



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Profesionales "ARAGON"

SIST. 41254

33

# EVASIONES, 2a. edición

## Semantización periodística de la realidad



ENEP ARAGON

# T E S I S

Que para Obtener la Licenciatura de  
**Periodismo y Comunicación Colectiva**

P R E S E N T A:  
**EVA SALGADO ANDRADE**

Asesor de Tesis: Roberto Fernández Iglesias



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
ARAGON  
DIRECCION

EVA SALGADO ANDRADE  
P R E S E N T E .

En contestación a su solicitud de fecha 21 de junio del año en curso, relativa a la autorización que se le debe conceder para que el señor profesor, Lic. ROBERTO FERNANDEZ IGLESIAS pueda dirigirle el trabajo de Tesis denominado "EVASIONES, 2a. EDICION, SEMANTIZACION PERIODISTICA DE LA REALIDAD", con fundamento en el punto 6 y siguientes, del Reglamento para Exámenes Profesionales en esta Escuela, y toda vez que la documentación presentada por usted reúne los requisitos que establece el precitado Reglamento; me permito comunicarle que ha sido aprobada su solicitud.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para reiterar a usted las bondades de mi distinguida consideración.

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

San Juan de Aragón, Edo. de Méx., agosto 19 de 1982.

EL DIRECTOR

LIC. SERGIO ROSAS ROMERO

c.c.p. Coordinación de Ciencias Políticas.  
Unidad Académica.  
Departamento de Servicios Escolares.  
Director de Tesis.

SRR:RTD/la.

**A mis padres**



## I N D I C E

## Introducción

1. Información masiva y periodismo . . . . .	1
1.1. Sociedad, ideología e información . . . . .	1
1.2. Periodismo: concepto y funciones . . . . .	10
1.3. Periodismo contra realidad . . . . .	17
<u>Notas</u> . . . . .	22
2. Investigaciones en información . . . . .	25
2.1. El funcionalismo o la comunicación idónea . . . . .	25
2.2. El estructuralismo o los riesgos de la búsqueda descontextualizada . . . . .	31
2.3. El marxismo o las visiones globalizadas . . . . .	40
2.4. Texto y contexto en la investigación . . . . .	47
<u>Notas</u> . . . . .	54
3. El periodismo en México . . . . .	58
3.1. Evolución de la prensa en México . . . . .	58
3.2. Panorama actual del periodismo . . . . .	64
3.3. La prensa sensacionalista . . . . .	72
3.4. <u>Ovaciones, 2a. edición.</u> Presentación del caso . . . . .	77
<u>Notas</u> . . . . .	82
4. Análisis morfológico del diario . . . . .	85
4.1. Distribución del espacio . . . . .	85
4.2. Géneros periodísticos, ¿más información, menos opinión?	96
4.3. Fuentes: el anonimato, los periodistas y las agencias. .	111
4.4. Origen: la fascinación de lo extranjero . . . . .	121

4.5. Materia: nota roja, deportes, vida en sociedad . . . . .	128
<u>Notas</u> . . . . .	140
5. Análisis estructural del lenguaje . . . . .	143
5.1. Recursos tipográficos o paralingüísticos: emplazamiento, titulado y presentación . . . . .	144
5.2. Recursos icónicos: la imagen fotográfica . . . . .	151
5.3. Recursos lingüísticos: el habla de <u>Ovaciones, 2a.edición</u> . . . . .	155
5.4. Análisis de temas clave: notas principales de cada día . . . . .	170
<u>Notas</u> . . . . .	202
6. Valoración ideológica del diario . . . . .	206
6.1. <u>Ovaciones, 2a. edición</u> : semantiza lo que otros callan . . . . .	207
6.2. Sucedió y no se dijo . . . . .	215
6.3. <u>Ovaciones, 2a. edición</u> y la sociedad mexicana . . . . .	226
6.4. <u>Ovaciones, 2a. edición</u> y las alternativas para la comunicación alternativa . . . . .	234
<u>Notas</u> . . . . .	239
Conclusiones . . . . .	241
Bibliografía . . . . .	249

## I N T R O D U C C I Ó N

Supongamos que es el cometa Halley. Pues bien: hay que hacer un grabado de media página mostrando el cometa con varias fotos de apariciones previas engatilladas. Si aún queda espacio para una señorita atractiva, tanto mejor. Si no, hay que poner unos cuantos habitantes de Marte viéndolo pasar. Entonces, algo así como un cuarto de página de grandes titulares ruidosos. Después, cuatro pulgadas de artículo escrito en tono vibrante [...]

(De un redactor del Journal, periódico dirigido por William Randolph Hearst) (1)

La cita anterior pareciera haber viajado a través del tiempo para ser calcada en nuestra época por más de una empresa periodística. Representa nada menos que una fórmula, bastante aproximada a la realidad, del periodismo amarillista. Se conoce como tal a una técnica desarrollada intensamente a fines del siglo pasado, sobre todo en los Estados Unidos. Lejos de haberse convertido en un simpático hecho histórico, el periodismo amarillista -o sensacionalista, como también se le conoce- ha evolucionado en cada país de acuerdo a las circunstancias económicas, políticas y sociales, hasta constituir hoy en día un importante mecanismo transmisor de la ideología dominante.

Para no ir más lejos, en nuestra propia ciudad pueden observarse, por la mañana y, sobre todo, por la tarde, periódicos que, a todas luces, se adscriben a la clasificación de amarillistas o sensacionalistas.

Uno en particular, Ovaciones, 2a. edición, se convirtió en el objeto central de esta investigación. De publicación diaria, a partir de las cinco de la tarde -más o menos- se le puede adquirir en prácticamente todos los puestos de periódicos, en las esquinas, en parques, a la entrada del Metro, a bordo de camiones... El diario se convierte en el acompañante de miles de lectores, quienes, a través de sus páginas, desean enterarse de lo que sucede en la ciudad, el país o el mundo.

Salta aquí, entre otras, una pregunta: ¿Cómo es posible sintetizar la realidad en el marco de dieciséis páginas? A priori habría infinidad de respuestas; algunas ciertas y algunas falsas. Da da la trascendencia de conocer cabalmente los mecanismos que rigen la elaboración de noticias, de comprender la existencia de una ideología dominante que rige éstos y otros fenómenos, fue necesario conocer a fondo Ovaciones, 2a. edición, periódico que por su tiraje y popularidad no puede ser ignorado.

El periodismo amarillista no es un fenómeno autónomo; pertenece al universo de la información masiva en los países capitalistas. Por lo tanto, para comprender los objetivos que persigue como mecanismo transmisor de ideología, fue necesario hacer una revisión de la información masiva y del periodismo en general: su concepto y funciones, así como la vinculación ~~o no~~ con la realidad. A tal paso, está dedicado el primer capítulo de este trabajo.

Una vez enmarcado el fenómeno como una expresión de información

masiva, era necesario conocer las herramientas de que se disponía para analizarlo. De allí que, para hacer un análisis tan objetivo como fuera posible, se hizo, en el segundo capítulo, una revisión de las tres principales corrientes -funcionalismo, estructuralismo y marxismo- que han realizado estudios sobre información. Una vez expuestas tales corrientes, en sus líneas generales y, específicamente, en lo que concierne a la investigación en prensa escrita, fue posible diseñar un modelo de análisis que permitiera conocer el diario analizado y las circunstancias sociales que le rodean: texto y contexto en la investigación. De acuerdo con tal modelo de análisis, los fenómenos observables en la actualidad responden a una evolución histórica; asimismo, se encuentran en estrecha vinculación con los fenómenos actuales.

El tercer capítulo consiste en una exposición sobre la historia de la prensa mexicana, desde la introducción de la imprenta -su más lejano antecedente- hasta llegar a un panorama de la prensa mexicana actual. Ya en este paso, el objeto de estudio, Ovaciones, 2a. edición, constituía un fenómeno con antecedentes y conexiones actuales. Para conocerlo más a fondo, en este mismo capítulo se analizaron las características de la empresa que edita el periódico; se elaboraron, para tal objeto, el registro de identificación y el expediente de identidad.

A estas alturas del análisis, la investigación podía ya centrarse en el conocimiento del diario. Para ello, se eligieron como muestra los números correspondientes a la semana del 5 al 10 de enero de 1981. Este material fue objeto de un análisis en dos etapas: morfológico y estructural del contenido. La primera etapa ocupa la atención del cuarto capítulo; en él, Ovaciones, 2a. edición fue ob-

jeto de una serie de disecciones que permitieron identificar cómo estaba compuesto el contenido manifiesto del mismo.

Tras la etapa del análisis morfológico era posible saber qué contenía Ovaciones, 2a. edición. Ahora era necesario saber cómo se emplea el lenguaje periodístico, lenguaje que se divide en tres sig temas de signos: paralingüísticos o elementos tipográficos, icónicos y lingüísticos. Estos signos, al ser empleados, responden a criterios de selección y combinación. El quinto capítulo, análisis estructural del contenido, se encargó de identificar estos mecanismos.

Por último, era imprescindible ubicar nuevamente al objeto de estudio en la sociedad en la cual se origina. Una vez que su estructura quedó al descubierto, fue posible entender la estrecha vinculación entre la ideología dominante en nuestro país con Ovaciones, 2a. edición.

Si bien los resultados obtenidos arrojan una serie de flagrantes contradicciones entre la realidad y la forma como se la re-crea en el diario, no se agota aquí la investigación. El último de los capítulos contiene, en la última parte, algunas consideraciones sobre la posibilidad de aplicar las técnicas del periodismo amarillista a la comunicación alternativa, la comunicación verdadera.

No obstante que la investigación se inició hace más de dos años y, por lo tanto, los diarios analizados corresponden a esa época, este trabajo aún continúa vigente. Ovaciones, 2a. edición, aunque con ligeras modificaciones en el formato y un nuevo precio, todavía circula, a partir de la misma hora, en los mismos lugares. La tinta del diario se ha tornado más amarilla para semantizar una realidad cada vez más caótica, incierta y llena de injusticias.

(1) Francisco Bermeosolo. El origen del periodismo amarillo, p. 36

## 1. INFORMACIÓN MASIVA Y PERIODISMO

Los términos información masiva y periodismo se vuelven cada vez más del dominio público. No podría ser de otra manera, en vista del dominio creciente que ambos han adquirido. Sin embargo, no es ocioso insistir en su definición, funciones, clasificación y aspectos generales; es imprescindible. Sólo así será posible acometer el análisis de un fenómeno específico dentro del periodismo.

El primer tema abarcará tres conceptos: sociedad, ideología e información, estrechamente vinculados y determinantes uno del otro. En el segundo, se analizará una de las manifestaciones de la información masiva: el periodismo, su concepto y funciones. Por último, serán expuestas consideraciones sobre la actividad periodística en la práctica concreta; en cierta forma, se desmitificarán algunos conceptos sobre los fines de tal actividad.

### 1.1. Sociedad, ideología e información

La relación que guardan sociedad, ideología e información es la siguiente: una sociedad está constituida por un grupo de individuos cuya organización se determina por la estructura económica prevaeciente. La estructura económica se forma por la conjunción entre los medios de producción y las relaciones sociales de producción. Los medios de producción se conforman tanto por las fuerzas humanas como por los instrumentos de producción. Las relacio-

nes de producción se refieren a los lazos que se establecen entre los individuos en el proceso de producción, y pueden ser de cooperación y ayuda mutua o de explotación. Para perpetuar las relaciones de producción —más aún si son de explotación—, la sociedad dispone de la superestructura, conjunto de conceptos políticos, filosóficos, jurídicos, artísticos y religiosos que imperan en una sociedad y permiten la subsistencia de la base económica.

Los conceptos anteriores forman parte de la ideología dominante. Ideología se puede definir como un conjunto de ideas; por lo tanto, ideología dominante es el conjunto de ideas predominantes en una sociedad. Un desglose de los elementos que integran la superestructura llevó a Althusser a exponer su concepción sobre la existencia de aparatos represivos de Estado y aparatos ideológicos de Estado. Los primeros buscarán imponer la ideología, incluso a la fuerza; por ejemplo, las sanciones jurídicas. Los segundos, más sutiles, se constituyen por un "cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones precisas y especializadas." (1) Tales aparatos ideológicos de Estado son la religión, la escuela, la familia, lo jurídico y, por supuesto, la información.

Para la clase en el poder es indispensable la existencia de una ideología, una conciencia común y colectiva que no permita que los individuos cuestionen, aisladamente o en grupo, las condiciones de vida. A esta pérdida de la conciencia individual —muchas veces sin siquiera haberla obtenido—, a esta aceptación sumisa de la realidad, se le conoce como enajenación. "Durante cierto número de horas al día, el hombre del siglo XX deja de pensar por sí mismo, y se somete a una forma de conciencia o de pensamiento colectivo. Es



ésta una verdad absoluta y, en cierto modo, aterradora." (2)

No se pretende adoptar una actitud pesimista, ni se afirma que no existe alternativa. La enajenación puede presentarse en diversos grados, desde los individuos que nunca cuestionan su existencia hasta aquéllos conscientes de que algo puede hacerse, y lo hacen. Y lo hacen en la medida que se alejan de esa masificación, de esa conciencia colectiva; cuando comprenden que, más allá de ese cuerpo de ideas dominantes, ellos pueden y tienen el derecho de elaborar su propia concepción del mundo. "En nuestros días son muchas las amenazas por reducir el horizonte humano. La masificación -por fuerza o por abandono- constituye uno de los fenómenos más brutales para cercar y mutilar los destinos de la gente." (3)

En este fenómeno de la enajenación, la información se ha convertido en un elemento imprescindible. Para explicar en qué consiste la información, es necesario aclarar la relación que guarda con la comunicación. Es muy común, en la práctica, usar ambos conceptos como sinónimos; no lo son. (4) Para explicar la diferencia es conveniente referirse al desarrollo que ha sufrido la comunicación hasta ser parcialmente sustituida, a nivel masivo, por la información.

No se puede concebir una sociedad sin comunicación, actividad mediante la cual los hombres transmiten sus ideas, emociones, necesidades o sufrimientos a sus semejantes, en base a un dódigo común. La palabra comunicación proviene de communis (común); según otra opinión proviene de comungare (comulgar). Sea cual fuere el estricto sentido etimológico, comunicación sugiere una actividad de igual a igual. A través de las formaciones sociales por las que ha atravesado la humanidad -comunidad primitiva, esclavismo, sociedad feudal, capitalismo y socialismo-, la comunicación ha sufrido, al i-

igual que los demás elementos de la superestructura, una evolución determinada por el cambio en el modo de producción.

En la comunidad primitiva, donde los medios de producción eran de propiedad comunal, y no había ni dominados ni dominadores, se podía hablar de comunicación en el estricto sentido del término: existía un código común, la comunicación no era privilegio exclusivo de unos cuantos.

El desarrollo de los medios de producción y su consiguiente apropiación en unas cuantas manos, entre otras cosas, propició la primera gran división de la sociedad en clases sociales; se trata, por supuesto, de la transición hacia el esclavismo. Todavía en esta formación social no existía un desarrollo tecnológico en lo que respecta a la comunicación; sin embargo, al alterarse sustancialmente las relaciones de producción, la comunicación, igual que la explotación del trabajo, será de dominadores a dominados.

En la sociedad feudal, la base era la propiedad privada de unos cuantos sobre el principal medio de producción: la tierra, y la libertad parcial de quienes la trabajaban. Surgen los antecedentes de la información masiva: se inventa la imprenta, aparecen los primeros periódicos. Sin embargo, los medios de información no ejercen aún una influencia decisiva como aparatos ideológicos; en este sentido, la religión y el derecho poseían mayor importancia.

El desarrollo tecnológico propiciado por los avances científicos originó profundos cambios en la estructura económica. Al evolucionar las fuerzas productivas, otro tanto sucedió en las relaciones de producción. Consecuentemente, la superestructura hubo de sufrir un desarrollo: "Desde la época del mercantilismo económico se produjeron tales desórdenes en todas las sociedades que se hizo

indispensable introducir correctivos en el sistema. Se requería que fuesen más eficaces y más sutiles que la policía y que hiciesen frente a desórdenes como la crisis económica, que se dieron tanto al nivel de la empresa como al de la comunidad [...]. En esa tarea, el sistema de comunicación de masas cumplió un papel decisivo." (5)

La explotación del hombre por el hombre se vuelve cada vez más aguda. Paralelamente, aumenta el desarrollo tecnológico en los medios de información masiva: aparecen diarios con enormes tirajes, se inventa el cinematógrafo, la radio y la televisión. Como dijera Camilo Taufic: "La historia de la comunicación no es sino la historia de la lucha de clases." (6)

Acuñar el término información, en lugar de comunicación, no es una ocurrencia casual: informar, etimológicamente, proviene de dar forma a algo; no se trata ya de un sujeto que comunica a otro, y viceversa. Ahora, un sujeto da forma, in forma los hechos para transmitirlos a otros. "Proponemos reservar el término de información tanto al proceso de vehiculación unilateral del saber entre un transmisor institucionalizado y un receptor masa, como a sus contenidos, y sea cual fuere el medio o el lenguaje empleado." (7)

Aunque a nivel interpersonal la comunicación no ha desaparecido, con el surgimiento de los medios masivos se encuentra prácticamente en vías de extinción. "La comunicación, creemos, es algo más que información o transmisión de mensajes, es sobre todo comunión, identificación en sí mismo y en las relaciones con los demás, y esta comunicación va faltando en la misma proporción en que aumentan las comunicaciones tecnificadas." (8)

La información constituye un aparato ideológico idóneo. Ofrece la posibilidad de brindar masivamente concepciones del mundo y encauzar actitudes en un inmenso número de receptores simultáneamente.

El proceso mediante el cual se lleva a cabo la información masiva consta de los siguientes elementos (9):

emisor: quien transmite algo;

código: conjunto de señales que elige el emisor;

mensaje: información que se transmite;

medios y recursos: elementos técnicos y económicos del emisor;

referente: porción de realidad a la que alude el mensaje;

receptor: quien recibe el mensaje;

marco de referencia: comprensión de la realidad, lo que alcanza a percibir y concebir un grupo social;

formación social: la realidad en que tiene lugar un proceso de información.

Todos estos elementos implican tres actividades básicas: elaboración, difusión y consumo del mensaje.

La elaboración de los mensajes es una actividad cada vez más monopolizada por las clases en el poder: "La elaboración queda en manos de especialistas cuya función es diseñar mensajes para que logren un máximo de impacto en el público con la consiguiente mínima cantidad de información sobre datos de la realidad en sus cuestiones esenciales." (10)

De la cita anterior se desprende que la elaboración no es una actividad espontánea; por el contrario, quienes la llevan a cabo se guían por los principios de supervivencia de la clase dominante, por el control que necesita ejercer. Este concepto de control se

refiere a la selección previa del material antes de darlo a conocer, lo cual no es una práctica aislada en el contexto social. De hecho, la información tiene por objeto perfeccionar el control de la clase dirigente sobre las multitudes. Conviene analizar el término perfeccionar: es común suponer que los medios de información pueden por sí mismos ejercer un control. Tal idea minimiza la existencia, para fines idénticos, de otros aparatos ideológicos. Si bien los medios de información poseen un papel importante en tal juego ideológico, éstos son auxiliados por la religión, la escuela, lo jurídico, etc.

La clase en el poder, pues, da forma a la realidad. En información masiva, "el derecho a conocer, que en su acepción más simple consiste en el derecho a conocer aquellas cosas que son necesarias para la supervivencia y para la búsqueda de la felicidad, no radica en el pueblo, en la sociedad de clases, sino en la burguesía." (11)

Si puede hablarse de un monopolio casi exclusivo en la elaboración de mensajes, otro tanto subsiste en la fase de difusión. Para la información masiva este aspecto reviste particular importancia; le resulta necesario atraer gran cantidad de receptores. Para ello, cuenta con canales de difusión, cada vez más impresionantes: mediante la televisión, es posible llegar simultáneamente a gran número de receptores; los diarios cuentan con rotativas que les facilitan la impresión de miles de ejemplares.

El monopolio que la clase en el poder ejerce en la elaboración y difusión de los mensajes desaparece totalmente en el consumo: a él sí tienen acceso las clases explotadas. Privilegio poco afortunado si se considera que el consumo, en la inmensa mayoría de los

casos, lleva a una "aceptación generalizada, postura acrítica, in capacidad de indagar en profundidad, en totalidad." (12)

Tal situación es justificada por la clase en el poder como si se tratase de algo indispensable: "Imposibilitado como está nuestro 'hombre masa' de comunicarse con otros, exige que ese alguien impersonal llamado medio de información le ratifique niveles de confianza en sus creencias, valoraciones, actuaciones, elecciones de forma de vida, etc." (13)

Además de contribuir a perfeccionar el control ya existente, la información paulatinamente desplaza a la comunicación: la televisión reemplaza a la plática familiar; leer una fotonovela en un camión resulta más común que platicar con el vecino de asiento... Ello es comprensible -aunque no deseable- si se recuerda que, en una sociedad tan llena de contradicciones, lo menos que puede desearse la clase en el poder son las protestas de los demás, protestas que se vuelven menos agresivas en tanto no puedan compartir puntos de vista con sus semejantes. Información significa "distribución de elementos o modos de vida y comportamiento en virtud de la existencia de un conjunto de normas." (14) Tales normas implicarán, entre otras cosas, la aceptación sumisa ante la explotación.

El modo de vida así impuesto no es precisamente el más congruente a la existencia o intereses del sujeto: "Se informa, en definitiva, para dirigir [...] se perfeccionan hasta límites inauditos los medios para imponer esta aceptación, mientras paralelamente disminuyen y se anulan las defensas de quienes deben concederla." (15)

Los pensamientos dominantes se institucionalizan, "se encarnan en instituciones que, a imagen de esos pensamientos, reflejan el concepto de la clase dominante respecto a las instituciones capa-

ces de conferir a su sistema todas las garantías de estabilidad y armonía en las relaciones sociales, ambas cosas vitales para la protección de sus intereses económicos." (16)

La información desempeña funciones no sólo como aparato transmisor de ideología. Reviste también una importancia vital para la base del sistema capitalista: la comercialización de mercancías. "La información capitalista unitaria aparece entonces como un nuevo sector de la inversión, autónomo y muy rentable, cada vez más ligado al avance de la monopolización y al desarrollo de la publicidad." (17)

El capitalismo, conforme se expande, llega a su fase imperialista; la información no se mantiene al margen, y ha demostrado su eficacia en el sistema transnacional de dominación capitalista. Las fronteras de la información se han abierto; el emisor se convierte en alguien cada vez más poderoso, a la vez que más alejado.

Mediante la información, los países imperialistas logran ejercer control sobre aquéllos en vías de desarrollo. Es el mismo esquema de dominados y dominadores; esta vez los personajes serán los países. El sistema transnacional de información cuenta con empresas de publicidad, bancos de datos, suministro de información, agencias de noticias, programas de radio y televisión, películas, revistas, libros. Todos estos medios "políticamente defienden el statu quo cuando éste apoya sus propios intereses; económicamente crean las condiciones para la expansión transnacional del capital. Si el sistema transnacional perdiera su control sobre la estructura de comunicaciones, perdería una de sus armas más poderosas [...] " (18)

Los países dominantes se han percatado de que la información, efectivamente, constituye una de sus armas más poderosas. "Tendrá

la seguridad máxima aquel país cuya situación informativa y científica sea adecuada para hacer frente a las demandas que se le presenten, aquel país en el cual se comprenda plenamente que la información tiene importancia en cuanto es una etapa en un proceso continuo de observación del mundo que nos rodea y de influencia sobre él." (19)

En suma, la información posee una doble intencionalidad: propagandística, como transmisora de ideología; mercantil, como instrumento eficaz en la comercialización. Para desempeñarla, ofrece un control sutil, y hasta inadvertido, encubierto con las funciones tradicionalmente asignadas a la información: informar, entretener, educar, culturizar, siempre desde la perspectiva de los intereses de la clase dominante. "Estas funciones deben tomar en cuenta las normas y valores sociales existentes, que son medios de control social." (20)

Una de las manifestaciones de la información masiva es el periodismo. Su concepto y funciones se expondrán en el siguiente apartado.

## 1.2. Periodismo: concepto y funciones

Los individuos que conforman una sociedad se interesan, en mayor o menor medida, por conocer lo que sucede a su alrededor. La clase en el poder asume, casi íntegramente, tal tarea, sin dejar de tomar en cuenta, claro está, sus propios intereses. "[...] dar noticias o entretener son el caballo de Troya dentro del cual se cuela la influencia hegemónica de quienes detentan el poder." (21)



No existe una definición precisa sobre periodismo, "para el escéptico, el periodismo es sencillamente un oficio; para el idealista es una brillante responsabilidad y un privilegio." (22) En este apartado se proporcionarán conceptos esenciales sobre la actividad periodística, sus medios de difusión, géneros y características. Para ello, se propone, en principio, una definición simple y, hasta cierto punto, abstracta: periodismo es la actividad mediante la cual un emisor da a conocer a la comunidad hechos que considera trascendentales; o, para emplear la jerga periodística, hechos que posean actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y acceso público.

Implícitamente, se ha llegado al concepto de noticia, básico para el periodismo. Fraser Bond, en Introducción al periodismo, tras enunciar varias definiciones concluye: "Noticia es un informe oportuno de todo aquello de interés para la humanidad, y la mejor noticia es aquella que interesa al mayor número de lectores." (23)

La materia prima esencial para el periodismo es el acontecimiento, el cual, una vez procesado, se convierte en noticia. La definición anterior de noticia lleva a la conclusión de que el periodismo es una de las manifestaciones de la información con un mayor interés, es "no sólo la forma de comunicación dominante entre las destinadas a las grandes multitudes, sino la forma determinante -por sus contenidos- dentro de todo el sistema de comunicación social." (24)

El periodismo no sólo informa; al ser una manifestación de la información, orienta, entretiene, politiza, proporciona cultura... Además, recurre a los medios masivos de información: prensa, radio,

televisión y cine.

Prensa son los medios impresos, constituidos tanto por elementos gráficos (escritura) como por elementos icónicos (fotografías, dibujos). La prensa abarca diarios, semanarios, libros, boletines, periódicos murales. El periodismo surge por vez primera a través de la prensa.

El periodismo radiofónico goza de popularidad, principalmente por no requerir toda la atención del espectador, por lo accesible que es un aparato de radio, por la amplia cobertura de las señales radiofónicas y, sobre todo, por la instantaneidad que puede lograrse.

A pesar de ser la televisión el medio de más reciente aparición, dado su carácter audiovisual se ha convertido en importante medio periodístico. Compite con el radio en instantaneidad; lo supera por contar con el elemento visual.

El cine como medio periodístico tiene un empleo más reducido que los otros medios masivos, pues carece de la instantaneidad. En compensación, ofrece recursos propios de la técnica cinematográfica con los cuales da a las noticias un tratamiento que produce fascinación.

Se mencionaron sucintamente los distintos canales de difusión del periodismo, pues la actividad periodística no se ejerce de manera aislada; la difusión de los hechos se realizará a través de todos los medios, se repetirá, siempre con miras a reforzar el control de la clase en el poder. No se puede hablar de una disociación entre la prensa y la televisión, cuando ambas están en manos del grupo dominante: "Juntamente con los media impresos, los media electrónicos 'empapan' a la sociedad con mensajes cada vez más nume

rosos; naturalmente, la comunicación política se ha apoderado entonces de ellos." (25)

Para los fines de este análisis, interesan primordialmente las características del periodismo impreso. Su máximo exponente son los periódicos, afirmación nada novedosa, pues precisamente la palabra periodismo proviene de periódico. Para una mejor comprensión de la actividad periodística en la actualidad, se ofrece un breve panorama histórico (26):

La existencia del periódico se remonta a varios miles de años. Antes de Cristo, en Roma existían carteles con noticias (acta diurna) colocados en lugares públicos. En China y Corea se imprimía en papel con tipos movibles mucho antes que en Europa. En el siglo XVI, en Venecia, se publicaba un periódico que se vendía por el equivalente a una gazzetta (nombre de una moneda). En Alemania, a principios del siglo XVII, apareció el primer periódico con muchas características del periódico moderno. En Inglaterra, en 1621, surgieron los corantos, antecesores del periódico actual. A raíz de la Revolución Industrial y de la comercialización en aumento, el periodismo tuvo mayor auge, sobre todo en Inglaterra y posteriormente en los Estados Unidos. En 1830, la prensa de masas era ya una realidad; el telégrafo y el ferrocarril, además de otros avances tecnológicos, contribuyeron al desarrollo de la prensa masiva. En 1880 aparece publicada la primera fotografía en un diario, el Daily Herald de Nueva York. Este mismo año se entabló una competencia entre las principales cadenas periodísticas -Hearst y Pulitzer- que tuvo como resultado el advenimiento del llamado "periodismo amarillo", prensa sensacionalista, alarmante: a través de la prensa, una vez logrados avances tecnológicos, se iba en pos del mayor

número de lectores.

La actividad periodística se ha desarrollado paralelamente a los avances tecnológicos: los países más evolucionados son los que tienen mayor número de periódicos y con tirajes cada vez mayores y de cobertura más amplia. El periódico, como lo conocemos en la actualidad, se define como "publicación periódica, con un contenido informativo y de opinión normalmente heterogéneo, que se imprime bajo un mismo título y en serie continua, con numeración correlativa y fecha de publicación, y aparece con periodicidad regular determinada." (27)

Los periódicos resultan eficaces canales de publicidad -al igual que los demás medios masivos-. Se han convertido, por tanto, en redituables empresas financieras: detrás de cada periódico existe una organización más o menos compleja, la cual es ampliamente redituable para su o sus propietarios. Más adelante, en el capítulo 3, se tratará este tema, específicamente en lo que concierne a México.

Según expertos de la UNESCO, los periódicos pueden dividirse someramente en dos categorías: de información general o especializados (legislación, finanzas, comercio, medicina, modas, deportes). La propia UNESCO propició la reunión de un Comité de Expertos sobre Normalización Internacional de Estadísticas de Edición de Libros y Periódicos, en París, que llegó a la conclusión de que los diarios y periódicos debían poseer las siguientes características:

- 1) Impresos
- 2) Editados en el país
- 3) Ofrecidos al público

- 4) Publicación en serie continuada y bajo un mismo título
- 5) Periodicidad regular o irregular
- 6) Cada ejemplar de la publicación debe constar de fecha, y generalmente de numeración. (28)

Salvo la característica de que deben ser editados en el país, no son objetables las demás. Es común encontrar, en muchos países, periódicos extranjeros puestos a la venta el mismo día de su publicación; son, en el estricto sentido del término, periódicos.

Los géneros periodísticos surgen y alcanzan gran auge en la prensa escrita; se refieren a los distintos tratamientos de las noticias. Se dividen en informativos, interpretativos y de opinión.

Los géneros informativos se caracterizan por proporcionar sólo los hechos principales: qué, quién, cuándo, dónde y cómo; todo ello de manera subjetiva. Ya más adelante, en los capítulos 4 y 5, se verá cómo en realidad no se puede hablar de objetividad. "La información, como forma práctica de la noticia, está cargada de contenido político e ideológico y responde a intereses y objetivos de terminados. Es decir, tiene opinión, es parcializada, aun cuando pretenda ser objetiva." (29) Es imposible hablar de objetividad en la labor periodística: "No hay hechos imparciales. Los hechos no tienen una lógica propia que dé como resultado las mismas percepciones para todas las personas. Los datos se perciben e interpretan en función de las necesidades, emociones, personalidad y diseños cognoscitivos anteriormente formados en el perceptor [...]. Es la relatividad la que impide la existencia de una objetividad total." (30)

La objetividad -a pesar de su utópica existencia- se considera como el eje de los géneros informativos; sin embargo, se puede desmitificar fácilmente. Para ello, se cita una sugerencia contenida en un tratado sobre géneros periodísticos informativos: "Sin embargo, cuando un reportero se sienta ante su máquina de escribir, rara vez escribe todo lo que sabe sobre una situación desagradable. Aunque disponga de abundante espacio y esté protegido por las leyes, procura suprimir los hechos ofensivos y las frases hirientes. Cuando lo olvida, tales hechos y frases son despiadadamente eliminados por los correctores y los jefes de sección. En síntesis, todo se adecúa a las prohibiciones omnipotentes de quienes ejercen la dirección." (31)

Los géneros interpretativos -cuya clasificación suscita aún polémicas- comprenden el reportaje y la entrevista -esta última como género y no como medio de obtener información-. Su característica principal es la de ser híbridos, combinar información con opinión. En El reportaje, Julio del Río Reynaga apunta que el reportaje combina nota informativa, crónica, entrevista, editorial e inclusive va más allá. (32)

Los géneros de opinión, además de proporcionar información, incluyen la opinión de quien escribe o de la empresa periodística, en el caso del editorial. A través de ellos, se busca "emitir juicios de valor acerca de la importancia y trascendencia de los acontecimientos que son noticia (interpretar los datos para orientación de los lectores)." (33) Comprenden el editorial, el suelto, la columna, la crítica, el ensayo y la caricatura política.

Cabe señalar que existe gran discrepancia en la taxonomía de los géneros periodísticos, complicada aún más por la denominación

de los mismos; a ello en gran medida contribuye la traducción de manuales periodísticos extranjeros. Esta situación es todavía más notoria en los géneros de opinión; para éstos, los manuales periodísticos emplean diversos nombres: artículo, artículo de fondo, artículo editorial, columna editorial, etc., todos para un mismo caso: el editorial. (34)

Como la intención no es elaborar un manual para periodistas, las explicaciones anteriores son muy breves; su fin primordial es proporcionar las características elementales de un periódico, objeto de la presente investigación. Además, puede apreciarse un carácter abstracto en las explicaciones: no se mencionó la conexión entre noticia y realidad, entre periodismo y realidad. De ello se ocupará el siguiente apartado.

### 1.3. Periodismo contra realidad

Al principio de este capítulo se mencionó la importancia que la información ha adquirido como aparato ideológico; posteriormente fueron expuestas algunas características del periodismo como manifestación de la información. No es difícil imaginar que la clase en el poder manipula el periodismo para dar forma a la realidad según convenga a sus intereses.

"Por lo general, los asuntos que comportan en sí la posibilidad de ser noticias pasan por una serie de tamices." (35) Según lo mencionado antes sobre lo que es una noticia, habrá que aclarar que la clase en el poder no puede darse el lujo de permitir una libre difusión de las noticias; la realidad antes de ser canalizada a

través de los medios de información, será sujeta a mecanismos de control o de manipulación. Tales mecanismos pueden consistir en: ocultar aquello que pueda resultar perjudicial al sistema; si no es posible ocultar, darle otro giro a los hechos, matizarlos; difundir hechos que, aunque no afecten a la sociedad, resulten coadyuvantes a la supervivencia del sistema; por último, el periodismo puede servir no sólo para dar a conocer la realidad, sino para inventarla. Al respecto, existe una cita clásica atribuida a Hearst, magnate del periodismo: "Ponga usted los grabados, yo pondré la guerra." (36)

Más allá de los manuales de redacción periodística, de la ética profesional del periodista, de un "estricto apego a la verdad", se extiende una innegable situación: el periodismo libra día a día una batalla contra la realidad, sus contradicciones, sus injusticias; el periodismo "también fabrica mentiras". (37)

Con la práctica periodística, la clase dominante persigue "ya sea producir una realidad deseada que no se produce espontáneamente, o bien evitar la producción de una realidad no deseada que se produce espontáneamente." (38)

Es oportuno hablar un poco sobre la fetichización de los medios de información. Ésta consiste en atribuir a los objetos vida propia; en el caso de los medios de información, considerarlos como entes autónomos, que presentan una serie de hechos, de realidades dignas de crédito. ¿Quién puede desconfiar de un inocente periódico? Al hacer caso omiso de los intereses ocultos de tras de un mensaje, difundido por un medio de información, nos olvidamos que éstos no mienten ni son sinceros; ellos no. Es, indudablemente, la clase en el poder la que se encarga de tal si-



tuación. El inocente periódico es, por tanto, nuestra ventana hacia la realidad; ventana cuyo paisaje la clase en el poder dispone a su conveniencia.

A través de los medios de información, concretamente de la actividad periodística, se puede ejercer considerable influencia en la visión del mundo, así como en el entretenimiento, el tiempo de ocio, los hábitos culturales. Y es que el periodismo es empleado como instrumento de evasión, "en su carrera en pos de la evasión, los medios compiten en el mercado de la cultura, esforzándose por distraer a los hombres de su realidad cotidiana y ofreciéndoles un mundo convencional e hipócrita, concentrado alrededor de lo catastrófico y lo sensacionalista." (39)

Se distrae a los hombres de su realidad cotidiana, se les ofrece a cambio una vida más placentera; aunque falsa. "Conocer las historias de amor y la vida íntima de la gente célebre y afortunada permite soñar y olvidar la existencia propia, tan mediocre a menudo." (40) Sin embargo, la prensa no puede conformarse exclusivamente con noticias sensacionalistas; no se puede guardar silencio absoluto respecto a la absurda y contradictoria realidad. Y no se guarda silencio; en ello radica el poder de la palabra. "El diario asume el desorden del mundo, nos lo explica, le pone coherencia, lo transforma en orden..., lo simboliza." (41) Existe una expresión popular muy difundida: "del dicho al hecho hay mucho trecho"; puede funcionar como una buena definición del periodismo dominante. Una cosa es la que se publica; otra, la que existe.

Según los elementos del proceso de la información que se enumeraron anteriormente, se puede apreciar que en periodismo, paradójicamente, se hace en ocasiones caso omiso del referente, de esa

"porción de realidad que aparece dicha en el mensaje." (42) Y se dice paradójico pues es precisamente del periodismo del que se espera mayor apego al referente. Esto se conoce como empobrecimiento referencial o descontextualización. "Lo que se presenta de la realidad aparece en forma puntual, aislado de otros elementos, como algo en sí mismo, válido hasta sus límites." (43)

En la lucha que entabla el periodismo contra la realidad, llega a suceder que aquél resulte más real que la propia realidad. Si como ejemplo de la realidad se propone una manifestación de protesta, cruelmente reprimida, consideremos: pudieron haber intervenido en la manifestación, hipotéticamente, 2,000 personas; la presencia alrededor de 1,500; en total, 3,500. Es un número ya considerable, no cabe duda. Supongamos que tal manifestación se considere un hecho noticioso y es publicada: en lugar de decir que fue reprimida, se dice que los manifestantes agredieron a mujeres y niños; tal versión se publica en un diario de gran circulación, llega a manos de 500,000 personas. ¿Qué puede hacer la realidad de 3,500 personas contra la de 500,000? Es un ejemplo cruel; pero desgraciadamente es común.

Así, la realidad puede desaparecer ante el periodismo. ¿Cuál es el arma de éste? A través del periodismo se ejerce una violencia simbólica, se logra "sitiar a las fuerzas capaces de contrariar o desenmascarar la impostura de la clase dominante y su sistema. Cumple esta función explicando la realidad por medio de los mismos principios que sirven de cimientos al sistema." (44)

Esta re-creación de la realidad, con fines de ser difundida masivamente, se identifica como un proceso de semantización. La semántica se encarga de estudiar la relación entre los signos y

sus respectivos significados: la semantización implica, por lo tanto, la forma en que la realidad es presentada mediante signos. "Hacer periodismo es semantizar las señales socioculturales que se vierten por los conductos de las fuentes de información." (45)

Aparte de lo que se ha dicho sobre noticia, es necesario constatar que ésta no ha podido sustraerse a los efectos de la sociedad capitalista. La noticia constituye también una mercancía, "que se vende según la 'lógica' del mercado dominante y en consecuencia es incapaz de reflejar las realidades históricas, culturales y políticas que dan su real dimensión a los hechos." (46)

Sin embargo, tal comercialización responde también a la necesidad de re-crear una realidad; si en el momento de esta re-creación surgen hechos noticiosos que resultan fácilmente vendibles, tanto mejor. Más aún, cuando surge una noticia que haga peligrar al sistema, si es vendible, los dominantes no dudarían en ponerla, debidamente semantizada, a la venta.

La información ayuda a reforzar y perpetuar las estructuras vigentes. No obstante lo pesimista que pudiera parecer este capítulo, es un hecho innegable que la sociedad sigue su marcha, que las contradicciones que se gestan en su interior llevan a un desarrollo, a un inevitable cambio de estructuras. En la lucha entablada entre periodismo y realidad, ésta puede perder sólo en algunos partidos. En la batalla final, la realidad y sus contradicciones saldrán a flote: triunfarán.

