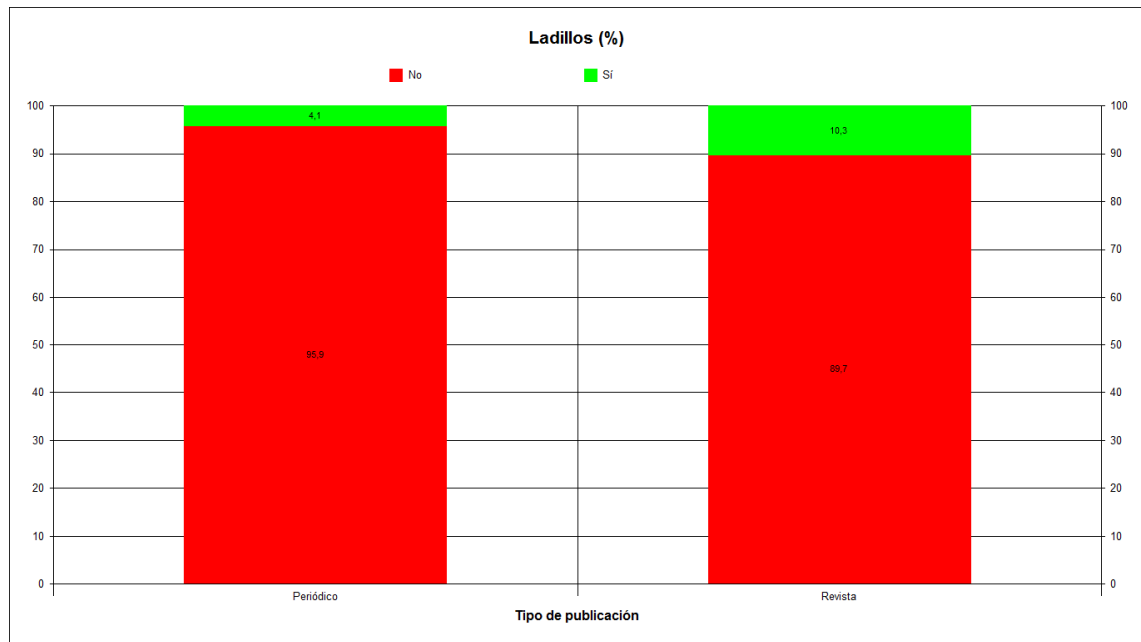
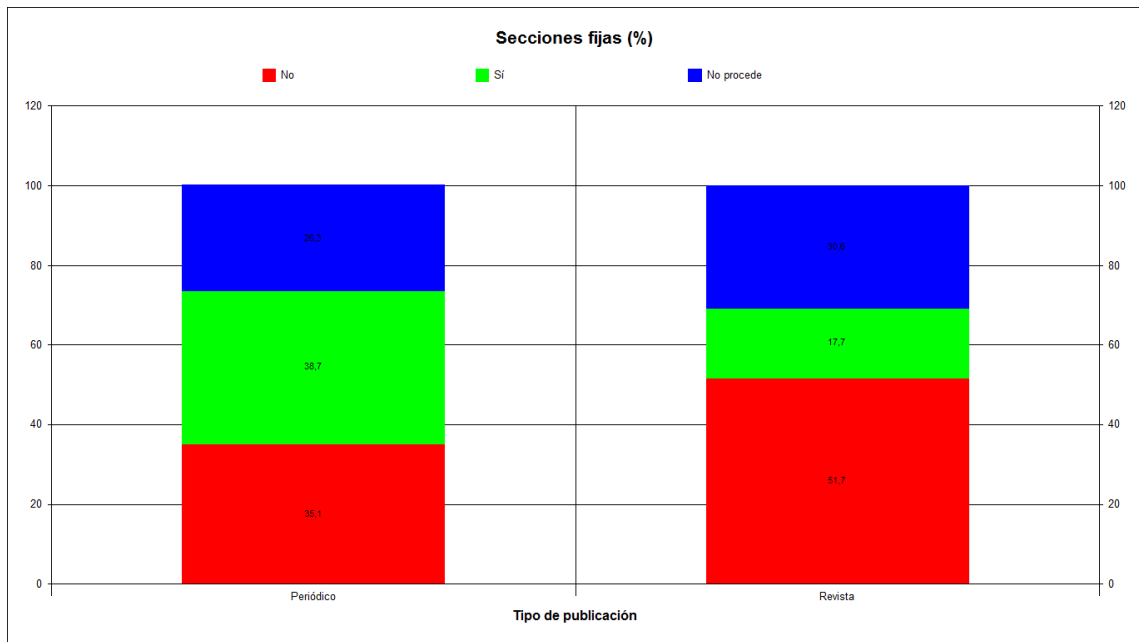


Tabla 8.41. Tabulación cruzada de las variables existencia o no de Secciones fijas en la publicación y tipo de prensa.

Secciones fijas		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	No	208	44,73	68	35,05	140	51,66
2	Sí	123	26,45	75	38,66	48	17,71
3	No procede	134	28,82	51	26,29	83	30,63
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 26,4669 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con secciones fijas es mayor en los periódicos escolares.



TABULACIÓN CRUZADA DE FRECUENCIAS

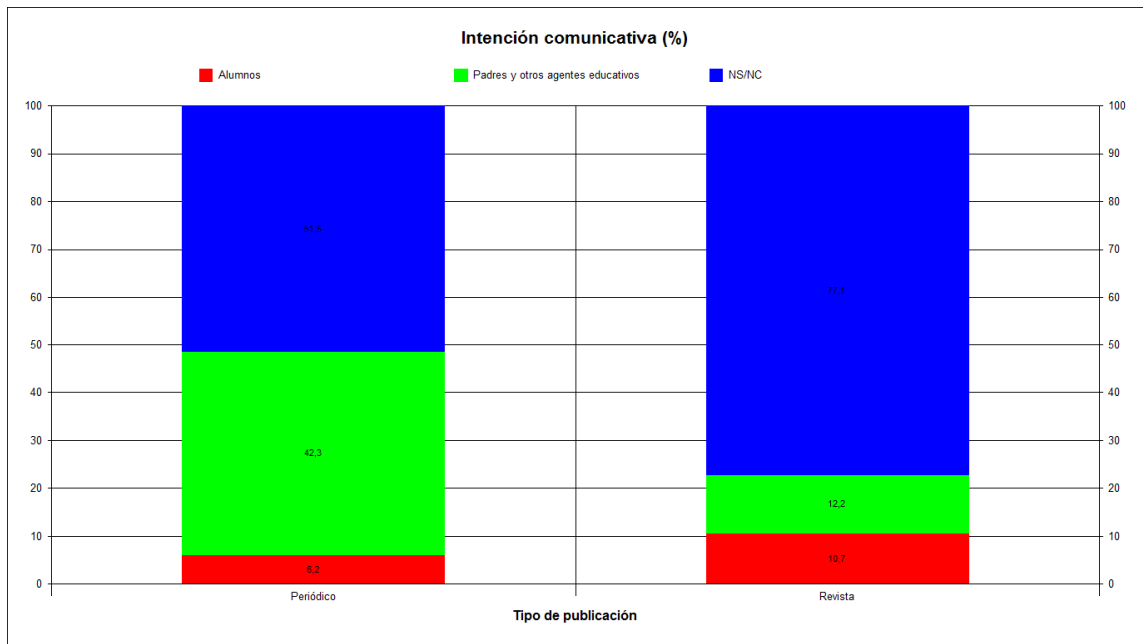
Para analizar las relaciones entre los datos de valoración y los tipo de publicaciones -ambas variables categóricas-, se han realizado distintos análisis de Ji cuadrado. Cuando la prueba ha sido significativa se indica el valor de la significación y el significado de la misma. Por el contrario, cuando la prueba no ha sido significativa, nos hemos limitado a presentar la tabla correspondiente y el valor del estadístico Ji cuadrado.