Notas

- (1) Louis Althusser. "Ideología y aparatos ideológicos de Estado", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 78, p. 11
- (2) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 37
- (3) Horacio Guajardo. Elementos de periodismo, p. 17
- (4) Aunque en lo sucesivo, para los fines de la presente investigación se habrá de acuñar el término información, en las citas bibliográficas se respeta el criterio del autor: comunicación masiva, comunicación social, medios masivos de comunicación, etc.
- (5) Gustavo Esteva. El Estado y la comunicación, p. 49
- (6) Camilo Taufic. op. cit., p. 63
- (7) Antonio Pasquali. Comunicación y cultura de masas, p. 62
- (8) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, p. 237
- (9) cfr. Daniel Prieto. Elementos para una teoría de la comunicación, pp. 16-32
- (10) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 12
- (11) Camilo Taufic. op. cit., p. 162
- (12) Daniel Prieto. op. cit., p. 12
- (13) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 237
- (14) Décio Pignatari. Información, lenguaje y comunicación, p. 15
- (15) Camilo Taufic. op. cit., p. 164
- (16) Armand Mattelart. Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal, p. 26

- (17) Jaime Goded. "Dos ensayos sobre comunicación", en Revista Mexicana de Ciencia Política, no. 69, p. 34
- (18) Juan Somavía. "La estructura transnacional del poder y la información internacional", en La información en el nuevo orden internacional, p. 33
- (19) Norbert Wiener. Cibernética y sociedad, p. 113
- (20) Ricardo Amann y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 61
- (21) Camilo Taufic. op. cit., p. 55
- (22) F. Fraser Bond. Introducción al periodismo, p. 17
- (23) Ibidem, p. 98
- (24) Camilo Taufic. op. cit., p. 52
- (25) Jean Marie Cotteret. La comunicación política. Gobernantes y gobernados, p. 27
- (26) cfr. Melvin L. de Fleur. Teorías de la comunicación masiva, pp. 30-42
- (27) Definición propuesta por la UNESCO, citada en José María Casasús, Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 75
- (28) cfr. Jacques Kayser. El diario francés, p. 24
- (29) Julio del Río Reynaga, prólogo a Periodismo interpretativo: el reportaje, p. 7
- (30) Eloy Porras. Periodismo para el desarrollo, p. 30
- (31) Carl N. Warren. Géneros periodísticos informativos, p. 246
- (32) Julio del Río Reynaga. op. cit., p. 18. Además, ver Máximo Simpson, "Reportaje, objetividad y crítica social (el presente como historia)", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, no. 86-87, pp. 143-151

- (33) José Luis Martínez Albertos. El mensaje informativo, p. 35
- (34) cfr. Roberto Fernández Iglesias. Taxonomía de los géneros periodísticos
- (35) Silvia Molina. "Control y opinión pública", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 88
- (36) Respuesta que dio William Randolph Hearst a Frederic Remington, dibujante y grabador, en la guerra de 1898 entre Estados Unidos y España. Citado en Gregorio Selser, Trampos de la información y neocolonialismo, p. 14
- (37) Horacio Guajardo. op. cit., p. 8
- (38) Luis J. Prieto. Definiciones para un proyecto de semiótica, p. 1
- (39) Irene Herner. Mitos y monitos, p. 258
- (40) Gisèle Freund. La fotografía como documento social, p. 163
- (41) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 166
- (42) Daniel Prieto. Elementos para una teoría de la comunicación, p. 23
- (43) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 122
- (44) Armand Mattelart y otros. op. cit., p. 25
- (45) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 239
- (46) Juan Somavía. op. cit., p. 23

## 2. INVESTIGACIONES EN INFORMACIÓN

La información existente en la actualidad no es, ni con mucho, la más satisfactoria que pudiera haber. Se impone un cambio, recuperar para los dominados el derecho a conocer por sí mismos la realidad, sin los anteojos que les proporcionan los vencedores. Si bien el territorio sobre el cual los medios de información ejercen su influencia es amplio, y crece constantemente, pueden ganarse ya algunas trincheras. Para ello, es indispensable conocer bien al enemigo antes de atacarlo, hay que conocer las armas de que dispone. Una de tales armas son los medios de información y, concretamente, los mensajes que a través de ellos se difunden.

La información, para su análisis, puede contar con las tres principales corrientes teóricas empleadas en las ciencias sociales: funcionalismo, estructuralismo y marxismo. En este capítulo se hará una revisión de cada una de ellas, sus respectivas ventajas y desventajas, y, eventualmente, la posibilidad de emplearlas en conjunto: "[...] en cualquier posición personal en que se esté, el científico social debe hacer un esfuerzo por asimilar diversas corrientes, ya que en ciencia nadie posee la verdad absoluta. La ciencia exige crítica para avanzar, y no puede haber crítica fecunda sin confrontaciones que, sacudiendo posiciones adquiridas, obligan a profundizarlas, replantearlas, enriquecerlas." (1)

### 2.1. El funcionalismo o la comunicación idónea

Las ciencias se dividen, de modo general, en ciencias naturales

y ciencias sociales. Estas últimas buscan dar una explicación racional y sistemática de la sociedad y los hechos sociales. Interesa especialmente destacar la labor científica en las sociedades capitalistas -ámbito en el que se ubica esta investigación-: "Las ciencias sociales burguesas se caracterizan por el estudio de los elementos estructurales de la sociedad, siendo mucho menos frecuente en ellas la investigación de los procesos relacionados con sus transformaciones y desarrollo. Ello es debido a que les domina la idea, reflejo directo de los intereses de los grupos rectores de la burguesía, de que el régimen capitalista constituye en su conjunto la organización más racional de la sociedad.\* (2)

En gran parte, las ciencias sociales burguesas se adscriben a la corriente funcionalista. A grandes rasgos, el funcionalismo parte de la comparación de la sociedad con un organismo vivo, preferentemente humano, dada su complejidad. En cualquier organismo, las células, venas, arterias, órganos, aparatos, sistemas, etc., tendrán una función específica e importante para el organismo en conjunto. Cada una de las partes desempeñará una función, será funcional. Al desplazar este principio a la sociedad, se llega a la conclusión de que todos los elementos sociales son indispensables para el desarrollo integral. ¿Cómo explican los funcionalistas la existencia de elementos de fricción, de contradicciones? Existe en esta corriente el concepto de lo disfuncional. Así pues, es posible que alguna parte del organismo social no funcione: tal parte será llamada disfuncional; la curación de la sociedad puede lograrse de dos formas:

- 1.- Por asimilación del elemento de fricción, se convierte en algo natural.



2.- Por rechazo, si el elemento disfuncional es demasiado peligroso.

Cualquiera que sea el tratamiento, la corriente funcionalista busca justificar al sistema, que éste permanezca lo más estático posible; por supuesto, en beneficio de quienes detentan el poder.

Según el funcionalismo, la información o comunicación es un elemento indispensable a la supervivencia del sistema; representa, metafóricamente, los vasos comunicantes del organismo social. La información será funcional en tanto que "acepte la estructura social vigente como definitiva, sujeta tan sólo a perfeccionamiento, y por ello mismo suponga que los valores y juicios dominantes constituyen verdades universales por encima de la historia." (3)

Se establece una justificación mutua entre la clase dominante y la información: aquélla sostiene que la información es indispensable, ésta contribuye a su permanencia en el poder. Las funciones que la comunicación desempeña en la sociedad, según el funcionalismo, son las siguientes:

- 1) Supervisión.- Recolectar y distribuir datos informativos;
- 2) Correlación social.- Interpretar la información;
- 3) Transmisión del patrimonio cultural.- Transferir normas y valores sociales, incluida la educación;
- 4) Entretenimiento.- Ofrecer diversión. (4)

La corriente funcionalista aplicada a la información ha dado énfasis principalmente al análisis de los efectos en los receptores: "Para el investigador, el objetivo consistía en determinar los efectos de tal o cual medio de comunicación social sobre un auditorio determinado, es decir, evaluar las reacciones de los consumidores y la interacción que se establece entre éstos y los

productores." (5) Impera, asimismo, el criterio de que los efectos de los medios de información no pueden ser atribuibles más que a los mismos medios; gran parte de este principio se resume en la frase de Marshall Mc Luhan -uno de los máximos exponentes del funcionalismo-: "El medio es el mensaje". Asevera Mc Luhan: "En una cultura como la nuestra, acostumbrada desde largo tiempo a escindir y dividir todas las cosas como un medio de control, a veces nos choca el que se nos recuerde que, en los hechos operantes y prácticos, el medio es el mensaje." (6)

Posturas como la anterior llevan a una fetichización de los medios de información, a culparlos o agradecerles a ellos, a los medios, cuanto a través de ellos se difunde. Tal actitud permite a quienes manipulan los medios de información "lavarse las manos" -valga la expresión-, desentenderse de cualquier culpa. "Se ha responsabilizado a los diferentes medios de: 1) reducir el nivel de los gustos culturales del público, 2) aumentar la tasa de delincuencia, 3) contribuir a un deterioro moral general [...]". (7)

Por más que se prolongue la lista de delitos, se culpa a objetos inocentes: los medios de información. La cita anterior es de Melvin L. de Fleur, investigador norteamericano; del mismo autor, se transcribe otra cita, tanto o más fetichista que la anterior: "Nuestros periódicos, radios, televisores, etc. no son artificios insidiosos del demonio, sino en realidad fieles servidores o aun salvadores en cuanto: 1) ponen de manifiesto el pecado y la corrupción; 2) actúan como guardianes de la preciosa libertad de palabra; 3) llevan cierta cultura a millones de individuos por vez primera [...]". (8)

Probablemente las citas anteriores resultan exageradas como

para ser consideradas representativas del criterio imperante entre los funcionalistas. Pero son exageradas sólo en cuanto la forma de justificar la información, porque, en el fondo, están orientadas por las líneas generales del funcionalismo.

¿Cuál es la aceptación de la corriente funcionalista? "Si tenemos que situar la cuestión a nivel de corrientes, no vacilamos en afirmar que el funcionalismo es la línea de pensamiento, la línea ideológica, dominante tanto en las investigaciones como en la práctica concreta." (9) Una muestra de tal predominio y aceptación del funcionalismo se encuentra en la citada expresión: "la prensa es el "cuarto poder" del Estado. "No es que la prensa sea el 'cuarto poder del Estado', sino que está al servicio de los poderes y es una de las formas concretas que asume su poderío." (10)

Ahora bien, es indispensable señalar que en el marco del funcionalismo se ha desarrollado la técnica de análisis de contenido, de la cual los principales exponentes han sido:

- 1) Berelson y Laswell, quienes proponen un análisis cuantitativo;
- 2) Charles O. Osgood, quien ha implementado una técnica de análisis asociativo, logrado a través de la confrontación entre el signo (estímulo) y la respuesta. (11)

Para los fines de esta investigación, interesa especialmente el análisis de contenido propuesto por Bernard Berelson; el propio autor lo define como: "una técnica de investigación que sirve para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido de la comunicación." (12) En Análisis de contenido, Berelson señala que para tal técnica se han detectado por lo menos 17 usos; entre ellos, interesa destacar el siguiente: "En cierto sentido, el análisis de contenido se ha utilizado como un paso dentro de

una serie de operaciones de investigación. El principal uso, pues, ha consistido en codificar los materiales cuantitativos obtenidos por medio de las encuestas estadísticas o los métodos experimentales." (13)

Por medio de la técnica del análisis de contenido se logra detectar el contenido cuantificable; para ello, se sugiere la división en categorías y subcategorías, a través de las cuales "se retiene solamente el contenido manifiesto, detectable empíricamente y reductible estadísticamente. Se eliminan sistemáticamente los contenidos latentes, por no ser cuantificables." (14) Para la investigación científica, la recolección de los datos cuantificables, "detectables empíricamente", posee un gran valor: "Los enunciados fácticos confirmados se llaman usualmente 'datos empíricos'; se obtienen con ayuda de teorías (por esquemáticas que sean) y son a su vez la materia prima de la elaboración teórica. Una subclase de datos empíricos es de tipo cuantitativo: los datos numéricos y métricos se disponen a menudo en tablas [..]" (15)

Hasta aquí, el análisis de contenido aporta sólo resultados fructíferos para la investigación. Sin embargo, si se pretende que con él la investigación puede darse por concluida, surgen serios inconvenientes: "La recolección de datos y su ulterior disposición en tablas no es la finalidad principal de la investigación; la información de esta clase debe incorporarse a teorías si ha de convertirse en una herramienta para la inteligencia y la aplicación." (16) Aplicado lo anterior a la información, se llega al terreno de que es igualmente importante -si no más- descubrir y analizar el contenido latente de los mensajes, aquél que se encuentra más allá del manifiesto.

Si el analista se limita sólo al contenido manifiesto, "encuentra con mucho esfuerzo lo que se presentía a menudo. Casi no se tiene el sentimiento de tocar estructuras más ocultas pero más profundas de la información." (17) A partir de la aseveración anterior, se aprecia el carácter ideológico encubridor que priva en la corriente funcionalista: no dar a conocer, ocultar hasta donde sea posible la función manipuladora que se persigue a través de los medios de información. "Nuestros países, disfuncionales por excelencia, desintegrados por grandes abismos sociales entre sectores privilegiados y marginales, no pueden aspirar nunca a una homogeneidad comunicacional como la sueñan los funcionalistas para los países centrales." (18) Sin embargo, nuestros países necesitan de investigaciones que les permitan conocer -aun cuando sea en un primer nivel- los mensajes con los que son bombardeados; para ello, pueden sacar algún partido de las técnicas que los funcionalistas han implementado; por ejemplo, el análisis de contenido.

## 2.2. El estructuralismo o los riesgos de la búsqueda descontextualizada

Para una mejor comprensión del estructuralismo es imprescindible tomar en consideración dos conceptos: semiología o semiótica y lingüística, pues la interrelación entre ambas ha hecho prosperar a la corriente estructuralista. Las ciencias que se denominan estructuralistas se apegan a los siguientes cuatro principios:

1) Tratar el objeto como un todo que rige a sus elementos; el todo

es un sistema, cada uno de los elementos unidos entre sí, el cambio en cualquiera de ellos afecta al sistema.

- 2) Cada sistema posee una estructura determinada; es tarea de la ciencia descubrirla.
- 3) Interés por las leyes coexistentiales, morfológicas o estructurales, que rigen para una determinada clase de cosas o fenómenos (la ciencia no se interesa por cosas y fenómenos individuales, sino por clases).
- 4) Prevalece la tendencia por las investigaciones sincrónicas, sin considerar el tiempo, el parámetro de tiempo equivale al valor cero. (19)

En los cuatro principios anteriores se advierte la presencia de un elemento constante, la estructura. Estructura es un "sistema que permite articular acontecimientos. Éstos son establecidos por sus elementos constituyentes y la modificación de uno de ellos acarrearía la modificación sistemática de los otros." (20) El estructuralismo, aplicado al estudio de fenómenos sociales, procede a aislarlos en una estructura, compuesta por todos los elementos integrantes del fenómeno, para después proceder a su análisis.

A partir del concepto anterior, "el 'estructuralismo' [...] o la utilización implícita de la noción de 'estructura' actualmente interesan a demasiadas disciplinas y, por ello, fatalmente adquieren un aspecto de 'corriente de pensamiento' o incluso de 'visión del mundo'; no podemos ignorar que el estructuralismo, en este momento, también es una filosofía, cuando no una mística o incluso una religión." (21) Así pues, el estructuralismo ha servido de punto de partida para nuevas investigaciones en diversos terrenos científicos; igualmente, ha penetrado muy pronto en otras discipli

nas, sobre todo en la poética y en la estética en general. "Hay que reconocer que el concepto de estructuralismo, que ya dentro de la lingüística recorre concepciones muy distintas, se ha vuelto muy frágil de resultados de tal expansión." (22)

En el párrafo anterior se hacen presentes dos factores de importancia para la corriente estructural: la trascendencia que ha tenido para varias ciencias -entre ellas la antropología y la filosofía- y la especial conexión con la lingüística, hasta cierto punto determinante de su surgimiento y desarrollo.

De manera paralela al estructuralismo, se encuentra la semiótica, ciencia cuyo carácter aún polémico se pone de manifiesto al no existir todavía un consenso respecto al nombre que debiera recibir: ¿semiología o semiótica? Al respecto, Umberto Eco menciona: "Nos conformamos con la decisión adoptada en enero de 1969 en París por un comité internacional que ha dado origen a la 'International Association for Semiotic Studies' y que ha aceptado el término 'semiótica' (aunque sin excluir el uso de 'semiología')." (23)

Para evitar el riesgo de que esta exposición se vuelva confusa, es necesario remontarse a los orígenes de la semiología. Los estructuralistas coinciden en afirmar que el primer esbozo teórico sobre la ahora llamada semiótica lo proporcionó Saussure en su Curso de lingüística general: "Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. [...] Nosotros la llamaremos semiología (del griego semeion 'signo'). Ella nos enseñará en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan." (24)

A partir de entonces, la semiótica comenzó a cobrar fuerza.

Con el tiempo, Saussure fue superado -aunque ello no le resta el mérito-: "Aquel primer esbozo teórico presenta huecos en dos aspectos. Por una parte, había que concretar las ideas fundamentales sobre la constitución del sistema lingüístico mediante el análisis de lenguas particulares. Por otra parte, varios conceptos resultaron ser demasiado imprecisos, susceptibles de diversas interpretaciones." (25)

Bien sea por su relativamente reciente aparición, o por su gran variedad de posibles aplicaciones, a partir de los estudios semióticos se han creado varias escuelas; entre ellas, destacan la europea -que comprende la francesa y el Círculo de Praga- y la norteamericana. Cabe adelantar que también empieza a adquirir relevancia la forma particular en que la semiótica se ha aplicado en Latinoamérica.

Podría parecer que se ha perdido de vista el estructuralismo, objetivo central de este apartado. No sucede así. "Se califican de estructurales todas las investigaciones que han subrayado (explícitamente o no) el carácter sistemático y abstracto de la lengua, considerando los enunciados individuales como manifestaciones particulares, variantes que interesan al lingüista en cuanto que están formuladas en un código, de acuerdo con determinadas reglas." (26) Si se desplaza el concepto de lengua fuera del estricto campo de la lingüística, e igualmente se toma en cuenta que los enunciados individuales pueden referirse tanto a discursos, como a manifestaciones culturales: moda, convenciones sociales, etc., nos encontramos con que éstos son elementos de significación; por ende, pertenecen al campo de la semiótica. He aquí, pues, el vínculo de la semiótica y el estructuralismo. "El objetivo de la Semió



tica consiste en construir una teoría general del signo en todas sus formas y manifestaciones, sean éstas animales o humanas, normales o patológicas, lingüísticas o alingüísticas, individuales o sociales. La Semiótica es, pues, una empresa de carácter interdisciplinario." (27)

La investigación semiótica tiene por objeto deslindar, conocer la estructura, el funcionamiento de un campo de significación; en La estructura ausente, Umberto Eco menciona que precisamente la estructura que se trata de investigar es, antes de realizar la investigación, una estructura desconocida, una estructura "ausente". (28)

El desplazamiento que puede hacerse de los aportes de la lingüística a otros campos de significación -terreno de la semiótica- fue abordado por Roland Barthes en Elementos de semiología (29). El autor señala que los principales conceptos que la semiótica toma de la lingüística son los siguientes, todos ellos duales: lengua/habla; significado/significante; sistema/sintagma; denotación/connotación. Estos elementos que primariamente se refieren al lenguaje, se han hecho extensivos a todos los sistemas de signos sociales: existe, por ejemplo, una lengua y un habla de la moda, del diseño industrial, de los ritos mágicos, etc.

Dos conceptos fundamentales en la semiótica son signo y código. El signo se integra por significante (aquello que se presenta a los sentidos) y significado (representación mental que se tiene del significante). Los signos habrán de combinarse de acuerdo a un código común, compartido por una comunidad, y así se forma el mensaje, el elemento de significación. Los signos tendrán tres formas de relación:

- 1) Sintáctica: Estudia las relaciones de los signos entre sí y la relación de un signo con otros, independientemente de lo que signifiquen;
- 2) Semántica: Estudia la relación establecida entre el signo y el objeto designado;
- 3) Pragmática: Estudia la relación entre el signo y el sujeto que lo utiliza. (30)

De manera particular para esta investigación, de las tres relaciones anteriores la más importante será la semántica, aquella que "engloba las relaciones de significado, entre signo y referente." (31) Igualmente, entre las aplicaciones del método estructuralista, la que interesa destacar en este caso será la que se ocupa de la información masiva.

Sobre la importancia que la semiótica ha dado a la información masiva parece haber divergencias; por un lado: "[...] solamente se puede postular el estudio unitario de los fenómenos si se consideran las teorías y los análisis de la comunicación de masas como uno de los capítulos, sin duda uno de los más importantes, de la semiótica general." (32) Por otro lado, Miquel de Moragas asevera que la información masiva ha sido, en cierta forma, ignorada por la semiótica: "La expansión de la semiótica constituye uno de los hitos más importantes de la investigación sobre las ciencias sociales de los años sesenta y setenta. Nos sorprende entonces constatar la poca repercusión que esta investigación ha tenido en el campo de la comunicación de masas y de su cultura, campo en el que estas aportaciones metódicas y trabajos hubiesen podido tener un rendimiento máximo." (33)

Efectivamente, como sostiene Miquel de Moragas, la semiótica

de la comunicación de masas no ha adquirido todavía un marcado desarrollo, tanto cuantitativa como cualitativamente. Semiótica de la comunicación de masas es "una disciplina que se ocupa del análisis de los diferentes sistemas de signos y modelos discursivos que constituyen los mensajes de la comunicación de masas." (34) Los mensajes masivos no han sido aún objeto de exhaustivos análisis semióticos; o, mejor dicho, no se ha procedido en una dirección unívoca; se ha procedido de diversas formas -lo cual, entre otras cosas, responde a las diversas escuelas que se han formado al amparo del estructuralismo-.

La situación anterior es menos notoria en el campo de los discursos narrativos; al respecto, sí se han realizado esfuerzos que han llevado a implementar ya varios modelos de análisis, bien estructurados y sistematizados. Sin embargo, en los discursos no narrativos, como es el de la prensa, existe una gran divergencia entre los métodos propuestos -cuando los hay-. A este respecto, los mayores aportes provienen principalmente de los estructuralistas franceses -Jacques Kayser, Violette Morin, entre otros-, quienes han desarrollado la técnica de hemerografía estructural, que permite conocer y sistematizar tanto las estructuras manifiestas -existe aquí una influencia de la técnica de análisis de contenido- como latentes. A partir del capítulo 4 se expondrá ampliamente la técnica de la hemerografía estructural. Por ahora, sólo se mencionará que, para el discurso de la prensa, los principales sistemas de signos, en torno a los cuales girará el análisis, son los lingüísticos (texto), icónicos (fotografías y dibujos) y paralingüísticos (encabezados y demás elementos tipográficos). La combinación de ellos, su disección y análisis, conformará la es-

estructura del modelo de análisis -en este caso, un diario-.

Ha llegado el momento de hablar sobre las ventajas y desventajas de tal corriente: el estructuralismo permite una minuciosa descomposición de los elementos de un mensaje, una disección de todas sus unidades; éstas serán analizadas tanto a nivel denotativo o manifiesto -hasta aquí llegaría un minucioso análisis de contenido funcionalista-, como a nivel de lo connotativo o latente. ¿Cuál es la ventaja de conocer el nivel latente? La elaboración de los mensajes no es un acto espontáneo o inocente; debe ser tal que permita un control sobre el receptor. Para ejercer ese control, deben trascenderse las barreras de lo superficial: un mensaje difundido a millones de receptores es susceptible, por lo tanto, de millones de interpretaciones adicionales. Tales interpretaciones adicionales -conotación- son encauzadas o condicionadas hasta donde sea posible, y lograr así un control más efectivo. Para ello se recurre al nivel latente. Un análisis de cualquier mensaje masivo debe, forzosamente, considerar tal nivel.

Si el estructuralismo se basa exclusivamente en el análisis del mensaje y no de sus condiciones de producción y divulgación, resultaría un análisis incompleto. Existen varias consideraciones al respecto: Analizar sólo el mensaje puede resultar tal vez más objetivo que centrarse en quienes lo han elaborado. En El sistema de los periódicos, Maurice Mouillaud menciona que una justificación para realizar el análisis a partir del periódico mismo es el hecho de que casi en todos los periódicos priva el criterio del periódico, es decir, la política del periódico sobre la personalidad de los periodistas. Resultaría, por tanto, más real trabajar con el periódico mismo y en cierta forma dejar de lado al pe

riodista. (35)

Al periódico se le puede analizar, desmenuzar, interpretar; no a quienes lo producen. Sin embargo, el análisis sí sería incompleto si se toma como un fin y no como un medio. "Una actitud de análisis puro, una crítica por la crítica, al fin termina en un liso y llano cotorreo, o lo que es igual, a una crítica que no revierte de ninguna manera sobre la realidad para transformarla." (36) En la anterior cita, Daniel Prieto expone el principal defecto de la corriente estructuralista: su hermetismo, su exacerbada inclinación al análisis por el análisis.

Tal actitud se agrava si se considera la multitud de criterios y escuelas estructuralistas: de un mismo mensaje pueden realizarse, según el país, la época o el investigador, análisis ultrasofisticados sin posibilidades de tener una aplicación práctica posterior. Nuevamente se cita a Daniel Prieto: "Utilizaremos sólo aquellos [conceptos semióticos] que nos hagan falta y redefiniremos cualquier concepto cuando nos resulte necesario. No caeremos en la fetichización de los recursos semánticos." (37)

Fetichizar los recursos semióticos equivale a suponer que ellos por sí mismos son autosuficientes, que no requieren un empleo posterior. Para eliminar esta actitud, hay que tomar en cuenta que el estructuralismo funciona como un excelente método de estudio: "Lo nuevo consiste [...] en que el estructuralismo ha despejado el camino para un conocimiento más profundo de uno de los aspectos de la realidad y se ha creado un instrumento metodológico correspondiente." (38)

El mismo Umberto Eco reconoce los valiosos aportes de la corriente estructuralista como método: "Para utilizar correctamente

los modelos estructurales no es necesario creer que su elección está determinada por el objeto, sino que es suficiente saber que ha sido elegida por el método." (39)

"Es en el mismo centro del texto por descifrar donde se revela la necesidad de recurrir más allá de este texto." (40) Para ir más allá del texto habrá que disponer de armas teóricas además de las estructuralistas; a ello se dedicará el siguiente apartado:

### 2.3. El marxismo o las visiones globalizadas

El marxismo, corriente teórica y política a la vez, tiene como principales y primeros exponentes a Carlos Marx y Federico Engels. A fines de la primera mitad del siglo XIX, a raíz de las aportaciones de los economistas clásicos, Marx y Engels inician el desarrollo del marxismo. Su mérito fue eliminar el idealismo y la metafísica imperantes en las ciencias sociales. Descubren la esencia para una interpretación de la historia humana; implementan el materialismo histórico y el materialismo dialéctico, y muestran -en base a sus investigaciones-, la crisis inevitable del capitalismo. (41)

Entre los principales fundamentos de la corriente marxista se encuentran:

- a) La unidad que existe entre todos los elementos que conforman la sociedad; principalmente, la base económica será la que ejerza una mayor influencia sobre los demás elementos. Así, el estudio de cualquier fenómeno social deberá realizarse sin perder nunca

de vista su conexión con los demás elementos. "La unidad de las cosas del mundo determina la unidad, en cuanto a objetivos y metodología, en el conocimiento de la naturaleza y de la sociedad. [...] Pero junto a esta unidad, en el conocimiento de los fenómenos sociales existen particularidades específicas, que están condicionadas por el carácter de la sociedad como una formación especial -social- que es." (42) Esta interrelación de los elementos sociales es considerada por el materialismo dialéctico.

- b) El estudio de cualquier fenómeno no puede desvincularse de su evolución, desarrollo, de su historia. Éste es ya el terreno del materialismo histórico: "La simple acumulación de las ciencias sociales no es suficiente para proporcionar una idea de la sociedad como un sistema conjuntado. Por eso, a la par que las ciencias que estudian las esferas, fenómenos y procesos sociales, existe la ciencia que investiga el desarrollo de la sociedad en su integridad. Como método general de las ciencias sociales marxistas y método de transformación de la sociedad, figura el materialismo histórico." (43)

Si las aportaciones teóricas del marxismo no son nada despreciables, de igual importancia es la faceta política de esta corriente: "El análisis que Marx ha hecho de la sociedad capitalista es, pues, esencial. Su estatuto es complejo, puesto que aspira a la vez a proporcionar un estudio tan preciso como sea posible de esa sociedad, a develar su carácter privilegiado, a determinar los medios que la transformarán y que harán desaparecer la inhumanidad. Por ello se entremezclan investigación científica y toma de posición política." (44)

No es casual el carácter político del marxismo. Un análisis concienzudo de la sociedad pone de manifiesto las hondas contradicciones que la caracterizan, la explotación de que son objeto quienes, para subsistir, venden su fuerza de trabajo; asimismo, expone la inevitable desaparición del capitalismo merced a sus inherentes contradicciones. Tras estos resultados, el marxismo no puede permanecer neutral, no hay alternativa. "En medio de la crisis de las ciencias sociales, las nuevas corrientes establecen una relación estrecha entre la investigación y la política. Ya no se considera imposible deducir de las leyes que rigen los procesos sociales y prever científicamente lo que hay que hacer, para hacerlo en función de las necesidades humanas [...]" (45)

Cuando el marxismo emprende esa campaña en pro de "las necesidades humanas", cuando pone de manifiesto las contradicciones, cuando hace manifiesto su carácter político no hace más que poner de relieve que: "[...] muchas contradicciones del sistema son simplemente diversos modos de manifestarse la contradicción fundamental: la que existe entre la forma privada de apropiación de la producción y de sus medios y la forma social de efectuar la producción misma." (46)

Desde los inicios del sistema capitalista, basado en la propiedad privada sobre los medios de explotación, ha imperado la injusticia para la mayoría. Injusticia encubierta a través de mecanismos sociales como la enajenación o pérdida de la conciencia propia. Así pues, el estudio de fenómenos tales como la violencia, el alcoholismo, la prostitución, etc., deben buscar su fundamento en la estructura económica.

La investigación marxista sobre la información debe, necesari-



riamente, tomar en cuenta la base económica. Existe, además, otro factor clave, consistente en el carácter de los medios de información manipulados por la clase en el poder: "La comunicación de masas constituye un caso especial de proceso de comunicación, en donde de la intención de actuar sobre el receptor, de persuadirle, es evidente. No obstante y con respecto al receptor, la conciencia de estar recibiendo mensajes especialmente destinados a actuar sobre ellos viene, aunque a distintos niveles, mediatizada por la existencia de indicios que disimulan esa intencionalidad." (47)

Los medios de información, merced a la evolución de la técnica se han convertido en elementos indispensables para la clase en el poder, sobre todo cuando ésta busca manipular los comportamientos de la mayoría: "[...] ha cambiado el manipulador y acaso los procedimientos de manipulación o su sentido, pero persiste la manipulación y el control, como un ejercicio autoritario, al proseguir la previa escisión entre el Estado y el pueblo, al asumirse como realidad sustantiva del Estado su realidad formal, al admitirse como condición de existencia social la enajenación general de los hombres, la situación en que los hombres se han hecho ajenos entre sí." (48)

La información masiva, tal como se conoce en la actualidad, obedece a la evolución y cambios sufridos a través de la historia de la sociedad. Aunque de aparición relativamente reciente -si se le compara con otros elementos de la superestructura- ha adquirido un papel de importancia: "El sistema de comunicación social, en todo caso, desempeñó un papel clave en los esfuerzos para dar un tratamiento apropiado a este juego de contradicciones." (49)

El investigador, cualquiera que sea el elemento del proceso de

información en que concentre su interés, no puede olvidar que los emisores, el código o los receptores poseen en el presente características determinadas y conformadas por la evolución histórica. Por ejemplo, si centra su atención en el lenguaje: "[...] en ningún caso el aprendizaje individual del lenguaje dentro de una lengua consistió en la producción de los instrumentos de los que cada lengua hoy consiste; se cumplió socialmente a través de decenas o centenares de milenios, y sería totalmente absurdo que pueda ser cumplido nuevamente por un solo individuo." (50) Así pues, el lenguaje, mejor dicho, el habla que se encuentra presente en un mensaje no es producto individual de un emisor o de un codificador: es el resultado del esfuerzo conjunto de múltiples experiencias humanas. "En el habla común se expresa el hecho de que el lenguaje, satisfaciendo necesidades sociales, es un instrumento no ya del individuo sino de la sociedad." (51)

El análisis marxista de la información no puede dejar de lado el contexto: "Es la relación del hombre con los signos comprendidos en su surgir primero lo que se convierte en objeto de investigación; ya no se pregunta exclusivamente quién emite (individuo o grupo), en qué tiempo, en qué lugar, en beneficio de quién, sino cuál es la relación del emisor con los signos que utiliza y que puede haber creado con todo conocimiento de causa." (52)

La información será visualizada como un proceso en el cual los emisores persiguen primordialmente manipular a los receptores; el mensaje transmitirá contenidos que ayuden a tal fin. No se puede concebir, en este caso, un empleo neutral del lenguaje, un habla sin intención. "Como repetidor de modelos obligatorios o supra-personales, el obrero lingüístico se halla en la situación de no

saber qué hace cuando habla, de no saber por qué habla, cómo habla y de pertenecer a procesos de producción lingüística que lo condicionan desde el principio, que lo obligan a ver el mundo de una manera determinada y que le dificultan el trabajo original o simplemente distinto." (53)

La investigación marxista no puede desligarse de la estructura económica que condiciona los fenómenos sociales. Esto de ninguna manera significa que los aspectos no económicos carezcan de importancia o que todos ellos puedan explicarse sólo a través de la estructura económica o de la correspondiente superestructura -elementos de la formación social-. "La categoría formación social es el único instrumento de análisis que permite ubicar todos los fenómenos dentro del contexto social que los enmarca." (54) La cita anterior, no carente de verdad, puede llevar a procedimientos erróneos; se toma a la formación social como panacea de la investigación.

Otro procedimiento erróneo, afín al anterior, es realizar sólo investigaciones de tipo económico para llegar a comprender la información: "Puesto que los medios de comunicación masiva dependen de la publicidad, es preciso partir del análisis del origen y función de ésta en la dinámica capitalista para poder comprender, a su vez, el desarrollo de dichos medios de comunicación." (55) Es cierto que los medios de información y la publicidad están estrechamente ligados; sin embargo, no todo lo que transmiten tales medios es publicidad. Por tanto, no se puede suponer que el análisis de un fenómeno desate una reacción en cadena que traiga a la luz la naturaleza de toda la sociedad y su funcionamiento.

En gran parte, la situación anterior obedece a la confusión entre método de investigación y método de exposición. El propio Marx explica la diferencia: "Ciertamente, el modo de exposición debe distinguirse, en lo formal, del modo de investigación. La investigación debe apropiarse pormenorizadamente de su objeto, analizar sus distintas formas de desarrollo y rastrear su nexo interno. Tan sólo después de consumada esa labor, puede exponer se adecuadamente el movimiento real. Si esto se logra y se llega a reflejar idealmente la vida de ese objeto, es posible que al observador le parezca estar ante una construcción apriorística." (56)

Para aplicar con propiedad el materialismo histórico y el materialismo dialéctico es imprescindible conocer a fondo el objeto de estudio. "La aplicación de la dialéctica materialista a investigaciones concretas es un proceso creador, que exige conocer profundamente el problema en cuestión y tener en cuenta sus rasgos específicos." (57) Ninguna ciencia puede explicar de manera aislada a la sociedad; como tampoco el estudio de la base económica de la sociedad puede hacer prescindibles a las otras ciencias: "Ni la psicología, la sociología, la antropología o la biología humana pueden aisladamente explicar de forma total la acción humana, y ninguna de estas disciplinas puede reducirse a cualquiera otra de ellas." (58)

Cada fenómeno social, durante la etapa de investigación, constituye una estructura -la cual reúne los requisitos señalados para la misma en el apartado anterior-. "El principio de la investigación de la estructura no sólo no le es extraño al marxismo, sino que está contenido directamente en sus supuestos metodológicos

previos." (59) Conviene aquí mencionar a Lucien Goldmann, quien ha estudiado ampliamente el concepto de estructura significativa, a la cual define como "el principal instrumento de investigación y de comprensión de la mayoría de los hechos humanos pasados y presentes." (60) Para el estudio de un fenómeno social, éste se aísla en una estructura, la cual será significativa en cuanto remita a comprender, a su vez, el funcionamiento de otros fenómenos.

El carácter político inherente al marxismo ha llevado, en muchos casos a aplicaciones e interpretaciones dogmáticas, a considerarlo un arma tan valiosa que no posee limitaciones. De hecho, en la etapa de exposición es -al menos para sociedades como la nuestra, donde imperan las contradicciones- imprescindible. Sin embargo, para la investigación, el marxismo no pierde -y sí gana- con la ayuda de otras corrientes, por ejemplo, el estructuralismo. "No es necesario hacer de Marx un estructuralista, sino que basta señalar inequívocamente que Marx y Engels tenían ideas perfectamente claras acerca de la complementariedad de los análisis genético y estructural." (61)

En el siguiente apartado se proponen los aspectos teóricos a considerarse en una investigación sobre información, necesariamente adscrita a nuestra sociedad.

#### 2.4. Texto y contexto en la investigación

Una vez expuestas las principales corrientes que orientan las investigaciones sobre información, se hará una síntesis de las mismas y se expondrán los fundamentos teóricos que regirán a esta in

vestigación.

En Retórica y manipulación masiva, Daniel Prieto clasifica las actitudes asumidas por los comunicólogos:

- a) apocalíptico-negativa: sostienen que ya nada se puede hacer contra el sistema y sus medios de información;
- b) hipercríticas: suponen que la solución es tan sencilla como extraer de la mente de los dominados unas cuantas ideas negativas, algo así como una eliminación automática de la enajenación;
- c) integradora: aceptan felizmente al sistema y a sus medios;
- d) crítico-realista: analizan una situación concreta y trabajan a partir de la misma para transformarla precisamente desde dentro. (62)

No está por demás mencionar que la presente investigación tiene como objetivo colocarse en la última actitud. Si se busca lograr un cambio en la sociedad, éste no podrá eliminar de golpe las antiguas estructuras sociales, ni la enajenación que se ejerce a través de ellas.

Los medios de información representan elementos vitales en la perpetuación del sistema; tal función ha motivado que se perfeccionen las técnicas de control. Además, no son más que instrumentos cuyas virtudes o defectos -contrario a lo que sostienen los funcionalistas- no son más que de quienes los manejan. Si se retoma la propuesta de un cambio social, debe quedar claro que, lejos de destruir lo ya existente, es más conveniente emplear aquellos elementos implementados y perfeccionados por la clase dominante; claro está, con otros objetivos.

Para cumplir los nuevos objetivos, resulta imprescindible conocer aquello de lo cual se podría disponer. Por otra parte, no

es necesario esperar una revolución total para lograr un empleo alternativo de los medios de información; desde ahora, y de manera paulatina, se puede dar a los medios de información -aun cuando estén en manos de la clase dominante- un uso alternativo. Para ello -es necesario insistir- habrá que conocer cómo funcionan, cómo se estructuran sus mensajes, qué elementos retóricos pueden detectarse en sus contenidos.

El análisis de los medios tiene distintas vertientes:

- a) Centrarse en el mensaje, la forma en que está elaborado, los elementos y cómo se combinan;
- b) Analizar a los emisores, descubrir sus intereses económicos, su conexión con las estructuras de poder;
- c) Enfocarse en los receptores, conocer qué les lleva a consumir y aceptar un mensaje como verdadero, cuál es la influencia de la información masiva en su conducta.

Así sucesivamente, cada uno de los elementos que integran el proceso de la información puede representar la parte primordial de análisis.

Si se elige para el análisis la primera de las tres opciones señaladas, la muestra elegida conformará una totalidad; sin embargo, si la investigación pretende ser científica, deberá "descubrir los elementos que componen cada totalidad y las interconexiones que explican su integración." (63) Para lograrlo, la investigación no puede darse el lujo de rechazar corrientes de investigación a priori, sin considerar si pueden serle de utilidad. Tal es el caso del funcionalismo, al cual se le relaciona casi inmediatamente con la visión de los países capitalistas sobre la información. No obstante, al rechazarlo, el investigador

perdería la posibilidad de emplear el análisis de contenido -de origen funcionalista-, que resulta, para la primera etapa, una excelente herramienta para cuantificar los elementos que integran el mensaje.

Principalmente en sociedades en vías de desarrollo como la nuestra es más apremiante el análisis concienzudo de los medios de información; como ya se ha dicho, el grado de dominación que ejercen las sociedades imperialistas es muy alto; "Contra la aceptación sumisa de patrones ajenos proponemos el análisis de los mismos para sacar de ellos lo que mejor nos convenga." (64)

Tal análisis concienzudo debe cuidarse de incurrir en un apego desmesurado a una sola corriente: podría llevarle a apreciaciones falsas o a investigaciones descontextualizadas. Por ejemplo, la mayoría de los funcionalistas suponen que el análisis consiste en la exaltación y la admiración constantes ante los avances de la técnica, patentes en los medios masivos. Entre los estructuralistas hay quienes sostienen que la investigación se agota en el análisis meticuloso del mensaje. Por último, algunos partidarios del marxismo defienden la idea de que el análisis de cualquier medio de información debe realizarse única y exclusivamente a partir de la formación social; que ella basta y sobra.

Sin embargo, las posturas anteriores, por fortuna, cuentan con excepciones: aquéllos que insisten en prestar importancia tanto al texto como al contexto.

"La difusión de una cierta actitud crítica ha llevado y lleva a todo tipo de acusaciones y de interpretaciones realmente endebles. Sin un mínimo de análisis se pretende descalificar a un mensaje: "Se explica directamente el texto por el contexto y se



pretende que con eso se ha terminado la discusión sobre algún problema de comunicación [...]. Antes de pasar al contexto, a los factores sociales, económicos, políticos, que determinan la existencia de un mensaje, es preciso agotar al máximo las posibilidades de interpretación de un texto. El error de buena parte de la investigación es que se queda en la creencia de que con el texto puede darse por terminada la problemática. El error de la crítica apresurada es que con el contexto puedo explicarlo todo." (65)

En gran parte, las deficiencias en la investigación obedecen a posturas dogmáticas de no aceptar más que una corriente, posturas que se reflejan principalmente en el método seguido para cada investigación. El debate entre estructuralistas y marxistas se ejemplifica en la siguiente cita: "Uno de los terrenos en que menos se entienden lingüistas y sociólogos es el método, en especial en lo que se refiere al problema de la recolección de los datos y de su utilización e interpretación." (66) Unos a otros critican sus respectivas posturas: "Los sociólogos, en general, reprochan a los lingüistas su superficialidad metodológica: torpeza en las técnicas de recolección de los materiales; ignorancia culpable de la estadística; ingenuidad de selección cualitativa y cuantitativa de datos [...] que proceda a menudo por intuición y en forma impresionista y anecdótica. A su vez, los lingüistas se muestran más bien escépticos frente a la preocupación 'objetivista' exasperada de la metodología de las ciencias sociales." (67)

Descartar de antemano corrientes de investigación, equivale a la postura funcionalista de fetichizar a los medios masivos. En este caso, se atribuye a la corriente de investigación de una peligrosidad que, por sí sola, jamás podría ejercer.

Si un mensaje se integra por un conjunto de signos, estructurados conforme a un código común, es evidente que a través del estructuralismo, es decir, de la semiología, será mejor el conocimiento del contenido del mensaje. Principalmente del contenido latente, pues del manifiesto -como se mencionó antes- da cuenta la técnica del análisis de contenido.

El estructuralismo, la semiología, son técnicas, medio para llegar a algo: un mejor conocimiento del mensaje. "Ciertas técnicas estructuralistas [...] pueden, en tanto que técnicas, ser utilizadas en sentido marxista [...]. Pero, una vez empleada la técnica de búsqueda estilística, formalista o estructuralista, es decir, después de haber reconstruido la estructura interna de la obra, no habremos hecho sino sentar las premisas para su conocimiento integral." (68)

El que a través del análisis de un mensaje dominante se llegue a una aproximación en el conocimiento de una porción de la realidad representa la interrelación dialéctica entre todos los elementos sociales. En el caso de los mensajes difundidos a través de los medios masivos, aquéllos obedecerán a condiciones y necesidades de la clase en el poder. Al analizar el mensaje, serán develados una serie de signos cuya combinación y selección, la semantización que a través de ellos se hace de un fragmento de la realidad, no será un acto espontáneo. Mediante el análisis del mensaje surgirá la posibilidad de leerlos como un discurso social, "ya que es una determinada socialidad la que le inculca esa forma al sentido." (69)

La semiología no se agota en sí misma. Luis Prieto lo explica cuando señala: "El propósito de la semiología no es, por supuesto, construir las identidades que se derivan de una práctica dada, sino

explicar las identidades que encuentra ya construidas por un sujeto a través de la explicación de la práctica sobre las que se han basado.\* (70)

Así pues, a través de la investigación se pretende explicar y comprender la selección y combinación de signos presentada en un mensaje, práctica que necesariamente se encuentra inmersa en una situación real. Se pondrá énfasis en la relación semántica de tales signos. La semántica se encarga, precisamente, de la relación de los signos con la realidad, con los hechos, los objetos a los cuales representan. "Lo semántico designa el modo de significar propio del discurso, de la frase, y con la frase abandonamos el dominio de las relaciones formales para entrar en el dominio propio del sentido, esto es, el de la referencia al mundo y al sujeto." (71)

De acuerdo a los objetivos propuestos, la investigación debe tomar en cuenta el proceso histórico que le antecede; en este caso, el análisis de una manifestación específica del periodismo actual debe hacer una revisión de la historia del periodismo en nuestro país. Ello ayudará a comprender mejor el funcionamiento y la práctica imperantes. Tal revisión histórica será el tema del siguiente capítulo.

Notas

- (1) José Antonio Paoli. La comunicación, p. 11
- (2) M.B. Kedrov y A. Spirkin. La ciencia, p. 84
- (3) José Baldivia. "La formación de los periodistas en México", en La formación de los periodistas en América Latina, p.90
- (4) cfr. Armand Mattelart y otros. Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal. pp. 12-13
- (5) Ibidem, p. 11
- (6) Marshall Mc Luhan. La comprensión de los medios como extensiones del hombre, p. 29
- (7) Melvin L. de Fleur. Teorías de la comunicación masiva, p. 25
- (8) Ibidem, p. 25
- (9) Daniel Prieto. Elementos para una teoría de la comunicación, p.8
- (10) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 33
- (11) cfr. Miquel de Moragas Spa. Semiótica y comunicación de masas, pp. 105-118
- (12) Bernard Berelson. Análisis de contenido, p. 37
- (13) Ibidem, p. 47
- (14) Armand Mattelart y otros. op. cit., pp. 14-15
- (15) Mario Bunge. La ciencia, su método y su filosofía, pp. 16-17
- (16) Ibidem, p. 17
- (17) Maurice Mouillaud. El sistema de los periódicos, p. 26
- (18) Daniel Prieto, op. cit., p. 9

- (19) Adam Schaff. Estructuralismo y marxismo, pp. 24-35
- (20) Chaim S. Katz y otros. Diccionario básico de comunicación, p. 206
- (21) Umberto Eco. La estructura ausente. Introducción a la semiótica, p. 197
- (22) Manfred Bierwisch. El estructuralismo: historia, problemas, métodos, p. 11
- (23) Umberto Eco. op. cit., p. 13
- (24) Ferdinand de Saussure. Curso de lingüística general, p. 60
- (25) Manfred Bierwisch. op. cit., p. 21
- (26) Giulio C. Lepschy. La lingüística estructural, p. 37
- (27) Charles Morris. La significación y lo significativo, p. 13
- (28) cfr. Umberto Eco. op. cit., p. 15
- (29) cfr. Roland Barthes, "Elementos de semiología", en La semiología, Colección comunicaciones, pp. 17-69
- (30) cfr. Miquel de Moragas Spa. op. cit., p. 51
- (31) Décio Pignatari. Información, lenguaje y comunicación, p. 23
- (32) Umberto Eco. op. cit., p. 26
- (33) Miquel de Moragas Spa. op. cit., p. 51
- (34) Ibidem, p. 19
- (35) cfr. Maurice Mouillaud. op. cit., p. 18
- (36) Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva, p. 20
- (37) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 99

- (38) Adam Schaff. op. cit., p. 44
- (39) Umberto Eco. op. cit., p. 400
- (40) Lucien Sebag. Marxismo y estructuralismo, p. 103
- (41) cfr. M. B. Kedrov y A. Spirkin. op. cit., pp. 85-88
- (42) Ibidem, p. 76
- (43) Ibidem, p. 76
- (44) Lucien Sebag. op. cit., p. 55
- (45) Gustavo Esteva. El Estado y la comunicación, p. 56
- (46) Ibidem, p. 50
- (47) Miquel de Moragas Spa. op. cit., p. 39.
- (48) Gustavo Esteva. op. cit., p. 61
- (49) Ibidem, p. 50
- (50) Ferruccio Rossi-Landi. El lenguaje como trabajo y como mercado, pp. 22-23
- (51) Ibidem, p. 20
- (52) Lucien Sebag, op. cit., p. 112
- (53) Ferruccio Rossi-Landi. op. cit., p. 55
- (54) Javier Esteinou. El estudio materialista de la comunicación de masas, p. 36
- (55) Patricia Arriaga. Publicidad, economía y comunicación masiva, p. 61
- (56) Carlos Marx. "Del epílogo a la segunda edición de El capital", en Introducción general a la crítica de la economía política/1857, p. 92

- (57) M. B. Kedrov y A. Spirkin. op. cit., p. 88
- (58) Charles Morris. op. cit., p. 94
- (59) Adam Schaff. op. cit., p. 234
- (60) Lucien Goldmann, "El concepto de estructura significativa en historia de la cultura", en J. Antonio Paoli, op. cit., pp. 137-151
- (61) Adam Schaff. op. cit., p. 234
- (62) cfr. Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva, pp. 17-21
- (63) Mario Bunge. op. cit., p. 19
- (64) Daniel Prieto. "Introducción" a La semiótica de la imagen en la comunicación colectiva. (Antología), p. 6
- (65) Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva, p. 47
- (66) Gaetano Berruto. La sociolingüística, p. 173
- (67) Ibidem, p. 173
- (68) Romano Luperini. El estructuralismo y la crítica marxista, p.17
- (69) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 74
- (70) Luis J. Prieto. Definiciones para un proyecto de semiótica, p.1
- (71) Jesús Martín Barbero. op. cit., p. 85

### 3. EL PERIODISMO EN MÉXICO

Para comprender cualquier manifestación concreta de actividad periodística actual, hay que partir de los antecedentes de la evolución sufrida por los medios de información, específicamente en lo que concierne al periodismo. Este paso permitirá que la investigación se acerque a las premisas señaladas por el estudio del texto y el contexto de la información (cfr. supra. cap. 2.4.)

En el primer apartado se ofrecerá una visión del periodismo a través de la historia de México; lo suficientemente breve para no abrumar al lector con datos y fechas, que además de ser difíciles de retener son menos esenciales que los aspectos sociales que los determinan; en nuestro país, al igual que en todos, prensa y sociedad no pueden estar desvinculadas. El segundo apartado abarcará un panorama general del periodismo en nuestro país; posteriormente se examinará el caso concreto de la prensa sensacionalista. Por último, se hará la presentación de Ovaciones, 2a. edición, diario representativo de la prensa sensacionalista y objeto central de esta investigación.

#### 3.1. Evolución de la prensa en México (1)

Varios autores coinciden en que todo empezó cuando el arzobispo Fray Juan de Zumárraga, alrededor de 1537, introdujo la imprenta a México. Desde ese momento finalizó en la Nueva España el imperio de la comunicación oral, que hasta entonces dominaba la incipiente comunicación masiva. A partir de entonces, cuando pocos



años antes este país había sido conquistado, la tecnología se abrió paso en materia de comunicaciones. Aparecieron las hojas volantes; los viajeros que venían de la Nueva España se convirtieron en los primeros corresponsales. La primera hoja volante que apareció la publicó, en 1541, Juan Pablos; el asunto, un temblor en Guatemala (Al parecer, ya desde entonces se comenzaba a perfilar lo que más tarde sería la prensa sensacionalista).

Casi 200 años después de introducida la imprenta, se publicó el primer periódico: Gaceta de México y Noticias de Nueva España; su redactor y editor fue Ignacio Castorena y Ursúa. Por ello, a este personaje se le reconoce como el padre del periodismo mexicano. A partir de este primer periódico, y hasta principios del siglo XVIII, la elaboración de periódicos fue artesanal, mediante la impresión manual. No existían, por otra parte, las funciones delimitadas para los periodistas de la época; aún no se presentaba la división del trabajo. Un periodista era tanto redactor como editor, reportero o incluso corresponsal. Los temas predilectos eran las narraciones de los viajeros de tierras lejanas, los sucesos espectaculares y atroces, y, aunque en menor grado, noticias científicas y culturales.

No es de extrañar que el periodismo no sufriera cambios considerables en casi dos siglos; otro tanto subsistía en el país: la dominación española había durado también largo tiempo. Sin embargo, se avecinaba el cambio. Por un lado, el proceso de industrialización a nivel mundial habría de ejercer su influencia en México; por otro, comenzaban a gestarse las ideas que serían preámbulo de la Independencia, y que muy pronto encontraron eco en los rudimentarios medios de información.

La temática del periodismo sufrió una importante transformación: ahora era especialmente atractiva la divulgación de ideas revolucionarias, fenómeno que cobraba gran trascendencia a nivel internacional. Quienes acaudillaron el movimiento independentista tuvieron muy en cuenta el poder movilizador que puede ejercerse a través del periodismo. Hidalgo, en El Despertador Americano, logró dejar testimonio de los principales objetivos de la lucha. Otro tanto hizo Morelos con El Correo Americano del Sur. No sirvieron sólo como un medio de proselitismo; también desempeñaron una labor informativa: cubrían y describían sucesos de guerra. Ya para entonces, el promedio de tiraje en un periódico era de 500, los mayores llegaban hasta 2 mil ejemplares. También el bando contrario a la Independencia recurrió al poder movilizador del periodismo. El periodismo en México había adquirido la tónica que le caracterizaría durante varias décadas: fungir casi exclusivamente como elemento politizador. A través de sus páginas se expusieron propuestas para abolir la esclavitud, exigencias de lealtad hacia la corona, se condenaba o alababa a quienes encabezaron la Independencia... A través del periodismo se ejercía la propaganda para reclutar partidarios de uno u otro bando.

A partir de entonces, el periodismo en México representaba los intereses políticos de los diversos grupos: monarquía o república, república federal o unitaria, liberalismo o conservadurismo. Durante la República, el periodismo adquiere un matiz que le haría destacarse: se combinan en él tanto la política como la literatura; los periódicos, a la vez que daban cabida a distintas banderas políticas, enriquecían su contenido con colaboraciones de distinguidos intelectuales. Entre los periódicos destacados de la época se

encontraba, por ejemplo, El Correo de México, editado por Ignacio Ramírez, Guillermo Prieto e Ignacio Manuel Altamirano, destacados ideólogos y volíticos. A la muerte de Juárez, en las orimicias de lo que más tarde sería el porfiriato, surgen importantes periódicos obreros: El Hijo del Trabajador, La Abeja, La Huelga, El Desheredado.

En los primeros años del porfiriato, la libertad de prensa era prácticamente irrestricta; sin embargo, en la última década del siglo pasado, los periódicos opositores al régimen comenzaron a ser censurados. El periodismo paulatinamente dejaba de ser una actividad independiente, pues el gobierno tomaba en sus manos el financiamiento de la prensa; con ello, ésta comenzó a burocratizarse.

Desde los primeros años de este siglo comenzó a hacerse evidente la inconformidad hacia el porfiriato. El periodismo no se mantiene al margen de tal situación. En 1900, los hermanos Flores Magón publican Regeneración, semanario que primero fue de tipo jurídico y después se convirtió en una publicación de combate.

Cuando en 1910 estalla el movimiento armado, las facciones en pugna recurrieron al poder politizador del periodismo. Después que Madero sucede a Porfirio Díaz en la presidencia, y durante la década 1910-1920 -caracterizada por enorme inestabilidad política, con una sucesión constante de los detentadores del poder-, el periodismo contribuyó a acaudillar y defender una y otra postura. Existía una prensa a favor de Madero, otra en contra; Carranza se pronuncia contra Huerta a fin de reivindicar la Constitución: La República, El Progreso, La Voz de Sonora, El Paso del Norte y muchos más tendrán tendencia constitucionalista. A partir de la escisión entre

carrancistas, zapatistas y villistas aparecen periódicos que defienden o atacan a tales bandos. Al ser reconocido el carrancismo como tendencia oficial, la prensa carrancista -constitucionalista- tendrá carácter oficial.

Surgen en plena Revolución periódicos de circulación diaria que a la fecha aún no son publicados: en 1916 sale El Universal; le sigue Excelsior, cuyo primer número apareció en 1917. La inestabilidad política de la Revolución se ve truncada por Plutarco E. Calles, quien se autotituló Jefe Máximo de la Revolución, título en parte apegado a la verdad pues supo controlar y sacar partido a la caótica situación post-revolucionaria. Tal situación de aparente calma, de consolidación, se refleja en la prensa. Ésta pierde en gran parte la libertad de expresión que la caracterizaba, lo cual permitía a los diversos grupos políticos contar con un arma en igualdad de circunstancias. Poco a poco se daría mayor impulso a la prensa oficial; en tanto, sería cada vez más censurada la prensa de los pequeños bandos.

La prensa oficial, precisamente por gozar de más protección, se fortalece. Aunque los periódicos posean diversos nombres, sus objetivos se perfilan hacia uno común y casi único: perpetuar el sistema, perpetuar la permanencia en el poder de la clase que logra colocarse, tras la contienda revolucionaria, al frente del gobierno. Una muestra de tal consolidación y unión de intereses es que en 1922 se crea el Sindicato de Redactores y Empleados de la Prensa, que todavía continúa vigente, bajo el nombre de Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa.

A través del periodismo de este siglo puede seguirse la tendencia observada por el gobierno. Por ejemplo, alrededor de los

años de 1924-1929, los periódicos se convierten, en su mayoría, en enemigos del catolicismo. Habrá que recordar que en esta época, cuando Calles se encontraba en el poder, el gobierno inició varias campañas de persecución religiosa.

Las características técnicas de producción también tuvieron injerencia en los destinos del periodismo: al contar con maquinaria cada vez más automatizada y rápida, se incrementa, lógicamente, el tiraje de los diarios; lo mismo sucede con los lectores. El periodismo como industria registró una creciente división del trabajo: las especialidades fueron más diferenciadas: desde el fotógrafo, corrector de estilo, prensista, formador, reportero...

Otro hecho que conviene registrar, pues ilustra el control que el gobierno puede ejercer sobre la actividad periodística, es la creación, en 1935, de Productora e Importadora de Papel, S.A., (PIPSA), organismo estatal que se encargaría, a partir de entonces y de manera exclusiva, de la distribución del papel periódico consumido por diarios y revistas. Aunque a través de tal medida los precios para la adquisición de papel destinado a periódicos y revistas disminuyeron considerablemente, no debe perderse de vista que con ello el gobierno logra ejercer efectivo control sobre el periodismo.

A la fecha, sigue vigente el motivo que inspiró la creación de PIPSA; en el año de 1968, durante el régimen de Díaz Ordaz, el decreto que ampara la existencia de este organismo fue prolongado por treinta años más. Por último, la existencia de un organismo como PIPSA resulta muy conveniente para el bloque formado por la prensa oficial: le asegura protección, por parte del gobierno, en contra de las actividades periodísticas al margen de

la tendencia oficial.

También durante el gobierno de Cárdenas surge otro hecho de interés para la historia del periodismo: se crea el ya desaparecido Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, que habría de constituir el antecedente de las actuales oficinas de prensa. A través de este Departamento se centralizaba toda la información oficial. Posteriormente, con Ávila Camacho, se crea la Dirección General de Información, dependiente de la Secretaría de Gobernación, que tendría como objetivo centralizar la información. Durante el período de Alemán se estableció un departamento de prensa para cada dependencia de gobierno. A la fecha, es éste el sistema que se sigue y el cual permite al gobierno elaborar día a día una versión aproximada de la realidad que convenga a sostener su imagen; en tal función, la prensa oficialista ofrece gran ayuda.

No sería exagerado afirmar que, a lo largo de la historia, el periodismo ha constituido un elemento vital, capaz de movilizar o reprimir a grandes grupos; todo ello, claro está, en función de los intereses de quienes detentan la propiedad. \*La propiedad del periódico no la ostentan los que lo hacen, sino los que lo pagan (que no son -conviene deslindar bien el terreno- los que lo compran en el quiosco).\* (2)

### 3.2. Panorama actual del periodismo

Tras la reseña histórica de la actividad periodística en nuestro país, se ofrece un panorama sobre la situación actual del periodismo. Ello con el fin de conocer el área en la cual se halla

inserto el caso específico motivo de esta investigación.

La primera dificultad para obtener información sobre la actividad periodística consiste, básicamente, en que se trata de una actividad que evoluciona vertiginosamente. Sobre todo en la Ciudad de México, el alto índice de crecimiento repercute en el número de periódicos y la circulación de los mismos, se trata de una situación altamente variable: en el periodismo todo sucede a pasos acelerados. En menos de veinticuatro horas un periódico puede aparecer o desaparecer, o bien incrementar o disminuir la circulación. Por estos motivos, casi no existe información al día que aporte datos altamente confiables.

Además, "es paradójico, pero no sorprendente, el que los 'órganos públicos de información' se aferren a una privacidad o a una simulación tales que impiden confiar racionalmente en la veracidad de los escasos datos que dan a conocer sobre sí mismos." (3) Lo cual es comprensible, puesto que, como se ha mencionado, los periódicos -contra lo que pudiera pensarse-, no se apegan siempre y completamente a la realidad; por extensión, el tratamiento que dan a las noticias lo aplican a su número de circulación, empleados, reporteros, etc.

Por estos obstáculos, entre otros, este apartado no consistirá en información estadística precisa; el objetivo es la presentación somera del periodismo a la luz de la realidad local en información limitada a la Ciudad de México.

En la Ciudad de México circulan periódicos y revistas diferenciados, en primer lugar, por la frecuencia de su aparición: diarios, semanarios, quincenales, mensuales y aun semestrales y anuales. Los principales diarios matutinos -su importancia está clasificada en

base al tiraje- son: La Prensa, Excélsior, Novedades, Unomásuno, Diario de México, El Día, El Heraldo de México, El Nacional, El Sol de México, Esto, Ovaciones; el contenido es de información general, económico, nota roja, deportivo. Existen, además, los periódicos vespertinos, de ellos se hablará en el siguiente apartado.

Todos los diarios principales requieren de organizaciones formales complejas, se dirigen a públicos amplios, su contenido está abierto a todos, su público es heterogéneo, pretenden llegar simultáneamente a gran cantidad de personas, distantes a las fuentes y distantes unas de otras, y mantienen una relación impersonal entre el emisor y el público. (4)

El objetivo básico de un periódico debiera ser informar; sin embargo, la realidad muestra que los objetivos se enfocan hacia otros destinos: "Una vez cubierto el objetivo para el que fue fundado, el periódico permanece y se mantiene normalmente por el auspicio gubernamental en dinero o en especie [...]. Surge un segundo momento político que o lo revitaliza o lo convierte en periódico de segundo orden [...]. Una tercera posibilidad es que permanezca en simbiosis con algún grupo económico que lo mantenga como una empresa más o como su tribuna para protestar o presionar ante alguna contradicción secundaria con el aparato burocrático." (5)

De la cita anterior se desprende que los periódicos poseen, ante todo, el carácter de una industria en la que la mercancía fabricada será la opinión pública, la realidad; empresas que tendrán un doble carácter: importancia desde el punto de vista económico e importancia política.

De esta situación da cuenta la cita siguiente: "La mayor parte de las empresas periodísticas de México son, antes que nada, nego



cios destinados a obtener ganancias o poder político, en vez de instituciones dedicadas a servir a la comunidad. Así, puestas a elegir entre la libertad de empresa y la libertad de prensa, las compañías periodísticas optan por la primera..." (6)

Basta observar superficialmente un periódico para comprender en qué consiste el carácter de empresa económica que hay tras de ellos: existe, en la superficie de casi todos los diarios, una porción no ocupada por noticias o información, sino por simple y llana publicidad. El carácter publicitario se encuentra también en el contenido supuestamente informativo, donde se apoya o promueve a diversas empresas de la iniciativa privada. Las empresas periodísticas se ven en la "obligación de hacerlo porque de la iniciativa privada proviene el grueso de sus anuncios." (7)

Existe, generalmente, una conexión muy estrecha entre una empresa periodística con algún o algunos grupos de poder económico o político; ellos "ejercen en cada diario una influencia particular de acuerdo al tipo de participación [...] la cual va desde la propiedad del periódico mismo, hasta una influencia ocasional en un conflicto determinado." (8)

Una forma de entender más claramente el problema consiste en considerar que los periódicos pueden organizarse de dos formas distintas: sociedad anónima y sociedad cooperativa. En sociedad anónima, un reducido número de socios aporta cantidades considerables. Si fuese posible obtener datos fidedignos sobre quiénes son los socios, saldrían a la luz un buen número de estrechas relaciones entre estas figuras de la política y las finanzas y las empresas periodísticas.

En una sociedad cooperativa, todos los trabajadores son socios

y aportan cantidades iguales. En este tipo de organización es también factible que existan vínculos económicos o políticos con otras empresas, bien sea por la venta de espacio, que se constituye en una forma de presión hacia la política del diario; o bien, aunque las decisiones sean tomadas -como suele suceder- en asamblea general, la última decisión queda siempre a manos del director-gerente, de quien no se excluye que tuviese algún tipo de interés ajeno a los de la cooperativa.

El propio Estado tiene también una amplia injerencia en las empresas periodísticas. Como se citó en el apartado anterior, la totalidad del papel que emplean los grandes diarios es controlado y distribuido por PIPSA, órgano estatal a través del cual el Estado es capaz de exterminar, si así le conviniera, a cualquier periódico o, en cambio, favorecer a otro. La distribución de papel no es el único medio de control; cabría agregar los siguientes: "la regulación de la publicidad oficial, como instrumento indirecto, y por medio de la compra de acciones de las empresas periodísticas y de la vinculación política entre personas, como instrumentos directos." (9)

Existen algunos periódicos que no requieren de la supervisión del Estado, mejor dicho, de la vigilancia; ellos se muestran, por sí solos, decididamente gobiernistas. Ello sería explicable a través de las conexiones existentes con grupos de poder, que, a fin de cuentas, constituyen, junto con el Estado, la clase dominante. Existe además un diario oficial, El Nacional, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

Además, el Estado logra un eficaz control sobre la información referente a sus actividades mediante las oficinas de prensa en

cada una de las Secretarías. En ellas se elabora y distribuye diariamente un boletín, del cual obtienen copia todos los periódicos. En muchos casos, según la política interna del diario, tales boletines serán incluidos tal como se reciben. Éste es un claro caso de propaganda, de difusión de ideas.

En cuanto a la publicidad difundida a través de la prensa, en un informe reciente publicado en los Estados Unidos, se calcula que el gasto de publicidad en 1980 fluctuó entre 950 a 1,200 millones de pesos, de los cuales el 12% se destinó a la prensa. De tal cantidad, un 30% más o menos, provino de compañías oficiales como Lotería Nacional y Pronósticos Deportivos. (10) Tales cifras no hacen más que confirmar la indudable vinculación entre los grupos económicos con los grupos políticos.

Ahora bien, los obreros de la industria se clasifican en reporteros, fotógrafos, redactores, formadores, correctores de estilo, linotipistas, fotomecánicos, laboratoristas. En una encuesta efectuada entre periodistas de los principales diarios capitalinos, se obtuvieron los siguientes resultados (11):

- a) No es la formación profesional la que determina la acción del periodista, sino que éste debe asumir la forma del periodismo mercantil;
- b) Bajo nivel de organización y poca actitud crítica hacia los medios de comunicación;
- c) Principales trabas para la superación profesional: bajos sueldos, desorganización del trabajo, corrupción;
- ch) La propuesta general para lograr una superación en el gremio, según la mayoría, consiste en crear un sindicato único que agrupe a todos los profesionales en ejercicio, sindicato que

entre otras atribuciones tendría la de ocuparse de la formación profesional de los periodistas.

Los periodistas no pueden dejar de resentir las características de la producción capitalista: la división del trabajo, la explotación de la mano de obra. En el caso de los periodistas, lo que producen, la mano de obra, es más bien de tipo intelectual; sin embargo, ellos se ven coartados en su actividad. "El periodista desarrolla su labor sin la menor posibilidad -y a veces capacidad- de opinar sobre la problemática nacional o internacional. Su labor se reduce a la tarea de llevar al estilo periodístico tradicional los boletines que recibe o las declaraciones que recibe." (12)

No hay que olvidar que en el periodismo existen tanto los géneros informativos -a los cuales se refiere el párrafo anterior- como los géneros de opinión; en éstos, "el escritor, el llamado editorialista, salvo excepciones, se sitúa a su mesa y produce un artículo en el que falta la indagación: no informa, opina. Dice que está bien y que está mal sin construir con información el análisis y sin extraer así, con el ofrecimiento de datos, las conclusiones." (13) Esta situación es también reflejo del periodismo en un sistema capitalista.

La actividad periodística en México no ha dejado también de sufrir la influencia de la dominación imperialista. Gran cantidad del contenido de los diarios se ve plagada por servicios de las agencias de noticias: textos, télex, cables, fotografías, gráficas; publicidad de productos de las transnacionales; publicación de comics. Colaboraciones que contribuyen a la desvinculación cada vez más alarmante entre el periodismo y la realidad nacional. La prensa se nutre de noticias que favorecen a los intereses de

la clase en el poder, que favorece a las empresas transnacionales, y a quien, paradójicamente, menos favorecen es a la inmensa mayoría de sus lectores. "Cuartillas y cuartillas logomáquicas, en discursos, afirmación, señalamientos, denuncias, imputaciones, polémicas en entrecomilladas sin fin, componen las planas del periodismo nacional." (14)

La distribución de los diarios se realiza a través de la venta directa o de la suscripción. En este proceso interviene la Unión de Voceadores, que agrupa a 17,000 personas y que fue fundada en 1923. Tiene además sucursales en toda la República. Esta Unión ha logrado ejercer un monopolio en el proceso de distribución: tiene injerencia en el destino de los diarios, una vez que han sido publicados. Desde muy temprana hora, fuera de cada empresa, se agrupan enormes cantidades de repartidores, camionetas, bicicletas, motocicletas, que se encargarán de que en pocas horas la información recién elaborada se encuentre a disposición de miles de ávidos lectores.

El servicio de suscripción, cuyo objetivo primordial es el de conseguir lectores permanentes, se realiza por los diarios a través de un servicio propio o bien a través de alquilar los servicios de compañías que agrupan a los repartidores. Tal actividad constituye para muchos una fuente de subempleo, pues se contrata indiscriminadamente a gran número de gente, sin exigirle prácticamente ninguna escolaridad; a cambio, casi no se le ofrecen prestaciones.

—Tras esta breve exposición de la producción y distribución de la prensa mexicana, será abordada, de manera específica, la prensa sensacionalista.

### 3.3. La prensa sensacionalista

Habrá que comenzar por definir qué se entiende por sensacionalismo: "Cuando la intervención consciente del hombre sobre un hecho modifica el valor inicial de éste, agrand ndolo y confiriéndole una importancia superlativa, se produce la transformación de un suceso noticiable en materia sensacionalista." (15)

De la definición anterior se desprende lo siguiente: el sensacionalismo es una actividad no espontánea, a través de la cual se forma la realidad, los hechos, cuando éstos son "noticiales", susceptibles de ser divulgados. Generalmente, el sensacionalismo proporciona a los hechos dimensiones mucho mayores de las que en realidad poseen. "Es un comportamiento comunicativo de exageración tanto cuantitativa en el manejo de los datos de la fuente, en su significación y con propósitos pragmáticos muy diversos." (16)

En la cita anterior se hace alusión a los propósitos pragmáticos diversos que se persiguen a través del sensacionalismo. En tendemos con ello que existen ciertos hechos cuya divulgación conviene al sistema; tanto es así, que son divulgados de manera masiva, alarmista, exagerada. Al proceder de tal manera, se aseguran varios propósitos: distraer a la gente de los verdaderos problemas, asegurarse de que el hecho será conocido por todos, contribuir a vender el periódico...

Una vez definido el sensacionalismo, se procederá a describir las características generales de la prensa sensacionalista, sobre todo bajo la forma que asume en nuestro medio. Lo primero que salta a la vista es la presencia de los grandes encabezados. En ocasiones, con titulares de una superficie de hasta media plana, sa-

len a la luz periódicos cuyo principal gancho será, en primera instancia, la información con respecto a una noticia alarmante, inusitada, extraordinaria, trascendental, monstruosa, etc. "El titular está destinado a llamar la atención del lector sobre una información, un artículo o un conjunto, señalándole objetiva o espectacularmente el tema tratado." (17) El titular se referirá a un acontecimiento, que aun cuando no sea verdaderamente un acontecimiento, será objeto de un tratamiento encubiertamente periodístico, será "exorcizado, amordazado, digerido, neutralizado." (18)

El titular representa el elemento aparentemente novedoso en la prensa sensacionalista. En efecto, como podrá apreciarse a lo largo del análisis, este tipo de prensa se caracteriza -en etapas de relativa calma política- por ser altamente redundante; sin embargo, el elemento de cambio, lo que la justifica como medio de información, que informa sobre la historia de cada día, es la diaria re-creación a través de los encabezados.

Existen otros elementos representativos de la prensa sensacionalista; por ejemplo, tirajes relativamente altos, y la aparición del hecho noticioso de manera casi instantánea: "Parecería que uno de los derechos fundamentales de todo ciudadano, en las sociedades 'democráticas', es el poder consumir acontecimientos como consume agua o electricidad, lo cual implica que éste sea producido en cantidades industriales." (19) Tal elaboración de noticias en cantidades industriales trae consigo una inevitable consecuencia: los hechos son difundidos sólo hasta sus implicaciones más superficiales; no se ofrece el análisis de los hechos, peor aún, no se proporcionan al lector suficientes elementos informativos que le faciliten llegar a analizar por sí mismo los hechos.

Se ha llegado a un punto muy importante de la prensa sensacionalista: el poder que tiene como movilizadora, mejor dicho, como inmovilizadora política. "Las acusaciones de superficialidad, sensacionalismo, pornografía, morbosidad, falta de ética, violentismo, mitología, comercialismo, que cubren el prontuario de la prensa capitalista, sean, al mismo tiempo, un reconocimiento a su papel político indirecto, que cumple, precisamente, siendo superficial, sensacionalista y pornográfica. Estas críticas se hacen generalmente sin reparar en que está en la naturaleza misma de la prensa burguesa la tendencia a elegir aquellos temas que la hacen superficial. En su trivialidad está su poderío. Aunque parezca paradójal, la prensa capitalista hace política no hablando de política." (20)

Así pues, la prensa sensacionalista posee un fin eminentemente político: actuar como un somnífero o calmante colectivo. Aunado a tal objetivo, persigue también un objetivo mercantilista, pues no se puede negar que representa un negocio sumamente redituable la venta masiva de cualquier producto, incluso de noticias. Sin embargo, es conveniente hacer énfasis en que ambos objetivos, a fin de cuentas, se funden en uno solo: asegurar los intereses económicos o políticos de la clase dominante. "Aunque publique el relato de crímenes sensacionales, o aquél de las grandes competencias deportivas, para atraer lectores, la atadura básica del periodismo es la actividad política, y, en la sociedad burguesa, también con los negocios, como anunciante e ideólogo." (21)

En nuestra ciudad, este tipo de prensa se hace presente de manera sutil en casi todos los diarios: muchos recurren a la nota encabezada a ocho columnas, lo cual es un grado de sensacionalismo.



sólo económicos, sino ideológicos." (23)

Con relación a las notas deportivas, "a nadie debe sorprenderle que, en un mundo donde finalmente todo se calibra en dinero, en el que la agetencia de lucro continúa siendo el motor de las iniciativas económicas, el deporte no consiga escapar de la tendencia dominante. La verdad es que no hay ninguna razón para pensar que la publicidad, que invade sucesivamente todos los sectores de la vida social, habría de respetar el deporte." (24)

Este aspecto mercantil o ideológico también se hace presente en la nota social: "Dentro de las sociedades industriales y en las áreas urbanizadas de las sociedades en desarrollo, tiende a prevalecer en la época actual un continuo en el que las clases dominantes se idealizan a sí mismas [...]" (25) A través de la en apariencia inofensiva página de sociales se alecciona sobre cómo comportarse, qué comprar -intencionalidad propagandística o mercantil-, "los sujetos de una nota social saben lo que es tener buen gusto, conocen las buenas maneras, el decoro, la elegancia, el buen vivir." (26)

Por lo que respecta a los espectáculos, como tal se entiende no sólo la difusión de actividades artísticas, giras o actividades de los actores, sino que la vida de éstos constituye un espectáculo, principalmente, en función de su vida sentimental o sexual: "Las gentes sienten que tienen derecho a saber, incluso aunque ello suonga a menudo que se traspasan los tenues límites de la vida privada." (27)

En esta revisión superficial de la temática que caracteriza a la prensa sensacionalista, no sólo en nuestro país, sino a nivel mundial, y principalmente en países capitalistas, se aprecia esa

capacidad de hacer política sin hablar de política; sin embargo, sí encontramos temas sobre política en este tipo de prensa.

El tratamiento periodístico que se da a las notas políticas, obviamente, posee intencionalidad propagandística. "Desde hace u nos dos años se ha renovado ese género que proliferó durante el alemanismo: la sección de alusiones personales, de comentarios triviales, de hechos nimios en torno a la política y acerca de políticos." (28)

Como ya se mencionó, este apartado constituye una revisión superficial de un tipo especial de actividad periodística. A partir del siguiente apartado, se presentarán los resultados derivados de la investigación de un medio representativo de tal prensa, Ovaciones, 2a. edición; para iniciar, se proporcionarán los datos generales sobre el mismo.

#### 3.4. Ovaciones, 2a. edición. Presentación del caso.

El análisis de cualquier medio de información implica un conocimiento previo de las características del mismo: quién se encarga de su elaboración, cuál es su sistema de distribución, de cuándo apareció, tiraje -en el caso de la prensa-, etc. Tal afirmación es la que propone José María Casasús, en Ideología y análisis de los medios de información, quien desarrolla ampliamente la técnica que habrá de seguirse para lo que se conoce como hemerografía estructural o análisis estructural hemerográfico, la que se apega, en gran medida, a los objetivos de esta investigación.

Para recabar y exponer tales características previas, se pro

pone la elaboración de un registro de identificación, datos esenciales que caracterizan al periódico o revista, así como un expediente de identidad, que agrupa los datos sobre la empresa responsable de la publicación.

Se procede a continuación a exponer los datos correspondientes de Ovaciones, 2a. edición y de la empresa periodística responsable, Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A.

#### Registro de identificación

- 1.- a) Nombre del periódico: Ovaciones, 2a. edición, en letra minúscula, blanco y negro. No se han registrado cambios de nombre. La razón de que lleve el nombre de Ovaciones estriba en que desde su creación -y hasta la fecha en la primera edición- el diario era deportivo.
- b) Indicações que acompañan al nombre: Fecha, número, año, nombre del director.
- c) Indicações administrativas en otro lugar del diario: Eventualmente, en páginas interiores, aparece un pequeño espacio que contiene datos sobre la empresa Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A.
- 2.- Sede de la administración y de la Redacción: Lago Zirahuén, No. 279, Col. Anáhuac, México, D.F.
- 3.- Periodicidad: Diario. Hasta hace pocos meses no aparecía en domingo.
- 4.- Momento de aparición: Vespertino, más o menos a partir de las cinco de la tarde.
- 5.- Fundación: Ciudad de México, en 1947.



- 6.- Zona principal de difusión: Ciudad de México.
- 7.- Tirada: No fue posible obtener un dato altamente confiable; he aquí cuatro versiones: En 1972, 171,670 ejemplares (29); en 1977, 200,587 ejemplares (30); en 1981, 400,020 ejemplares en el Distrito Federal, 130,000 en provincia y 25,000 a Estados Unidos (31), de esta misma fuente se informó que para la primera edición se tiran 198,000 ejemplares. Para el mismo año de 1981, se obtuvo el dato de 431,000 ejemplares (32).
- 8.- Precio: En el momento de recabar la información: \$3.00. Mientras tanto, ha experimentado dos aumentos: \$5.00 y, actualmente, \$10.00; estos aumentos se registraron en toda la prensa.
- 9.- Formato: Estándar; 36 cms. X 58 cms.
- 10.- Características de impresión y confección: Blanco y negro, en las páginas centrales (generalmente página social o publicitaria) en ocasiones se imprime en color. En casos muy excepcionales aparece color en la primera plana.
- 11.- a) Número habitual de páginas, máximo y mínimo: Entre semana, de 12 a 16 páginas; sábado y domingo, 8 páginas.  
b) Número de columnas por página: En páginas interiores generalmente es de 8; sin embargo, la primera plana tiene un diseño muy variable, todo depende del tamaño y tipo de letra del encabezado.
- 12.- Nombre y dirección del impresor: La misma citada en el punto 2, Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A. En el mismo local se encuentra la sede de Publicidad Kinesia, S.A., que pertenece a la misma organización.