Tabla 8.42. Tabulación cruzada de las variables expresión o no de que la publicación vaya dirigida a una audiencia determinada, y tipo de prensa.

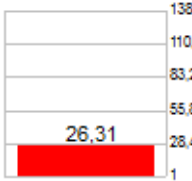
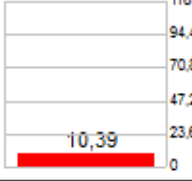
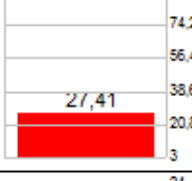
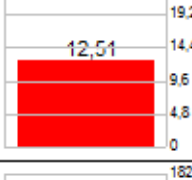
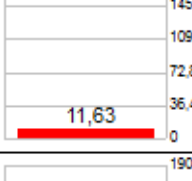
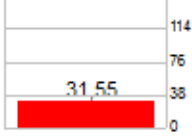
Intención comunicativa		Total muestra		Tipo de publicación			
				Periódico		Revista	
Cód.	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Alumnos	41	8,82	12	6,19	29	10,70
2	Padres y otros agentes educativos	115	24,73	82	42,27	33	12,18
3	NS/NC	309	66,45	100	51,55	209	77,12
	TOTAL	465	100,00	194	100,00	271	100,00

Ji cuadrado con 2 grados de libertad = 55,1383 (p = 0,0000)

La proporción de ejemplares con intención comunicativa por parte de padres y familiares es mayor en los periódicos escolares.



GRÁFICAS DE LA TABULACIÓN CRUZADA DE VALORES MEDIOS

Variables	Total muestra	Tipo de publicación	
		Periódico	Revista
Número de firmas	 26,31	26,02	26,52
Número alumnos redactores	 10,39	12,40	8,96
Número de páginas	 27,41	21,06	31,95
Número de contenidos	 12,51	11,78	13,04
Número de fotos	 11,63	7,10	14,87
Número de ilustraciones	 31,55	25,59	35,85

8 Diferencias significativas Pregunta número 8

(Existe alguna relación entre las publicaciones calificadas como 'periódico' y las otras?)

1/ La proporción de ejemplares que contienen *información local* es mayor en los periódicos escolares.

2/ Aunque lo más habitual es que los ejemplares examinados no proporcionen *información nacional*, la proporción de aquellos que lo hacen es mayor en los periódicos escolares.

3/ Aunque no es habitual que los ejemplares examinados den cuenta de las *actividades del aula*, la proporción de aquellos que abordan este tema es mayor en los periódicos escolares.

4/ La proporción de ejemplares que se ocupan de las *actividades del centro* es mayor en las Revistas escolares.

5/ La proporción de ejemplares que se ocupan de la *Educación* es mayor en las revistas escolares.

6/ La proporción de ejemplares que incluyen *mensajes institucionales del centro educativo* es mayor en las revistas escolares.

7/ La proporción de ejemplares que se ocupan de *excursiones* es mayor en las revistas escolares.

8/ La proporción de ejemplares que incluyen *redacciones* es mayor en las revistas escolares.

9/ La proporción de ejemplares que incluyen *poemas de los alumnos* es mayor en las revistas escolares.

10/ La proporción de ejemplares que incluyen *actividades sobre la Lectura* es mayor en las revistas escolares.

11/ La proporción de ejemplares que contienen *humor* es mayor en los periódicos escolares.

12/ La proporción de ejemplares que contienen *cómics* es mayor en las revistas escolares.

13/ La proporción de ejemplares que contienen noticias de *salud* es mayor en las revistas escolares.

14/ La proporción de ejemplares que informan sobre las *AMPAS* es mayor en las revistas escolares.

15/ La proporción de ejemplares que se ocupan de *gastronomía* es mayor en las revistas escolares.

16/ La proporción de ejemplares que se ocupan del *medio ambiente* es mayor en las revistas escolares.

17/ Aunque los ejemplares examinados no suelen expresarse con *referencia a la diferencia entre sexos (género)*, cuando lo hacen, la proporción mayor se corresponde con los periódicos escolares.

18/ Los Periódicos Escolares utilizan más la técnica de impresión a base de multicopista.

19/ Las Revistas Escolares utilizan otras técnicas diferentes a la multicopista (fotocopias, imprenta, etc.)

20/ Los Periódicos Escolares abundan más en dibujos infantiles que las Revistas.

21/ Las Revistas Escolares contienen en mayor proporción dibujos de adultos y fotos de profesionales.

22/ Las Revistas Escolares cuentan en mayor proporción con Sumario, Maqueta previa, Pies de foto y Ladillos (recurso poco frecuente en general en los ejemplares analizados).

23/ Los Periódicos Escolares suelen mantener más Secciones Fijas que las revistas.

24/ El modelo definido como Periódico Escolar se da más en poblaciones comprendidas entre los 200.000 y 500.000 habitantes.

25/ El modelo definido como Periódico Escolar es más frecuente en los años comprendidos entre 1973 y 1989.

26/ El modelo definido como Revista Escolar es más frecuente en los años comprendidos entre 1990 y 2004.

27/ El modelo definido como Periódico Escolar se da más en Primaria.

28/ El modelo definido como Revista Escolar es más frecuente en Secundaria.

29/ El modelo definido como Periódico Escolar es el preferido por los alumnos que redactan la publicación en grupos de una o dos clases.

30/ El modelo definido como Revista Escolar es el preferido por los alumnos implicados en experiencias en las que participan más de dos grupos de clase.

31/ En los Periódicos Escolares se da más el modelo de Organización jerárquica que en las Revistas Escolares.

32/ En las Revistas Escolares se registra mayor porcentaje de colaboraciones de personas ajenas al aula y a la institución educativa.

33/ En los modelos definidos como Periódico Escolar son más frecuentes los ejemplares que editan con una periodicidad mensual o bimestral.

34/ Los modelos definidos como Periódico Escolar informan más regularmente sobre su intención comunicativa que los modelos definidos como Revistas.

35/ En modelos definidos como Periódico Escolar hay una participación mayor en número de redactores que en las Revistas.

36/ En los modelos definidos como Revista Escolar hay mayor número de páginas, contenidos, fotos e ilustraciones que en los definidos como Periódicos.

CONCLUSIÓN:

1/ Las publicaciones que contienen *Información local, Información nacional, Actividades del aula, Humor*, pertenecen mayoritariamente a los Periódicos escolares.

2/ La frecuencia de secciones *sobre Actividades del centro, Educación, Mensajes institucionales del centro educativo, Excursiones, Redacciones, Poemas de los alumnos, Actividades sobre la Lectura, Cómics, Salud, AMPAS, Gastronomía y Medio ambiente* es mayor en las Revistas escolares.

3/ Los elementos formales de segundo nivel (sumario, maqueta previa, pies de foto, ladillos) se dan mayoritariamente en modelos definidos como Revistas Escolares.

4/ Por el contrario, el elemento Secciones Fijas es más frecuente en los modelos definidos como Periódico Escolar.

5/ Los modelos definidos como Periódico Escolar son más frecuentes en poblaciones con habitantes entre los 200.000 y los 500.000.

6/ Los modelos definidos como Periódico Escolar son más frecuentes entre los años 1973 y 1989.

7/ Los modelos definidos como Periódico Escolar son más frecuentes en los centros de Primaria, mientras que los definidos como Revista Escolar son más abundan más en los de Secundaria.

8/ Cuando la “Redacción” se constituye a partir de un grupo de alumnos formado por una o dos clases, la publicación se orienta más hacia un modelo de Periódico Escolar.

9/ Por el contrario, cuando la “redacción” está integrada por un grupo más numeroso y heterogéneo, el modelo que se reproduce es más el de Revista.

10/ Parece existir un mayor compromiso con el lector en los casos de modelos definidos como Periódico Escolar, dado que suelen tener una frecuencia de edición más consolidada –cada uno o dos meses-, además de que definen su intención comunicativa.

11/ A pesar de que en los modelos definidos como Periódico Escolar, hay menor participación de grupos de clase. En ellos se registra un mayor número de alumnos redactores que en los modelos definido como Revista. En este último modelo, sin embargo, se registra un mayor número de páginas, de contenidos, de fotos e ilustraciones.

INTERPRETACIÓN:

1/ Parece claro que la adscripción de las publicaciones a una u otra modalidad –periódico o revista- repercute de manera ostensible en los contenidos. Las Actividades del aula, las Informaciones sobre el Aula, lo Local y lo Nacional apuntan a que los redactores de estas publicaciones tienen como modelo la prensa convencional de tipo diario. Los espacios de Humor confirman esta impresión, dado el ineludible lugar que todo periódico dedica a eso mismo. La diferenciación de sexos a la hora de referirse a los otros no es sino el reflejo de los usos que la sociedad está imponiendo, aunque este no es un rasgo diferencial de los periódicos.

Como no podía ser menos, en las autodefinidas como Revistas incluyen espacios para la Educación, la Salud, la Gastronomía y el Medio Ambiente. Además de que también dejan huecos para los poemas de los alumnos, la presencia de las asociaciones de padres –APA Y AMPAS-, mensajes institucionales (del propio centro o externos). El reflejo de lo que ocurre en el centro educativo se manifiesta en apartados como los dedicados a las Excursiones, la Lectura y la Redacción. Por otra parte, también parece más propio de las Revistas la inclusión de cómics, a lo que los alumnos son muy aficionados.

2/ Destaca, a nuestro modo de ver, el hecho diferencial que se registra cuando las “redacciones” están constituidas por uno o dos grupos de clase, frente a lo que ocurre cuando la publicación es asumida por un conjunto indiferenciado de alumnos que aportan su trabajo a un modelo de prensa en el que se supone la intervención de diversos adultos. Ello conlleva la inevitable mediación, comentario y –en el mejor sentido lo decimos- manipulación de personas con mayor formación, y también con criterios dispares, no sólo sobre los contenidos en sí, sino en la consideración de lo que la publicación es o significa. Esta circunstancia propicia más fácilmente la realización de una revista que la de un periódico. El estudio estadístico así lo confirma. En este análisis incluimos significativamente el hecho de una mayor presencia del esquema de organización jerárquica que se da en el modelo “periódico” frente al de “revista”. De hecho, resulta más fácil definir y distribuir roles entre individuos integrados en un grupo compacto que en otro disgregado en diferentes aulas y ambientes. Por eso también coinciden, en las experiencias acogidas a este modelo, una mayor participación de alumnos redactores. Por el contrario, en los modelos que tienen como referencia la “revista”, hay mayor profusión de páginas, contenidos, etc.

10. PRIMERAS CONCLUSIONES

10.1. Cumplimiento de las hipótesis:

Tras poner de relieve las diferentes características de los ejemplares analizados y considerando que la muestra sobre la que hemos trabajado tiene la entidad suficiente, podemos afirmar que, con respecto a las hipótesis planteadas al principio.

1/ En cuanto a la primera hipótesis de que pudieran existir algunos modelos de periódicos escolares con una intención comunicativa legítima, se ha podido comprobar que se cumple en algunos casos. Con lo cual queda confirmada la hipótesis.

, el contar con medios de reproducción propios, vías de distribución suficiente lo demuestra. Luego queda confirmada la hipótesis.

2/ Con respecto a la probabilidad de que algunos de estos periódicos contaran en su momento con los elementos mínimos para cubrir una cierta demanda de información de la comunidad en la que tuvieron lugar las experiencias, casos como Joven Voz, La Teja y El Boli, estimamos haber quedado demostrado tal extremo. Luego se confirma la hipótesis.

3/ Por último, la existencia de elementos propios de la prensa convencional, como son la división del texto en columnas, la presencia de ladillos, pies de foto, organización interna, presencia de publicidad, presencia de personajes de relieve y otras características formales de la prensa convencional, se da en algunos casos. Es decir, queda confirmada la hipótesis.

10.2. Otras conclusiones:

10.2.1. Respecto a los contenidos, estructura y aspectos formales.

1. Los resultados obtenidos nos autorizan a pensar que las publicaciones escolares –particularmente, en los aspectos periodísticos- apenas han cambiado a lo largo de los años, salvo en las técnicas de impresión.
2. Los valores periodísticos básicos se dan mejor en las publicaciones en las que intervienen uno o dos cursos con presencia de un adulto como tutor. Es una fórmula que permite aproximar los modelos a lo que es una Redacción periodística convencional, en donde el mayor uso de la multicopista dota a la publicación de proximidad a la hora de divulgar los trabajos. Estas condiciones se dan más entre los años 1973 y 1989. En los últimos años, los cambios producidos en la sociedad en general y en el sistema educativo en particular dificultan el mantenimiento de aquellos modelos.