- 13.- Número de ediciones. Dos: la que se analizará, 2a. edición, y la matutina, Ovaciones, diario deportivo.
- 14.- Zona cubierta por cada edición: Principalmente local, pero también se distribuye a provincias y, en menor medida, a Estados Unidos.
- 15.- Idioma en que se expresa: Español.
- 16.- Características excepcionales: Es el periódico vespertino de mayor tiraje (33).
- 17.- Lugar donde se conservan las colecciones: Hemeroteca Nacional. Existe en la sede del periódico un archivo donde se pueden consultar todos los números.

#### Expediente de identidad

##### 1.- Estructura jurídica y financiera.

La empresa editora es Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A. Con fecha 8 de enero de 1951, la escritura 1833, hecha ante notario, señala que tal empresa cuenta con un capital social de \$200,000.00 representado por 200 acciones con valor de \$1,000.00 cada una (34). En 1961, los principales accionistas eran Fernando González Díaz Lombardo, Manuel Ratner, Rafael Hernández, Luis Palacios y Ricardo Arenas, quienes, al mismo tiempo, integran el consejo de administración. González Díaz Lombardo ha delegado sus funciones en su hijo, Fernando González Parra (35). La empresa cuenta con su propia agencia de publicidad, Publicidad Kinesia, que se encarga de organizar todo el material publicitario del diario.

## 2.- Condiciones de fabricación.

Se cuenta con rotativa offset, perteneciente a Publicaciones e Impresiones Mexicanas, S.A. No se imprimen más que las dos ediciones de Ovaciones. El personal se renueva constantemente; está integrado por muchos jóvenes; según el informante, el 80% proviene de universidades.

## 3.- Condiciones de distribución.

Depende directamente de la Unión Nacional de Voceadores. La venta es básicamente a través de voceadores y expendios. Sobre todo en la 2a. edición, la venta a través de voceadores en la vía pública da ocupación a gran cantidad de ellos. El porcentaje de ejemplares no vendidos es mínimo: según varias fuentes, no sobrepasa a los 35,000 ejemplares para la primera edición, y 15,000 para la segunda.

## 4.- Organización de la redacción.

Existen 25 redactores y colaboradores. Se habló de un número de 39 corresponsales, dato que no se considera fidedigno, pero aun así se constata.

## 5.- Línea y acción política.

Generalmente resalta las informaciones que emite el gobierno mexicano y simpatiza con la política gubernamental. Censura las corrientes socialistas. Se sabe, de manera no muy precisa (36), que existen vínculos estrechos entre los accionistas principales e importantes miembros de la política nacional.

Una vez hecha la presentación del diario se procederá a exponer e interpretar los resultados derivados de la investigación del mensaje.

Notas

- (1) Para elaborar este apartado se consultaron:  
 José Baldivia, "La formación de los periodistas en México", en La formación de los periodistas en América Latina; México, Chile y Costa Rica, pp. 15-179;  
 Julio del Río Reynaga. "Anotaciones sobre los medios de información en México", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69;  
 Fátima Fernández Christlieb. "La prensa en México", en Prensa y radio en México, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 1;  
 Miguel Ángel Granados Chapa. "Aproximación a la prensa mexicana (notas sobre el periodismo diario)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69;  
 Miguel Ángel Granados Chapa. Examen de la comunicación en México;  
 Moisés Ochoa Campos. Reseña histórica del periodismo mexicano;  
 María del Carmen Ruiz Castañeda y otros. El periodismo en México. 450 años de historia.
- (2) Pedro Orive y Concha Fagoaga. La especialización en el periodismo, p. 30
- (3) Miguel Ángel Granados Chapa. "Aproximación a la prensa...", p. 47
- (4) Características que debe reunir un medio de información masiva, citadas por Denis Mc Quail, Sociología de los medios masivos de comunicación. cfr. pp. 20-23
- (5) Fátima Fernández Christlieb. "La prensa en México", en Prensa... p. 20
- (6) Miguel Ángel Granados Chapa. Excelsior y otros temas de comunicación, p. 100
- (7) Ibidem
- (8) Fátima Fernández Christlieb. Información colectiva y poder en México, p. 86
- (9) José Baldivia. op. cit. p. 123

- (10) cfr. Frances Phillips. "27 dailies in the capital", en Mexican-American Review, marzo de 1981, p. 30
- (11) José Baldivia. op. cit. p. 177-
- (12) Ibidem, p. 128
- (13) Manuel Becerra Acosta. "Situación de los medios en México: prensa", en Prensa y radio en México, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 1, p. 16
- (14) Ibidem, p. 16
- (15) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, p. 244
- (16) Ibidem, p. 244
- (17) Jacques Kayser. El diario francés, p. 108
- (18) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 249
- (19) Ibidem, p. 171
- (20) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 109
- (21) Ibidem, p. 80
- (22) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 242
- (23) Jesús Martín Barbero. op. cit., p. 28
- (24) Deporte y sociedad. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, p. 116
- (25) Antonio Delhumeau. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad y Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69
- (26) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 251
- (27) Camilo Taufic. op. cit., p. 160



- (28) Manuel Becerra. op. cit., p. 15
- (29) cfr. José Baldivia. op. cit., p. 120
- (30) Julio del Río Reynaga. op. cit., p. 8
- (31) Tiraje proporcionado por un empleado de la organización.
- (32) México 1981. Compendio de datos y estadísticas de México. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.
- (33) Información proporcionada por varios emoleados de la organización. Puede ser considerada, por lo tanto, como altamente subjetiva.
- (34) Fátima Fernández. Información colectiva y poder en México, p. 98
- (35) José Baldivia. op. cit., p. 120
- (36) Según información confidencial proporcionada por empleados de Ovaciones.

#### 4. ANÁLISIS MORFOLÓGICO DEL DIARIO

Básicamente, la investigación sigue la técnica del análisis estructural hemerográfico. La primera etapa consta de dos partes:

- a) análisis morfológico del diario: se estudia al diario como una superficie de papel impresa, se ordenan masas y unidades comunicacionales;
- b) análisis estructural del contenido: se aíslan y examinan los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje y que constituyen el contenido manifiesto del medio. (1)

La segunda etapa, valoración ideológica, consiste en interpretar los resultados a la luz de la realidad nacional.

En este capítulo se expondrán los resultados de la primera fase, análisis morfológico, de Ovaciones, 2a. edición. Se eligieron para el análisis los números correspondientes a una semana; la elección de las fechas que debían comprender el análisis fue completamente casual; sólo se tomó en cuenta que no atravesara ningún día festivo. Tal semana fue la del 5 al 10 de enero de 1981.

##### 4.1. Distribución del espacio

Esta fase consiste en una disección de la superficie impresa de todos los diarios analizados: se puede definir como un análisis cuantitativo del contenido. Si bien está contemplada dentro de la técnica del análisis estructural hemerográfico, se apega, en gran medida, al análisis de contenido propuesto por Berelson. A

fin de cuentas, a través de ella también se conoce, en primera instancia, el contenido manifiesto. Los pasos a seguir son:

- 1.- Evaluar el número de páginas;
- 2.- Evaluar el número de columnas;
- 3.- Aislar las diversas secciones: primera plana, página deportiva, página de sociales...;
- 4.- Clasificar la superficie impresa en:
  - a) Redaccional
  - b) Publicitaria
  - c) Administrativa
- 5.- Clasificar la superficie redaccional en:
  - a) Texto
  - b) Titulado
  - c) Ilustraciones

1) Evaluación del número de páginas:

<u>Día</u>	<u>No. de páginas</u>
Lunes 5	14
Martes 6	14
Miércoles 7	12
Jueves 8	14
Viernes 9	14
Sábado 10	12

El número de páginas se mantiene constante en todos los periódicos de la misma época, los cuales sin ser empleados específicamente para el análisis sí fueron revisados: 14 páginas diariamente, excepto miércoles y sábados, donde el número es de 12.

Conocer sólo el número de páginas no aporta, de manera indivi

dual, conclusiones importantes; sin embargo, en la siguiente fase, evaluar las subunidades -columnas-, se aprecia un formato más o menos rígido, es más, casi idéntico. Existe, posiblemente, una conexión entre un periódico que sigue un formato sin cambio y una sociedad en la que se trata de evitar el cambio.

## 2) Evaluación del número de columnas

Día	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Lunes	8	4	+	8	8	8	8	8	++	8	8	++	8	8
Martes	8	8	+	8	8	++	++	8	8	8	8	8	8	8
Miérc.	8	4	+	8	8	8	8	8	8	8	8	8	---	---
Jueves	8	8	+	8	8	8	8	++	8	8	8	8	8	++
Viernes	8	4	+	8	8	8	8	8	++	8	8	8	8	++
Sábado	8	8	+	8	8	8	8	8	4	8	8	8	---	---

+ Sin división precisa; ocupada enteramente por fotos  
 ++ Exclusiva para publicidad o propaganda

En este caso, se aprecia la misma rigidez mencionada para el número de páginas. Es preciso señalar los factores principales que determinan alteraciones en la disposición por columnas:

- a) En la primera plana, las noticias consideradas principales son dispuestas hasta en cuatro o cinco columnas. Además, no existe uniformidad entre los encabezados y los textos; por ejemplo, a encabezados de ocho o cinco columnas corresponden textos de una columna.
- b) El material publicitario o propagandístico ocupa en ocho ocasiones planas completas -no siempre en una página fija-; se rompe, así, la rigidez en aras de quienes compran espacio.

### 3) Aislamiento de las secciones

Página	Sección
1	Información general. Encabezados
2	Página cultural
3	Plana de fotografías
4	Diversiones: horóscopo, crucigrama, comics
5	Deportes
6	Pases, principalmente de la primera plana
7	Varía: sociales, espectáculos o sólo propagandística
8	<del>Varía: información internacional, sociales, espectáculos</del>
9	Varía: información internacional, espectáculos o sólo propagandística
10	Varía: información internacional, sociales, espectáculos
11	Varía: espectáculos o nota roja
12	Varía: nota roja o espectáculos
13	Nota roja
14	Varía: nota roja o íntegramente publicitaria

En esta primera evaluación de la superficie de los seis diarios se aprecia una tendencia a la repetición en el formato; salvo excepciones -generalmente cuando la página se destina íntegra a fines publicitarios o propagandísticos- el número de páginas y de columnas es uniforme. Las secciones se presentan de manera uniforme en las seis primeras páginas y en las dos últimas. A partir de la página 7 existen variaciones en el contenido; interesa destacar que la información internacional no ocupa un lugar fijo y es desplazada por las secciones de sociales, espectáculos o nota roja.

Según la presentación y colocación parcialmente fija de la superficie impresa pudiera parecer que la realidad no sufre transformaciones grandes. Salvo las notas que corresponden a los encabezados principales, el resto del contenido podría definirse sólo como novedoso, y no nuevo. La diferencia entre estos términos estriba en que lo novedoso se conforma, en primera instancia, con lo ya conocido; el toque de novedad se obtiene con los ligeros matices proporcionados. Por ejemplo, la página de sociales, en esencia, presenta siempre lo mismo: la vida social de la clase en el poder; sin embargo, para introducir lo novedoso, un día se informa sobre la boda de una distinguida joven, otro día es la fiesta de cumpleaños de un reconocido actor, o sobre el bautizo del hijo de un industrial.

#### 4) Clasificación de la superficie impresa

En este paso se clasificará a la superficie impresa en tres divisiones: redaccional, administrativa y publicitaria. Superficie redaccional es la propiamente periodística, se conforma por todas

las informaciones -notas informativas, reportajes, columnas- que dan cuenta de la evolución de la realidad. Superficie administrativa es aquella en la cual la empresa encargada de la publicación del diario inserta información sobre su personal, directorio, promoción suscripciones. Para la superficie publicitaria se requiere aclarar una ambigüedad en el uso del término, pues se suele emplear indistintamente para designar dos actividades: publicidad y propaganda. Publicidad es la actividad mediante la cual se ofrecen productos o servicios con fines de lucro, "es una mercancía que se instala en la intimidad mental del individuo y que tiene a provocar la venta de otra mercancía." (2)

La propaganda consiste en la venta de ideas o actitudes, a favor o en contra de organismos políticos, sociales, religiosos, económicos, es "el conjunto de técnicas concurrentes aplicadas con el empleo o no de medios de comunicación colectiva para hacer conocer en forma pública una idea, doctrina o religión, con fines no comerciales." (3)

Una característica común en ambas actividades es que su inserción en el periódico se hace a través de la compra de espacio. Es una de las principales fuentes de financiamiento con que cuentan todos los medios de información, incluidos los periódicos.

Una vez obtenidos los resultados del espacio destinado a cada gran división, se obtuvo el total para la semana:

<u>Superficie</u>	cm <sup>2</sup>	%
Redaccional	67,742.5	51.20
Publicitaria	63,863.0	48.27
Administrativa	<u>695.5</u>	<u>0.53</u>
	132,301.0	100.00

Los resultados para cada día fueron:

Día		Redaccional	Publicitaria	Administrativa
Lunes	cm	10,770.5	11,525.5	40
	%	48.22%	51.60%	0.18%
Martes	cm	12,240.5	10,350.0	188.5
	%	53.74%	45.44%	0.82%
Miércoles	cm	11,281.5	8,222.0	86
	%	57.59%	41.97%	0.44%
Jueves	cm	11,937.5	12,898.5	144.5
	%	47.79%	51.63%	0.58%
Viernes	cm	10,943.0	12,090.0	72
	%	47.36%	52.33%	0.31%
Sábado	cm	10,605.5	8,777.0	164.5
	%	54.20%	44.90%	0.84%

Puede apreciarse que casi la mitad del diario se destina a la publicidad y la propaganda, con lo cual queda de manifiesto la intencionalidad mercantil. No obstante, hay que considerar la presencia de una intencionalidad propagandística; de ella se dará cuenta a lo largo del análisis.

##### 5) Clasificación de la superficie redaccional

La siguiente fase consiste en evaluar la superficie redaccional destinada al texto, encabezado o titulado e ilustraciones. El fin de esta etapa es determinar la importancia que poseen en la superficie del periódico los elementos textuales, paralingüísticos y gráficos o icónicos. Medir la superficie redaccional en todas las



páginas de los seis periódicos de la muestra habría resultado repetitivo; se limitó la muestra a las notas que en cada uno de los seis días correspondieron al encabezado principal y al cintillo de la parte superior de la primera plana. Se eligió precisamente éstas pues de ellas depende, en primera instancia, la venta del periódico.

Para evaluar la superficie correspondiente al encabezado o titulado se tomó en cuenta que éste consta de varios elementos: título propiamente dicho, cintillo, sobretítulo, subtítulo; todos fueron contabilizados. Los encabezados son, pues, "la zona que preside la información de un material impreso; el campo donde se localizan los elementos de presentación del hecho que se va a referir. En dicha zona caben como componentes el título, sobretítulo y subtítulo." (4)

En los resultados de esta evaluación se aprecia una gran diferencia en la proporción entre la superficie destinada a los encabezados y aquella del texto. En tres de los seis días, la superficie de encabezados, en la nota principal, representó más de las tres cuartas partes del total -78.65%, 78.75% y 76.38%-. En todos los casos rebasó la mitad de la superficie.

En la segunda nota principal, sólo en uno de los casos el encabezado fue de apenas una tercera parte -32.06%-, mientras el resto rebasó la mitad y, en una ocasión, alcanzó casi las tres cuartas partes -74.40%-.

El titular es la "composición tipográfica primera en atraer la atención." (5) De allí la importancia inicial de cuantificarlos: revela la desproporción entre la información resumida en tres o cuatro palabras y el texto propiamente dicho. Ya ni siquiera se puede

Día	Nota principal	Encabezado		Texto		Ilustración		Total
		cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>
Lunes	Hablaron sin tapujos	674	65.76	240.5	23.46	110.5	10.78	1,025
Martes	Porros al abordaje	442	78.65	120	21.35	--	--	562
Miércoles.	¡Reagan se vuelve bueno!	561	68.33	260	31.67	--	--	821
Jueves	¡Se alborotan las sotanas!	686	71.42	146.5	15.25	128	13.33	960.5
Viernes	¡Fayucazo en Perisur!	643	78.75	173.5	21.25	--	--	816.5
Sábado	La gripe ¡ataca de nuevo!	478.5	76.38	148	23.62	--	--	626.5

Día	Segunda nota principal	Encabezado		Texto		Ilustración		Total
		cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	
Lunes	Vacacionistas en la ruina	261.5	68.55	120	31.45	--	--	381.5
Martes	Se lanzó al Metro	218	74.40	75	25.60	--	--	293
Miércoles.	Perdón a Ríos Camarena	143	60.60	93	39.40	--	--	236
Jueves	Ultimo albur por los rehenes	224	60.38	147	39.26	--	--	371
Viernes	¡Aguas! Lefebvre viene al D.F.	105	32.06	22.5	67.94	--	--	327.5
Sábado	¡Seguiré en México!	340	66.41	172	33.59	--	--	512

hablar de comprar el periódico por una noticia; se compra, las más de las veces, por una frase, o hasta por una palabra.

Sólo en dos de las doce notas aparecieron fotografías, que apenas sobrepasaron una décima parte de la superficie. Esta situación no deja de ser paradójica, en vista, sobre todo, del abundante material gráfico en el resto del diario.

Esta primera fase del análisis morfológico -distribución del espacio- permite un acercamiento al contenido de Ovaciones; 2a. edición. Gracias a ella, ha salido a la luz la rigidez en el formato, así como la capacidad de la publicidad y la propaganda para alterarlo. De manera general, se identificó el contenido manifiesto a través de las secciones que integran al diario; también en éstas el cambio fue mínimo -supeditado a la publicidad y propaganda-. Se apuntó la coincidencia -aún sujeta a comprobación- entre el contenido y el formato rígidos del diario, con una sociedad cuya clase dominante aspira a un sistema rígido y sin cambio.

Con la cuantificación de la superficie redaccional, publicitaria y administrativa se develó el carácter mercantil del diario; su interés no es estrictamente informar, también radica en la venta de espacio, como lo comprueban las cifras.

El gancho publicitario de los titulares quedó también al descubierto: se pone a la venta una noticia cuyas dos terceras partes se resumen en tres o cuatro palabras.

En la siguiente fase se cuantificará el contenido de la superficie redaccional, es decir, la propiamente periodística; ello permitirá acercarse al objetivo principal: análisis de la semantización periodística de la realidad.

#### 4.2. Géneros periodísticos: ¿más información, menos opinión?

El siguiente paso en el análisis morfológico consiste en separar los distintos géneros periodísticos que integran la superficie redaccional. Para ello, se sigue la clasificación de géneros periodísticos en informativos, interpretativos y de opinión.

Después de realizar un sondeo previo de la superficie redaccional se encontraron los siguientes géneros periodísticos, en base a los cuales se llevó a cabo la cuantificación:

##### a) Géneros informativos:

Se localizaron notas informativas, crónicas y fotografías. Si bien pudiera suponerse que la superficie redaccional está formada únicamente por lo escrito, se incluyó a las fotografías pues en el periódico es común que representen por sí solas el total de la información; no acompañan a ninguna nota, sólo aparece la imagen y el pie de foto. En el periódico es de particular importancia este género: incluso la página 3 -una de las secciones más populares- se integra sólo con fotografías.

En el caso de las gacetillas, notas informativas presentadas de manera igual que las demás del diario, pero por las cuales los interesados en su publicación pagan, se prefirió no formar con ellas ningún apartado especial, ya que no existe ninguna identificación de las mismas, a diferencia de otros periódicos -pocos, por cierto. Prefirió evitarse el riesgo de caer en falsas apreciaciones.

##### b) Géneros interpretativos:

Se localizaron reportajes, entrevistas y entrevistas múltiples o encuestas. La entrevista sufre un proceso previo de redacción, en

su formato se suprime la presentación pregunta-respuesta. La entrevista múltiple o encuesta se emplea como medio para obtener la información; en vista de que su presentación final es similar a la del reportaje, se le incluyó como género interpretativo.

c) Géneros de opinión:

Se localizaron columnas, críticas y ensayos. La clasificación de las columnas implicó un problema: la gran variedad en el estilo y contenido que abarca el género: "La columna no puede ser encuadrada dentro de uno de los términos de la gran división entre géneros informativos y géneros de opinión, porque hay columnas informativas, hay columnas de opinión y hay columnas mixtas donde se mezclan los informes y las opiniones." (6)

Para subsanar en parte las desventajas de tan híbrida clasificación, se optó por designar una categoría especial a la columna editorial firmada; Fraser Bond la define como "lo que parece, por su forma, un editorial, pero que palpita con el elemento personal, pues expresa las opiniones e ideas que sostiene a la sazón el propio columnista." (7) En vista de que el periódico no cuenta con editorial, un apartado especial para el género más cercano resultó provechoso.

No se localizaron cartones políticos; sin embargo, existe una columna, "Matarililirilón", donde aparecen pequeños dibujos que pudieran considerarse, por el estilo y el contenido, cartones políticos; como siempre aparecen de complemento al resto de la columna se les incluyó en la clasificación de la columna. Dentro de este apartado figuran, pues, columnas estándar, de revoltillo, de chismografía y de los colaboradores.

d) No periodísticos

Las secciones como horóscopos, crucigramas y comics reúnen los

requisitos necesarios para ser incluidas en la división de columnas: aparecen en un lugar fijo, con un logotipo que las identifica. Sin embargo, para la evaluación final de los resultados, tal clasificación habría sido limitante, pues no son informativas. Por ello, para tales secciones se formó un apartado especial: no periódicos. Aunque se trata de una aparente contradicción al denominarlas de este modo, resulta una forma conveniente de aislar las unidades que no son ni publicitarias ni administrativas ni periódicas propiamente dichas.

En las tablas siguientes, igual que en las demás, los resultados obtenidos para las superficies -proporcionadas en centímetros cuadrados- fueron aproximados hasta un decimal, con el fin de evitar complicadas cifras que, a fin de cuentas, no contribuirían a enriquecer por sí mismas el análisis. Cada tabla consta de cuatro columnas: en la primera, total de las superficies en centímetros cuadrados; en la segunda, cantidad de notas que abarca cada clasificación; tercera y cuarta, los respectivos porcentajes.

Lunes 5 de enero

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	3,128.5	20	29.06%	33.90%
Fotografía	1,651.0	8	15.33%	13.56%
Entrevista	1,141.0	8	10.60%	13.56%
Encuesta	94.0	1	.87%	1.69%
Reportaje	381.5	4	9.11%	6.78%
Columna ed. firmada	826.0	4	7.66%	6.78%
Columna	1,966.0	7	18.25%	11.86%
Crítica	76.0	1	.70%	1.69%
Ensayo	126.0	1	1.17%	1.69%
No periodísticos	780.5	5	7.25%	8.43%
	<u>10,770.5</u>	<u>59</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Martes 6 de enero

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	4,332.0	25	35.40%	37.31%
Fotografía	1,953.0	13	15.96%	19.40%
Entrevista	757.0	6	6.20%	8.96%
Reportaje	616.0	2	5.03%	2.99%
Columna ed. firmada	497.5	3	4.06%	4.47%
Columna	2,914.0	10	23.80%	14.94%
Ensayo	333.5	2	2.71%	2.99%
No periodísticos	<u>837.5</u>	<u>6</u>	<u>6.84%</u>	<u>8.94%</u>
	12,240.5	67	100.00%	100.00%

Miércoles 7 de enero

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	3,202.5	22	28.39%	36.07%
Fotografía	2,025.0	11	17.94%	18.03%
Entrevista	982.0	4	8.70%	6.56%
Reportaje	800.5	3	7.10%	4.92%
Columna ed. firmada	80.0	1	0.71%	1.64%
Columna	2,984.0	11	26.45%	18.03%
Crítica	136.0	1	1.21%	1.64%
Ensayo	400.0	3	3.55%	4.92%
No periodísticos	<u>672.5</u>	<u>5</u>	<u>5.95%</u>	<u>8.19%</u>
	11,281.5	61	100.00%	100.00%

Jueves 8 de enero

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	4,24.15	20	35.53%	34.48%
Fotografía	2,029.5	12	17.00%	20.69%
Entrevista	468.5	4	3.92%	6.90%
Reportaje	1,044.5	4	8.75%	6.90%
Columna ed. firmada	200.0	2	1.68%	3.45%
Columna	2,261.5	7	18.94%	12.07%
Crítica	230.0	1	1.93%	1.72%
Ensayo	621.0	3	5.20%	5.17%
No periodísticos	<u>841.0</u>	<u>5</u>	<u>7.05%</u>	<u>8.62%</u>
	11,937.5	58	100.00%	100.00%



<u>Viernes 9 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	3,037.5	25	28.21%	40.98%
Crónica	974.0	2	3.90%	3.28%
Fotografía	2,242.5	12	20.43%	19.66%
Entrevista	166.5	2	1.52%	3.28%
Reportaje	640.5	2	5.85%	3.28%
Columna ed. firmada	573.0	4	5.24%	6.56%
Columna	2,080.0	7	19.02%	11.48%
Ensayo	392.0	2	3.58%	3.28%
No periodísticos	<u>787.0</u>	<u>5</u>	<u>7.19%</u>	<u>3.20%</u>
	10,943.0	61	100.00%	100.00%

<u>Sábado 10 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	4,187.5	31	39.48%	50.82%
Fotografía	2,299.0	12	21.68%	19.66%
Entrevista	270.0	2	2.55%	3.28%
Columna ed. firmada	287.5	2	2.71%	3.28%
Columna	2,364.0	8	22.29%	13.12%
Crítica	<u>380.0</u>	<u>2</u>	<u>3.58%</u>	<u>3.28%</u>
	10,605.5	61	100.00%	100.00%

Promedio de porcentajes totales de la semana:

	superficie	cantidad
Nota informativa	32.74%	34.21%
Crónica	1.48%	0.55%
Fotografía	16.14%	15.77%
Entrevista	8.74%	9.32%
Encuesta	0.14%	0.28%
Reportaje	7.17%	8.55%
Columna ed. firmada	3.67%	4.36%
Columna	17.25%	13.53%
Crítica	1.23%	1.39%
Ensayo	2.70%	3.01%
No periodísticos	<u>3.74%</u>	<u>8.48%</u>
	100.00%	100.00%

De esta parte del análisis se desprenden algunas observaciones que conviene adelantar, si bien serán retomadas en la evaluación final -valoración ideológica.

#### a) Géneros informativos

Entre todos los géneros, el más abundante es la nota informativa; alcanza el 32.74% por superficie y 34.21% por cantidad del total de la semana. Alcanza frecuencias hasta de 39.48% (sábado) y 35.40% (martes). La nota informativa representa la forma más sencilla de dar a conocer una noticia. Para que un acontecimiento se convierta en noticia debe reunir los siguientes requisitos: a) lo significativo, que eleva, hunde, lesiona o fomenta; b) lo extraordinario; c) la actualidad; d) la proximidad; e) factores como la expectación, el conflicto, la amenidad, el servicio. (8)

Si un acontecimiento reúne alguno de los requisitos anteriores, se le considera periodístico y, por lo tanto, publicable; la forma más sencilla: la nota informativa. Dada la velocidad en que a través del periódico se publican las noticias, se recurre constantemente a la nota informativa. La brevedad de los datos, la poca información que se ofrece de un acontecimiento, se ve justificada con opiniones como la siguiente: "Felizmente (para el reportero) la mente humana es capaz de hacer sólo un número limitado de preguntas, no obstante la impresión contraria que causan los niños pequeños. La curiosidad humana tiene solamente seis colmillos o garras para desentrañar lo desconocido. Estas son las cinco preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo?, que se complementan con una sexta, ¿por qué?" (9)

En la cita anterior es claro el criterio que impera entre quienes manipulan los medios de información: si la gente pide enterarse

de lo que acontece, basta con darle unas pequeñas nociones y su curiosidad de niño pequeño quedará satisfecha.

Una explicación del predominio de los géneros informativos se encuentra en la siguiente cita: "En un período normal, es decir, sin una perturbación notable, la comunicación informativa domina. Dicho con otras palabras: en el cuadro de valores existentes, la información se propaga sin mayores dificultades. Los gobernantes deben contentarse con mantener el conjunto de las creencias existentes."(10)

La labor periodística ejerce una influencia ideológica, constituye un reflejo del acontecer diario. La gente supone que el mundo cambia diariamente, que está plagado de noticias; a través de los periódicos no se le niega tal cambio, tiene derecho a conocer muchos acontecimientos diariamente. ¿Cómo?: "El acontecimiento es exorcizado, amordazado, digerido, neutralizado." (11) El acontecimiento se entrega al lector de la forma más breve posible. Brevedad que implica una posición ideológica: "La información de prensa debe expresar lo que no dice, si se puede decir así, tan rápida y claramente como aquello que dice." (12) ¿Qué dice?: Qué, quién, cuándo, dónde; rara vez, por qué.

Otra causa de que predominen los géneros informativos es la velocidad con que se quiere lanzar la información al mercado. Entra aquí en juego la intencionalidad mercantil, el afán de competencia entre los diarios para ganar mayor número de lectores; lo cual implica mayor número de compradores potenciales para los artículos, servicios o ideas publicitados.

Esta situación es particularmente notoria en los diarios vespertinos; no bien ocurre algo que representa un acontecimiento cuando se inicia un vertiginoso proceso por lanzar a la venta, si se puede,

a ocho columnas, tal suceso. El proceso de impresión, fotocomposición, no puede retrasarse, no hay tiempo de indagar más, de ofrecer al lector elementos de juicio. "En el empresario o editor de grandes publicaciones periodísticas su intención está más orientada hacia el beneficio económico; por eso le preocupa más la prontitud en la publicación para competir, que la calidad del contenido informativo de su publicación." (13)

La realidad es aprehendida vertiginosamente: "La prensa tiende cada vez más a presentar el acontecimiento en caliente, como si ocurriera en el mismo momento en que es leído en el diario." (14) Para tal efecto, presenta lo mínimo posible de los acontecimientos, la elaboración se convierte en un proceso casi automático; no hay tiempo de reflexionar ni de emitir opinión, se pretende informar de manera supuestamente objetiva. Sin embargo, "su objetivismo precipitando la empuja a huir tanto de la expresión demasiado directa de su opinión, como de los sobreentendidos excesivamente indirectos; correría el peligro de no decir 'rápidamente' 'todo' a 'todos'." (15)

Es importante señalar que aun cuando predominen los géneros informativos, ello no significa que no subsista una tendencia ideológica o propagandística. "El llamado periódico de información es distinto, pero, de todos modos, es un periódico de opinión. Si bien tiene el deber de liberarse de sus prejuicios, no puede salirse de la escala de valores que ha heredado de su patrón, de sus predecesores, de su historia. El periodista no es una máquina registradora. La distorsión debe ser lo menos fuerte posible, pero es inevitable." (16)

La cita anterior alude, al referirse al deber que el periodista tiene de liberarse de sus prejuicios, a la supuesta objetividad que

el periodismo está obligado a imponer al elaborar las noticias. Tal objetividad es prácticamente imposible: desde el punto de vista del reportero, éste imprimirá, indudablemente, su enfoque, particular y subjetivo, al acontecimiento; "siempre es posible orientar la información hacia lo trivial, lo intrascendente." (17)

El grado de información no se determina por la cantidad, sino por la calidad. A mayor cantidad de acontecimientos revelados no corresponde un lector más informado. "No es la cantidad de información emitida lo importante para la acción, sino más bien la cantidad de información capaz de penetrar lo suficiente en un dispositivo de almacenamiento y comunicación, de modo que sirva para la acción." (18)

Al revisar las notas informativas se detectó que provienen principalmente de reporteros y agencias informativas; los primeros cubren exclusivamente noticias locales y nacionales, y las segundas abarcan el ámbito internacional. Los temas con mayor frecuencia son asuntos judiciales y deportivos.

La crónica, al contrario de la nota informativa, ocupa uno de los lugares más bajos en la escala de frecuencias: sólo una crónica, con una superficie total de 1.48% y 0.55% por cantidad. En esencia, la crónica difiere de la nota informativa por presentar los hechos que ~~integran~~ un acontecimiento de manera cronológica. Requiere de un procedimiento más laborioso; quizás a ello se deba que sea remplazada casi por completo por las notas informativas. La crónica lo calizada fue de política nacional, ocupó una extensión amplia y apareció en la primera página.

La fotografía ocupa el segundo lugar en importancia dentro de los géneros informativos, y el tercero en toda la superficie redac-

cional: 16.14% por superficie y 15.77% por cantidad. La objetividad tan buscada por los periodistas pareciera alcanzar su meta con la fotografía: "Modo de transmisión ideal, la fotografía da, cualesquiera que sean los montajes o trucajes, una visión objetiva del acontecimiento: da calor a la indiferencia o acrecienta el placer de cada uno [...], establece un contacto de intimidad entre el lector que ve y la realidad vista." (19)

También en la fotografía la objetividad es un mito. No se debe olvidar que una fotografía constituye una manera muy subjetiva de reflejar el mundo. Todo depende del ángulo, el encuadre. Además, para disminuir el riesgo que implica el que una fotografía es altamente polisémica, que posee muchos significados, siempre se la presenta con un extenso pie de foto, que en no pocos casos va precedido de un pequeño encabezado; con estos elementos se lleva a cabo la función de anclaje (cfr. infra. cap. 5.2.)

La mayor parte de las fotografías provienen del extranjero o de fuente desconocida. Los temas predilectos son, para el extranjero, vida social, deportes, insólitos y espectáculos; para el ámbito local, vida social y asuntos judiciales.

#### b) Géneros interpretativos

A éstos pertenecen el reportaje, la entrevista y la encuesta o entrevista múltiple. El reportaje ocupa el sexto lugar en importancia: alcanza 7.17% por superficie y 8.55% por cantidad. La entrevista se encuentra un poco más arriba en la escala: 8.74% por superficie y 9.82% por cantidad. La encuesta, en cambio, ocupa el último lugar; sólo se registró un caso durante la semana.

Ya en el capítulo 1.2. se destacó a los géneros interpretativos

-sobre todo el reportaje- como los más hñoridos y, a la vez, los más completos. Sin embargo, la relativamente alta frecuencia de los porcentajes del reportaje y la entrevista no son un índice confiable de una tendencia por superar la labor periodística del propio diario. Para comprobar lo anterior, basta revisar el origen y el a asunto para el que se destinan estos géneros.

La totalidad de reportajes proviene del extranjero, de agencias informativas o de fuente desconocida; los temas: vida cotidiana, arte y letras y, ocasionalmente, economía y política. Las entrevistas proceden de agencias informativas, cuando se refieren a asun tos extranjeros; para el ámbito local o nacional se destinan reporteros. Los temas más frecuentes en las entrevistas son vida social y deportes.

De alguna manera, los géneros interpretativos son neutralizados; su potencialidad, su versatilidad es canalizada hacia temas aparentemente despolitizados. Aunque ello representa un grado -por cierto, alto- de política.

#### c) Géneros de opinión

De no ser por la columna, los géneros de opinión se sitúan en los lugares más bajos de frecuencia; la crítica y el ensayo apenas rebasan el 2% o el 3%. En cambio, la columna se coloca en el segun do lugar -después de la nota informativa- con 17.25% por superficie y 13.58% por cantidad. Ya al principio de este apartado se explicó la conveniencia de asignar a la columna editorial firmada un inciso aparte: su porcentaje fue de 3.67% por superficie y de 4.36% por número de unidades.

En su mayoría, los ensayos se refieren a la vida cotidiana o a asuntos de interés humano; rara vez aparece la fuente. Las críti

cas son de espectáculos: exclusivamente cine y teatro comerciales. Lo que se identificó como columna editorial firmada -referido, por consiguiente, a temas de trascendencia, bien sea económicos, políticos y sociales- está casi monopolizado por fuentes extranjeras, agencias informativas. Los demás tipos de columnas, en cambio, son privilegio exclusivo de los colaboradores locales del diario; los temas son, obviamente, fijos -al igual que las columnas- y son sobre política nacional, deportes, vida social y asuntos judiciales.

En la columna, como ya se mencionó: "El contenido, pues, no es restringido, sino que prácticamente todo lo que concierne a todos, todo lo que le interesa al público y que encuentra acomodo en las páginas de los periódicos, puede también encontrar lugar en las líneas de una columna." (20) Conviene detenerse un poco en aquellas columnas que ocupan el mayor espacio: políticas y de sociales. Según Granados Chapa, existen tres tipos de columnas políticas(21):

- 1) Columnas que constituyen un negocio particular de quien las escribe, que compra espacio y vende la publicidad;
- 2) Columnas involucradas en negocios, pero que son simultáneamente negocios económicos y políticos. Según el autor, es un hecho público que el Comité Ejecutivo Nacional del PRI paga en diversos diarios para que se incluyan columnas elaboradas en las oficinas del partido, pero que son publicadas como del diario. Con ello se logra un supuesto apoyo.
- 3) Columnas hechas por empleados de los periódicos o por colaboradores, pagadas por el mismo periódico.

En las columnas políticas de Ovaciones, 2a. edición resulta evidente su tendencia ideológica de derecha. Con la columna, los diarios justifican su escasa información; el lector puede sentir



que a través de la columna se enteran de todo cuanto sucede a su alrededor.

Las columnas representan, pues, uno de los canales más evidentes para que el gobierno difunda sus planes, metas -aun cuando no lleguen a cumplirse-, su postura democrática, etc. "La mayor parte de las columnas políticas sirven para filtrar informaciones procedentes del gobierno federal que no encuentran cauces normales para salir." (22)

En cuanto al otro tipo de columna de mayor superficie en el periódico, se encuentra la de "Matarili Lirilón", donde se presentan notas pequeñas referentes principalmente a sucesos policiacos, nota roja. Esta columna pretende ser de denuncia. Sin embargo, es claro que, si bien expone constantemente quejas contra el sistema, las enfoca a unos cuantos: generalmente, los policías y similares. En este caso, la crítica no sería eficiente y la columna amenaza con convertirse en mera columna de chismografía, donde se ponen en evidencia los defectos, vicios y delitos de unos cuantos "servidores del Estado". Se ataca sólo a individuos aislados, no hace peligrar realmente al sistema.

Por último, se encuentra la columna de chismografía, a la que también se dedica gran superficie. Al respecto, impera un criterio de que "el interés por los seres humanos -en sus virtudes y más a menudo en sus vicios- nos hace aguzar los oídos apenas se menciona el chisme. [...] Aquí el lector se entera de las flaquezas y desatinos de quienes forman la crema y nata y de los que allí se encaminan." (23)

Así pues, dentro de la clasificación de géneros de opinión, la columna ocupa casi la superficie total. Dada la mezcla entre infor

mación y opinión, así como la poca investigación periodística que lleva esta última, no puede afirmarse que el periódico se distinga por ofrecer al lector gran cantidad de análisis, criterios u opiniones serios y fundamentados.

No es de extrañar la situación anterior, pues durante la semana que comprende los números analizados, imperaba un estado de relativa calma social. Por el contrario, "durante un período de cambio, o sea, revolucionario, predomina la comunicación persuasiva. En efecto, el conjunto de los valores existentes, de las creencias, de los símbolos, se halla cuestionado." (24)

#### ch) No periodísticos

Esta división dio cabida a todas aquellas unidades que no pertenecen ni a la superficie publicitaria ni administrativa; queda, pues, ubicarlas en la superficie redaccional. Sin embargo, no son periodísticas en el estricto sentido de la palabra; comprenden horóscopos, comics y crucigramas. Representan, por cierto, un lugar nada despreciable; alrededor del cuarto lugar -a la par de las entrevistas-; es decir, 8.74% por superficie y 8.48% por cantidad.

La aparición de géneros no periodísticos pone a la luz el que la función del periodismo dista mucho de meramente informar; también proporciona diversión. Ahora bien, no es censurable que un diario procure entretenimiento a sus lectores; de hecho, resolver un crucigrama puede resultar educativo. Sin embargo, qué puede resultar de la lectura del horóscopo, No está en los fines de esta investigación detenerse en el contenido de los horóscopos o de los comics, pero sí puede suponerse que son transmisores ideológicos de pautas de conducta -en los horóscopos se trataría de pautas de conducta para plazos de veinticuatro horas.

En esta fase queda evidente la ideología que determina la elaboración de los géneros periodísticos. Más allá de las sugerencias contenidas en los manuales de redacción, se encuentra un sistema social que debe perpetuarse en beneficio de unos cuantos. De acuerdo con este objetivo, cada uno de los géneros periodísticos posee una carga ideológica que lo hace recomendable para difundir algunos hechos noticiosos y peligroso para difundir otros.

Los géneros informativos -con la nota informativa- se colocaron a la cabeza, hecho nada casual pues para elaborarlos no se requiere más que contestar a algunas preguntas básicas; más importante aún, están respaldados por la objetividad.

Los géneros de opinión, lejos de constituir auténticas y fundamentadas opiniones, se constituyen, a través de la columna política, en voceros del gobierno. Asimismo, son también cauces para filtrar conductas y pautas de consumo a través de las columnas de sociales y las de chismografía. Si en el diario aparecen los otros géneros de opinión -aunque en mínima cantidad-, éstos provienen del extranjero o de fuentes anónimas o se dedican a temas de poca importancia.

Para los géneros interpretativos se destina un porcentaje considerable; no obstante, su verdadera potencialidad es minimizada. Las entrevistas contenidas son, en su mayoría, a actores y actrices de televisión, quienes -por revolucionarias que pudieran ser sus ideas- básicamente hablan de sí mismos para promocionarse. Los reportajes provienen del extranjero o aparecen sin fuente; por tanto, no se apegan a nuestra realidad, o puede dudarse de su contenido.

A continuación se presentan los resultados de la división de

las notas por fuentes; así, paulatinamente, la morfología del diario saldrá a la luz.

#### 4.3. Fuentes: el anonimato, los periodistas y las agencias

La siguiente fase del análisis morfológico consiste en determinar y cuantificar cada una de las unidades según la fuente de donde procedan. Se entiende por fuente a la persona, institución o agencia a través de la cual se conoce una noticia. "En la clasificación por fuentes informativas hay que atender a este repertorio: trabajos firmados por corresponsales, despachos o reportajes de agencias informativas ( a su vez subdivididos por cada una de las agencias presentes en el medio), comunicados oficiales, comunicados privados, extractos y boletines de otros medios y cartas de los lectores."(25)

En el presente análisis, las categorías por fuentes que se localizaron son:

##### Fuentes humanas:

Reportero.- Trabaja de manera constante para el medio informativo; por lo general, cubren áreas o actividades específicas. Además, casi siempre redactan las noticias a manera de géneros informativos.

Colaboradores.- Se encuentran también ligados a la redacción, se dedican a la elaboración de los géneros de opinión.

Corresponsales.- Trabajan para el medio informativo, pero desempeñan su labor en otro estado o país, desde donde periódicamente envían información.

Enviado especial.- En el caso de acontecimientos de trascenden

cia son enviados por la redacción a otro estado o país de manera temporal.

Agencias de noticias: Recaban noticias y mediante un contrato con el medio informativo le venden periódicamente la información. En el diario aparecen sólo agencias internacionales: EFE, AFP y UPI; ocasionalmente hay pequeñas colaboraciones de Editors Press Service, Inc.

Sin fuente constatada: Existen numerosas notas en las cuales no se constata la fuente, que pudieran provenir de conferencias de prensa, declaraciones de prensa, inserción pagada, rumor, trascendido, servicios confidenciales o de otros medios de información. Para evitar el riesgo de atribuir a las notas fuentes equivocadas, siempre que éstas no se expliciten se agrupará la unidad en esta categoría.

Los resultados obtenidos fueron:

<u>Lunes 5 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	2,237.5	15	20.77%	25.42%
Enviado especial	1,185.0	2	11.00%	3.39%
Colaborador	3,064.5	13	28.45%	22.03%
Agencia EFE	902.0	7	8.37%	11.88%
Agencia AFP	1,017.0	9	9.44%	15.25%
Editors Press...	174.0	1	1.63%	1.69%
Sin fuente	<u>2,190.5</u>	<u>12</u>	<u>20.34%</u>	<u>20.34%</u>
	10,770.5	59	100.00%	100.00%

<u>Martes 6 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	3,232.0	14	26.40%	20.90%
Colaborador	3,321.5	12	27.14%	17.91%
Agencia EFE	765.5	7	6.25%	10.45%
Agencia AFP	1,064.5	10	8.70%	14.93%
Editors Press...	174.0	1	1.42%	1.49%
Sin fuente	<u>3,683.0</u>	<u>23</u>	<u>30.09%</u>	<u>34.32%</u>
	12,240.5	67	100.00%	100.00%

<u>Miércoles 7 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	2,667.5	11	23.64%	18.03%
Colaborador	3,381.5	15	29.97%	24.59%
Agencia EFE	1,948.0	12	17.27%	19.67%
Agencia AFP	366.5	5	3.25%	8.20%
Sin fuente	<u>2,918.0</u>	<u>18</u>	<u>25.87%</u>	<u>29.51%</u>
	11,281.5	61	100.00%	100.00%
<u>Jueves 8 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	3,537.0	13	29.63%	22.41%
Colaborador	2,297.5	9	19.25%	15.25%
Agencia EFE	396.5	4	3.32%	6.90%
Agencia AFP	664.0	5	5.56%	8.62%
Agencia UPI	259.0	3	2.17%	5.17%
Sin fuente	<u>4,783.5</u>	<u>24</u>	<u>40.07%</u>	<u>41.38%</u>
	11,937.5	61	100.00%	100.00%
<u>Viernes 9 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	2,216.5	11	20.25%	18.03%
Colaborador	2,594.0	10	23.70%	16.39%
Enviado especial	327.5	1	2.99%	1.64%
Agencia EFE	381.5	5	3.49%	8.20%
Agencia AFP	440.5	5	4.04%	8.20%
Agencia UPI	409.5	5	3.74%	8.20%
Sin fuente	<u>4,573.5</u>	<u>24</u>	<u>41.79%</u>	<u>39.34%</u>
	10,943.0	61	100.00%	100.00%
<u>Sábado 10 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	2,117.0	13	19.96%	21.31%
Colaborador	2,470.0	8	23.29%	13.12%
Enviado especial	600.0	2	5.66%	3.28%
Agencia EFE	535.5	6	5.04%	9.84%
Agencia AFP	463.0	4	4.38%	6.56%
Agencia UPI	581.5	6	5.48%	9.84%
Sin fuente	<u>3,838.5</u>	<u>22</u>	<u>36.19%</u>	<u>36.05%</u>
	10,605.5	61	100.00%	100.00%

Promedio de porcentajes totales de la semana

	superficie	cantidad
Reportero	23.40%	21.02%
Enviado especial	3.28%	1.39%
Colaborador	25.33%	18.26%
Agencia EFE	7.29%	11.16%
Agencia AFP	5.90%	10.28%
Agencia UPI	1.90%	3.87%
Editors Press...	0.51%	0.53%
Sin fuente	<u>32.39%</u>	<u>33.49%</u>
	100.00%	100.00%

} 15.60%      } 25.84%

A raíz de los resultados obtenidos, salta a la luz lo siguiente: Existe una gran coincidencia en los resultados de uno y otro día; esto lleva a pensar en un contenido estereotipado, en el cual el periódico representa un espacio que día a día será cubierto con la información que metódicamente recopilan los reporteros, envían los colaboradores o venden las agencias.

## a) Sin fuente constatada

El porcentaje más alto fue el de las notas sin fuente constatada: 32.39% por superficie y 33.49% por cantidad. En dos días superó el 40% del total, es decir, casi la mitad del diario es, literalmente, anónimo. "El anonimato de la mayor parte de los artículos los hace más manejables, más ligeros en su propagación. Pero, aparte los diarios netamente politizados y, en éstos, las firmas conocidas de los artículos de fondo, la gran masa de informaciones llega al lector en el anonimato." (26)

Las noticias anónimas provienen de varias fuentes: oficinas de prensa, boletines, rumores, refritos, etc. A través del método del anonimato se pueden insertar informaciones sobre cualquier tema, incluidos los políticos y sociales. Se convierten en discretos voces

ros de la clase en el poder, en portavoz de banqueros, funcionarios, empresarios. Esta situación es similar en Estados Unidos: "De los funcionarios emanan más noticias que de cualquier otra fuente. La mayoría pasa rutinariamente, a través de canales formales de información pública en el gobierno, a los reporteros en las jurisdicciones en Washington." (27)

Otra causa importante de que existan muchas notas sin fuente constatada estriba en la inserción pagada o venta de espacio para la publicación de noticias. Conocidas también como gacetillas, tienen la apariencia de una nota, bien sea género informativo o de opinión, pero no provienen de la redacción del diario, sino que los interesados pagan porque aparezcan. La interpretación de este fenómeno puede ser orientada únicamente como un recurso de financiamiento del diario; más importante es considerar que de esta forma los diarios se convierten en canal de filtración -disfrazada- para la clase en el poder económico y político.

Dentro de esta agrupación se localizaron la mayor parte de las fotografías, casi todas provenientes del extranjero y referidas a vida social, lo insólito y espectáculos. También el porcentaje es alto en noticias nacionales, sobre todo de espectáculos; es muy probable que, en este caso, se trate de inserciones pagadas.

b) Reporteros, colaboradores y enviados especiales

El porcentaje alcanzado por notas suministradas por reporteros fue de 23.40% por superficie y de 21.02% por cantidad. En cada día, el porcentaje se encuentra muy cercano a la cuarta parte del total. Todas las noticias de reporteros son locales y son proporcionadas como nota informativa o entrevista. Los temas son asuntos judiciales, deportes, espectáculos y política nacional, principalmente.



La labor de los reporteros es, pues, la de enterarse de los datos elementales de un hecho, para divulgarlos posteriormente a través de la nota informativa. En este procedimiento se enfrentan al problema de la objetividad que les es recomendada y hasta exigida para el desempeño de su profesión, no obstante ser imposible de lograr. A resultas de ello, de suprimir su enfoque subjetivo, se apega cada vez más a los moldes establecidos. Al referirse a los comunicadores, Norbert Weiner señala: "Protesto, no sólo [...] contra los impedimentos para la originalidad intelectual que producen las dificultades de las comunicaciones en el mundo moderno, sino también [...] contra el macha que se hunde en la raíz misma de la originalidad, como consecuencia de que las personas que han tomado las comunicaciones como profesión no tienen muchas veces nada que comunicarnos." (28)

Muchos reporteros no se suman voluntariamente a la misión de manipular a través de los medios; ellos también son manipulados y ejercen su profesión -al menos quienes trabajan para los grandes medios- según la pauta que impone la clase en el poder. En muchas ocasiones actúan como voceros o prestanombres -valga el término- de la información. Sucede con frecuencia que los reporteros reciben información de un funcionario u oficina de prensa, de fuentes oficiales, y la publica como labor propia de investigación periodística.

En la investigación reciente sobre los periodistas en América Latina, al tratar el caso de México (29), se señalan las causas de la mecanización que prevalece entre los reporteros, de la escasa investigación sobre los hechos:

- a) el periodista se ve obligado a seguir, la mayoría de las veces, la forma del periodismo mercantil;

- b) según respuestas obtenidas en una encuesta entre periodistas, existe entre ellos un bajo nivel de conciencia política, de postura crítica hacia los problemas trascendentales;
- c) la explotación que se hace del trabajo de los periodistas -lo mismo que en otros sectores- propicia la ya de por sí imperante corrupción en el medio.

El reportero se ve limitado en el ejercicio de su labor, incluso en demérito de su propia formación: "En el periodista convencional subyacían a veces la dispersión y la superficialidad. La primera, fruto del ambiente en que debía moverse y desarrollar su vocación, y la segunda como resultante de la anterior y del escaso desarrollo de la ciencia informativa." (30) El escaso desarrollo de la ciencia informativa a que alude la cita anterior es sólo parcialmente cierto. No hay que olvidar que la información es una práctica cuyos mecanismos de manipulación son continuamente puestos en práctica y renovados.

La información suministrada por colaboradores cubre el 25.33% de la superficie y representa el 18.26% por cantidad. Los colaboradores estarán a cargo de proporcionar la mayor parte del material que se ubica dentro de los géneros de opinión -excepto los anónimos-, principalmente columnas. Estas son acerca de política nacional, deportes, vida social y asuntos judiciales.

En la labor de los colaboradores puede encontrarse también la influencia del sistema, bien se trate de los columnistas de las secciones de sociales, donde estará patente la admiración y la exaltación de las costumbres de la clase en el poder, como de los columnistas de política. "Sus publicaciones sobre interpretaciones o juicios (como en el caso de los hombres comunes y corrientes) están

limitadas o ampliadas por la cantidad de información de que disponen. Cuando su información es deficiente, informan deficientemente." (31) El columnista se enfrenta no sólo al problema de contar con información deficiente, sino también con información manipulada: si su información es manipulada, su opinión es manipulada.

En ocasiones, el columnista se nutre de fuentes a las que se apegas de manera excesiva: como ya se mencionó, los medios de información se convierten en los canales mediante los cuales los políticos o empresarios difunden lo que les conviene, a ellos les interesa sólo que el lector se forme una opinión, aunque tal opinión no quede plenamente demostrada con la información proporcionada.

La situación entre quienes elaboran los géneros de opinión es paralela a la de los reporteros; sólo que en este caso resulta más lamentable, pues el lector acude a ellos para saber qué sucede y, además, para obtener opiniones. "[...] la obligación profesional de elaborar textos de tal manera que no se fuerce la respuesta libre de los receptores [...] de modo particularmente notable recae sobre los editorialistas, en cuanto que son los responsables materiales, los ejecutores lingüísticos de esos textos particulares." (32) A la cita anterior habría que añadir que los editorialistas, además de ejecutores lingüísticos, son obreros lingüísticos de intereses particulares.

La clase en el poder ha encontrado un instrumento en la necesidad de los lectores de encontrar opiniones, no sólo informaciones, en los diarios; opiniones que serán válidas si quien las emite es un sujeto ya conocido, con un prestigio que pueda respaldar sus juicios. "Todos preferimos la personalidad a la anonimidad. Los lectores de aquellas primeras hojas anónimas, probablemente las consideraban

frías e impersonales; carecían del calor y vigor del individuo. En consecuencia, dieron buena acogida a la vuelta de lo 'personal' en el columnista." (33)

La información adquirida a través de enviados especiales representa un porcentaje mínimo: 3.28% por superficie y 1.39% por cantidad. Sólo para dos hechos noticiosos hubo enviados especiales, el ámbito de la información suministrada fue nacional e internacional; los temas, relaciones de México con otros países y religión.

A raíz del mínimo porcentaje de enviados especiales, se infiere una escasa preocupación en el diario por acercarse al lugar de los hechos. La labor de los periodistas es, básicamente, local. Para difundir lo que sucede fuera de esta ciudad y, más aún, fuera de este país, se hace uso de las agencias informativas o de las fuentes anónimas: inserciones pagadas, boletines de prensa de los gobiernos estatales, etc.

#### c) Agencias de noticias

Existe discrepancia entre los porcentajes alcanzados por la información de las agencias: 15.60% por superficie y 25.84% por cantidad.

Tal situación es constante a lo largo de toda la semana, y se debe a que generalmente las notas se publican de manera escueta, tal y como se reciben: son sólo cápsulas informativas sobre algunos hechos. Así pues, la cantidad de información supera a la calidad.

Las agencias de noticias emplean los acontecimientos como materia prima, y con ellos elaboran la información que venderán a clientes esparcidos por todo el mundo, en el caso de las transnacionales. Su interés no radica únicamente en el sentido comercial: "[...] sino en el manejo que hacen de la variable fundamental que es la informa

ción en la sociedad contemporánea. Para ello están presentes a través de todo el mundo. Su rol específico [...] es equivalente al que desempeñan los faros de un automóvil: iluminar la vía, ubicar los signos de peligro, informar a los conductores del sistema sobre aquello que se relacione con sus intereses, encandilar a los peligrosos [...]" (34)

Las tres agencias cuyas notas son publicadas en el diario pueden definirse como transnacionales, pues "operan cada una a partir de su casa matriz situada en un país capitalista industrializado [...] sus estructuras de propiedad están totalmente radicadas en sus países de origen." (35)

En un estudio realizado sobre las agencias transnacionales, Trampas de la información y neocolonialismo, se menciona: "Precisamente porque su función específica se enmarca en pautas de valoración, selección y transmisión de la noticia atendiendo a determinantes de mercado, sobre todo en razón de los intereses de sus países de origen, su lógica inserción dentro de la estructura transnacional de poder se expresa en la producción de informaciones ideológicamente funcionales a dicha estructura." (36)

La totalidad de noticias de origen extranjero son proporcionadas por las tres agencias, lo cual representa una grave dependencia informativa. "No uno, sino muchos y persistentes, son los ejemplares de una dependencia informativa como la antes señalada. Países latinoamericanos limítrofes entre sí se comunican por la visión decisiva que sobre su actualidad tienen las agencias internacionales de noticias extrarregionales." (37)

Los temas abordados son heterogéneos, varían desde política y economía internacionales hasta hechos insólitos, calamidades y vida

de las celebridades.

Queda, pues, concluida esta fase de análisis por fuentes, donde se ha logrado un acercamiento hacia los codificadores encargados de elaborar las noticias. Se localizaron tres grandes tipos:

- a) Las fuentes anónimas, conducto para filtrar informaciones difundidas por la clase en el poder, y que facilitan además las inserciones pagadas, los refritos y otra serie de actividades que no pueden ser calificadas como periodísticas propiamente dichas;
- b) Los reporteros y colaboradores del propio diario, quienes deben conformarse con cubrir el ámbito local y apegarse a la tendencia ideológica del diario;
- c) Las agencias informativas que prácticamente monopolizan la información sobre el extranjero y, por tanto, aseguran proyectar la imagen conveniente a los países imperialistas; el diario se conforma con los cables que recibe de tales agencias: no hubo un sólo caso de enviados especiales o corresponsales en el extranjero.

La siguiente fase en el análisis morfológico consiste en aislar las noticias por origen, se atenderá a la realidad contemplada en su información.

#### 4.4. Origen: la fascinación de lo extranjero

La información de Ovaciones, 2a. edición tiene tres diferentes orígenes: local, referido a lo que acontece en la Ciudad de México; nacional, todo lo que se refiera al país en general, y a los estados en particular; extranjero, que no se refiera a nuestro país.

Es necesario aclarar cierta ambigüedad entre origen local y nacional. De hecho, lo local es también nacional, por cuanto lo que sucede en esta ciudad atañe al país en general. Además, en vista de que la Ciudad de México es la sede de los poderes legislativo, ejecutivo y judicial, muchas de las disposiciones aquí emanadas -por tanto, locales- trascienden a todo el país.

Para superar esta posible confusión, se consideró como locales sólo a aquellos hechos noticiosos que no tuvieran trascendencia más allá de los límites de la Ciudad de México; por ejemplo, accidentes, robos, fiestas, competencias deportivas. En cambio, declaraciones locales de funcionarios fueron clasificadas como nacionales, si su contenido atendía a problemas del país en general.

En esta clasificación se excluyen secciones que sí se tomaron en cuenta para las fases anteriores; tales secciones fueron principalmente las no periodísticas, de entretenimiento, algunos géneros de opinión, como ensayos o artículos de fondo, los cuales no se referían a ninguna zona geográfica en especial.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

<u>Lunes 5 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	2,144.5	14	21.36%	25.93%
Nacional	3,189.5	11	31.78%	20.37%
Extranjero	<u>4,704.0</u>	<u>29</u>	<u>46.86%</u>	<u>53.70%</u>
	10,038.0	54	100.00%	100.00%
<u>Martes 6 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	4,971.5	20	43.35%	32.26%
Nacional	1,173.5	10	10.23%	16.13%
Extranjero	<u>5,322.0</u>	<u>32</u>	<u>46.42%</u>	<u>51.61%</u>
	11,467.0	62	100.00%	100.00%

<u>Miércoles 7 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	3,075.0	15	30.48%	27.27%
Nacional	2,337.0	9	23.17%	16.36%
Extranjero	<u>4,675.0</u>	<u>31</u>	<u>46.35%</u>	<u>56.37%</u>
	10,087.0	55	100.00%	100.00%

<u>Jueves 8 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	2,894.5	15	26.12%	28.30%
Nacional	2,127.0	9	19.19%	16.98%
Extranjero	<u>6,061.5</u>	<u>29</u>	<u>54.69%</u>	<u>54.72%</u>
	11,083.0	53	100.00%	100.00%

<u>Viernes 9 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	3,091.5	10	31.08%	18.52%
Nacional	2,534.5	14	25.48%	25.92%
Extranjero	<u>4,322.5</u>	<u>30</u>	<u>43.44%</u>	<u>55.56%</u>
	9,948.5	54	100.00%	100.00%

<u>Sábado 10 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	4,013.0	18	41.00%	31.58%
Nacional	1,645.5	10	16.81%	17.54%
Extranjero	<u>4,129.5</u>	<u>29</u>	<u>42.19%</u>	<u>50.88%</u>
	9,788.0	57	100.00%	100.00%

<u>Promedio de porcentajes totales de la semana</u>	sup.	cant.
Local	32.23%	27.31%
Nacional	26.41%	18.88%
Extranjero	<u>41.36%</u>	<u>53.81%</u>
	100.00%	100.00%

De acuerdo con los resultados, puede apreciarse que el porcentaje más alto, tanto en cantidad como en superficie, corresponde a noticias referidas al extranjero, con 41.36% por superficie y 53.81% por cantidad. En segundo lugar, se encuentran las noticias locales: 32.23% por superficie y 27.31% por cantidad. Las noticias



nacionales ocupan el menor porcentaje: 26.41% por superficie y sólo 18.88% por cantidad.

Es conveniente suponer que la categoría de nacional puede obtenerse también por la suma de local y nacional propiamente dicha. De tal suerte, se obtiene por superficie 58.64% -contra 41.36% para extranjera- y por cantidad 46.19% -contra 53.81%. La mayor frecuencia en la superficie de lo nacional con respecto a lo extranjero o bedece, sin duda, a las notas de la primera plana que ocupan los encabezados principales: hay mayor espacio, aunque menor cobertura de hechos noticiosos. Por tanto, indiscutiblemente el primer lugar lo ocupa la información sobre el extranjero.

Resulta un tanto paradójico el predominio de información extranjera sobre la local, sobre todo cuando varios manuales de redacción periodística consideran que la proximidad es uno de los factores de interés de la noticia. Pues bien, a pesar de la existencia comprobada de tal factor de interés, los diarios analizados llegan a estar conformados en casi la mitad de su superficie por noticias internacionales.

Al respecto, se desprenden varias conclusiones: "El hecho de que el Tercer Mundo reciba una menor cobertura noticiosa que el resto del mundo, es tanto una injusticia como un error. Un efecto inmediato de esta negligencia es que los problemas de estos pueblos reciben menos atención del público de las naciones industrializadas, que las funciones de las temporadas de teatro de Londres." (38)

No debe olvidarse que la totalidad de las noticias internacionales proviene de las agencias transnacionales de información; en el caso del diario, sólo de tres: AFP, EFE y UPI. La situación del diario no es un caso aislado: igual sucede en la mayor parte de los

periódicos y, en general, de los medios de información que circulan en los países subdesarrollados. Se ven casi presionados a depender de la información que les suministran las agencias informativas.

No es cuestión de adoptar una postura nacionalista y censurar una exagerada inclusión de noticias en cierta forma ajenas a nuestra realidad. El problema se presenta cuando se considera que la mayor parte de cuanto acontece en el mundo y que afecta o influye en los demás países, es difundido por unas cuantas agencias. "Este contraste muestra la imbricación existente entre la situación internacional y los cuadros nacionales de la información. En efecto, la abundante información producida por agencias como Prensa Latina, Inter Press Service y TANJUNG apenas llega al público latinoamericano, en tanto que la escasa producción de la UPI, AP y AFP resulta sobrerrepresentada en los medios locales." (39)

Sobre todo en la actualidad, es de suma importancia saber qué pasa en el mundo, en América Latina, pues todos los procesos pueden reproducirse en nuestro propio país o incluso afectarle desde ahora. En vista de la trascendencia de tal conocimiento para asegurar la perpetuación del sistema vigente, sobre todo para los países imperialistas, éstos han tomado en sus manos la difusión de la realidad. "Muchos observadores comprueban que la selección de noticias, tal como la practican muy a menudo ciertas grandes agencias de prensa internacionales, pone sistemáticamente de manifiesto los fenómenos de tensión o de violencia en los países del mundo; en cambio, estiman que en muchos casos esas agencias callan sucesos de carácter positivo que se producen en esos mismos países. Sólo dejan al usuario una caricatura dibujada en rasgos apenas esbozados." (40)

Es evidente lo conflictivo que resultaría para los países imperialistas que los países dependientes se conociesen mejor entre sí; para evitarlo, toma en sus manos la tarea de informar a unos sobre lo que sucede en otros: "Los pueblos de América Latina y del Caribe se desconocen entre sí. Las escasas noticias que reciben unos de otros proceden de otras partes. Ven sus imágenes reflejadas en lejanos espejos deformantes." (41)

No hay que olvidar que la información tiene un sentido comercial: "Mientras que la influencia de la difusión como servicio público apenas se percibe, una avalancha de material comercial está invadiendo la Tierra. El intercambio internacional de productos que ahora están surgiendo está respaldado, en gran parte, por el comercialismo occidental que hasta ahora no se ha preocupado de la disparidad de niveles económicos entre las diferentes naciones, ni de que existe dicha diferencia respecto a sus necesidades en materia de comunicaciones." (42)

Las noticias que se refieren al extranjero se convierten en mercancía vendible; la forma en que son elaboradas, los temas a que se refieren, por muy intrascendentes que pudieran ser, son impuestos al gusto masivo: "Las gentes se interesan por lo que ocurre de fronteras afuera gracias al periodismo. Las crónicas internacionales de los periódicos llevan hasta el lector el latido del mundo exterior y los corresponsales en el extranjero cuentan con miles de lectores que les siguen en sus viajes y en sus peripecias." (43) Y mientras el lector siente el latido del mundo exterior, puede no sentir siquiera su propio latir; y por seguir al corresponsal a través del mundo, se olvida de seguir el curso de su propia realidad.

La invasión de noticias extranjeras en los medios informativos

posee una doble significación o intencionalidad: mercantil e ideológica. Ideológica pues pretende reelaborar la realidad para que al supuestamente conocerla se eviten por parte de los dominados las muestras de justa inconformidad. Además, nunca está por demás mostrarse ante los oprimidos como los fuertes y poderosos, como los dueños de la ciencia y la tecnología. "En la divulgación de la ciencia, no parece necesario combatir sin reservas el sensacionalismo, entendido en el sentido habitual del término, sino utilizar sus técnicas e incluso sus trucos para enriquecer los conocimientos del lector, y mediante una inteligente y tenaz labor educadora, tratar de 'inmunizarles' contra los excesos en este orden de cosas y de presentarles las conquistas de la ciencia y de la tecnología en su verdadero sentido." (44) ¿Cuál es el verdadero sentido de las conquistas de la ciencia y la tecnología? Evidentemente, no es proporcionar bienestar y superación económica a los pueblos oprimidos.

Esta avalancha de información internacional se vuelve paulatinamente más peligrosa: "Lo que está en juego es la integridad cultural de las sociedades más débiles, cuyo patrimonio nacional, regional, local o tribal empieza a verse amenazado con extinguirse por culpa de la expansión de las comunicaciones electrónicas modernas." (45)

En contrapartida a la invasión de noticias de origen extranjero se encuentran las locales y después las nacionales. Ya se señaló, al principio de este apartado, que bajo la categoría de local sería comprendida aquella información sin trascendencia para el país en general. Queda evidente, por tanto, un reducido interés por difundir, a través del diario, la realidad nacional.

Menos de la quinta parte (18.88%) de la cantidad de informaciones queda adscrita bajo la categoría de nacional. Puede concluirse

que a través de la práctica periodística no se persigue difundir aspectos vitales o trascendentales para la mayor parte de los lectores. Los lectores locales deberán conformarse con conocer lo que sucede fuera de sus fronteras, o bien tener acceso a hechos aislados que tienen lugar en su ciudad. Para los lectores de provincia - a donde también llega el diario- el horizonte es aún más estrecho.

Ya en esta fase, las características morfológicas del diario están cada vez más al descubierto. Falta, para completar esta etapa, un análisis de suma trascendencia: qué temas se tratan.

#### 4.5. Materia: nota roja, deportes, vida en sociedad

La última fase del análisis morfológico del diario consiste en dividir las noticias según la materia sobre la cual tratan. De todas las demás divisiones morfológicas del diario, aquélla de materias es la más ambigua, en la que se encuentra mayor diversidad de criterios.

En El diario Francés, Kayser, consciente del problema anterior, señala: "Cada investigador tiene su propio objetivo a alcanzar. Olvidará ciertos objetivos tratados por el diario, para volcarse en otros, y a tal efecto, los dividirá en un número limitado de temas. Así, construirá él mismo, según sus necesidades, la clasificación por temas que le sea más útil." (46)

Para Ovaciones, 2a. edición, la información se clasificó en las siguientes materias:

- a) Economía y política internacional
- b) Economía y política nacional

- c) Relaciones de México con otros países
- ch) Religión
- d) Educación
- e) Turismo
- f) Medios de información
- g) Asuntos judiciales
- h) Deportes
- i) Vida social
- j) Vida cotidiana
- k) Entretenimiento
- l) Calamidades
- m) Hechos insólitos
- n) Actividades artísticas
- ñ) Ciencia y medicina
- o) Personalidades
- p) Interés humano

Para llegar a la clasificación anterior, se realizó un análisis previo de la superficie redaccional del diario; una vez aisladas las materias de cada noticia, se procedió a agruparlas para poder obtener así una clasificación que no cayese en los errores que señala Kayser: "El exceso de generalización, que asocia materias muy dispares, y la descomposición minuciosa, que impide la visión de conjunto y donde la arbitrariedad conduce a determinaciones peligrosas." (47)

A partir de la siguiente página, aparecen las tablas con los respectivos resultados.

<u>Lunes 5 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	677.0	5	6.29%	8.47%
Eco. y pol. nacional	955.5	5	8.87%	8.47%
Rel. de Méx. con otros países	959.0	2	8.90%	3.39%
Religión	208.5	1	1.94%	1.69%
Educación	174.0	1	1.62%	1.69%
Turismo	498.5	2	4.63%	3.39%
Medios de información	1,207.0	5	11.21%	8.47%
Asuntos judiciales	1,313.0	9	12.19%	15.27%
Deportes	1,314.5	10	12.20%	16.95%
Vida social	1,092.0	4	10.14%	6.79%
Vida cotidiana	1,022.5	4	9.49%	6.79%
Entretenimientos	624.5	4	5.80%	6.79%
Calamidades	498.5	2	4.63%	3.39%
Hechos insólitos	502.0	5	4.66%	8.47%
Actividades artísticas	196.0	1	1.82%	1.69%
Ciencia y medicina	--	--	--	--
Personalidades	--	--	--	--
Interés humano	--	--	--	--
	<u>10,770.5</u>	<u>59</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Martes 6 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	675.0	5	5.51%	7.46%
Eco. y pol. nacional	1,149.0	6	9.39%	8.38%
Rel. de Méx. con otros países	253.0	2	2.07%	2.98%
Religión	--	--	--	--
Educación	--	--	--	--
Turismo	--	--	--	--
Medios de información	--	--	--	--
Asuntos judiciales	2,269.5	8	18.54%	11.94%
Deportes	1,578.0	13	12.90%	19.40%
Vida social	2,389.0	8	19.51%	11.94%
Vida cotidiana	416.0	3	3.40%	4.48%
Entretenimiento	773.5	5	6.33%	7.46%
Calamidades	--	--	--	--
Hechos insólitos	636.0	5	5.19%	7.46%
Actividades artísticas	144.0	2	1.17%	2.98%
Ciencia y medicina	1,240.0	5	10.13%	7.46%
Personalidades	186.0	2	1.52%	2.98%
Interés humano	531.5	3	4.34%	4.48%
	<u>12,240.5</u>	<u>67</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Miércoles 7 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	1,041.0	4	9.23%	6.56%
Eco. y pol. nacional	1,117.5	5	10.41%	8.20%
Religión	--	--	--	--
Enseñanza	--	--	--	--
Turismo	--	--	--	--
Medios de información	--	--	--	--
Asuntos judiciales	2,372.5	10	21.03%	16.39%
Deportes	1,076.5	10	9.54%	16.39%
Vida social	2,479.5	11	21.98%	18.04%
Vida cotidiana	935.0	4	7.79%	6.56%
Entretenimiento	620.0	4	5.50%	6.56%
Calamidades	127.0	2	1.13%	3.27%
Hechos insólitos	50.5	1	0.45%	1.64%
Actividades artísticas	448.5	4	3.97%	6.56%
Ciencia y medicina	573.5	3	5.08%	4.92%
Personalidades	359.0	2	3.18%	3.27%
Interés humano	80.5	1	0.71%	1.64%
	<u>11,281.5</u>	<u>61</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Jueves 8 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	633.0	3	5.30%	5.17%
Eco. y pol. nacional	652.0	3	5.46%	5.17%
Rel. de Méx. con otros países	--	--	--	--
Religión	2,080.0	4	17.42%	6.90%
Educación	--	--	--	--
Turismo	424.0	2	3.55%	3.45%
Medios de información	268.5	2	2.25%	3.45%
Asuntos judiciales	1,695.0	5	14.20%	8.62%
Deportes	1,262.5	11	10.57%	18.98%
Vida social	2,128.0	7	17.83%	12.07%
Vida cotidiana	593.0	3	4.97%	5.17%
Entretenimiento	653.5	4	5.48%	6.90%
Calamidades	64.0	1	0.54%	1.72%
Hechos insólitos	726.0	8	6.08%	13.79%
Actividades artísticas	352.0	2	2.95%	3.45%
Ciencia y medicina	--	--	--	--
Personalidades	214.0	3	1.79%	5.17%
Interés humano	192.0	1	1.61%	1.72%
	<u>11,937.5</u>	<u>58</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>



<u>Viernes 9 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	416.0	3	3.80%	4.92%
Eco. y pol. nacional	999.0	4	9.13%	6.56%
Rel. de Méx. con otros países	--	--	--	--
Religión	370.5	2	3.39%	3.28%
Educación	--	--	--	--
Turismo	--	--	--	--
Medios de información	729.0	4	6.66%	6.56%
Asuntos judiciales	1,927.5	8	17.61%	13.12%
Deportes	1,259.5	9	11.51%	14.72%
Vida social	2,120.0	8	19.32%	13.12%
Vida cotidiana	278.5	3	2.55%	4.92%
Entretenimiento	631.0	4	5.77%	6.56%
Calamidades	--	--	--	--
Hechos insólitos	735.5	5	6.72%	8.20%
Actividades artísticas	408.5	3	3.73%	4.92%
Ciencia y medicina	419.0	4	3.83%	6.56%
Personalidades	94.0	1	0.86%	1.64%
Interés humano	560.0	3	5.12%	4.92%
	<u>10,943.0</u>	<u>61</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Sábado 10 de enero</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Eco. y pol. internacional	589.0	6	5.55%	9.85%
Eco. y pol. nacional	116.0	1	1.09%	1.64%
Rel. de Méx. con otros países	--	--	--	--
Religión	512.0	1	4.83%	1.64%
Educación	111.0	1	1.05%	1.64%
Turismo	--	--	--	--
Medios de información	676.0	5	6.37%	8.20%
Asuntos judiciales	1,597.0	11	15.06%	18.03%
Deportes	1,151.0	11	10.85%	18.03%
Vida social	3,396.0	12	32.02%	19.66%
Vida cotidiana	--	--	--	--
Entretenimiento	683.5	2	6.44%	3.28%
Calamidades	853.0	3	8.04%	4.92%
Hechos insólitos	195.0	3	1.84%	4.92%
Actividades artísticas	--	--	--	--
Ciencia y medicina	478.0	4	4.51%	6.55%
Personalidades	--	--	--	--
Interés humano	248.0	1	2.34%	1.64%
	<u>10,605.5</u>	<u>61</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Porcentaje total de la semana (por orden de importancia)</u>		
	superficie	cantidad
1) Asuntos judiciales	18.07%	13.90%
2) Vida social	16.44%	13.60%
3) Deportes	12.89%	17.41%
4) Eco. y pol. nacional	7.39%	6.50%
5) Eco. y pol. internacional	5.95%	7.12%
6) Entretenimientos	5.89%	6.26%
7) Vida cotidiana	4.70%	4.02%
8) Religión	4.60%	2.25%
9) Medios de información	4.42%	4.45%
10) Hechos insólitos	4.16%	7.41%
11) Ciencia y medicina	3.61%	4.25%
12) Calamidades	2.39%	2.22%
13) Interés humano	2.35%	2.40%
14) Actividades artísticas	2.27%	3.27%
15) Rel. de Méx. con otros países	1.83%	1.06%
16) Turismo	1.36%	1.14%
17) Personalidades	1.23%	2.18%
18) Educación	0.45%	0.56%
	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Se aprecia, en primer lugar, la variedad temática del diario. No se trata de uno de los llamados diarios especializados: se localizan en sus páginas los más variados temas, tanto economía y política nacional como internacional, deportes, nota roja, ciencia y medicina, etc. Con la variedad temática se persigue obtener mayor número de lectores; tener material tan variado, heterogéneo, que atraiga a una cantidad cada vez mayor de lectores potenciales.

No es tan importante destacar la variedad temática; más bien, es de interés apreciar cómo existe una diferencia considerable entre unas y otras materias. Por ejemplo, mientras la economía y política nacional e internacional se colocan en cuarto y quinto lugares respectivamente, con porcentajes entre el 5% y el 7%, asun-

tos judiciales, vida social y deportes se encuentran a la cabeza, con porcentajes hasta de 16% y 18%. Este fenómeno se encuentra explicado claramente por Taufic: "El periodismo burgués parte de la base de que no puede volver a las masas contra sí mismas, es decir, no puede pretender que los propios trabajadores demanden peores condiciones para ellos a fin de que aumenten su ganancia los capitalistas. Por lo mismo, sabe que -a lo más- puede encauzar las inquietudes de los asalariados -enfilados contra la burguesía- hacia otros terrenos, con el objeto de diluirlas. Esto es, hacia la actualidad deportiva, los espectáculos artísticos ligeros, la crónica policial, etc., con lo que debilita la imagen de 'lo político', y puede, luego, alterarla de acuerdo con sus intereses." (48)

Una interpretación de cada una de las tres materias sobresalientes lleva a percatarse de que su presencia en el periodismo burgués es un fuerte elemento ideológico. Por ejemplo, asuntos judiciales o nota roja -como mejor se le conoce- donde se cuentan día a día las actitudes o actividades de sujetos o instituciones que actúan fuera de la ley, por lo cual se hacen acreedores al repudio y la condena de quienes se consideran buenos ciudadanos, donde a la vez que se exponen las conductas criminales, se las censura y se insinúan los castigos a los que se han hecho o se harán merecedores.

Es patente la intención de perpetuar el sistema a través de la aleccionadora nota roja: a través de ella se definen valores tan vitales para el sistema como el respeto a la propiedad privada: "En las comunidades modernas, donde el rasgo económico y jurídico dominante de la vida de la comunidad es la institución sagrada de la propiedad privada, una de las características salientes del código moral es el carácter sagrado de la propiedad." (49)

A través de la nota roja se pone a los delincuentes en un escaparate público, a la vista de quienes deben censurarlos. ¿Qué pruebas ofrecen en su contra? Los criminales son criminales por asuntos meramente individuales -al menos ésa es la información proporcionada-, en nada influye el contexto socio-económico, la explotación de la cual son objeto los individuos. Cuando se les censura, rara vez alguien se ocupa de explicar si el individuo delincuente tenía o no trabajo, cuánto ganaba, si debía o no mantener a alguien. Cabe considerar que la mayor parte de la nota roja es local y, por ende, a cargo de reporteros; éstos se encargarán de contestar sólo qué, quién, dónde, cuándo y cómo. Si en su repertorio figura la pregunta por qué, rara vez la respuesta atenderá al contexto socio-económico del individuo, sino a sus sentimientos y malos y censurables hábitos.

Otro tanto subsiste cuando los delincuentes son precisamente los guardianes del orden público. Precisamente en Ovaciones es muy común, mejor dicho, permanentemente se denuncia a los malos policías. Nuevamente se defienden los principios morales que sustentan a la sociedad, una sociedad tan honesta que es capaz de denunciar a sus propios servidores corruptos.