3. Los valores periodísticos de la prensa convencional se localizan mejor en las publicaciones consideradas “periódicos” que en las “revistas”. Cuentan aquellos más frecuentemente organización jerárquica, están más comprometidos con el lector publicándose periódicamente y expresan intención comunicativa. En sus páginas aparecen más informaciones sobre al aula –entorno inmediato-, así como sobre sucesos internacionales.
4. Por el contrario, en las revistas, la presencia de redacciones y actividades relacionadas con la lectura, así como de informaciones sobre el centro, las excursiones, la salud, el medio ambiente y la gastronomía -además de los espacios dedicados a la educación- les dan una apariencia, por un lado, de mayor contenido curricular y, por otro, de interés más próximo a los intereses de los adultos que a los estudiantes. Este hecho se confirma con la presencia de mensajes institucionales del centro y espacios dedicados a las asociaciones de padres. El predominio de cómic y poemas de alumnos también confirma el mayor control por parte de los padres (el espacio literario -propio de las revistas en general- y los cómic entendemos que responden a un trabajo de “colaboración” por parte de los alumnos.

10.2.2. Respecto al lenguaje.

De acuerdo con la muestra que sirvió para nuestro estudio, podemos afirmar:

1. Se reconocen intentos por imitar la norma culta del habla andaluza.
2. Se detectan modismos propios del lenguaje infantil.
3. El habla de los alumnos tiene elementos procedentes de: su ambiente sociocultural y familiar, ambiente escolar, lenguaje tipo de libros y de los medios de comunicación.
4. El lenguaje escrito infantil registra estructuras sintácticas más simples que las del adulto. Hay presencia de estructuras mentales en las que imperan las operaciones lógicas.
5. Los escolares suplen las carencias de recursos léxicos por sustitutos de significación próxima.

10.2.3. Diferencias de ciertas publicaciones con respecto a otras:

Se ha podido comprobar que las publicaciones en las que tuvimos una actuación directa muestran algunas características que –en algún sentido- permite diferenciarlas en aspectos concretos. Por ejemplo, responden más al criterio predominante en la prensa conven-

cional (intento de autofinanciación, presencia de informaciones relativas a la realidad nacional e internacional, presencia de espacio dedicado a los deportes, existencia consistente de un Registro de Identidad e indicios de mayor control de la publicación por parte de los alumnos.)

10.2.4. Diferencias significativas entre las publicaciones, según los redactores:

Entresacamos, de nuestras de conclusiones, las que consideramos más pertinentes. Las expresamos a continuación.

1/ Cuando en la publicación intervienen sólo alumnos, hay las siguientes diferencias:

- a) Una mayor proporción de organización jerárquica y de presencia de publicidad que en el resto.
- b) Se aprecia menor presencia de temática relativa al currículo escolar, así como de otros temas de posible sugerencia de los profesores (medio ambiente, salud, etc.); se registran en cambio mayores referencias a las actividades del aula.
- c) Mayor presencia de entrevistas.
- d) Más presencia de espacios sobre información nacional e internacional.
- e) Menor frecuencia de cómic.
- f) Menor presencia de elementos formales de segundo nivel, tales como maqueta previa, sumario, recuadro, etc.

2/ Cuando la publicación es responsabilidad conjunta de alumnos y profesores, registramos estas diferencias:

- a) Menor presencia de artículos de opinión.
- b) Menor presencia de “entradillas”.

3/ Cuando la publicación es responsabilidad de profesores y comunidad, podemos encontrar esta diferencia: Se registra mayor presencia de los siguientes elementos (registro de identidad) y recuadros.

Asimismo, queda constancia que, en algunos casos, los periódicos escolares con los que se contó para este trabajo intentaron la autofinanciación, con fórmulas tan habituales en la prensa convencional como los clásicos anuncios y los anuncios por palabras. En estos casos, se pretendió la implicación de la comunidad educativa a la que iban dirigidos. Esta intencionalidad se da en pocos casos, en contra de lo que ocurre en la prensa convencional.

10.2.5. Diferencias entre las publicaciones de alumnos de Primaria y los de Secundaria:

1. Los alumnos de Primaria prestan mayor atención a las actividades del aula, en tanto que los de Secundaria abren sus publicaciones a temas relacionados con el currículo.
2. Los alumnos de Secundaria se ocupan más de expresar la diferenciación de sexos.
3. Los Pasatiempos ocupan más la atención de los alumnos de Primaria, en tanto que las entrevistas son más frecuentes en las publicaciones de alumnos de Secundaria.
4. La utilización de recursos gráficos propios de la prensa convencional (entradas, recuadros y otros) es más frecuente en las publicaciones de los alumnos de Secundaria. En todo caso, la utilización de estos recursos no es consistente en las publicaciones analizadas.
5. En cambio, otras características esenciales en la prensa convencional -las secciones fijas y la frecuencia fijada de las publicaciones-, son más consistentes en las publicaciones de Primaria, lo que interpretamos como la existencia de un proyecto más acorde con la prensa convencional, en el que existe una intercomunicación más institucionalizada entre los redactores. Ello se contradice con que la organización jerárquica se dé más en la prensa de los alumnos de Secundaria.
6. Es más frecuente, en las publicaciones de Secundaria la presencia del Registro de Identidad, lo que se compadece con una mayor intervención del adulto, además de un mayor conocimiento de los propios alumnos de los modelos de prensa convencional.
7. En las publicaciones de alumnos de Secundaria se produce mayor intervención de personas ajenas, no sólo al aula, sino incluso a la institución.

11. CONCLUSIÓN FINAL:

Dicho todo lo anterior, concluimos que, dentro de todas las limitaciones que imponen el marco donde se realiza, la falta de formación específica de los redactores y la carencia de medios y soportes, existe otra prensa: la escolar.

11. BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, GONZALO: *Teoría General de la Información*, Cátedra, Fuenlabrada (Madrid), 1995.
- ABRIL, GONZALO: *Teoría General de la Información*, 2ª edición, Paidós, Barcelona, 2005.
- ACOSTA MONTORO, JOSÉ: *Periodismo y Literatura*. Tomo I, Guadarrama. Madrid, 1973, pág. 75.
- ADONI, H. y MANE, S.: “Media and the social construction of reality”, en *Communication Research*, vol. 11, nº 3, julio, págs 323-340. Citado por Rodrigo Alsina, M.
- ADRADOS, F.: *Estudios de Lingüística general*, Planeta, Barcelona, 1969, página 93.
- AGUILERA, OCTAVIO: *La Literatura en el Periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1992.
- ÁLVAREZ MARCOS, J. y LÓPEZ HIDALGO, A.: *El periodismo que viene*, Fundación Cruz Campo, Sevilla (impreso en Córdoba), 1997.
- ÁLVAREZ MARCOS, J.: *Sevilla y el periodismo multimedia: La experiencia de Diario Expo 92*, Padilla, Sevilla, 2000.
- ÁLVAREZ, J., TIMOTEO: “Los Medios y el desarrollo de la sociedad occidental”, en BARRERA, C. (Coord.): *Historia del Periodismo Universal*, Ariel, Barcelona, 2004, página 26.
- ANDREAS, C. y ANDREAS, S.: *Corazón de la mente*, Cuatro Vientos, Santiago de Chile, 1991.
- BALLESE, L. y FREINET, C.: *La lectura en la escuela por medio de la imprenta*, Laia, Barcelona, 1973.
- BALLÓ, T.: “El Periódico en la Segunda Etapa de E.G.B”, en *Vida Escolar*, núm. 174, Madrid, 1975.
- BARRIGA, S. y LEÓN-RUBIO, J.M.: *Televisión e intervención social*, CSS Comportamientos Sociales y Salud, Sevilla, 2014.
- BARTOLOMÉ, D.: *La prensa en las aulas*, ICCE, Madrid, 1983.
- BARTOLOMÉ, D. “Prensa en las aulas”, *Revista Comunicar*, nº 2, Marzo de 1994.
- BARRERA, CARLOS (Coord.): *Historia del periodismo universal*. Ariel, S.A., Barcelona, 2004.
- BASTENIER, M.A.: “El papel de la prensa”, en el suplemento Babelia de *El País*, 23-12-05, pág. 4.
- BECELLONI: “Oltre il modello liberale. Ipotesi sulla professionalità giornalistica”, en *Il mestiere di giornalista*, G. Bechelloni (ed), Lignosi, Nápoles, 1982. Citado Por Rodrigo Alsina, M.: La construcción de la noticia, pág.157.
- BLACKMORE, S.: *La máquina de los memes*, Paidós, Barcelona, 2000.

BLANCO, E. “Emisores de mensajes informativos. Características, tipología y comportamiento de las fuentes especializadas”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.): *Periodismo Especializado*, Ariel, Barcelona, 2004, pág. 111.

BONFANTINI, M.: “mass MCM i fomació de les opinions públiques durant la transició”, *Anàlisi*, nº 9, Barcelona, 1984, págs. 167-168.

BÖQUELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

BÖQUELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

BRUNER, J. S.: *La educación, puerta de la cultura*, Visor, Madrid, 1997.

BRUNER, J.S.: “De la comunicación al lenguaje”, *Infancia y Aprendizaje*, Madrid, 1981, páginas 133-163. O la obra del mismo autor *El habla de los niños*, editada en Barcelona por Paidós, en 1988.

BRUNER, J.S.: *El habla de los niños*, Paidós, Barcelona, 1988.

BUNGE, MARIO: Periodismo y filosofía, en <https://grupobunge.wordpress.com/2006/07/21/periodismo-y-filosofia/>

BURGELIN, O.: *La comunicación de masas*, ATE, Barcelona, 1974, pág. 29.

BURGUENÑO, J.M.: *Cuestión de confianza*, UOC, Barcelona, 2010, págs. 54 y s.s.

CAMACHO, M. y HERÁN, J.L. DE LA: “Mi cole, mi tierra”, en *Andalucía Educativa* nº 14. Sevilla, 2001.

CANGA, J. y otros: *Diarios digitales*, Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.

CAÑO DÍAZ, FERMÍN: Los medios de comunicación y el desarrollo cognitivo, *Ideal*, edición de Almería, 17-03-15, pág. 29.

CÁRCELES, MIGUEL: “Cataluña y la espiral de silencio”, en <http://blogs.ideal.es/cherigan-deatun/cataluna-y-la-espiral-del-silencio/2012/09/12>.

CASADO VELARDE, M.: “Influencia en la educación lingüística del Periodismo”, en *Comunicación y lenguaje juvenil*, Fundamentos, Oviedo, 1998 (págs. 167-178).

CHABROL, CLAUDE: «Les discours du pouvoir. Pour une psycho-socio-sémiotique», en Coquet, J.C. (comp.): *Sémiotique. L'École de Paris*. Paris, Hachette, págs. 173-198.

CHECA GODOY, A.: *Historia de la Comunicación: de la crónica a la disciplina científica*, Netbiblo, Oleiros (La Coruña), 2008, págs. 7-8.

CHECA GODOY, A.: “La terminología periodística”, en *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*, revista digital del Grupo de Estudios del siglo XVIII, Nº 16, Universidad de Cádiz, 2010.

CHECA GODOY, A.: *Historia de la prensa andaluza*, Alfar, Sevilla, 2011.

CHECA GODOY, A.: *Historia de la prensa pedagógica en España*, Universidad de Sevilla, 2002.

- CHEYNEY, P.: *La enseñanza de la lectura por el periódico*, Cincel, Madrid, 1981.
- CHILLÓN, Albert: "El 'giro lingüístico' y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística", en *Análisi*, nº 22, Barcelona, 1998, págs. 63-98.
- CHILLÓN, ALBERT: *Literatura y Periodismo*, Universidad Autónoma de Barcelona: Servei de Publicacions, Bellaterra (Barcelona), 1999, págs. 351 y ss.
- CHOMSKY, C.: *The acquisition of syntax in children from five to ten*, MIT Press, Cambridge, (Massachusetts), 1969, Citado por Slobin, Op. cit.
- CHOMSKY, N.: *El Lenguaje y el Entendimiento*, Seix Barral, Barcelona, 1971.
- CHOMSKY, N.: *Aspectos de la Teoría de la Sintaxis*, Aguilar, Madrid, 1976.
- CORZO, J.L.: *Leer periódicos en clase*, Popular, Madrid 1986.
- CREIMAS Y COURTÉS: *Semiótica, diccionario razonado de la Teoría del Lenguaje*, Gredos, Madrid, 1982.
- CROMER, R.F.: *The development of temporal reference during the acquisition of language*, tesis doctoral no publicada. Universidad de Harvard, 1970, Citado por Slobin.
- DAWKINS, RICHARD: *El gen egoísta*, Salvat, colección "Biblioteca Científica", Barcelona, 1988.
- DE FLEUR, M. L. y BALL-ROCKEACH, S.: *Teorías de la Comunicación de Masas*, Paidós, Barcelona, 1982
- DE MIGUEL, ELENA: "Prensa, luego existo", suplemento dominical de *Ideal*, de fecha 15 de Julio de 2012, págs. 1-5.
- DEAKIN, JAMES: "No se culpe al mensajero", en revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Washington, Mayo 1991, Mayo 1991, págs. 8-11.
- DIJK, TENN A. VAN: *La noticia como discurso*, Paidós, Barcelona, 1990.
- DOELKER, C.: *La realidad manipulada*, Gustavo Gili, Barcelona, 1982
- DUBOIS, JEAN y otros: *Diccionario de Lingüística*, Alianza Editorial, S.A., Madrid, 1979.
- ECO, U. Y FABRI, P. «Progetto di ricerca sull'informazione dell'informazione ambientale», *Problema dell'informazione*, año III, nº 4, octubre-diciembre, págs. 555-597.
- ENZENSBERGER, H. M.: *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Anagrama, Barcelona, 1972.
- ESCARPIT, ROBERT: *Escritura y Comunicación*, Castalia, Valencia, 1975, pág. 131.
- ESCUADERO, A.: *El poder del pensamiento*, edición del autor, Valencia, 1973.
- FICHER, R.: *Periodismo escolar*, Biblioteca Argentina, Buenos Aires, 1973.
- FLAVELL, J.H. "La langue privé", en *Bulletin de Psychologie*, nº 20, 1966, págs. 698-701.