En las notas sobre deportes hay que considerar, en primer lugar, que se trata de una actividad evidentemente vital para el ser humano; para nadie es sorpresa que el deporte ha sido desprovisto en gran parte de su carácter inicial, para incluirlo en uno más de los elementos de control de la sociedad. "La temática deportiva es una forma tradicional de entretener y de motivar al público. Ahora bien, difundida con sobrecarga de contenidos se siente por las minorías como una forma de distraer del problema fundamental a la

masa. Un peldaño más hacia la sumisión. El futbol suplanta así a la política y a la economía, cuyo conocimiento en la mayoría de los ciudadanos podría originar tensiones." (50)

Se ha hecho del deporte un elemento más de comercialización; a través de él se persigue una especie de adormecimiento general; a pesar de lo benéfico que es el deporte para practicarlo, la gente debe contentarse con contemplarlo, peor aún, a través de los medios de información masiva, y cada día más gente ingresa a tal situación. No es dañino ofrecer distracción; pero llega a suceder que se da más importancia a un partido de futbol, a una pelea de box, que a un grave problema nacional. Por ejemplo, mientras en U-  
vaciones, 2a. edición generalmente aparecen de doce a quince notas deportivas; economía y política nacionales rara vez exceden de cinco.

Dentro de la información deportiva, en el diario se incluyen cuatro columnas: "Burbujas deportivas", generalmente sobre futbol profesional mexicano; "Cortos del Mundialito", suministrada por la agencia EFE, temporal mientras tuvo lugar un campeonato de futbol en Uruguay; "8 notas", sólo sobre noticias taurinas; y "Copa de Campeones", donde se difundían resultados del campeonato de futbol amateur organizado por el propio diario.

Además de estas cuatro columnas -con un contenido tan invariable como el propio formato-, aparece todos los días una caricatura sobre las actividades del futbol mexicano; cabe señalar que esta caricatura, por el tema que trataba, no fue considerada como caricatura política.

A excepción de la columna "Copa de Campeones", que pudiera considerarse como divulgación de actividades deportivas ciudadanas

-aunque también se logra con ello la promoción comercial del diario-, el resto de la información es de deportes como competencia profesional: fútbol, tenis, box, toros. Por ende, sigue los lineamientos de difundir el deporte como forma de evasión y de promoción mercantil.

A través de la llamada página de sociales, se difunden las actividades, fiestas, reuniones, bodas, de la gente que sabe lo que es vivir, que marca las pautas de la moda, la máxima expresión del decoro y el buen vivir. No sin exagerar puede decirse que es lo opuesto a la nota roja: ésta acusa a quienes actúan mal; aquélla alaba y premia a quienes sí saben lo que es vivir bien y decentemente.

No por tratar sobre materias opuestas, los objetivos de la nota roja y de la página social difieren: a través de la crítica furibunda a unos, y la alabanza a otros, a fin de cuentas todo se traduce en reafirmar las pautas de valores que convienen para la perpetuación del sistema.

Además de la intencionalidad propagandística, la nota social posee también intencionalidad mercantil. En las sociedades capitalistas; el consumo es parte vital del sistema. Hay que mostrarle a la gente qué debe consumir, cómo vestirse -si por el momento no tiene dinero, ya lo obtendrá, siempre y cuando siga una buena conducta. "Bajo la vigilancia selectiva de la ley del derroche ostensible se produce un código de cánones generalmente aceptados de consumo, cuyo efecto es obligar al consumidor a conformarse a un patrón de gastos y derroche en su consumo de bienes y su empleo del tiempo y del esfuerzo." (51)

Ahora bien, las notas sobre política y economía ocupan los siguientes lugares en la escala de porcentajes; sin embargo, ello no es índice confiable sobre una auténtica intención de informar. Ya

se verán en el siguiente capítulo los recursos mediante los cuales los acontecimientos de tal naturaleza pueden ser disfrazados, mini mizados o incluso ignorados a través del lenguaje. Es en estos casos donde cobra mayor fuerza la importancia de desentrañar el contenido latente, los mecanismos adicionales de semantización.

Por último, se localizan también una serie de notas que responden a temas como ciencia, medicina y arte. Al respecto, se apre cia de inmediato que el espacio que se les dedica es mínimo, y en ocasiones ni siquiera se les incluye. "¿Cómo puede servir mi ar ticulillo de opinión perdido, aprensado en hoja gris y pesada, re motamente confinado a la trastienda de ese mismo periódico solici to en desplegar color, figura de papel, ingenio en el slogan?" (52) Importa destacar que el último lugar lo ocupa el tema educación, con sólo 0.45% por superficie y 0.56% por cantidad.

Aunque pareciera una apreciación acelerada, es necesario decir que sí influye el que la cantidad de notas y la superficie sean mi nimos, para poner de manifiesto el poco interés que se tiene para que los lectores en realidad queden bien informados, que se trata de un diario, al igual que la mayoría de la prensa burguesa, "donde el pluralismo ideológico de las páginas editoriales no es ni si quiera cortina de tules para disimular la bazofia del predominio políti co inscrita hasta el empacho en la vorágine comercial y publicitaria, en la crónica roja del morbo, en la hipócrita condena institucional del ratero de centavos y de la prostituta callejera, en la exaltación del machismo..." (53)

Queda concluido el análisis morfológico del diario. A través de él se realizó un análisis de contenido múltiple que permite una vi sión del contenido manifiesto. A la vez, fueron expuestas algunas

consideraciones que se desprenden de cada fase que integró esta primera etapa del análisis. Hasta aquí, ya se sabe de qué trata la información contenida, quién la suministra, cuánta opinión manifiesta existe.

Falta ahora la segunda etapa: análisis estructural del contenido, desenmascarar los mecanismos con los cuales se procesa el lenguaje periodístico.



Notas

- (1) cfr. José María Casasús. Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 89
- (2) Miquel de Moragas Spa. Semiótica y comunicación de masas, p. 157
- (3) Andrés Cammarota. Propaganda y psicología social, p. 11
- (4) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, p. 151
- (5) R. Randolph Karch. Manual de artes gráficas, p. 420
- (6) Miguel Ángel Granados. Examen de la comunicación en México, p.17
- (7) Fraser Bond. Introducción al periodismo, p. 275
- (8) Horacio Guajardo. Elementos de periodismo, p. 51
- (9) Stanley Johnson y Julian Harris. El reportero profesional, p. 66
- (10) Jean Marie Cotteret. La comunicación política. Gobernantes y gobernados, p. 104
- (11) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 170
- (12) Violette Morin. Tratamiento periodístico de la información, p.148
- (13) Gilberto Alcalá. Hecho noticiable y noticia, p. 75
- (14) Violette Morin. op. cit., p. 16
- (15) Ibidem, p. 148
- (16) Las noticias y la información. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, p. 14
- (17) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 14
- (18) Norbert Wiener, citado en Décio Pignatari, Información, lenguaje y comunicación, p. 11
- (19) Violette Morin. op. cit., p. 36
- (20) Miguel Ángel Granados. op. cit., p. 276
- (21) cfr. Ibidem, pp. 28-30
- (22) Ibidem, p. 176
- (23) Fraser Bond. op. cit., p. 276

- (24) Jean Marie Cotteret. op. cit., p. 104
- (25) José María Casasús. op. cit., p. 96
- (26) Violette Morin. op. cit., p. 16
- (27) Leon V. Sigal. Reporteros y funcionarios, p. 163
- (28) Norbert Wiener. Cibernética y sociedad, p. 126
- (29) José Baldivia. "La formación de los periodistas en México", en La formación de los periodistas en América Latina, pp. 15-179
- (30) Pedro Orive y Concha Pagoaga. La especialización en el periodismo, p. 77
- (31) Richard Harwood, "Los columnistas hablan sobre el significado, si lo hay, de las elecciones", en De la prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más), p. 179
- (32) José Luis Martínez Albertos. El mensaje informativo, p. 37
- (33) Fraser Bond. op. cit., p. 274
- (34) Juan Somavía. "La estructura transnacional de poder y la información internacional", en La información en el nuevo orden internacional, p. 36
- (35) Ibidem, p. 36
- (36) Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo. Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países no alineados, p. 167
- (37) Fernando Reyes Matta. "El encandilamiento informativo de América Latina", en La información en el nuevo...
- (38) Jean-Louis Servan-Schreiber, citado en Gregorio Selser, Trampas de la información..., p. 51
- (39) Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo. op. cit., p. 91
- (40) Ibidem, p. 64
- (41) Ibidem, p. 64
- (42) Herbert I. Schiller. Comunicación de masas e imperialismo yanqui, p. 106
- (43) Manuel Calvo. Periodismo científico, p. 65
- (44) Ibidem, p. 192
- (45) Herbert I. Schiller. op. cit., p. 105

- (46) Jacques Kayser. El diario francés, p. 137
- (47) Ibidem, pp. 137-138
- (48) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 108
- (49) Thorstein Veblen. Teoría de la clase ociosa, p. 123
- (50) Pedro Orive y Concha Fagoaga. op. cit., p. 35
- (51) Thorstein Veblen. op. cit., p. 122
- (52) Jorge Calvimontes. "Lenguaje periodístico -primicia fantástica al modo de las mujeres desnudas", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, No. 86-87, p. 169
- (53) Ibidem, p. 169

## 5. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL LENGUAJE

En este capítulo se presentará la segunda fase del análisis estructural hemerográfico del diario: análisis estructural del contenido. Casasús describe esta fase como "aislar y examinar to dos los elementos que intervienen el contenido manifiesto del medio." (1)

El mismo autor define semantización como "el proceso por el cual un hecho o unos acontecimientos ocurridos en la realidad so cial son incorporados, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación de masas." (2) La semanti zación se logra a través de dos operaciones básicas: selección y combinación de signos.

En el lenguaje existen cuatro grandes sistemas de signos: na turales; de representación o íconos; icónico simbólicos; de comu nicación o símbolos asociados convencionalmente a las cosas que designan. (3) De aquí se derivan los demás sistemas de signos, en tre ellos, los periodísticos.

Raúl Rivadeneira se refiere de manera concreta a los signos periodísticos: "Los códigos periodísticos pertenecen a la cate go ría de sistemas de significación de señales/signos que estimulan el órgano de la vista. En primer lugar, entonces, señales/signo del lenguaje escrito, tipográfico y gráfico." (4) Otro autor, Mi quel de Moragas, al aplicar la semiótica al estudio de los mensa jes de la prensa escrita, establece la siguiente división: lin güísticos, no lingüísticos y paralingüísticos. (5) En este caso, paralingüísticos equivale a los recursos tipográficos, y no lin

güísticos a los icónicos.

En este capítulo se presentarán, en las tres primeras partes, consideraciones sobre cada uno de los sistemas de signos; por último, una aplicación de lo expuesto en algunos mensajes clave seleccionados.

### 5.1. Recursos tipográficos o paralingüísticos: emplazamiento, titulado y presentación

En el lenguaje periodísticos todos los signos adquieren igual importancia: tan importante es lo que se dice como la forma en que se presenta; asimismo, es de interés que la información vaya o no acompañada de imágenes: "Si el libro objeto no es más que una envoltura para el libro escrito, no pasa lo mismo con los periódicos: el periódico viene todo entero con su piel; el encabezado, la tipografía, el emplazamiento y el contexto no son solamente un marco, sino que constituyen la sustancia de la información." (6)

Quienes se encargan de la elaboración de los mensajes periodísticos están conscientes de que éstos deben ser presentados en una envoltura conveniente. Colocarle a una nota un encabezado a ocho columnas indicará al lector, de antemano, que ésta es más importante que si se presentara a una columna. En el caso de Ovaciones, 2a. edición, antes de que el lector pueda formarse un juicio sobre cuál es la noticia más importante, ya habrán tomado la decisión por él: con un encabezado de media plana le indicarán que debe preocuparse por un asalto, un suicidio o un partido de fútbol. "El significado no se transmite sólo por las palabras de una noticia, sino también por el tamaño de un titular, su posición en la página y la de la página en el periódico, su asociación con fotografías, el uso de la

letra cursiva y otras características tipográficas." (7)

Los recursos tipográficos comprenden: emplazamiento, titulado y presentación.

### Emplazamiento

Se ocupa de:

- a) compaginación: en qué lugar se colocan las noticias;
- b) superficie: cuánto espacio ocupa.

La compaginación se refiere tanto a la página como al lugar específico dentro de la página. La compaginación que posea una noticia interesa en la medida en que "codifica en cierto orden contenidos informativos determinados." (8)

No existe un criterio general para valorar la importancia de una página con relación a otra: "Si la 'primera' es la página de las prioridades, ¿qué jerarquía establecer a continuación? ¿Conviene atribuir una prioridad, en segundo lugar, a la última página? ¿Seguir el orden aritmético de las páginas? ¿Dar una ventaja a las impares, llamadas 'páginas buenas'?" (9) Para resolver estas interrogantes, Kayser, en El diario francés, propone: "Sin duda, cada diario, cada tipo de diario presenta una jerarquía entre sus páginas que le es propia y que es, implícitamente, aceptada por el lector habitual." (10)

Para valorar el emplazamiento en Ovaciones, 2a. edición, es conveniente remitirse a los resultados de la fase de análisis morfológico. En ella puede apreciarse que la estructura del diario se mantiene inalterable en las seis primeras páginas. A partir de la página 7, el lugar donde sean colocadas las noticias depende fundamentalmente de la inserción de publicidad o propaganda; en efecto, no es de extrañar que, dado que el diario posee una función en gran medida mercantil, la función de informar sea supeditada a la distribución

bución de espacio asignada a la publicidad.

Las secciones que permanecen siempre inalterables son la cultural (pág. 2), la de información gráfica (pág. 3), la de entretenimientos (pág. 4), la deportiva (pág. 5) y la página de pases (pág. 6). La nota roja ocupa las dos últimas páginas, siempre y cuando no sea desplazada por la publicidad. Conviene resaltar lo siguiente: la página cultural del diario aparece en la página 2, opuesta a la comentada página 3; de manera un tanto empírica, y hasta por experiencia propia, se puede afirmar que el lector es atraído en primera instancia por el mundo gráfico, tan atractivo en comparación con una página repleta de texto.

El emplazamiento constituye una de las primeras instancias de la semantización periodística: "[...] se dan todavía otras formas de distorsionar algunos aspectos de la vida nacional como contenido del periódico: colocando la noticia en cuestión entre los avisos oficiales y los anuncios por palabras [...]" (11)

En la colocación de las columnas, el diario asume una conducta que pudiera llamarse normal: algunas aparecen en el mismo lugar, tal es el caso de "Loco Mundo" (columna que reúne escuetas notas informativas, cuyos temas predilectos son los insólitos), "Sin Querer Queriendo" (columna miscelánea, de información y de opinión, referida a temas de política nacional), esta columna aparece alternada con otra de las mismas características: "En la línea". En la página de deportes aparecen diariamente dos columnas: "Burbujas deportivas" y "8 notas". En la sección de sociales, aparecen alternadas dos columnas: "Boutique" y "Periscopio", que no aparecen en página fija, si no que el emplazamiento depende de la inserción de publicidad. Por último, existe una columna, colocada generalmente en la penúltima o

la última página, denominada "Matarili Lirilón", que se ocupa de asuntos judiciales.

La superficie se refiere a la extensión que ocupa cada sección y, respectivamente, cada nota. Este punto ya fue abordado en el capítulo anterior, donde se presentaron los resultados obtenidos tras la medición de las notas por género, fuente, origen y materia. Sólo se añaden unas cuantas consideraciones.

Generalmente, se destina una superficie casi siempre uniforme para las distintas secciones. En el caso de las notas, si alguna es demasiado escueta, literalmente hablando, se recurre al procedimiento de dejar mayores espacios en blanco entre palabra y palabra o se emplea letra de mayor tamaño. Este procedimiento de ampliar la superficie se utilizó, sobre todo, en las notas correspondientes al encabezado principal.

#### Titulado

Los titulares se encuentran entre los principales elementos de significación en el mensaje periodístico: "Todos los titulares tienden a ser tan completos, tan límpidos en sus resúmenes informativos que el 'abrir y cerrar de ojos' basta. Se sabe todo antes de haber comprendido. Se vive un suspenso de Serie Negra, pero en sentido inverso: se conoce el 'qué' o el 'quién' antes del 'cómo', el desenlace antes que la explicación." (12)

Al analizar los titulares surge una situación ambigua: si bien constituyen un elemento tipográfico, también se acercan a los signos lingüísticos; de allí que a los elementos tipográficos se les denomine también como paralingüísticos. De acuerdo con lo anterior, los factores de importancia de los titulares toman en cuenta los aspectos tipográficos y los lingüísticos; tales factores son:



- a) **Importancia real.**- Determinada por el número de columnas, la altura y los tipos de letra empleados, que hacen a un titular más o menos importante.
- b) **Importancia relativa.**- Comprende los mismos aspectos de la anterior, pero referidos solamente a la página en la cual se encuentra el titular.
- c) **Contenido.**- Puede ser explicativo, indicativo, orientado o sensacionalista.

El titulado o encabezado se divide en los siguientes elementos:

- a) **Cintillo.**- Títulos que se publican cuando existen dos o más noticias sobre el mismo tema; actúan como un lazo de unión entre todas ellas.
- b) **Sobretítulo.**- Como su nombre lo indica, su colocación es arriba del título; generalmente presenta una aclaración sobre el tema al que se refiere el título.
- c) **Título.**- Es la frase u oración aparentemente de más importancia en la nota, la que resume en dos o tres frases el hecho, la declaración, la tragedia, etc.
- d) **Subtítulo.**- Colocado bajo el título, generalmente añade alguna información complementaria. (13)

Tras una revisión del diario, se desprende lo siguiente: la primera plana (en una actitud bastante normal entre los periódicos sensacionalistas) podría denominarse una plana de encabezados: frases a ocho columnas, con superficies de hasta 700 cm<sup>2</sup>. O bien, encabezados más modestos, de sólo cinco columnas, en cuyo caso lo paradójico es que para proporcionar la información bastan dos y hasta una columna de texto; la misma situación se aprecia en todas las pá

ginas.

El lenguaje de los encabezados es en su inmensa mayoría sensacionalista, como ejemplo: "Vacacionistas en la ruina", "Se lanzó al Metro y ¡Vive!"... Sin embargo, existe una tendencia a mezclar el estilo; por ejemplo, sensacionalista con orientado: "Milagro, milagro, ¡Reagan se vuelve bueno!"; explicativo con indicativo: "López Portillo y Reagan hablaron sin tapujos". Si una de las metas fundamentales, aunque utópicas, de la nota informativa es la objetividad, ésta queda anulada desde el principio: la mayor parte de los encabezados son elaborados con una alta dosis de opinión; el lector, aún antes de llegar a la primera línea, ya se encuentra con un juicio, a manera de resumen, sobre lo que debiera pensar de una nota, sobre los beneficios de alguna actividad, sobre lo reprochable de una conducta. Aunque estas consideraciones aparentemente se refieren a la significación lingüística, se encuentra implícita la importancia que en el contenido lingüístico del titular posee el tamaño, el tipo de letra, los recuadros; en fin, va indisolublemente ligado a los recursos tipográficos.

### Presentación

Este aspecto alude a:

- a) Ilustración.- Que vaya acompañado o no de fotografía o dibujo.
- b) Tipografía.- Se refiere específicamente al tipo y al tamaño de letra.
- c) Estructura.- Comprende aspectos como el lugar en que una nota es colocada con respecto a las demás, o si está rodeada de anuncios comerciales (tal análisis llevaría a identificar cuándo una nota es colocada como relleno solamente); fragmentación de la noticia, es decir, que aparezca completa o tenga pases; que vaya

en un recuadro o encuadre; que se citen el origen y la fuente; y el número de columnas en que aparece el texto.

Sobre el primer punto, la ilustración, se tocará el tema de forma más amplia en el siguiente apartado, referido exclusivamente al lenguaje gráfico.

El tipo de letra empleado en los textos es uniforme en todo el diario. La variación se presenta en el tamaño, principalmente en la primera página. Ya se mencionó la tendencia a que una nota ocupe más superficie de lo que normalmente pudiera abarcar; uno de los recursos es separar las palabras y las líneas, otro consiste en emplear letra de mayor tamaño.

La estructura puede considerarse como uniforme en los diarios analizados, principalmente en las cinco primeras páginas, donde to dos los días se presentan las mismas secciones en igual superficie. De la página seis en adelante lo que predomina es la publicidad, las notas parecieran ser relleno.

La fragmentación aparece sobre todo en las notas de la primera página; ésta es una plana eminentemente de encabezados, a los cuales corresponde algo de texto que es enviado a las páginas centrales pares; sin excepción, todas las noticias de la primera plana son completadas en la sexta u octava página. El resto aparece completo en una sola página.

El diario es abundante en los otros elementos de la estructura, por ejemplo, el encuadre. Como ya se mencionó, este tipo de elementos poseen significación; aunque aparentemente un recuadro no se forma más que por unas líneas, visto en el contexto de la nota, su presencia ejerce una significación adicional en la información.

El origen de la noticia figura cuando proviene de una agencia

de noticias; en las notas locales no se cita, se deduce de la lectura. La fuente (cfr. supra. cap. 4.2.) no es constatada en un alto porcentaje.

Queda concluida la revisión de los elementos tipográficos o paralingüísticos que contribuyen a dar significación al diario. A continuación se abordarán los principales elementos del lenguaje icónico del periodismo.

## 5.2. Recursos icónicos: la imagen fotográfica

Otro de los códigos que se hallan presentes en el lenguaje de Ovaciones, 2a. edición -y de casi todos los diarios sin excepciones es el icónico. Se refiere específicamente a las imágenes; comprende fotografías, grabados y dibujos.

La introducción de fotografías a la prensa es ya una práctica que data de largo tiempo, casi desde que surge la prensa a nivel masivo. "La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces, el hombre común sólo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían a su vera, en su calle, en su pueblo. Con la fotografía, se abre una ventana al mundo. Los rostros de los personajes públicos se vuelven familiares [...]" (14)

Es posible llegar a generalizar los temas que abordan las fotografías con que cuenta el periódico:

En la primera plana, se incluyen dos o más fotografías, que en ocasiones se refieren a alguna de las notas principales; sin embargo, la mayoría de las veces sólo se presenta la fotografía, sin

mayor información adicional que el pie de foto.

La página tres está formada exclusivamente por fotografías y su correspondiente pie de foto; cabe señalar que tal página le ha valido al diario el sobrenombre, bastante difundido, de Playboy de los nobres. No porque necesariamente incluya fotos de mujeres bonitas -aunque es muy frecuente-, pues presenta además temas variados, tales como escenas íntimas de actores o actrices famosas, episodios cómicos o inusitados, fotografías con supuesto interés humano, por ejemplo, de animales; gozan también de gran aceptación aquéllas que muestran los últimos aspectos de la moda europea. Es importante señalar que las fotos provienen casi exclusivamente de países europeos, con marcada predilección por Inglaterra. En estas fotografías no se cita la fuente, aunque seguramente provienen de agencias informativas.

En la página cinco, la deportiva, se insertan una o dos fotografías, en las cuales sucede lo mismo que en la primera página; en ocasiones aparecen como complemento a una nota informativa o, bien, como género aislado.

En las páginas de sociales, espectáculos y nota roja existen gran cantidad de fotografías, principalmente en las dos primeras: sociales y espectáculos, repletas de hermosas mujeres, apuestas galanes, sangrientas volcaduras, cruentos asesinatos, etc.

Por último, hay que considerar que en ocasiones la publicidad viene complementada con fotografías, sobre todo en la publicidad de cine y espectáculos.

En una antología fotográfica, Para verte mejor, América Latina, se clasifican las siguientes imágenes periodísticas y publicitarias posibles en América:

- 1) Indígenas.- Indios, negros, mulatos (sector proletario, urbano, campesinos, etc.);
- 2) Católicas.- Atraviesan varias capas sociales;
- 3) Nacionales.- Banderas, murales, museos, patriotas;
- 4) Identidad nacional.- Actos oficiales, ministros y presidentes, manifestaciones, dirigentes obreros, líderes. También se incluye "la estúpida pero eficaz página social" con bodas, XV años...;
- 5) De consumo.- Imágenes de la sociedad de consumo;
- 6) Para las élites.- Mundo de imágenes que consumen o patrocinan las clases dominantes;
- 7) De la familia;
- 8) De la revolución.- De denuncia, de izquierda (15).

Mientras es frecuente que el diario analizado sea profuso en los primeros temas, el último, el de la revolución, es de muy difícil aceptación. Esto se debe sencillamente a que la imagen es un elemento que, al igual que el lenguaje, atraviesa por un proceso de semantización de parte de los informadores. Las imágenes periodísticas, en su mayoría, son "imágenes que mezclan la identidad nacional con los mecanismos de la sociedad de consumo, con la cultura de masas estimulada por la burguesía para entretenimiento y catarsis popular." (16)

La fotografía ejerce, en ocasiones, una fascinación mayor que el lenguaje; sobre todo en un diario como el analizado, cuya brevedad supone una rápida lectura, la existencia de imágenes es un elemento que contribuye a la aceptación del diario, de su cuasilectura. "El lenguaje de las imágenes impone su objetividad más allá de la artificiosa red de las palabras; seduce al recuerdo presente

y activo, aunque reprimido, de la unidad del mundo contemplada en la simbología pre-verbal." (17)

A la fotografía se le ha atribuido -falsamente- la capacidad de dar a conocer los hechos sin la mínima tergiversación: suele decirse que una fotografía no puede mentir. Nada más erróneo, pues una de las características de la fotografía, a nivel de significación, es ser altamente polisémica, puede evocar una cantidad ilimitada de significados; tantos -o más- como receptores haya. Esta característica no puede ser ignorada por los informadores; de allí la importancia que posee para la imagen fotográfica periodística el pie de foto, pequeño texto que aclara, amplía, confirma, explica o incluso contradice los múltiples significados que pudiera poseer una foto. A esta función se le conoce como anclaje, pues evita una dispersión de significados por parte del receptor. "El hecho de que generalmente vaya acompañado de inscripciones verbales confirma que el género icónico no siempre es tan representativo como se cree; porque, aun siendo reconocible, siempre aparece con cierta ambigüedad, denota más fácilmente lo universal que lo particular; por ello, en las representaciones que tienden a una precisión referencial, exige que se le ancle a un texto verbal." (18)

Por si fuera poco, los textos, además de ejercer una función de anclaje en el significado de la imagen, pueden alterar éste por completo. "La objetividad de la imagen no es más que una ilusión. Los textos que la comentan pueden alterar su significado de cabo a rabo." (19)

Roland Barthes considera tan importante al texto o pie de foto, que lo concibe como una estructura independiente de la fotografía: "[...] la estructura de la fotografía no es una estructura aislada;

se comunica por lo menos con otra estructura, que es el texto (título, leyenda o artículo) que acompaña a toda fotografía periodística.\* (20)

Otras manifestaciones de lenguaje icónico presentes en el diario, aunque no de manera constante, son los grabados que acompañan a algunos anuncios publicitarios. Además, la sección de comics, con dos tiras cómicas, que pertenecen también al lenguaje icónico; sin embargo, éstas han sido consideradas como géneros de entretenimiento, junto con los horóscopos y los crucigramas.

El análisis de las notas concretas presentado en la última sección de este capítulo, se dedicará exclusivamente, dentro del código icónico, a las fotografías.

### 5.3. Recursos lingüísticos: el habla de Ovaciones, 2a. edición

El último de los sistemas de signos presentes en el diario es el de los signos lingüísticos. Igual que en los dos sistemas anteriores, el análisis se limitará al contenido redaccional, la publicidad, aunque importante, desviaría de los fines perseguidos: cómo se semantiza la realidad en Ovaciones, 2a. edición.

Según Roman Jakobson, el lenguaje desempeña seis funciones, cada una determinada por aquel elemento del proceso de comunicación al que se brinde más importancia en un acto comunicativo -o informativo. Tales funciones son: emotiva (emisor), conativa (destinatario), fática (canal), metalingüística (código), poética (mensaje) y referencial (contexto) (21).

En la información -no comunicación- masiva, la función más im



portante es la conativa, centrada especialmente en el destinatario. También es vital la función poética, con énfasis en el mensaje, el cual es objeto de una cuidadosa elaboración por parte de los informadores; así, el contenido del mensaje no irá más allá de lo que pueda tolerar el sistema. Existe entre ambas funciones una estrecha relación: el énfasis en la elaboración del mensaje tiene como fin primordial la respuesta del destinatario.

Sería de suponerse que en el periodismo la función primordial fuese la referencial, que atiende básicamente al contexto, ya que uno de los fines del periodismo -según la teoría y según los informadores- es dar a conocer a la gente lo que sucede a su alrededor, su contexto. Lamentable y obviamente no sucede así: el conocimiento más o menos cabal de la realidad es sacrificado en aras de intereses particulares.

Para explicar cómo se lleva a cabo la elaboración de mensajes en la actividad periodística resulta útil, en principio, retomar las dicotomías propuestas por Saussure, que sirvieron de base para la semiología.

La primera dicotomía es lengua/habla. La lengua que es punto de partida para los mensajes del diario es el español. Si se quiere enfocar de manera más precisa el análisis, cabría decir que la lengua es el mensaje periodístico en general. El habla serían las manifestaciones particulares y peculiares del propio diario. Saussure define al acto de habla como "un acto individual de voluntad y de inteligencia, en el cual conviene distinguir: 1o. las combinaciones por las que el sujeto hablante utiliza el código de la lengua con miras a expresar su pensamiento personal; 2o. el mecanismo psicofísico que le permita exteriorizar esas combinaciones." (22)

En la definición anterior están implícitas dos funciones básicas en el acto de habla: selección y combinación. En efecto, de todo el repertorio de signos que el lenguaje ofrece al sujeto hablante -en este caso los emisores- éste deberá seleccionar algunos de tales signos y combinarlos entre sí, funciones que desempeñará según intereses específicos.

Para ejemplificar tal situación, se toma como modelo una de las notas aparecidas en el diario, titulada "Hablaron sin tapujos" (23). Para dar a conocer la entrevista entre dos presidentes, el reportero debió partir del código de la lengua periodística, de recomendaciones abstractas acerca de la redacción periodística, qué es una nota informativa, cuáles son los factores de interés de la noticia, así como la utópica y no menos nombrada objetividad. A partir de tal lengua abstracta, seleccionó y combinó signos a los cuales se añadieron elementos de significación al colocar la nota en primera plana, a ocho columnas y con una fotografía. Esto constituyó un acto de habla.

Durante el acto de habla, se presenta una segunda dualidad: paradigma/sintagma. El sujeto hablante se enfrenta a una cadena lineal de signos posibles (paradigma); de cada una de estas relaciones paradigmáticas retomará aquellos signos pertinentes y estructurará así un mensaje concreto (sintagma).

La dualidad paradigma/sintagma se encuentra siempre presente en el contenido lingüístico. Por ejemplo, en la nota titulada: "Aguasí: Lefebvre viene al D.F." (24), para el primer signo, "¡aguasí!", existían varios otros signos posibles: precaución, cuidado, atención, peligro o, simplemente, no externar ninguna señal de alarma. Estos signos constituyen el paradigma; el titular representa un sintagma.

Una vez estructurado un mensaje, se obtiene un conjunto ordenado de signos. Es aquí donde se presenta otra gran dualidad: significado/significante. Cada signo se descompone en los dos elementos: significante (objeto o acción que estimula los sentidos), significado (representación mental que evoca el significante). Junto a esta dicotomía se presenta otra, íntimamente ligada: denotación/connotación, referida al significado, el cual puede ser, por tanto, denotativo o connotativo.

No es tarea fácil desentrañar el significado connotativo del mensaje periodístico: "En cuanto a la Prensa [...] ignoramos todavía casi todo de un fenómeno lingüístico que parece desempeñar en este caso un papel fundamental: la connotación, es decir, el desarrollo de un sistema de sentidos secundarios, parásito, por así decirlo, de la lengua propiamente dicha." (25)

Significado denotativo es el equivalente al significado de un diccionario; por ejemplo, la palabra dólar denota la unidad monetaria de los Estados Unidos y Canadá. El connotativo será diferente para cada receptor e incluso para cada receptor variará según circunstancias tales como estado de ánimo o situación económica; así, la palabra dólar puede tener significados connotativos: fortuna, ruina, devaluación, **contrabando**, divisas transnacionales, especulación y una **interminable** lista adicional.

Al estructurar el mensaje, esta dicotomía no debiera ser perdida de vista y, de hecho, tanto no se pierde, que se ha acuñado ya el término connotación programada para la recurrencia a todos los medios posibles para evitar una evocación mental no conveniente en el receptor. Ya en la sección dedicada a la imagen, se ha visto cómo, mediante la función de anclaje, en fotografía, se restringen

las posibilidades del significado connotativo.

En cualquiera de las notas del diario pueden apreciarse significados connotativos. Por ejemplo, en "El gobierno de Zacatecas tributa honor a sus héroes" (26) que describe un homenaje a Jesús González Ortega, se advierte una tendencia a connotar patriotismo, amor a la patria, con frases como las siguientes: "patriota zacatecano", "pasajes trascendentales en su vida y ejercicio guerrero", "ilustre zacatecano", "héroe de la guerra", "batallador infatigable", "soldado extraordinario no sólo de México sino del mundo", "patriota de Zacatecas", "decir a los cuatro vientos, en esta tierra mexicana, que uno de los grandes, que uno de los más grandes en este país es...", "entregó su vida, su pensamiento, su acción generosa de estratega".

Por último, existe la dicotomía significado/significante. El significante será el propio mensaje, la información lingüística, icónica y paralingüística en él contenida. El significado, contra lo que pudiera esperarse, no será la realidad; más bien, será la visión de la realidad que conviene a los intereses de la clase en el poder.

La lingüística, para un mejor estudio de la lengua y del habla, se subdivide en ramas, tales como la semántica, sintáctica, fonología. En este caso, la que interesa destacar es la semántica, cuyo principal énfasis son los significados, y la relación de los signos con los objetos, con los "referentes contenidos en las expresiones dadas." (27) El mensaje periodístico no siempre cuenta con referentes que correspondan a la realidad; ésta es semantizada.

Se llega así a algo fundamental en este análisis: las operaciones de seleccionar y combinar signos que proporcionen al recep

tor el conocimiento, o el significado de su realidad; la realidad se semantiza. El principal elemento de que se dispone para tales operaciones será el lenguaje, respectivamente la lengua y el habla. ¿En qué medida se adecúa a los intereses del emisor? "El vocabulario de una lengua no está elaborado al azar. Los hablantes han estructurado su léxico a partir de sus intereses, de la manera como manejan la realidad. Cada sociedad clasifica y ordena la realidad según motivaciones especiales." (28)

La cita anterior es objetable al afirmar que cada sociedad ordena y clasifica la realidad según motivaciones especiales. Si se considera que una sociedad no es, ni con mucho, un conjunto homogéneo de sujetos unidos por fines comunes, sino un grupo integrado por dominantes y dominados, se desprende lo siguiente: cada grupo social contará con un léxico que elige y combina para dar a conocer la realidad según motivaciones especiales.

Dentro de tal léxico existen partículas, a las que Casarús denomina "items", los cuales "juegan un papel primordial en la semantización de los acontecimientos, pues son la unidad mínima y la que primero se elige para combinarla posteriormente".(29) Un ejemplo de ítem -por cierto, altamente difundido en las esferas de los comunicólogos- es la palabra "terrorista", cuyo uso confiere un significado profundamente distinto que si se empleara "activista". El uso de uno u otro ítem puede provocar que la realidad se semantice de distinta manera. "En nuestra cultura, el término 'policía' posee dimensiones designativa, apreciativa y prescriptiva. De la persona denotada por este signo, y que por tanto realiza el rol de policía, se espera que actúe de determinadas formas bajo ciertas circunstancias." (30)

Para semantizar la realidad, el informador dispone de un repertorio de posibles items, que le permiten afinar sus objetivos concretos. "Al designar a un ser humano de tal o cual modo, se le sitúa dentro de un espacio social concebido por la persona que lo nombra." (31) En una columna de "Matarili Lirilón" (32) se encuentran los siguientes items para designar a los policías: "coroneles jefes de área", "tres estrellas", "monos ratas de grúas", "pareja", "ratas gachas", "genízaro" y "pareja del 'yip'"; aunque todos estos términos apuntan hacia una dirección similar, existen matices en sus significados.

Los items no son sólo palabras aisladas, también representan items los símbolos, estereotipos, slogans, temas, silencios. Todos estos elementos juegan un papel primario de selección y combinación. "Cuando digo algo, el modo en que lo digo, lo que no digo y podría haber dicho son aspectos inseparables de lo que digo." (33)

El empleo de los items representa una primera etapa en el proceso de semantización, la cual en la actividad periodística lleva a otras etapas, como la contextualización, temporalización, personalización, clasificación, descripción, circunstancialización. (34) Aunque la forma en que tal semantización se lleva a cabo varía de un acto de comunicación -o información- a otro, es posible generalizar que ellos se rigen por las llamadas macrorreglas.

El concepto de macrorreglas es abordado por Teun A. van Dijk en Estructura y funciones del discurso. El autor señala que la forma en que se estructura un discurso recurrirá a tres reglas básicas: supresión, generalización y construcción. (35) A través de la supresión se eliminan aquellas proposiciones que no son textualmente pertinentes para los fines del emisor. En la etapa de generalización,

dada una secuencia de proposiciones, éstas se integran en una o varias proposiciones que contengan a las demás. En la última etapa, la de construcción, se hace una proposición que contenga la totalidad de las proposiciones generalizadas; la secuencia original se sustituye por la nueva proposición.

Estas macrorreglas se hacen patentes de manera especial en la entrevista periodística. Las declaraciones del entrevistado son el discurso original; de allí se elimina la información no pertinente (supresión); con las declaraciones restantes se realiza una fusión (generalización); por último, se estructura la nota, se edita la entrevista (construcción). A partir de las tres macrorreglas se semantizan las declaraciones de la entrevista. Se procede de manera similar para los demás géneros periodísticos: los hechos que conforman la realidad se suprimen, se generalizan y se construye un mensaje.

Cabe aclarar que, en el momento de elaborar los mensajes, los emisores no proceden de una manera tan estrictamente elaborada como ha sido descrita en líneas anteriores. Es posible que la mayoría de los emisores o codificadores incluso desconozcan de manera teórica conceptos sobre la información y los mensajes. No obstante, el estar insertos en un contexto económico, político y social determina será una situación que condicione su conducta y les haga actuar de manera casi automática en el momento de elaborar un mensaje. El contexto que les rodea, así como el interés por perpetuar sus intereses, proporcionará a los emisores la intuición —valga la expresión— de qué conviene divulgar, cuánto deben divulgar y cómo divulgarlo.

Lo anterior se refiere primordial y casi exclusivamente a los mensajes dominantes o de estructura autoritaria, "en los cuales pue

den ser rastreadas ciertas formas constantes que se reiteran en unos y otros, formas que tienden a asegurar su éxito." (36)

Se mencionó anteriormente el concepto de codificador; en periodismo, emisor y codificador no son lo mismo. Emisor es quien denta la propiedad de los medios de información, quien determina el carácter que deben asumir los mensajes divulgados. Para su elaboración, dispondrá de codificadores. "Codificador es el elemento que tiene la función de traducir los signos y señales de la fuente, o lo que, en este caso, el conjunto de signos y señales de la noticia parecen significar. Codificador es, pues, el periodista, cronista, reportero, redactor, editorialista..." (37) Personajes todos cuya labor será supervisada y determinada por los emisores.