FREINET, C.: *El diario escolar*. Laia, Barcelona, 1977.

GALTUN, J. y RUGE, M.H.: “La struttura delle notizie dall’estero” en *Il giornalismo come professione*, BALDI, P. (ed.). Il Saggiatore, Milán, 1980, pág. 120. Citado por Rodrigo Alsina, M.

GARCÍA DE TORRES, E.: “La especialización en la era de Internet”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.): *Periodismo Especializado*, Ariel, Barcelona, Pág. 195.

GARCÍA NOVELL, F.: *Inventar el periódico*, Zero, Madrid, 1986.

GARCIMARTIN, MIRIAM: ¿Nos hemos precipitado al anunciar la muerte de los periódicos? Media-tics, Información y comunicación en la era digital, Editado por ECO)) inteligencia EDITORIAL S.L. 02/09/2014@16:21:26 GMT+1.

GEORGE, D., & MALLERY, P.: *IBM SPSS Statistics 21 Step by Step* (13ª edición). Pearson, London, 2013.

GHIGLIONE, I.: “El Periodista del Mañana”, en revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Washington, Mayo 1991, págs. 12-16.

GILLESPIE, J.: *Así se crea Periodismo*. Rosaljai, S.L., Barcelona, 1996, pág. 24.

GOLDMANN, L.: “La Sociología y la Literatura: situación actual y problemas de método”, en *Sociología de la creación literaria*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1971, págs. 9-45.

GOMBERT, J.E.: *Le développement métalinguistique*.: Presse Universitaire, París, 1990, página 195.

GÓMEZ Y MÉNDEZ, J.M.: “La información no verbal en las publicaciones periódicas” en V.V.A.A.: *Lenguaje informativo y filmográfico*. Departamento de la Información, de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo, Literatura y Estética de la Universidad de Sevilla, 1992. Págs. 47-52.

GONNET, J.: *El periódico en la escuela*, Narcea, Madrid, 1984.

GONZÁLEZ REQUENA, J: *El espectáculo informativo*, Akal, Torrejón de Ardoz, 1995.

GONZÁLEZ, ELSA: Intervención en la Asamblea de FAPE, mayo 2010.

GRANDI. R.: “La ricerca mediologica di matrici anglossassones sulla professionalità giornalistica”, en *Problemi dell’informazione*, año X, nº 3, julio-septiembre, 1985. Citado por Rodrigo Alsina, M.: La construcción de la noticia. Op. Cit, pág. 157.

GREENBERG, “Person-to-perso communication in the diffusion of new events”, *Jurnalism Quartely*, nº 41, 1964, citado por MC QUAIL/WINDAHL, 1984, págs. 115-121, citado por RODRIGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1985, págs. 51-52.

GUERRERO SALAZAR y NÚÑEZ CABEZAS: *Medios de comunicación y español actual*, Aljibe, Málaga, 2002.

GUERRERO SALAZAR, S.: *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Cátedra, Madrid, 2007.

GUIL BOZAL, A.: Perspectiva sistémica de la comunicación interpersonal, en *Aspectos psicossociales de la comunicación*, de MARTINEZ-PECIÑO, R. y GUERRA DE LOS SANTOS, J.M. (Coords.)

GUILLAMET, JAUME: De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX, en BARRERA, CARLOS (Coord.): *Historia del periodismo universal*, Ariel, S.A., Barcelona, 2004.

HALL, S.: «La cultura de los medios de comunicación y el “efecto ideológico”», en J. CURRAN y otros (comps.), *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981.

HARRIS, A.: “Historial developement of the Soviet Theory of Self-Regulation”, en ZIVIN, G. (Editor): *The developement of Self-Regulation trough Private Speech*, Wiley, N. York, 1979.

HENAO ÁLVAREZ, OCTAVIO: Escuela, Cultura y Vida”, www.c5.cl/iinvestiga/actas/ri-bie98/286M.html.

HERMELIN, CHRISTIAN.: «La grammaire de l’événement (II)», en *Presse actualité*, nº 178, Dic. 1983, págs. 35-40.

HERRERO AGUADO, C.: “La Divulgación a través de Internet, una reflexión acerca de los géneros periodísticos”, en ESTEVE RAMÍREZ, F. y MOCHOLI, M.A. (Eds.): *Teoría y técnicas del Periodismo Especializado*, Fragua, Sevilla, 2007. Pág. 124.

IMBERT, G.: “Notes pour une approche sémiotique du journal d’influence dominante”, ponencia en el Simposium internacional de Bolonia, del 29 de Noviembre al 3 de Diciembre, 1984.

IRIARTE, I. “La empresa y el periódico del futuro”, en BEZUNARTEA y otros: *La prensa ante el cambio de siglo*, Deusto, Bilbao, 1988.

JANER, G.: “Literatura oral i ecologia del llenguatge” en V.V.A.A.: *Ponències, seminaris i tallers. II Simposi Internacional didàctica de la llengua i la literatura.*, Escola de Mestres, Tarragona, 1991, página 27.

JIMÉNEZ DE PARGA, M., “Derecho y Lenguaje” en *ABC*, 13 de Junio de 2001, página 3.

KESSEL, F.S.: “The role of syntntax in children’s comprehnsion form ages six to twelve”. *Monographs of the Society for Research in Child Developmental Psychology*, 1, 1970, págs. 40-46. Citado por Slobin.

KLEIN, J.: *Quien soy yo*, Third Millenium Publications, S. Anselmo (California), 1993.

LAFUENTE, GUMERSINDO, citado por Marta Molina, Op. cit., págs. 8-10.

LAMÍQUIZ, V.: *Lingüística española*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 1973, pág. 399.

LAMÍQUIZ, V.: *Morfosintaxis estructural del verbo español*, Universidad de Sevilla, Sevilla, 1972, página 23.

LÁZARO, F.: “El Español, una lengua diversa” en *El País* de 13 de Octubre de 2001, suplemento “Babelia”, págs. 8 y 9.

LEÓN HERNÁNDEZ, VICENTE E.: Los principios didácticos, un análisis dentro de la Pedagogía con orientación Histórico Cultural. www.monografias.com/trabajos33/principios-didacticos/principios-didacticos.shtml.

LEÓN RUBIO, J.M., GÓMEZ DELGADO, T. Y BARRIGA JIMÉNEZ, S.: “Psicología Social”, en *Psicología social, una guía para su estudio*, de LEÓN RUBIO, J.M., BARRIGA JIMÉNEZ, S., GÓMEZ DELGADO, T., y GONZÁLEZ GABALDÓN, B. (Coordinadores), Kronos, Sevilla, 1996, págs. 249-269.

LEÓN RUBIO, J.M., GÓMEZ, T. y BARRIGA, S.: Comunicación social, en *Psicología Social: una guía para su estudio*, Kronos, Sevilla, 1996, págs. 249-269.

LEONTIEV, A.N.: *Problems of the Development of the Mind*. Progress, Moscú, 1981.