El código periodístico ha asumido algunas características propias, aunque por supuesto ha tomado gran influencia de otras manifestaciones del lenguaje. "La dependencia del periodismo impreso de su público y de éste respecto de aquél es factor influyente sobre los códigos de la prensa. Asimismo, los códigos periodísticos son afectados por el habla de los públicos, por los significados y formas de expresión literaria, por las terminologías especializadas de la técnica y las ciencias [...] (38)

La actividad periodística cuenta con dos elementos básicos: la realidad que debe dar a conocer, y el lenguaje con el cual pueda dar la a conocer. "El problema se hace concreto cuando la 'ilimitada' cantidad de hechos sociales debe contenerse en el 'limitado' número de columnas de un diario. ¿Cuáles registrar y cuáles no? ¿A cuáles darles preferencia?" (39) En esta función desempeña un papel preponderante la ideología dominante: "Se semantiza el signo cultural o social conforme al código ideológico, desplazando -dogmáticamente-



cualquier otro significado probable." (40)

A pesar del carácter dialéctico de la realidad, de los constantes cambios que sobrevienen a causa de las contradicciones sociales, el grupo en el poder debe buscar la perpetuación del sistema. La información, como uno de los medios para cumplir tal objetivo, consistirá en una constante reiteración de valores y constantes sociales, que deben aparecer como permanentes. "El diario asume el desorden del mundo, nos lo explica, le pone coherencia, lo transforma en orden, lo simboliza." (41)

Los informadores saben que, al realizar su labor, la distorsión u ocultamiento de la realidad no debe ser evidente, es necesario disfrazarla, conformar una visión verosímil de la realidad. Para tal fin, se dispone de varios elementos que algunos investigadores -por ejemplo, Daniel Prieto- reconocen como elementos retóricos. La retórica, o "arte de persuadir", ha tenido una gran aplicación en información masiva; a fin de cuentas, se trata de persuadir al receptor de que lo que se le informa es cierto; a partir de tal información asumirá conductas convenientes al sistema. "La retórica parte de lo que todos saben y trata de utilizar ese saber común para reforzar sus argumentos. Dificilmente aporta conocimientos nuevos sobre algo, difícilmente se interesa por la cuestión del conocimiento. Verosimilitud y vida cotidiana marchan juntas." (42)

Prieto hace una diferencia entre recursos retóricos y figuras retóricas. (43) Los primeros se presentan a lo largo de todo un mensaje; en información masiva, los más frecuentes son:

a) División: al dar a conocer algo, se descompone en la mayor cantidad posible de elementos; con ello, se da la sensación de en-

grandecimiento. Ejemplo: En la nota informativa titulada "Se-  
cuesturan a 10 niños en la Merced" (44), se parte de la denuncia  
de varios padres de familias cuyos hijos fueron raptados  
por una "peligrosa banda de robachicos". La división se lleva  
a cabo al desglosar una por una las denuncias, con la mayor  
cantidad posible de detalles.

- b) Síntesis: se reduce al máximo posible la cantidad de informa-  
ción, intento de persuasión mediante pocos elementos. Ejemplo:  
en la nota informativa "Que el frijol subirá hasta \$30.00 por  
kilo" (45), se señala como causa del aumento el bajo precio  
que Conasupo ofrecía en relación con los compradores particu-  
lares; no ofrece explicación al precio de compra de Conasupo,  
ni si existe o no subsidio, o de qué forma el gobierno podría  
intervenir.
- c) Silogismo retórico o entimema: se llega a una conclusión a tra-  
vés de la vía deductiva. Mediante una proposición general se  
califica a un hecho particular. Ejemplo: En la nota informativa  
"JLP presidió los actos del día de la enfermera" (46), se ponen  
de relieve los conflictos y crisis mundiales para después afir-  
mar: "Por desgracia, México no es ajeno a ello, y así luchamos  
contra el alto índice de crecimiento poblacional, subempleo,  
desempleo, deficiencias..."
- ch) Ejemplo: se procede a través de la vía inductiva. Al calificar  
un hecho particular se llega a una proposición general. Ejemplo:  
en la nota informativa "Indebidamente cobran el IVA en la 'Ex-  
tra'" (47), a partir de la queja por el cobro ilegal de imues-  
tos en una gasolinería, se acusa a todas ya desde el encabezado.
- d) Ampliación: Se exageran los rasgos o cualidades de un objeto.

Ejemplo: en la nota informativa "Cayó un taxista violador" (48), se narran las actividades de una banda de violadores, calificados como "degenerados sexuales", "sacadores de instintos", que "abusaban de sus inocentes víctimas" desde el "momento de atraparlas, cuando las subían al carro" y, posteriormente, en "un cuarto alquilado para tal fin"; todo en una sola sesión.

- e) Atenuación: se disimulan aquellos rasgos negativos de un hecho u objeto. Ejemplo: en una declaración de prensa de Alexander Haig (49) se señala brevemente que la política exterior de Carter representaba un "peligro" pues "pasaba por alto las circunstancias particulares de cada país en desarrollo"; no se ofrecen mayores datos sobre lo peligroso de la administración Carter.
- f) Redundancia: Es la repetición constante de frases, palabras y proposiciones en general, para asegurar que serán captadas por los receptores. Ejemplo: en la nota informativa: "'Narcos' y volcías en cruenta balacera" (50), la frase "cruenta balacera" se repite cinco veces, el término narcotraficantes y sus sinónimos -narcos, vendedrogas y traficantes- diez veces, y en cinco ocasiones se hace alusión a la balacera.

Existen además las figuras retóricas de uso más específico.

Entre las que destacan en los medios de información masiva, se encuentran las siguientes:

- Metáfora:** Presentar un objeto por otro. Ejemplo: referirse al monopolio de los transportes urbanos como "el pulso" (51)
- Sinécdoque:** Presentar el todo a través de las partes. Ejemplo: designar al clero mexicano como "las sotanas" (52).
- Hipérbole:** aumentar o disminuir algo exageradamente. Ejemplo: designar a quienes regresan de sus vacaciones y debieron realizar

fuertes gastos como "vacacionistas en la ruina" (53).

**Antítesis:** Oponer los hechos u objetos con sus contrarios. Ejemplo:

"El multihomicida, alias El Chacal de Peralvillo", contra "la pequeña que iba acompañada de una religiosa" (54).

**Metonimia:** Se presenta la causa por el objeto; en vez de ser nombrado o calificado, el objeto aparece inserto en una acción, protagoniza algo. Ejemplo: En una nota referida a una epidemia de gripe, el encabezado es el siguiente: "La gripe ataca de nuevo" (55).

Los recursos y figuras retóricas no cierran el universo de posibilidades de selección y combinación en el proceso de semantizar la realidad. Existen diversos mecanismos adicionales, los cuales, tanto en la teoría como en la práctica, han sido abordados por investigadores y por informadores respectivamente. Entre ellos, se pueden citar los niveles a través de los cuales se logra persuadir al lector: a través de la vida cotidiana, la opinión pública y la imagen internacional.

Existe una gran variedad de mecanismos, motivada también por distinta nomenclatura. Por ejemplo, en un artículo de Juan Somavía (56) se presentan los mecanismos de distorsión empleados para elaborar noticias, los cuales son muy similares a los recursos y figuras retóricas que señala Prieto. Tales mecanismos son:

- a) Sobredimensión de hechos sin trascendencia real: lo anecdótico, lo irrelevante, lo considerado folklórico. Ejemplo: "Kruschev quiso ir a Disneylandia" (57).
- b) Juntar hechos aislados para conformar una noticia aparente, suma de realidades parciales. Ejemplo: "Agarren a los collos gordos" (58), donde a partir de las denuncias de "algunos" comer

cientes de Tepito, se llega a plantear el hecho como un clamor general.

- c) Distorsión por implicación, que consiste en presentar hechos reales de tal manera que sus consecuencias implícitas sean favorables a los intereses del sistema transnacional. Ejemplo: en "Ultimo albur por los rehenes" (59) donde se exponen las medidas que el gobierno estadounidense adoptará para intentar la liberación de los rehenes, se plantea que, a fin de cuentas, Irán será quien deba aceptar las condiciones de Estados Unidos.
- ch) Distorsión preconditionadora es valuar un hecho antes de que ocurra. Ejemplo: se encuentra en la misma nota arriba citada, pues aun antes de conocer el resultado, Estados Unidos se reconoce como triunfante en sus gestiones.
- d) Distorsión mediante el silencio. El mejor ejemplo está en todo aquello que sucedió y no se dijo; este tema será discutido más ampliamente en el siguiente capítulo (vid. supra. 6.2.)

Otro autor, Manuel Vázquez Montalbán (60) considera que la manipulación de los hechos se realiza de la siguiente forma:

- a) El hecho se normaliza: a través de la insistencia en un hecho, el público termina por acostumbrarse al mismo, por grave que sea. Ejemplo: "El chupeteador 'culpo' camionero seguirá explotando a sus choferes" (61), donde a partir del título se sugiere que la situación habrá de continuar y más vale acostumbrarse.
- b) El hecho se vanaliza: se elige de un hecho aquel aspecto de menor trascendencia. Ejemplo: en "Hablaron sin tapujos" (62) referida a la entrevista López Portillo-Reagan, se pone mucho énfasis en el modelo de auto en que cada mandatario se transportó al lugar de la cita.

c) El hecho se instrumentaliza: Aun cuando un hecho sea peligroso si se divulga, sufre un proceso que concluye no sólo en la aceptación del mismo, sino se emplea de instrumento para reforzar al sistema. Ejemplo: "Perdón a Ríos Camarena" (63), el personaje es un funcionario público involucrado en un fraude; la noticia se difundió desde que fue descubierto el fraude hasta que le fue concedida la libertad parcial. Con ello, se pone de relieve que la sociedad no encubre a los delincuentes, aun cuando se trate de funcionarios públicos.

Otros mecanismos, señalados por Gregorio Selser, se refieren a artificios más particulares. Por ejemplo, el uso del impersonal se... "Se hace, se dice, se piensa... ¿Quién es se?, ¿a quién culpar si esa opinión es falsa?" (64)

Estos y más mecanismos de selección y combinación se emplean día con día para elaborar mensajes consumidos por gigantesco número de receptores, los cuales reciben la diaria dosis de realidad semantizada. "Los partidos políticos, las instituciones y los aparatos burocráticos están comprometidos en ese esfuerzo que consiste en obtener la movilización de las energías y su desviación de comportamientos de escape o de indiferencia. Las imágenes plenamente positivas del soldado ciudadano, del líder querido, vienen a normar los comportamientos, a señalar a los sometidos dignos de alabanza, a condenar a los indiferentes..." (65)

Si bien, de manera general, todos los mensajes dominantes recurren a estructuras similares, existirá siempre alguna variante, que es interesante investigar. "No nos interesamos en la cuestión de saber si la información está o no deformada; para nosotros, siempre estará deformada de antemano; o, más exactamente, nos interesa

mos en el juego de sus deformaciones unas en relación a otras, es decir, en el juego de sus formas." (66)

A fin de mostrar de manera más concreta cómo se semantizan algunos hechos de la realidad, en el último tema de este capítulo se realizará el análisis de notas completas, análisis que incluirá a los tres diferentes sistemas de signos en ellas presentes: tipográficos o paralingüísticos, icónicos y lingüísticos.

#### 5.4. Análisis de temas clave: notas principales de cada día

Para llevar a cabo la fase del análisis estructural del contenido, Casasús señala los siguientes pasos:

- 1) Determinación del tema clave
- 2) Delimitación del corpus que trata del tema clave
- 3) Conocimiento del espacio del tema clave
- 4) Aislamiento de las unidades de base
- 5) Disección de las unidades menores o elementos de estructura
- 6) Descomposición de los items

A pesar de que el diario analizado es de extensión relativamente breve, y que sólo comprende seis, pretender abarcar todo el contenido sería una tarea, además de exhaustiva, superflua. Se detectan en el contenido de un diario, cualquiera que sea, constantes a nivel lingüístico, icónico y tipográfico. Por ello, basta tomar sólo una muestra para conocer cómo se estructura el contenido. Por supuesto, tal muestra debe ser representativa y de trascendencia.

En las fases previas de análisis se percibió una tendencia a la monotonía en el diario. En efecto, existen varias columnas cuyo

contenido no es nuevo, sólo novedoso. Las notas informativas, cuando provienen del extranjero, siempre son proporcionadas por agencias informativas, y aunque sería importante analizar cómo es estructurado su contenido, ello desviaría los fines de esta investigación, donde lo importante es el diario en su conjunto, preferentemente, en cuanto a contenido, aquello que es elaborado por sus propios colaboradores y reporteros.

Uno de los mayores atractivos de los diarios es la primera plana, gracias a los encabezados. A través de ellos, con una brevedad sorprendente, se ofrece el resumen de lo más importante del día; la cambiante realidad queda aprehendida en no más de cinco palabras. Por ello, se eligió como tema clave a las notas correspondientes al encabezado principal. En principio, seis notas integran el tema clave; además se localizó la información consecutiva referida a estas notas, aun cuando ya no apareciera en primera plana. Con esto, queda delimitado el tema clave, el corpus y el espacio que ocupa. Las unidades de base serán los signos paralingüísticos o tipográficos, icónicos y lingüísticos. A partir de cada una de estas unidades de base se aislarán las unidades menores, los items que se refieren a las unidades más pequeñas que se hallen presentes en los temas clave; por ejemplo, una palabra.

Lunes 5 de enero de 1981

"HABLARON SIN TAPUJOS"

Hecho: Encuentro de López Portillo con Ronald Reagan, entonces presidente electo, en la frontera de Ciudad Juárez.

Género periodístico: nota informativa



Regresan Echando Pestes

# Vacacionistas en la Ruina

(Información en la de. Colopos)

## López Portillo y Reagan

**Durante una Hora**

# HABLARON SIN TAPUJOS

### El Encuentro, Cordial



CORDIALIDAD

### Trato Personal y Directo en las Futuras Relaciones

Por **ROBERTO OLIVERA LLAMAS**  
Especialista Latino

CIUDAD JUAREZ, Chih. — Al reconocer la necesidad de fortalecer la relación de trabajo que existe entre los gobiernos de México y Estados Unidos, el Presidente López Portillo y el presidente electo de los Estados Unidos, Ronald Reagan, se comprometieron a acordar un plan de cooperación bilateral. Con el objeto de que la diplomacia entre ambas naciones sea productiva y beneficiosa.

### YA PIDEN ESQUINA LOS POBRES "REYES MAGOS"

Por **AGUSTÍN SERRALLO**

Las negociaciones en curso de la Independencia del Sur, donde se pide una reforma agraria, han sido un tema de debate en el Congreso de los Estados Unidos.

**Vacaciones**  
TRÉS

Por **FRANCISCO RIVERA SERRANO**  
Especialista Latino

### Sebera ya su Historia Rivera Serrano Tomó el Timón de la UNAM

Por **AGUSTÍN SERRALLO**



### Aquí CANCELAN 22 VUELOS POR NIEBLA

Por **AGUSTÍN SERRALLO**

### Fabricó su Propia Sillita Eléctrica y se Electrocutó!

Por **AGUSTÍN SERRALLO**

Al FARM, firma de la Presidencia de México, José Luis Rivera Serrano, tomó el timón de la UNAM, el primer día de su gestión.

## Entre Hoteleros y Restaureros los Dejaron Listos Para el "Monte"

Por **AGUSTÍN SERRALLO**



### Y van Otro Otro Macabro Carreteroazo

Por **AGUSTÍN SERRALLO**

Según se informa, un grupo de carreteros se han organizado para hacer frente a las dificultades que enfrentan en su trabajo.

### SIN QUERER QUERIENDO

Por **AGUSTÍN SERRALLO**

El J.P. y Sobaron Escudero: los O. Flores: nuevo

**La Embarrasada y Ocho y Ocho**  
Qué se Crisó

**En Chihuahua**  
Medio Millón de "Litos" ya (se Afilaron)

**hace el Sabá a dónde va...**  
Cristóbal Colón Vuelve Lanzarse a los Mares

El primer día de su gestión, el nuevo presidente de la UNAM, José Luis Rivera Serrano, se reunió con los miembros del consejo de administración.

El grupo de carreteros se ha organizado para hacer frente a las dificultades que enfrentan en su trabajo.

**EMPLAZAMIENTO:**

**Comaginación:** Aparece en la primera plana, con titular a ocho columnas; después pasa a la página 6.

**Superficie:** Encabezado: 674 cms<sup>2</sup> (65.75%).

Texto: 240.5 cms<sup>2</sup> (23.46%).

Fotografía: 110.5 cms<sup>2</sup> (10.78%).

**TITULADO:**

**Importancia:** Es el encabezado con mayor importancia real y relativa del diario.

**Contenido:** Es explicativo, pues indica quiénes hablaron, durante cuánto tiempo, cómo fue el encuentro. Además, es orientado, ya que la oración "Hablaron sin tapujos" connota, según la acepción de "tapujos", "disimulo con que se disfraza la verdad"(67) que hablaron con sinceridad.

**Elementos:** El título es "Hablaron sin tapujos". Contiene dos subtítulos: "López Portillo y Reagan" y "Durante una hora". El encabezado precede a dos notas informativas, cada una de ellas con un subtítulo: "El encuentro cordial" y "Trato personal y directo en las futuras relaciones".

**PRESENTACION:**

El tipo de letra es mayor de lo normal en el primer párrafo de una de las notas (12 puntos); después disminuye a lo normal (8 puntos). La mayor parte del texto aparece en la página 6, donde se presenta a dos columnas. Sí se citan el origen y la fuente: Ciudad Juárez, Chihuahua; enviados especiales.

**FOTOGRAFIA:**

Existe una fotografía en la primera plana, donde aparecen Reagan y López Portillo en plano medio, en actitud de estrecharse, con enormes sonrisas. La vista de ambos fija en la del otro. La fotografía por sí misma sugiere cordialidad; para evitar cualquier posible imagen polisémica, en la parte superior se colocó un texto, "cordialidad", que desempeña una clara función de anclaje. El pie de foto no coincide con la imagen, ya que se refiere a una acción anterior al saludo: "[...] López Portillo caminó sobre el puente de Córdoba [...] para dar la bienvenida [...]"

**TEXTO:**

Las dos notas informativas fueron elaboradas por enviados especiales. La primera, titulada "El encuentro, cordial", no va más allá de la mera descripción: de la hora en que se efectuó la entrevista, el lugar exacto, el protocolo seguido por ambos mandatarios, la ceremonia de recepción, el recorrido, los elementos de seguridad de que se dispuso, asistentes importantes de ambas comitivas y transporte empleado por cada una. Se aprecia cómo, para la operación de selección, se optó sólo por aquellos elementos descriptivos que no requieren justificación o análisis.

Esta nota informativa puede calificarse como reportaje de color: "El término reportaje sobre ambiente o de color es aplicable a cualquier reportaje que describe el color, el gusto, las multitudes. Los reportajes de color de los juegos de fútbol tienen poco o nada que ver con el desempeño de los jugadores."(68)

La segunda nota informativa, "Trato personal y directo en las futuras relaciones", ofrece otro tipo de datos, tales como "el clima que marcó las conversaciones", "el deseo de ambos mandatarios por fomentar las relaciones de amistad y cooperación". En esta nota no existen declaraciones aisladas de cada uno de los mandatarios, siempre se usa la tercera persona del plural: "manifestaron", "acordaron", "hablaron", "reafirmaron". Esta forma verbal crea la impresión de una auténtica cooperación, donde innegablemente ambos países -no mandatarios- tuvieron iguales necesidades e idénticas formas de resolverlos.

No existe para el lector la comprobación de la información que ofrece el título, ya que ni siquiera en una ocasión se menciona, textualmente, de qué se habló.

La segunda nota orienta su análisis, más que a lo acontecido durante la entrevista, a las relaciones en general entre México y Estados Unidos; recurre a la formulación de principios difíciles de comprobar con tan escueta información: "[...] fomentar las relaciones de amistad y cooperación que tradicionalmente han existido entre ambas naciones."

La redundancia es notoria, sobre todo en la segunda nota, cuya información gira casi en lo absoluto alrededor de la idea de cooperación y ayuda mutua, de por sí redundante. No se mencionan formas concretas de cooperación y ayuda .

#### La entrevista Reagan-López Portillo en los días siguientes.

El martes aparecen dos notas informativas y una entrevista, todas ellas referentes al encuentro:

- 1) "Dice Reagan: 'La visita, maravillosa'."

Género periodístico: nota informativa

**EMPLAZAMIENTO:**

**Comaginación:** El encabezado, a una columna, aparece en el ángulo superior derecho de la primera plana, a un costado del encabezado principal. La nota pasa a la página 8.

**Superficie:** En total, 166.5 cms<sup>2</sup>: 36.5 cms<sup>2</sup> en la primera plana; el resto, 130 cms<sup>2</sup>, en la página 8.

**TITULADO:**

**Importancia:** No posee importancia real, es demasiado pequeño. Sin embargo, al considerar la compaginación, adquiere importancia relativa.

**Contenido:** Es una cita textual de Reagan.

**Elementos:** Es un encabezado muy simple, sólo consta del título, propiamente dicho.

**FOTOGRAFÍA:** No hay

**PRESENTACIÓN:**

El elemento que más importe destacar es que se trata de una nota tan escueta -no ocupa más que una columna- que hubo que recurrir a colocarla en un recuadro, junto al encabezado principal; de otra forma, pasaría casi desapercibida. Se citan el origen y la fuente: Washington, UPI.

**TEXTO:**

La nota fue elaborada en base a una declaración de prensa de Reagan, difundida por la UPI, fechada en Washington, el 6 de enero de 1981.

Como opinión de ambos mandatarios se menciona que piensan mantener futuras conversaciones junto a la frontera. No se dice cuándo ni sobre qué versarán las entrevistas fronterizas.

El encuentro es calificado como "discreto y elegante" (por López Portillo) y "exitoso y maravilloso" (por Reagan. Sin embargo los calificativos sólo proceden de ambos mandatarios; ni la UPI ni los redactores de Ovaciones se atreven a desmentir a tan distinguidos personajes.

La entrevista, según esta nota informativa, duró dos horas, lo cual es un detalle de poca importancia, a no ser porque un día antes Ovaciones mencionó que duró una hora; esta discrepancia en la duración se debe posiblemente a que las figuras retóricas -en este caso la síntesis- han rebasado los límites de la información y ejercen influencia incluso en los hechos.

En esta nota sí se incluyen declaraciones textuales de la entrevista; por cierto, la mayoría adjudicadas a López Portillo: "'magnífico, señor presidente' [...]", "[...] 'esta discreta y elegante reunión facilitará la celebración de reuniones elegantes en el futuro', aseguró el mandatario azteca"; cabe suponer que "el mandatario azteca" tiene todo el derecho de recurrir, a su vez, a la redundancia, incluso cuando se refiere a "reuniones elegantes".

Por último, según la nota, "la reunión careció del programa de trabajo [...] el presidente electo se limitó a escuchar la mayor parte del tiempo". Estas afirmaciones desmienten lo publicado por el diario un día antes: Los mandatarios "afirmaron, propusieron, conversaron".

## 2) "Comenta TASS la entrevista JLP-Reagan"

Género periodístico: nota informativa.

**EMPLAZAMIENTO:**

**Comaginación:** La nota comienza en la primera plana, en el centro de la mitad inferior, a una columna, encabezado a tres pisos.

Pasa después a la página 8.

**Superficie:** En total, 81.5 cms<sup>2</sup>; 17 cms<sup>2</sup> en la primera, 64.5 cms<sup>2</sup> en la página 8.

**TITULADO:**

**Importancia:** No tiene importancia real ni importancia relativa; de hecho, es el encabezado de menor tamaño en toda la primera plana.

**Contenido:** Es explicativo, sólo dice de qué tratará la nota.

**Elementos:** Es un encabezado simple, sólo consta del título.

**PRESENTACIÓN:**

Conviene destacar que aquí es evidente la tendencia del diario de colocar en la primera plana el mayor número posible de notas de interés, aunque se llegue a situaciones como ésta, donde sólo el 20% aparece en la primera; por cierto, el encabezado, a pesar de ser pequeño, representa casi el 50% del contenido de la nota en su primera parte.

**FOTOGRAFÍA:** No hay.

**TEXTO:**

Nota informativa difundida por la agencia EFE, fechada en Moscú,

que versa sobre las declaraciones de TASS en relación a la entrevista y su repercusión internacional.

Según TASS, la "entrevista es prueba de que el gobierno de Estados Unidos se propone ocuparse seriamente de las relaciones entre Estados Unidos y los países latinoamericanos." A diferencia de las otras notas, aquí se considera México no como un país aislado, sino como un país latinoamericano.

Además, tal parece que las relaciones México-Estados Unidos son algo que aún no se realiza "seriamente", es decir, según TASS la entrevista no tuvo, en realidad, trascendencia.

En esta nota, TASS considera para su análisis al gobierno de Carter (aún vigente en esa fecha), al contrario de las demás notas, donde el gobierno de Reagan era el "de moda".

Para terminar, se menciona que "López Portillo insiste en que los Estados Unidos dejen de intervenir en los asuntos de los países del continente", afirmación que contradice otras informaciones respecto al interés de López Portillo por la "cooperación y ayuda mutua" como única forma de desarrollo.

) "Nadador 'Reagan no vidió nada, pero tampoco dio nada'".

Ónero periodístico: entrevista.

EMPLAZAMIENTO:

compaginación: La entrevista se inicia en la primera plana, el encabezado, a dos columnas y dos pisos aparece en la parte central de la plana. Después pasa a la página 8.

superficie: En total 216.5 cms<sup>2</sup>; 40 cms<sup>2</sup> en la primera, 176.5 cms<sup>2</sup> en la página 8.



**TITULADO:**

**Importancia:** No posee importancia real ni relativa.

**Contenido:** Se trata de una cita textual de un funcionario de la CONCAMIN; sin embargo, en el título no se menciona tal procedencia. Por ello, el título cae en la clasificación de orientado: califica los ofrecimientos y peticiones de Reagan. El sobretítulo de la nota, "Nadador", coincide con el tratamiento humorístico que el diario imprime frecuentemente a los hechos, que no por humorístico deja de ser tendencioso.

**Elementos:** Sobretítulo: "Nadador".

**PRESENTACIÓN:**

Esta entrevista aparece en la primera plana, al igual que las otras dos notas referidas al mismo hecho; no se presentan juntas, más bien pareciera que se colocan en aquellos huecos que no pueden llenarse con el encabezado, las columnas y la fotografía. Se trata de una entrevista a un líder empresarial; sí se menciona el nombre del reportero. Aparece a dos columnas.

**FOTOGRAFÍA:** No hay.

**TEXTO:**

La entrevista contiene declaraciones de Ernesto Rubio del Cuento, presidente de la CONCAMIN, en las cuales opina que López Portillo "puso en alto el nombre de México", para que su territorio y su comercio sean respetados"; sin embargo, líneas antes dice: "México [..] nunca abandonará la exigencia de que sean respetados todos sus derechos soberanos". Resulta enton-

ces que México debe exigir siempre algo que ya consiguió su presidente.

A pesar del encabezado, que hace suponer que la entrevista se referirá sólo al encuentro presidencial, más de las dos terceras partes de la nota se refieren a otros temas: salario mínimo, CONCAMIN, Fidel Velázquez; salta de un tema a otro sin previa advertencia para el lector.

La reunión de presidentes no vuelve a aparecer en el resto de la semana.

Martes 6 de enero de 1981

**\*PORROS AL ABORDAJE\***

**Hecho:** La irrupción de un grupo de agitadores estudiantiles, porros, en el plantel CCH Oriente.

**Género periodístico:** nota informativa.

**EMPLAZAMIENTO:**

**Compaginación:** La nota aparece en primera plana, su encabezado es el de mayor importancia. Pasa a la página 14, donde se localizan las demás de la nota roja.

**Superficie:** Cabeza: 442 cms<sup>2</sup> (78.65%); texto 120 cms<sup>2</sup> (21.35%); en total, 562 cms<sup>2</sup>.

**TITULADO:**

**Importancia:** Es el encabezado de mayor importancia real y relativa.

**Contenido:** El título es sensacionalista, califica el hecho de forma alarmista: "fenomenal zafarrancho". Además, el sensacionalismo

## Una Jovencita

# Se Lanzó al Metro y ¡Vive!

(Información en la Se. Cultura)

**Ova**  
**ACIONES**

TRES PESOS

¡Cada día una Ova! ¡Cada día una Ova!

## En el CCH Oriente

# PORROS

# al Abordaje

**Dice Reagan: 'La Visita, Maravillosa'**

Washington, 17 de mayo. El presidente de los Estados Unidos, Ronald Reagan, calificó hoy la visita del primer ministro británico, James Callaghan, como una "visita maravillosa". Reagan dijo que la visita de Callaghan es una "visita maravillosa" y que él se siente muy honrado por recibirlo en la Casa Blanca.

**Obras leídas**  
**No se Debe Jugar a la Política y Democracia**

Por Miguel Ángel Rodríguez

Este artículo trata la República Federal del Ecuador y su papel en la América Latina y en el mundo. El autor analiza la situación política y económica del país y propone algunas medidas para mejorarla.

## Provocaron Fenomenal Zafarrancho Golpeando a Profesores y Alumnos

Un grupo de jóvenes provocó un fenómeno zafarrancho golpeando a profesores y alumnos en el Colegio de Ciencias y Humanidades Oriente de la UNAAI, según se informó hoy por un comunicado de prensa.

La banda de muchachos que armó el zafarrancho, según se informó, se compuso de unos 20 jóvenes que se presentaron en el colegio con una bandera que decía "Zafarrancho y Compañeros".

Algunos de los muchachos se enfrentaron a los profesores, pero éstos se retiraron sin sufrir lesiones. Los muchachos se retiraron a sus casas.

## SALUDO DE AÑO NUEVO



Los jóvenes celebran el primer día del año en un momento de alegría y felicidad. Se ven botellas y vasos sobre una mesa.

# Las Roscas, Un Robo

(Información en la Pág. 2)

## El Onanismo Sigue Preocupando Muchísimo a los Pobres Chinitos

El onanismo sigue preocupando muchísimo a los pobres chinitos. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, los chinos están preocupados por el aumento del onanismo en su país.

El onanismo es un problema que afecta a muchas personas en todo el mundo. En China, el problema es especialmente grave debido a la alta densidad de población y a la falta de recursos.

## El 'Vampirismo Electrónico', ya Hicieron Papilla a Drácula

Los Multinacionales y...

## 'Reagan no Pidió Nada, Pero Tampoco dio Nada'

Por Carlos Yagué GARCÍA

Reagan no pidió nada, pero tampoco dio nada. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, Reagan no pidió nada de los chinos y tampoco dio nada a los chinos.

## Comenta TASS la Entrevista JLP-Reagan

Comenta TASS la entrevista entre Jimmy Carter y Ronald Reagan. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, TASS comentó que la entrevista fue muy interesante.

## Velaron a un Rabino en un Avión

Velaron a un rabino en un avión. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, un rabino fue velado en un avión durante su viaje.

## JUBILEA



## JLP: 'El Ejército, Garantía, Respaldo de paz y Seguridad'

El Ejército, Garantía, Respaldo de paz y Seguridad. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, el ejército es la garantía de la paz y la seguridad del país.

## Quiso Matarse Porque no Pudo Comprarles Juguetes a sus Hermanos

Quiso matarse porque no pudo comprarles juguetes a sus hermanos. Según se informó hoy por un comunicado de prensa, un niño quiso matarse porque no pudo comprarle juguetes a sus hermanos.

## EN LA LINEA

Un logro. Franquiza en El Salvador, al fin. Emiso. No hay otro.

estriba en que la palabra porros, que posee connotación de violencia, aparece sola, destaca de todos los demás componentes del encabezado.

Elementos: Sobretítulo: aparece, subrayado, el lugar de los hechos: "En el CCH Oriente". Título, a ocho columnas y dos pisos: "PORROS al abordaje". Subtítulo: a tres columnas y dos pisos: "Provocaron fenomenal zafarrancho golpeando a profesores y alumnos".

#### PRESENTACIÓN:

El tipo de letra en el texto que aparece en la primera plana es mayor de lo normal (12 puntos). Se trata de una nota roja; a pesar de que el periódico coloca tales noticias en las últimas páginas, en este caso resulta ser la nota de más importancia. Se cita la fuente: un reportero del diario. El texto aparece a tres columnas en la primera plana, y a dos en la página 14.

FOTOGRAFÍA: No hay.

#### TEXTO:

Antes de proporcionar datos, existe ya la opinión del diario: califica al incidente como "fenomenal zafarrancho". A lo largo de la nota se encuentra presente el recurso retórico de ampliación; en efecto, es necesario presentar la información de tal modo que coincida con el encabezado. Así, se aprecia una descripción metafórica de los "veinte porros", quienes iban "armados hasta los dientes", frase que sugiere alguien muy peligroso y fácilmente asesino.

Los "veinte porros" son llamados "banda de maleantes",

"hampones", "banda de porros", "delincuentes", "auténticos hampones", atributos muy redundantes. No se ofrece explicación para su conducta, salvo que son ya, de por sí, sujetos altamente peligrosos, que sólo ocasionan molestias a la "ciudadanía", la cual "exige una enérgica acción por parte de las autoridades para que esos delincuentes sean sometidos al orden". Aquí, el reportero se convierte en portavoz de un sujeto masivo "la ciudadanía", que "exige" la reafirmación de la justicia y el orden social. Es inexplicable cómo el reportero logra comunicarse en tan poco tiempo con la "ciudadanía".

Existe información confusa, ya que, por ejemplo, se menciona que los "porros" sometieron a alumnos y maestros "disparándoles con sus pistolas, para luego dominarlos a cadenas, tubazos y palos". Acciones como la anterior arrojarían, de ser ciertas, un saldo bastante alto de muertos y heridos. Sin embargo, líneas más adelante se menciona: "agredieron a maestros y alumnos, lesionando de gravedad a dos jóvenes." Ante un número tan bajo de lesionados cabe suponer que los maestros y alumnos eran, por lo menos, expertos en defensa personal.

Aparece otro detalle significativo: se menciona que el plantel está ubicado en la calzada Ignacio Zaragoza: además de la imprecisión de tal dato -tal calzada abarca varios kilómetros-, en ella no se localiza al CCH Oriente. En este caso, parece evidente que el reportero no estuvo presente en el lugar de los hechos o bien confundió las calles.

Respecto a la localización exacta del "fenomenal zafarrancho", éste fue en el CCH Oriente (según el sobretítulo), a lo largo de la calzada Ignacio Zaragoza (según el texto); golpea

ron a maestros y alumnos (según el subtítulo), agredieron a transeúntes, automovilistas y comerciantes (según el texto).

A pesar de ser una nota informativa, la última parte es básicamente de opinión, no adjudicada a nadie en particular, ni siquiera al propio reportero. Aquí, una vez más opina el "se": "Se indicó que no basta que los delincuentes sean trasladados a una delegación [...]"

Al semantizar este hecho, se recurre a la exageración (ya demostrada) con fines sensacionalistas; está orientada a dar pautas de conducta social; que censura las acciones delictuosas, las cuales deben ser penadas con todo el rigor de la ley, según lo exige "la ciudadanía".

La irrupción de los porros no vuelve a aparecer en el resto de la semana.

Miércoles 7 de enero de 1981

"REAGAN SE VUELVE BUENO;"

Hecho: Acciones emprendidas por el presidente electo en relación a los países iberoamericanos.

género periodístico: nota informativa.

**MPLAZAMIENTO:**

composición: Encabezado a ocho columnas y dos pisos, que abarca casi toda la mitad superior de la primera plana. La nota se inicia en la primera plana, pasa a la página 6.

superficie: 821 cms<sup>2</sup>; 561 cms<sup>2</sup> (68.33%) encabezado y 260 cms<sup>2</sup> (31.67%) texto.

# Perdón a Ríos Camarena

(Informamos a la Ca. Camarena)

## Milagro, Milagro

**OVA**  
**CIÓNES**

¡20 años!  
¡20 años!

¡20 años!

TRES PESOS

# IREAGAN SE VUELVE BUENO!

**Ya no Tienen que Ir al Pabellón los Domingos**

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

El Secretario de Gobernación, Jorge de la Torre, ha decretado el cierre del Pabellón de los Domingos, lo que significa que los domingos no se podrá ir al Pabellón de los Domingos a jugar fútbol. Este decreto, que entrará en vigor el próximo domingo, es una medida que busca reducir el tráfico y el ruido en la zona de los Pabellones de los Domingos.

**Suban los Pollos a \$140,00**

Por **MATEO VARGAS**

El pollo, como siempre, sigue subiendo. Este martes, los precios de este ave en el mercado de la zona de los Pabellones de los Domingos, se elevó a \$140,00 por libra. Este aumento se debe a la escasez de pollo en el mercado, lo que ha llevado a los vendedores a subir los precios.

### MUJERES DE UN INCAPACITADO



Las mujeres de un incapacitado.

### Emprende una Cruzada Para Ganarse Amigos en Toda Latinoamérica

WASHINGTON, mayo 7 (EFE) — La nueva administración norteamericana no quiere que Latinoamérica sea el patio trasero de Estados Unidos, sino, de actividad, según declaró hoy el equipo de Ronald Reagan.

Valga esta medida para mostrar la voluntad de la administración republicana de mejorar las relaciones entre Washington y los países de la zona.

**Enérgica Batida Vs. los Porcos**

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

Una campaña batida contra los porcos, que ha sido organizada por el gobierno de Ronald Reagan, para reducir el consumo de carne de cerdo en los Estados Unidos.



### Politicomanía

**Beteta y Ferrás a la Cabeza de la Llista Ferial de los Encargados de Desempeño**

Por **MARCELO VILLALBA**

La lista de nombres a la lista ferial de los encargados de desempeño, que será publicada en los próximos días, tiene a la cabeza de la lista a los señores Beteta y Ferrás.

### Recibió el Presidente el Saludo de Año Nuevo

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

El Presidente Jimmy Carter recibió el saludo de Año Nuevo de los estadounidenses en la Casa Blanca.

## SE TAMBALEA la Cabeza de la Viuda

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

La cabeza de la viuda se tambalea debido a la escasez de alimentos en el mercado.

**SIN QUERER QUERIENDO**

- G. Pasco: extraordinario
- J.P. (Ora ve) Reagan?
- Carvajal: SDC-Desempeño

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**



La cabeza de la viuda se tambalea.

### Diplomática Crítica en París

**EN EL ANITEATRO DE LA FACULTAD DE MEDICINA (SOBRO UN CADAVERI)**

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

La crítica diplomática en París se centró en el teatro de la Facultad de Medicina, donde se presentó una obra que causó polémica.

**Los Franceses son Grandes Importadores de Cuernitos**

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

Los franceses son grandes importadores de cuernitos, un tipo de panecillo que es muy popular en Francia.

### En Estados Unidos El Auge de la Violencia lo Origina la Mala Digestión

Por **WALTER DOMÍNGUEZ**

El auge de la violencia en Estados Unidos se origina en la mala digestión, según afirma un estudio reciente.



**TITULADO:**

**Importancia:** Tiene la mayor importancia real y relativa. Sucede lo mismo cuando la nota pasa a la página 8, donde el encabezado, a cuatro columnas, hace que la nota destaque más en relación a las otras.

**Contenido:** Sensacionalista: "Milagro, milagro"; Reagan se vuelve bueno; El sensacionalismo está dado no sólo por el contenido, sino por la presentación: subrayado y entre signos de admiración.

**Elementos:** Sobretítulo: "Milagro, Milagro", subrayado. Título: En altas, a dos pisos y ocho columnas: ¡REAGAN SE VUELVE BUENO; Subtítulo: "Emprende una cruzada para ganarse amigos en toda Latinoamérica", a dos columnas y tres pisos.

**PRESENTACION:**

El tipo de letra es mayor de lo normal en el texto que aparece en la primera plana (12 puntos); el texto abarca dos columnas en esta plana. Cuando pasa a la página 8 abarca cuatro columnas. Se citan el origen y la fuente: Washington, agencia EFE.

**FOTOGRAFIA:** No hay.

**TEXTO:**

A partir del sobretítulo, "Milagro, milagro", se advierte una opinión tendenciosa, altamente significativa; la palabra milagro implica un hecho sobrenatural, debido al poder divino, algo imposible. Luego, el título ";Reagan se vuelve bueno;", connota dos aspectos: Reagan era malo; gracias al poder divino



se vuelve bueno. Además, Reagan, sinónimo de Estados Unidos, se vuelve bueno; entonces el gobierno de Estados Unidos, que antes era malo, ¿ahora es bueno?

En el subtítulo, "Emprende una cruzada para ganarse amigos en toda Latinoamérica", se sigue con la idea de divinidad, pues una cruzada originalmente era una expedición en contra de infieles. Así pues, Estados Unidos busca recuperar la Tierra Santa en Iberoamérica, ¿o busca sólo amigos?

Según el texto, quien sale en la cruzada es una comitiva de funcionarios del presidente electo. Reagan no es sinónimo sólo de Estados Unidos, lo es también de su gabinete.

Además, si la cruzada es "para ganar amigos", ¿significa esto que ahora son enemigos? ¿A pesar de la entrevista reciente con López Portillo, en la cual tuvieron un "encuentro cordial"?

Se aprecia el uso de la sinécdoque, mostrar el todo por las partes, pues según el encabezado, emprende una visita a toda Latinoamérica; según el texto, visitarán Jamaica, Brasil, Argentina, Perú y Costa Rica; estos países no son toda Latinoamérica.