LIVOLSI, M.: «Modificazione nelle structure en el sistema dei mezzi di comunicazione di massa», en A.A. V.V., *Informatione, consenso e dissenso*, Il Saggiatore, Milán, págs 34-51.

LOWELL J.: “Mensaje: ‘t´echo mucho de -’ ” en *El Mundo*, martes 15 de Mayo de 2001, pág. 35.

LONGARES, MANUEL. “Incompatibilidad”, en “Periodismo y Literatura”, suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 5.

LÓPEZ HIDALGO, A.: *La Columna, Periodismo y Literatura en un género plural*, Comunicación Social, Zamora, 2012.

LÓPEZ, H.: *Enseñanza de la Lengua Materna*, Playor, Madrid, 1984, pág. 27.

LÓPEZ, PILAR: Al dato, *Anuario crítico de Almería*, Asociación de Periodistas de Almería. Almería, 2014, págs. 46-47.

LOVELL, J.: “Mensaje: ‘t´echo mucho de -’ ” en *El Mundo*, martes 15 de Mayo de 2001, pág. 35.

LOWERY y DE FLEUR: “Milestones”, en *Mass Communication Ressearch. Media Effects*, Longman, N. York, 1988, págs. 427-428.

LUQUE, A. y VILA, I.: “Desarrollo del Lenguaje” en Palacios, J., M. A. y COLL, C.: *Desarrollo psicológico y educación, I*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.

LURIA, A.R.: *Lenguaje y Pensamiento*, Fundamentos, Madrid, 1974.

MALMBERG, B. : *Lingüística estructural y comunicación humana*, Gredos, Madrid, 1971, página 25.

MANCINAS-CHÁVEZ, ROSALBA y REIG, RAMÓN: “Influencia del mensaje periodístico y estructuras mediáticas”, en *Aspectos psicosociales de la comunicación*. Pirámide, Madrid, 2014, págs.. 127-143.

MARLETTI, C.: *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione política*, en *Dati per la verifica dei programmi tasmessi*, nº 68, RAI, Turín, septiembre 1985, pág. 49, Citado por Rodrigo Alsina: *Los modelos de comunicación*, Op. Cit.

MARTÍN, E.: “Operaciones concretas”, en V.V. A.A.: *Desarrollo psicológico y educativo, tomo I*, Alianza Psicología, Madrid, 1994. pág. 255

MARTÍN SERRANO, M.: *El uso de la comunicación social por los españoles*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982.

MARTÍN, AURELIO: "El Mercado dice que no necesita periodistas", en *Periodistas*, núm. 29. Asociación de la Prensa de Madrid, verano 2012, pág. 13.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. "El Lenguaje periodístico ante el neologismo", en *El neologismo necesario*, Agencia EFE, Madrid, 1992, págs. 75-86.

MARTÍNEZ ALBERTOS, R.: *El ocaso del periodismo*, CIMS, Barcelona, 1997.

MARTÍNEZ HERNANDO, B.: *Lenguaje de la prensa*, Eudema, Madrid, 1990.

MARTINEZ LÓPEZ, Fernando, "La Prensa Almeriense del Siglo XIX. Los Periódicos de la Restauración", en *La prensa española durante el siglo XIX*, Instituto de Estudios Almerienses, Almería, 1987, pp. 73-86.

MAS DE XAXÀS, XAVIER: *Mentiras*, Destino, Barcelona, 2005, págs. 77-78.

MCQUAIL, D.: *Mass Communication Theory*, Sage, London, 1994.

MOLINA, CÉSAR ANTONIO: "Con las mismas raíces", en "Periodismo y Literatura", suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 3.

MOLINA, MARTA: "Nosotros también somos Silicon Valley", en *Periodistas*, nº 28, pág. 10, Primavera 2012, Madrid: FAPE.

MOLOTOCH y LESTER: "Accidental news: the great oil spill as local occurrence and national event", *American Journal of Sociology*, vol. 81, 1975. Citado por RODRIGO ALASINA, M.: La construcción de la noticia, Op. Cit.

MORILLA, M. y MARTÍNEZ, M.I.: *El periódico: un diálogo de la escuela con la actualidad*. Instituto Pedagógico Somosaguas, Madrid, 1981.

MORIN, V.: "L'information télévisée: un discours contrarié", *Communication*, nº 28, año 1978.

NOELLE-NEUMANN, I: *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona, 1995.

OCTAVIO AGUILERA: *La Literatura en el Periodismo*, Ed. Paraninfo. Madrid, 1992. Pág. 25.

OLDS, H.F.: "An experimental study of syntactical factors influencing children's comprehension of certain complex relationships". *Report nº 4*. Harvard Center for Research and Development on Educational Differences, 1968. Citado por Slobin.

PENA DE OLIVEIRA, Felipe Pena de: *Teoría del periodismo*, Comunicación Social, Sevilla, 2006, pág. 41.

PIAGET, J.: *El mecanismo del desarrollo mental*, Editora Nacional. Barcelona, 1979.

PIAGET, J.: *La construction du réel chez l'enfant*. Delachaux et Niestlé, Neuchâtel, 1937.

PIAGET, J.: *La formation du symbole chez l'enfant*", Delachaux et Niestlé, Neuchâtel, 1946.

PIGNATARI, DÉCIO: *Información, Lenguaje, Comunicación*, Gili, Barcelona, 1977.

POYATOS, FERNANDO: *La comunicación no verbal*, Tomo II, Istmo, Madrid 1994, pág. 261.

PRADO, BENJAMÍN: “Ficción y Realidad”, en “Periodismo y Literatura”, suplemento de *El Mundo*, de fecha 30-05-14, pág. 4.

RAMÍREZ, J. D.: “Diálogo en el aprendizaje lecto-escritor, Nuevas perspectivas en el estudio de la alfabetización de adultos, de J.D. Ramírez y ‘Tres pies al gato: Significado, sentido y cultura cotidiana en educación de P. del Río y A. Álvarez’”, en *Infancia y Aprendizaje*, n° 53, Madrid, 1992, págs. 87-100.

RAMÍREZ, J.D.: “Desarrollo del lenguaje y control de las acciones: En torno a la regulación verbal” en *Infancia y Aprendizaje*, n° 37, Madrid, 1987, págs. 50-70.

RAMÍREZ, J.D.: “Entrevista a Wertsch”, en *Infancia y Aprendizaje*, número 53, Madrid, 1991, pág. 14.

RAMÍREZ, J.D.: “Nuevas perspectivas metodológicas para el estudio del habla egocéntrica” en *Infancia y Aprendizaje*, n° 53, Madrid, 1991, págs. 119-134, pág. 121.

RAMS, A.: *Clínica gestáltica*, La llave, Vitoria, 2001.

RAYMOND, WILLIAMS: “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales”, en Williams Raymond (Ed): *Historia de la Comunicación. Volumen 2: De la imprenta a nuestros días*, Bosch Casa Editorial, S.A., Barcelona, 1992.

RIOJA, MARIANO: “La empresa periodística: sus peculiaridades”, *Boletín informativo de la Fundación Juan March*, Madrid, 1976.

RIVIERE, A. “Problemas en el aprendizaje de las Matemáticas”, en V.V.A.A. *Desarrollo psicológico y educación*, Tomo III, Alianza Editorial, Madrid, 1994, págs. 155-182.

RODA FERNÁNDEZ, R.: *Medios de Comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*, CIS-Siglo XXI, 1989.

RODRÍGO ALSINA, M.: *La construcción de la noticia*, Paidós comunicación, Barcelona, 1989, Pág. 54.

RODRIGO ALSINA, MIQUEL: *Los modelos de la comunicación*, Segunda edición, Tecnos, Madrid, 1995, págs. 160-163.

ROJO VILLADA, P.A.: *Producción periodística y nuevas tecnologías*, Comunicación Social, Sevilla, 2003.

ROMANO, VICENTE: *Introducción al Periodismo*, Teide, Barcelona, 1994, página 10.

RONDAL, J.: “Principes, stratégies et chronologies de l’ intervention éducative dans l’ acquisition et le développement du langage” en el *II Simposi Internacional de didàctica de la llengua i la literatura*. Escola de Mestres de Tarragona, 1.991.

ROPERO, M.: “Identidad sociolingüística del andaluz” en LAMÍQUIZ, V. y CARBONERO, P.: *Sociolingüística Andaluza*, n° 1. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1985, páginas 27-43.

RUEDA, S., MEDINA, S. y LEÓN RUBIO, J.M.: "La Educación para la Salud a través de los medios de comunicación", en *Aspectos psicosociales de la comunicación*, Pirámide, Madrid, 2014, págs. 181-191.

RUIZ CARNAL, J.: *Historia y Antología de la Prensa Escolar Sevillana*, edición del autor, Sevilla, 1988.

RUIZ, M.: *Los límites de la Educación*, Grupo Unisón Producciones, Madrid, 1999.

SALA, C. Y JOVER, L.: *Técnicas de impresión en la escuela*. Avance, Barcelona, Barcelona, 1975.

SANTESMASES, M.: *Dyane* versión 4, Pirámide, Madrid, 2009.

SARORI, G.: "Homo videns", en *La sociedad teledirigida*, Taurus Madrid, 1998.

SAUSURE, F.: *Curso de lingüística general*, Losada, Buenos Aires, 1967, pág. 129.

SCHILLER. H.C.: *Manipuladores de cerebros*, Gedisa, Barcelona, 1978, págs. 39-44.

SIERRA, F: *Elementos de Teoría de la Información*, ed. Mad, Madrid, 1999, p.77)

SILVERSTONE, R.: "The message of television: myth and narrative" en *Contemporary culture*, Heinemann, Londres, 1981.

SLOBIN, D. I.: "Siete preguntas acerca del desarrollo del Lenguaje" en DELVAL, J.: *Lecturas de psicología del niño, Tomo I*, Alianza Editorial, Madrid, 1978, págs. 72-88.

SMITH III, TED J.: "La Mordedura del Perro Guardián", revista *Facetas*, Agencia de Información de los E.E.U.U., Washington, Mayo 1991, págs. 2-7.

TAUFIC, C.: *Periodismo y lucha de clases*. 3ª edición, Akal, S.A., Los Berrocales del Jarama, Torrejón de Ardoz, Madrid, 1986, págs. 30 y ss,

Temas para el debate, Instituciones Editoriales, Madrid, abril, 1995.

TERUEL, J.: "'La Teja', el periódico de la escuela que también lo fue del pueblo", en *Cuadernos de Pedagogía*, nº 85. Barcelona, 1982.

TERUEL, J.: "Hacia el mejor modelo de prensa escolar", ponencia en las *III Jornadas de Prensa, Radio y TV escolares*, Almería del 1 al 5 de Septiembre, 1988.

TERUEL, J.: *El periódico escolar, al servicio del aprendizaje*, Trabajo de Doctorado, Departamento de Psicología Social, Universidad de Sevilla, 1987.

TERROU, F.: *La información*, Oikos-Tau, Villasar de Barcelona, 1970.

TONUCCI, F.: "Por un diario de clase", en *Cuadernos de Pedagogía*, núm. 85, Barcelona, 1982.

TORRE, E.: *Ideas lingüísticas y literarias del Doctor Harte de San Juan*, Publicaciones de la Universidad de Sevilla, 1977, Pág. 195.

TRAPIELLO, C.: "Periódico interescolar «Escuelas Leonesas»", publicado en la revista *Colaboración*, núm. 35. Madrid, 1982.

TRIGO, J.M.: “La lengua oral en la educación primaria”, publicado en la revista *Lenguaje y Textos*, nº 9, SEDLL, Universidad de Coruña, págs. 45-62.

TRIGO, J.M.: *El habla de los niños de Sevilla*, Alfar, Sevilla, 1990.

TUDESQ, A.J.: “La presse et l'évènement”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, Nº. 46, Oct. - Dic., 1976, págs. 167-170, traducción M^a Paz Cabello Carro.

V.V. A.A. *Desarrollo psicológico y educativo, tomo I*. Alianza Psicología, Madrid, 1994.

VALBUENA, F.: *Teoría general de la Información*, Noesis, Madrid, 1997, págs. 555-568.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, M.: *Historia de la comunicación social*. Bruguera, Barcelona, 1980.

VEIRA, C.: *La prensa a la escuela*, Marsiega, Madrid, 1979.

VERÓN, E.: *Construire l'évènement, les medias et l'accident de three mile Island*, Minuit, Paris, 1981, citado por Rodrigo Alsina: La construcción de la noticia.

VIERA, C.: *La prensa a la escuela*, Marsiega, Madrid, 1979.

VILLIERS, P.A. y VILLIERS, J.G.: *Primer lenguaje*, Morata, S.A., Madrid, 1980.

VIOQUE, J.: *La utilización de la prensa en la escuela*, Cincel, Madrid 1984.

VYGOTSKY, L.: *La formación social de la mente*, Martins Fontes, Brasil, 1991.

VYGOTSKY, L.S.: *Pensamiento y Lenguaje*, La Pléyade, Buenos Aires, 1973.

WALON, H.: *Los orígenes del pensamiento en el niño*, La Pléyade, Buenos Aires, 1980.

WATZLAWICK, P., WEAKLAND, J.H. Y FISCH, R. *Cambio*. Herder, Barcelona 1986, pág. 68. Citado por Guil Bozal, A.: Perspectiva sistémica de la comunicación interpersonal, en *Aspectos psicosociales de la comunicación*, de MARTINEZ-PECIÑO, R. y GUERRA DE LOS SANTOS, J.M. (Coords.), Pirámide, Madrid, 2014, págs. 27-39.

WEBER, Max. Citado por M. Wolf: WOLF, M.: *Los efectos sociales de los media*, Paidós, Barcelona, 1994.

WERTSCH, J.V.: *Vygotsky y la formación social de la mente*, Paidós, 1988.

WOLTON, D.: “La comunicación ayer y hoy”, entrevista a Edgar Morin, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Universidad Complutense, Madrid, Septiembre 2004, págs. 211-212.