El texto menciona: "La nueva administración norteamericana no quiere que Latinoamérica sea el patio trasero de Estados Unidos, sino su antesala" [...]" ¿Es que acaso con la antigua administración Latinoamérica era considerada patio trasero? Gracias a la nueva administración, Latinoamérica subirá de categoría, será "antesala". Si se habla en el mismo sentido metafórico, antesala es parte de una habitación; entonces, ¿Latinomérica es parte de Estados Unidos, bien sea frontal o trasera?

Existe \*voluntad de la administración republicana de mejo

rar las relaciones entre Washington y los países iberoamericanos". ¿Washington, Reagan y Estados Unidos son sinónimos?

"El gobierno de Reagan se esforzará por 'recobrar a los amigos de Estados Unidos' [...] y restablecer vínculos que se deterioraron durante la administración Carter". Éste es un ataque a la administración Carter, en que se involucra a toda Latinoamérica, que a causa del anterior gobierno había caído en enemistad; pero eso tiene una solución: "emprender una cruzada".

"Dentro de su intento por 'recobrar amistades' en el hemisferio, la administración Reagan basará su política en lo que considera como del interés nacional norteamericano". Esta sutil afirmación demuestra que, pese a las mejores intenciones por volver a ser "amigos", lo primordial son los intereses de Estados Unidos.

Se citan los puntos primordiales de la administración Reagan con respecto a los países iberoamericanos: "Un mayor respaldo a las fuerzas moderadas de El Salvador", "mejoría de los vínculos con México", "nueva aproximación a los países del Cono Sur, sobre todo Argentina y Brasil", "lucha contra una extensión de la influencia de Cuba en Latinoamérica", "gran atención a la evolución de la situación en Nicaragua". Cabe la pregunta: ¿son en verdad novedosas estas "buenas intenciones"?

Además de las contradicciones que esta información tenga con la realidad, existen varias en el mismo texto: "Aunque se considera 'inconcebible' que la nueva administración intervenga militarmente en El Salvador o en Centroamérica [...]"; y un párrafo más adelante: "un subcomité senatorial se ha pronun

ciado ya a favor de suministrar a El Salvador helicópteros pedidos por el gobierno de este país [...]"

Otra declaración menciona que el gobierno de Reagan "estudiará las peticiones de ayuda que puedan formularle los gobiernos de países afectados por la violencia subversiva [...]"  
 ¿Violencia subversiva = revolución?

Nicaragua es un país que "preocupa a la nueva administración. La situación en este país es muy seria y está empeorando". ¿Empeoraba porque se gestaba el proceso revolucionario? ¿A quién afectaba "la situación"? Cabe recordar que líneas antes se mencionó que "Reagan basará su política en lo que considera como del interés nacional norteamericano".

"El próximo gobierno norteamericano cumplirá sus obligaciones de asistencia económica a los países latinoamericanos, pero esa ayuda disminuirá, ya que su prioridad número uno será reconstruir una fuerte economía dentro de sus fronteras" ¿Dentro de sus fronteras? Cualquier aparente amenaza resulta subsanada al afirmar que "el sector privado estadounidense debe desempeñar un papel más activo en la ayuda al desarrollo de los países del hemisferio"... "¡Milagro, milagro; ¡REAGAN SE VUELVE BUENO!"

No se volvió a mencionar la futura política exterior de Reagan en el resto de la semana.

Jueves 8 de enero de 1981

" ¡SE ALBOROTAN LAS SOTANAS ; "

Hecho: Visita de Marcel Lefebvre a Oaxaca

El Viaje de Warren a Argel

# por los Rehenes

# Ultimo Albur

(Información en la. Columna)

## Por la Presencia de Lefebvre Aquí

# ¡SE ALBOROTAN LAS SOTANAS!

**20**  
**vacaciones**  
ESTI  
DOM

### Tumultos en Ojiltán, Oax., por Oirlo y Varío Oficial Misa

Por Víctor SANCHEZ  
LAFEBRE  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
El pueblo de Ojiltán, Oaxaca, se agitó hoy por la presencia de un sacerdote que se dice es un agente de la policía secreta de los Estados Unidos. El sacerdote, cuyo nombre se dice es Oirlo, fue visto en Ojiltán por un grupo de personas que lo denunciaron a las autoridades locales. El sacerdote se negó a dar su nombre y se retiró de Ojiltán.

### Enérgica Condena del Episcopado a las Actividades Proselitistas que Está Realizando en Oaxaca

Por Víctor SANCHEZ  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
El episcopado de Oaxaca expresó hoy una enérgica condena a las actividades proselitistas que está realizando en Oaxaca el sacerdote Oirlo. El episcopado dijo que las actividades de Oirlo son una violación de la ley y que deben ser detenidas inmediatamente.

CALLO CON ESPOLONES...



David Rockefeller en un momento de su visita a México. El Sr. Rockefeller es el hombre que se encuentra en la parte superior de la fotografía.

**"¿QUI NO LA MABA?" DICEN LOS DEL PAN**  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Los miembros del Partido Acción Nacional (PAN) dijeron hoy que el gobierno federal está tratando de ocultar la verdad sobre el asesinato de un líder del partido. El PAN dijo que el gobierno está tratando de ocultar la identidad del asesino y que esto es una violación de la ley.

### Se Carcajean de las Autoridades de los Dueños de los Estacionamientos

MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Las autoridades de los estacionamientos se carcajean hoy por la presencia de un grupo de personas que se dice son agentes de la policía secreta de los Estados Unidos. El grupo de personas se dice que está tratando de ocultar su identidad y que esto es una violación de la ley.

**Una Policía A los 112 Años Carró sus Ojiltán**  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Una policía de 112 años de edad se retiró hoy de Ojiltán. La policía se dice que ha estado trabajando en Ojiltán durante muchos años y que su presencia ha sido una violación de la ley.

MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Las autoridades de los estacionamientos se carcajean hoy por la presencia de un grupo de personas que se dice son agentes de la policía secreta de los Estados Unidos. El grupo de personas se dice que está tratando de ocultar su identidad y que esto es una violación de la ley.



**La Letral METIÓTA DE PATA DE UN REPORTERO**  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Un reportero de la letral Metióta de Pata se retiró hoy de Ojiltán. El reportero se dice que ha estado trabajando en Ojiltán durante muchos años y que su presencia ha sido una violación de la ley.



**Lo Bajaron del Caballo**  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
Un hombre fue bajado hoy de un caballo en Ojiltán. El hombre se dice que está tratando de ocultar su identidad y que esto es una violación de la ley.

### Hablado de Política Reapareció Sansores

Por Víctor SANCHEZ  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
El senador Sansores reapareció hoy en Oaxaca hablando de política. Sansores dijo que las actividades de Oirlo son una violación de la ley y que deben ser detenidas inmediatamente.

### A la Caliente Llegó a México David Rockefeller

Por Víctor SANCHEZ  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
David Rockefeller llegó hoy a México. Rockefeller se dice que está tratando de ocultar su identidad y que esto es una violación de la ley.

### El Chupeteador "Pulpa" Camionero Seguirá Explotando a sus Choferos

Por Víctor SANCHEZ  
MEXICO, 17 de Mayo (AP)—  
El camionero "Pulpa" seguirá explotando a sus choferos. "Pulpa" se dice que está tratando de ocultar su identidad y que esto es una violación de la ley.

### EN LA LINEA

**PELIX PUNTEROS**  
• Fíjese Va. comunista  
• Púese en vez de tachidos  
• Carvajal está en la línea

Género periodístico: nota informativa.

**EMPLAZAMIENTO:**

**Compaginación:** Encabezado a ocho columnas, dos pisos, en la primera plana. Dos notas informativas, cada una precedida por un subtítulo, una a dos y otra a tres columnas; pasan a la página 6, a dos y una columna, respectivamente.

**Superficie:** 960 cms<sup>2</sup>; 686 cms<sup>2</sup> (71.42%) de encabezado; 146.5 cms<sup>2</sup> (15.25%) de texto; 128 cms<sup>2</sup> (13.33%) de fotografía.

**TITULADO:**

**Importancia:** Es el de mayor importancia real y relativa.

**Contenido:** Sensacionalista; ¡SE ALBOROTAN LAS SOTANAS; Crea alarma, pánico, entre seres tan respetables como los sacerdotes.

**Elementos:** Sobretítulo: "Por la presencia de Lefebvre aquí", en este caso el sobretítulo será parte de la oración que termina en el título: "¡SE ALBOROTAN LAS SOTANAS; Los subtítulos son: "Tu multos en Ojitlán, Oaxaca, por oírlo y verlo oficiar misa", "Enérgica condena del episcopado a las actividades proselitistas que está realizando en Oaxaca".

**PRESENTACION:**

Ésta es la nota de mayor extensión en toda la semana, casi las dos terceras partes de la primera plana están ocupadas con ella. Se emplea un tipo de letra mayor de lo normal (12 puntos) para ocupar más espacio. Aparecen dos notas informativas, ambas elaboradas por el mismo reportero.

**FOTOGRAFÍA:**

Aparece Lefebvre en plano medio, con sotana, la expresión de

su rostro es de temor, duda, arrepentimiento, en fin, altamente polisémica. La foto tiene un texto que no corresponde a la imagen: "Gallo con espolones", pues ni parece gallo ni se le ven los espolones, ni ganas de pelear. El pie de foto tampoco coincide: "[...] repentinamente se apareció oficiando misas [...] lo que ha provocado gran conmoción en nuestro país" (¿No sería en lugar de "nuestro país", "nuestro periódico"?)

EXTO:

El tono de la nota es alarmista: "Por miles se cuentan las personas que siguen los pasos", "[...] obispo francés que ha causado una verdadera tormenta en el seno de la Iglesia Católica", "verdaderos tumultos se han producido [...]", "[...] en medio de un dispositivo de seguridad espectacular [...]", "[...] se afirma que hasta también hay elementos policíacos extranjeros que lo cuidan".

La nota, en general, está conformada por expresiones como las anteriores, que sugieren algo trágico y altamente peligroso. De Lefebvre no se menciona más que "su drástica oposición a los acuerdos emanados en el Concilio Vaticano II [...]" y que insiste en oficiar la misa en latín. Las dos observaciones anteriores no justifican la alarma experimentada por el reportero y compartida por el diario.

En la nota titulada "Enérgica condena del episcopado a las actividades proselitistas que está realizando en Oaxaca", no hay una ubicación exacta de tiempo ni de lugar, ya que se menciona: "La presencia en México del obispo Marcel Lefebvre causó agitación y revuelo en la iglesia católica [...]" y el

subtítulo dice: "actividades proselitistas que está realizando en Oaxaca".

Existen contradicciones, no sólo en el texto, sino en las declaraciones adjudicadas a una misma persona; por ejemplo, el obispo Genaro Alamilla, "al calificar de 'lamentable y 'reprobable' la actividad y actitud de Marcel Lefebvre", más adelante: "insistió en que no tiene conocimiento de las actividades que vayan [sic] a realizar o esté realizando Lefebvre [...]" Es injusto, incluso en un obispo, calificar como "lamentable y reprobable" algo que "insiste desconocer".

La nota es profusa en metáforas, por ejemplo: "[...] no ha acudido [Lefebvre] a los llamados que como pastor le ha hecho el santo Padre para que vuelva al redil."

"Se considera que la presencia de Lefebvre en México estimulará una corriente tradicionalista y que muchos de los sacerdotes partidarios, que públicamente no habían manifestado esa tendencia, lo harán ahora, por lo que el Episcopado, se aseguró, cerrará las filas para evitar que surja un movimiento disidente fuerte." ¿Acaso en la Iglesia, por ser tal, no puede haber represión?

#### La visita de Lefebvre en los días siguientes.

En relación a la visita de Lefebvre, fueron publicadas tres notas, una el mismo jueves 8 de enero; y las dos siguientes el viernes 9 y sábado 10. Por cierto, estas dos últimas aparecen con encabezados que ocupan el segundo lugar en importancia real y relativa.

En cuanto al emplazamiento, titulado y presentación se aprecia la misma tónica todos los días: grandes encabezados de tipo sensacio

nalista. Para evitar caer en descripciones redundantes, se presentan sólo las consideraciones referidas al texto de cada nota.

1) "Aquí no la hará", dicen los del PAN".

Hecho: Declaraciones de partidos políticos mexicanos en relación a la visita.

Género periodístico: nota informativa.

**TEXTO:**

La nota presenta un sobretítulo que dice: "Reapareció Lefebvre", ¿de dónde apareció?, ¿había desaparecido? En el texto se menciona: "El obispo Marcel Lefebvre 'no logrará hacerla aquí en México' declaró hoy el Partido Acción Nacional" ¿Hacer qué? ¿Cómo es posible que un partido haga declaraciones?... Más adelante aparece: "[...] el Demócrata Mexicano dijo [...]]" ¿también hablan? Se citan después opiniones de los voceros de ambos partidos, donde coinciden en que la visita "carece de importancia", no temen que repercuta en los problemas políticos.

2) "¡AGUAS! Lefebvre viene al D.F."

Hecho: Se anuncia que Lefebvre pasará por México para salir a Francia. Elaborada por un enviado especial, fechada en Oaxaca, Oaxaca, el 9 de enero.

Género periodístico: reportaje.

**TEXTO:**

El reportaje está basado en declaraciones de Lefebvre, del Secretario de Gobernación, Enrique Olivares Santana, y de un sacerdote mexicano, Esteban Camacho, anfitrión de Lefebvre. La ve



racidad de las declaraciones puede ponerse en tela de juicio; basta comparar dos declaraciones supuestamente procedentes de Lefebvre: "El Papa no es infalible y esperamos que Juan Pablo II corrija el camino"; párrafos más adelante: "Los Papas no son infalibles, por lo que espero que Juan Pablo recupere el camino perdido." Si bien se trata de leves divergencias, tales como alterar el número del sujeto en las oraciones, además de la aparición de "por lo qué", con lo cual se cambia el sentido de la segunda proposición, esto lleva a suponer que las declaraciones de cualquier persona son objeto de un trabajo de edición, que es capaz incluso de darles un sentido completamente diferente (selección y combinación de signos).

La noticia está fechada en Oaxaca, Oaxaca, Lefebvre se encuentra, según información anterior, en Ojitlán, Oaxaca. Para el reportero es indistinto que esté en la ciudad de Oaxaca o en Ojitlán, ambos lugares son conocidos como "esta entidad".

El reportaje menciona que Lefebvre "fue invitado por un grupo de cristianos mexicanos que están de acuerdo con sus ideas". El día anterior hubo dos versiones distintas: "apareció repentinamente"; "fue invitado por Esteban Camacho, presbítero mexicano". Sean cuales fueren sus anfitriones, sí es censurable su actitud para con el invitado, pues revelan haberlo invitado hasta después de que los medios de información protestan por su "aparición repentina".

A pesar de que un día antes se informó que había "tumultos en Ojitlán por oírlo y verlo oficiar misa", al día siguiente se informa que "las ceremonias que presidió las hizo con el carácter de privado".

Según declaraciones de Lefebvre, "por fuerza tiene que regresar al D.F. para abordar el avión que lo lleve a Europa". ¿Es válida, pues, tanta alarma? ¿Su sola presencia, aun que sólo sea en calidad de turista, justifica el peligro inminente? ¿Pensaría acaso officiar misas "con carácter de privado" en el aeropuerto?

Luego, "Lefebvre agradeció a las autoridades y gobierno mexicano que le hayan permitido visitar nuestro país". ¿Es posible que agradezca la estancia después de haber sido tratado como sujeto de sumo peligro? ¿Quién miente? ¿Lefebvre, el gobierno o el periódico?

La redundancia está presente en varias ocasiones, por ejemplo: "[...] los partidos de izquierda y sinarquistas demandan le sea aplicado el 33 al francés porque violó las leyes mexicanas al officiar misas en Oaxaca". Y tres párrafos más adelante: "Mientras tanto, los partidos de izquierda y sinarquistas demandaron al gobierno federal la aplicación del 33 constitucional a Marcel Lefebvre porque al officiar misas violó la Constitución y las leyes migratorias de México." ¿Por qué tanta insistencia en la misma idea? Si se pretendía ampliarla, ¿no habría sido más conveniente explicar "el 33"? Indudablemente, para orientación de los lectores habría bastado con indicar que el artículo 33 constitucional, referido a las actividades de los extranjeros en nuestro país, les prohíbe cualquier injerencia en problemas políticos.

La visita de Lefebvre por sí misma no era peligrosa, pero sí constituía una amenaza al orden social, concretamente, en un elemento superestructural tan importante como la religión.

No se admiten cambios, "violencias subversivas" contra lo establecido, hay que combatirlos. Estos ataques no pueden ser tan obvios, es necesario disfrazarlos, por ejemplo, convertir al periódico en un expositor imparcial y objetivo de diversas opiniones. Como en este reportaje, que en el último párrafo presta la palabra a un presbítero mexicano, quien "sostuvo que por intereses económicos la Iglesia Católica Mexicana sufre una lucha interna y calificó al cardenal Ernesto Corripio Ahumada, arzobispo primado de México, de 'dictador religioso'." ("¡AGUAS! Lefebvre viene al D.F.")

3) "Seguiré en México".

Hecho: Lefebvre continúa en Ojtlán, de donde no puede salir a causa de la lluvia.

Género periodístico: nota informativa.

#### TEXTO:

Tres días después de iniciada la visita de Lefebvre a nuestro país, no deja de preocupar al diario, donde aparece una nota informativa, fechada en Oaxaca el 10 de enero de 1981. Se le asignan todavía los encabezados de mayor importancia, a ocho columnas y con despliegue de títulos, sobretítulos y subtítulos. La oración del título: "Seguiré en México", supone una decisión, tomada casi a manera de reto, máxime cuando aparece en el sobretítulo: "Lefebvre aislado en Oaxaca". Esta actitud empedernida de Lefebvre se viene abajo al comienzo de la nota, cuando se señala que "Impedido por las fuertes lluvias que están azotando a Ojtlán, el obispo disidente francés, Marcel

Lefebvre, continúa en esta localidad, según afirmó por vía telefónica el presidente municipal..." Entonces, la afirmación "Seguiré en México" ¿de dónde proviene? ¿Acaso la proporcionó Lefebvre por vía telefónica?

La información subsecuente se integra por declaraciones de funcionarios de Oaxaca que pretenden delimitar el recorrido de Lefebvre y que expresan la prohibición que el gobierno mexicano ha hecho a Lefebvre al transgredir las leyes migratorias (lo curioso es que Lefebvre está, como repetidas veces se señala, en calidad de turista), "de lo contrario, sería expulsado del país por persona no grata". "La visa de Marcel Lefebvre es por 13 [sic] meses, su estancia en el país será de 15 días, visitando todas las [..]" Un día antes, Ovaciones, 2a. edición publicó: Explicó [el secretario de Gobernación] que el religioso francés ingresó a México por Ciudad Juárez sin visa y en calidad de turista, mediante un convenio [..]" ¿Tiene o no tiene visa? ¿Fue un error del titular de Gobernación o del reportero?

Por último, Lefebvre "al ser interrogado por Ovaciones [no por el reportero] manifestó que el concepto de libertad que él tenía, estaba relacionado íntimamente con la libertad [sic] privada, ya que todo aquel hombre que no tenga una casa, un campo y una herramienta no es libre." Esta confusa exposición de ideas pasaría desapercibida e incluso tomada como un error de redacción; el inconveniente radica en que el subtítulo del párrafo es: "Sólo con propiedad privada". Más adelante, señala: "siempre reiteraré que es en base a la propiedad privada como se fija la libertad del humano". Error

de redacción, tal vez; pero no deja de ser significativa la proposición de allí derivada: propiedad privada=libertad privada.

Con esta nota se dio por terminada la amable recepción que nuestro país y nuestro periódico ofrecieron a tan peli-groso y obstinado visitante.

Viernes 9 de enero de 1981

\*;FAYUCAZO EN PERISUR;\*

Hecho: Acción policiaca para decomisar artículos de contrabando en Perisur y Tepito.

Género periodístico: nota informativa

**EMPLAZAMIENTO:**

Comoaginación: El encabezado aparece en la primera plana, a ocho columnas, la nota comienza en la primera plana, en la mitad superior, a tres columnas. Pasa a la página 6 y aparece a tres columnas.

Superficie: 816.5 cms<sup>2</sup>; 643 cms<sup>2</sup> (78.75%) de encabezado, y 173.5 cms<sup>2</sup> (21.25%) de texto.

**TITULADO:**

Importancia: Es el de mayor importancia real y relativa del diario. Asimismo, cuando pasa a la página 6 es también de mayor importancia relativa.

Contenido: Sensacionalista. Tepito ha dejado de ser elemento noticioso, pues allí frecuentemente hay "fayucazos"; en cambio, si

# ¡AGUAS!: LEFEBVRE VIENE AL D. F.

(Información en la 2a. Columna)

## Además de un Tepitazo

**OVA  
CACIONES**

... TRES PESOS

Decenas de Agentes Peinarán el Elegante Centro Comercial

en

# FAYUCAZO PERISUR!

### Exhortación de JLP a Pequeños Propietarios

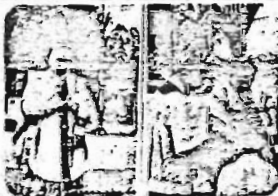
El Jefe de la Policía Municipal, el Sr. Juan Luis Perisur, exhorta a los pequeños propietarios de inmuebles a que se reúnan y se organicen para defender sus intereses ante las autoridades competentes.

### ESTARA AQUI 2 DIAS

El Sr. Juan Luis Perisur, jefe de la Policía Municipal, estará en la ciudad durante dos días.

### Dos Millones el Botín del Barcozo de hoy

Se estima que el botín del barcozo de hoy puede alcanzar los dos millones de pesos.



### Decomisaron Millones en Artículos Electrónicos

Se decomisaron millones de pesos en artículos electrónicos durante una operación de la policía.

Los artículos fueron decomisados por el Subdirector de Operaciones, Sr. Francisco Gutiérrez. Entre ellos se encuentran televisores, radios, grabadoras y otros aparatos electrónicos.

## Fabuloso Fraude de Caseros

Se Niegan a Reintegrar Depósitos de Inquilinos

Los caseros se niegan a reintegrar los depósitos de los inquilinos, alegando que los contratos no están firmados.

### ESTUDIAN EL AUMENTO AL PRECIO DEL ACERO

Se estudia el aumento del precio del acero debido a la escasez de materias primas.

Acupulco Asesinato en el Yate "Flota"

Se investiga el asesinato que ocurrió en el yate "Flota" en Acapulco.



### En la Magallanes Centraliza Arte Hank, Rindió Zesari su II Informe de Labores

El Sr. Hank Rindió Zesari presentó su segundo informe de labores en la Magallanes.

### Urbano Meditacion

Cada vez que va a Caseros se muestran familiares de la florita.

¡Atento! Los Precios Suben y los Limosnas Bajan

¡Atento! Mucho con Olor a ¡Zorrillo!

### No Existe Agua la Gripa del Tipo Bengala!

Según los médicos, no existe agua para la gripa del tipo Bengala.



### SIN QUERER QUERIENDO

• Hebe Carvajal  
• V. Valle x O  
• E. Frías, Qui

Se trata de un artículo o anuncio relacionado con los nombres mencionados.

### En la Florida Le Cayeron del Cielo 50 Kilos de Marihuana

Se reportó un accidente en la Florida donde cayó del cielo una gran cantidad de marihuana.

### Infiere el Sexo en la Campaña de Aeronáutica

Se critica la campaña de aeronáutica por su enfoque en temas de sexo.

acontece lo mismo en un centro lujoso como Perisur , eso sí es noticia y conviene destacarlo. Por cierto, la acción de decomisar contrabando también se ejecutó en Tepito, pero de ella sólo se habla en un sobretítulo: "Además de un Tepitazo". El subtítulo es explicativo: "Decomisaron millones en artículos electrónicos".

Elementos: Tal como se mencionó arriba, el encabezado comprende título, sobretítulo y subtítulo.

PRESENTACIÓN: El tipo de letra es mayor de lo normal en la primera plana, después disminuye. Se menciona la fuente: dos reporteros.

FOTOGRAFÍA: No hay

TEXTO:

Lo primero que destaca es el uso de términos como "fayucazo", "tepitazo", que no existen en el diccionario, pero sí son del dominio público. Es a veces mediante el uso de estas palabras como se justifica que un medio de información es popular, es para el pueblo, pues habla el lenguaje del pueblo.

Según el texto, "en forma sorpresiva, elementos de diversas corporaciones policíacas [no dice cuáles] iniciaron una 'limpia' de fayuca en el lujoso centro comercial Perisur y en el populoso barrio de Tepito". Estas dos ideas, que representan una antítesis -ilustrar algo con su contrario-, se manejan a lo largo de la nota. Perisur, el lugar lujoso, donde los clientes reaccionan con "azoro y pánico" y con "mirada incréd-

dula", ante un hecho tan inusitado.

En Perisur hubo una "limpia de mercancía extranjera"; en Tepito fueron "detenidos veinte distribuidores de fayuca". En Perisur la acción policiaca de confiscar fue precedida de una vigilancia "para planear el golpe"; en Tepito, sin vigilancia, "las calles fueron registradas y la 'fayuca' decomisada". En Tepito, "no se trata de sembrar el pánico entre los habitantes de tan populoso barrio", sin embargo, "seguirán siendo perseguidos".

Nos encontramos nuevamente con sujetos "armados hasta los dientes", igual que los porros "delincuentes" de una nota aparecida días antes (69). Pero antes de que pudiera pensarse que los policías son delincuentes se hace la aclaración: "a los comerciantes que demostraron una legal importación de los artículos les fue devuelta la mercancía." La policía, como puede apreciarse, es muy honrada.

Sábado 10 de enero de 1981

"LA GRIPE ;ATACA DE NUEVO;"

Hecho: Epidemia de gripe provocada por el clima frío imperante en el país.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Comaginación: Encabezado en la primera plana, a ocho columnas. La nota se inicia en la mitad inferior derecha de la primera plana, y pasa a la página 6, donde se presenta a una columna.  
Superficie: 626.5 cms<sup>2</sup>: 478.5 cms<sup>2</sup> (76.38%) de cabeza; 148 cms<sup>2</sup> (23.62%) de texto.



# Lefebvre Aislado en Oaxaca

# "SEGUIRE EN MEXICO"

**Venta Masiva de Medicinas**

# LA GRIPE

# ¡Ataca de Nuevo!

**OPORTUNIDADES**

### En EEUU se Agrava la Epidemia

El número de casos de gripe en los Estados Unidos continúa aumentando a un ritmo alarmante. Los médicos reportan que la enfermedad se está propagando rápidamente entre la población, especialmente entre los niños y los ancianos. Se recomienda el uso de vacunas y medidas de higiene personal para reducir el riesgo de contagio.

### TORRENTON



Un paisaje rural en Torreon, Coahuila.

### Grave Ausentismo Escolar

Las autoridades educativas de Torreon reportan un grave problema de ausentismo escolar durante la temporada de gripe. Muchos niños no asisten a las escuelas debido a sus síntomas, lo que afecta el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se están tomando medidas para reducir la propagación de la enfermedad en las escuelas.

### Max Involuo PAVOR POR LA NIEBLA

En Torreon, Coahuila, se registró un caso de maxilofaringitis, una enfermedad que causa inflamación y dolor en la garganta y la boca. Los afectados experimentan dificultades para tragar y hablar. Se recomienda el uso de antibióticos y analgésicos para tratar los síntomas.

### In Tepic: "Agarron

## A LOS POLLOS GORDOS"

### En Estados Unidos

### Hasta en la Cocina se Mete el Gobierno

El gobierno de los Estados Unidos ha implementado nuevas regulaciones para garantizar la seguridad alimentaria. Estas medidas incluyen el monitoreo de los niveles de contaminación en los alimentos y la implementación de protocolos estrictos de higiene en las cocinas comerciales y residenciales.



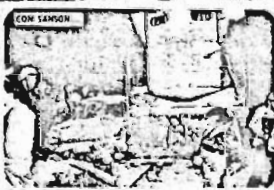
**Fiebra en Bolivia por la Piramides**

Se reportó un caso de fiebre en Bolivia asociado con la visita a las pirámides de Tiwanaku. Los investigadores sugieren que la enfermedad podría estar relacionada con la exposición a ciertos microorganismos presentes en el entorno arqueológico.

**Niño Dignoso**

Un niño de nombre Khruvach Quiso fue el protagonista de un documental que muestra su vida y sus aspiraciones. El documental destaca su talento y su capacidad para superar las adversidades de su entorno.

### CON SANGRE



Un trabajador agrícola en un campo de cultivo.



**La Alegría de ser Maduro**

Un artículo que celebra la cultura y la música de la región de Ja. Destaca la importancia de la música en la vida cotidiana de la comunidad y cómo contribuye a su identidad y bienestar.

### Decomisan Foyuca

## Ahora... Polancazo

Hubo Sople y Valaron los Grandes

Un artículo que describe un evento cultural o deportivo en Foyuca. Menciona la participación de grupos locales y la celebración de actividades que fortalecen el sentido de comunidad y orgullo por la región.

**TITULADO:**

**Importancia:** La importancia real y relativa está compartida con una nota sobre Lefebvre (70), pues ambos encabezados tienen la misma extensión e igual número de columnas.

**Contenido:** Sensacionalista. Se recurre a la fetichización de una enfermedad; se crea un clima de pavor, como si la gripe fuera un monstruo.

**Elementos:** No hay sobretítulo, sólo subtítulo: "Grave ausentismo escolar".

**PRESENTACION:**

Esta nota en realidad no está bien sustentada. No interesa que en algunos días no surjan notas verdaderamente interesantes; entonces, es necesario inventarlas, si no la nota, al menos el encabezado.

**FOTOGRAFIA:** No hay.

**TEXTO:**

Todo el tiempo se aprecia un tono de alarma, por ejemplo: "terrible invierno", "temperaturas consideradas como las más extremas de los últimos tiempos", "nos azota una severa epidemia de gripe", "el DF convertido en una verdadera congeladora".

Se señala que el "50% de la población escolar, independientemente de los millones de adultos que han enfermado, no han asistido a clases por las gripes y hasta pulmonías". A la vista de tal información, se supone que fue una epidemia que en verdad diezmó a la población y debiera figurar en los anales de la

historia nacional. Aquí se advierte el recurso de ampliación, ya que no había por el momento otra noticia con qué entretener al lector; recuérdese que la otra nota principal, la de Lefebvre, comenzaba a volverse, después de aparecer tres días, redundante.

Se informa también que: "Obviamente las enfermedades de las vías respiratorias han afectado con más crudeza a las zonas más pobres de la capital del país, haciendo honor a la frase de que 'al perro más flaco se le cargan las pulgas'." Continúa la fetichización: "las enfermedades atacan".

Los reporteros además sostienen que "la miseria va, por lo general, agarrada de la mano con las enfermedades y causando verdaderos estragos". Con ello, los reporteros ponen de relieve su honda preocupación por el género humano, pero no se atreven a insinuar siquiera las causas de esa pobreza que obliga a las "clases necesitadas" a "asistir casi desnudas a clases". A lo largo de la nota no se menciona si las autoridades han implementado algún plan de asistencia social, o si los afectados por tan "terrible epidemia" pueden recibir ayuda médica, sobre todo aquéllos afectados de "pulmonía".

Ha quedado expuesto, en seis casos concretos, cómo opera el proceso de semantización periodística de la realidad, proceso para el cual se cuenta con tres tipos de códigos: paralingüístico o tipográfico, icónico y lingüístico. Los signos y la forma de combinar se ajustan a dos operaciones básicas: selección y combinación.

En Ovaciones, 2a. edición, a través de una operación inicial de selección, se asignó la categoría de las noticias más importantes

de la semana a temas tan variados como la entrevista de dos mandatarios, la irrupción de vorros a un plantel escolar, la visita de un obispo disidente o una epidemia de gripe. Una vez realizada tal selección, se procedió a la elaboración vertiginosa del mensaje, a la codificación que permitiría a los lectores conocer el hecho. "Las técnicas de información modernas consisten pues en 'decirlo todo' y 'conocerlo todo' en 'nada de tiempo' [...]. Los términos de codificación y descodificación se acercan indefinidamente a cero, como si se viviera en la cosa informada sin que sea necesario comprenderla." (71)

Todas las notas tienen, a pesar de su aparente disparidad, un elemento en común: haber sido seleccionadas para, una vez sufrido el proceso de semantización, ser dadas a conocer a miles de lectores. ¿Qué importancia reviste este proceso para la sociedad mexicana, mejor dicho, para la clase que en ella detenta el poder? Este aspecto forma parte de la valoración ideológica del diario, a la que se dedicará el siguiente capítulo.

## Notas

- (1) José María Casasús. Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 99
- (2) Ibidem, p. 65
- (3) cfr. Pierre Guiraud. La semántica, p. 20
- (4) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la información, p. 188
- (5) cfr. Miquel de Moragas. Semiótica y comunicación de masas, p. 94
- (6) Maurice Mouillaud. op. cit., p. 38
- (7) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 159
- (8) Maurice Mouillaud. op. cit., p. 38
- (9) Jacques Kayser. El diario francés, p. 162
- (10) Ibidem, p. 162
- (11) Pedro Orive y Concha Fagoaga. La especialización en el periodismo, p. 15
- (12) Violette Morin. Tratamiento periodístico de la información, p. 15
- (13) cfr. Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 151
- (14) Gisèle Freund. La fotografía como documento social, p. 96
- (15) cfr. Paolo Gasparini y Edmundo Desnoes. Para verte mejor, América Latina, p. 98-99
- (16) Ibidem, p. 86
- (17) Antonio Delhumeau. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad y Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 79
- (18) Umberto Eco. "Los códigos visuales", en Semiótica de la imagen en la comunicación colectiva, p. 62
- (19) Gisèle Freund. op. cit., p. 142
- (20) Roland Barthes. "El mensaje fotográfico", en La semiología, pp. 115-126
- (21) cfr. Roman Jakobson. Ensayos de lingüística general, pp. 352-360

- (22) Ferdinand de Saussure. Curso de lingüística general, p. 57
- (23) Salvador Flores Llamas. "Hablaron sin tapujos", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 1
- (24) Víctor Sánchez Baños. "¡Aguas!; Lefebvre viene al D.V.", en Ovaciones, 2a. ed., 9-I-81, p. 1
- (25) Roland Barthes. "Elementos de semiología", en La semiología, pp. 15-69
- (26) "El gobierno de Zacatecas tributa honor a sus héroes", en Ovaciones, 2a. ed., 6-I-81, p. 8
- (27) Teun A. van Dijk. Estructura y funciones del discurso, p. 26
- (28) Idolina Moguel y Graciela Murillo. Nociones de lingüística estructural, p. 39
- (29) José María Casasús. op. cit., p. 101
- (30) Charles Morris. La significación y lo significativo, p. 96
- (31) Alberto Espejo. Lenguaje, pensamiento y realidad, p. 84
- (32) "Matarili Lirilón", en Ovaciones, 2a. ed., 10-I-81, p.12
- (33) Camilo Taufic. op. cit., p. 59
- (34) cfr. José María Casasús. op. cit., p. 68
- (35) cfr. Teun A. van Dijk. op. cit., p. 48
- (36) Daniel Prieto Castillo. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 96
- (37) Raúl Rivadeneira Prada. La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio, p. 143
- (38) Raúl Rivadeneira Prada. Periodismo. La teoría general..., p. 191
- (39) Camilo Taufic. op. cit., p. 77
- (40) Raúl Rivadeneira Prada. op. cit., p. 191
- (41) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 166
- (42) Daniel Prieto Castillo. Retórica y manipulación masiva, p. 30
- (43) cfr. Ibidem, pp. 35-38

- (44) Gabriel Castillo García. "Secuestran a 10 niños en la Merced", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 13
- (45) Luis Mayen Vargas. "Que el frijol subirá hasta \$30.00 kilo", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 1
- (46) Norberto Emilio de Aquino. "JLP presidió los actos del día de la enfermera", en Ovaciones, 2a. ed., 6-I-81, p. 9
- (47) Carlos Alvarez y Javier Alvarez. "Indebidamente cobran el IVA en la 'Extra'", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 6
- (48) Carlos Alva Brito. "Cayó un taxista violador", en Ovaciones, 2a. ed., 8-I-81, p. 13
- (49) "Un 'peligro' la política exterior de James Carter", en Ovaciones, 2a. ed., 9-I-81, p. 8
- (50) Alejandro Abrego. "'Narcos' y policías en cruenta balacera", en Ovaciones, 2a. ed., 9-I-81, p. 13
- (51) "Matarili Lirilón", en Ovaciones, 2a. ed., 9-I-81, p. 13
- (52) Víctor Sánchez. "Se alborotan las sotanas", en Ovaciones, 2a. ed., 8-I-81, p. 6
- (53) Angel Madrid. "Vacacionistas en la ruina", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 1
- (54) "Esperan 40 años de cárcel al Chacal de Peralvillo", en Ovaciones, 2a. ed., 10-I-81, p. 12
- (55) Norberto de Aquino y Adelfo Torres Pando. "La gripe ataca de nuevo", en Ovaciones, 2a. ed., 10-I-81, p. 1
- (56) cfr. Juan Somavía. "La estructura transnacional de poder y la información internacional", en La información en el nuevo orden internacional, pp. 38-39
- (57) "Loco Mundo", en Ovaciones, 2a. ed., 10-I-81, p. 1
- (58) Miguel Angel Rocha. "Agarren a los pollos gordos", en Ovaciones 2a. ed., 10-I-81, p. 1
- (59) "Ultimo albur por los rehenes", en Ovaciones, 2a. ed., 8-I-81, p. 1
- (60) cfr. Manuel Vázquez Montalbán. "Oculencia o miseria en la información. La descontextualización histórica de las noticias", en La información en el nuevo..., p. 223

- (61) Miguel A. Rocha Valencia. "El chupeteador 'pulpo' camionero seguirá explotando a sus choferes", en Ovaciones, 2a. ed., 8-I-81, p. 1
- (62) Salvador Flores Llamas. "Hablaron sin tapujos", en Ovaciones, 2a. ed., 5-I-81, p. 1
- (63) Alejandro Abrego. "Perdón a Ríos Camarena", en Ovaciones, 2a. ed., 7-I-81, p. 1
- (64) Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo. Trampas de la información y neocolonialismo, p. 175
- (65) Pierre Ansart. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en Sociología del discurso político, p. 25
- (66) Maurice Mouillaud. op. cit., p. 6
- (67) Pequeño Larousse en color, p. 859
- (68) William L. Rivers, en Varios autores, El reportaje.
- (69) Víctor Sánchez Baños. "Porros al abordaje", en Ovaciones, 2a. ed., 6-I-81, p. 1
- (70) Víctor Sánchez Baños. "Seguiré en México", en Ovaciones, 2a. ed., 10-I-81, p. 1
- (71) Violette Morin. op. cit., p. 151



## 6. VALORACIÓN IDEOLÓGICA DEL DIARIO

En esta etapa del análisis, el diario ha sido ya objeto de una disección, tanto morfológica como de contenido. Se han evaluado sus grandes superficies: publicitaria, administrativa y redaccional; de ésta fueron clasificados los mensajes, según género periodístico, fuente, origen y materia. El contenido lingüístico, icónico y tipográfico ha sido analizado de manera general y, específicamente, en algunos mensajes seleccionados.

En cierta forma, se ha alcanzado lo que Marx señala como la apropiación pormenorizada del objeto, "analizar sus distintas formas de desarrollo y rastrear su nexo interno." (1) Esta fase se refiere al modo de investigación. Para la fase de exposición, Marx propone que deben tomarse en cuenta los factores que rodean al fenómeno objeto de estudio. La exposición, sin lugar a dudas, resulta una tarea compleja, principalmente en vista de tantos factores, en tiempo y en espacio, que rodean a cualquier fenómeno social. Por ello, sería casi imposible -al menos en este trabajo- lograr una exposición exhaustiva, que abarque todos los elementos en torno a la existencia de Q-v-a-c-i-o-n-e-s, 2a. edición.

Se pretende retomar la información manejada a lo largo y ofrecer un desenlace coherente. Desenlace coherente en la medida que plantee la posibilidad de revertir los resultados de la investigación hacia algo más positivo que la crítica amarga; encontrar, en el seno del diario, las alternativas para la comunicación alternativa.

5.1. Ovaciones, 2a. edición, semantiza lo que otros callan

Los dos elementos esenciales que habrán de considerarse para desarrollar este apartado son: la realidad por un lado, y la misión periodística de reflejar tal realidad. Cuando estos dos elementos se encuentran en estrecha vinculación, la operación de semantización pasa a jugar un papel importante.

¿Cómo se desarrolla en Ovaciones, 2a. edición tal proceso de semantización? ¿Pueden apreciarse constantes en dicho proceso? ¿Cuáles son los resultados de la semantización? Estas interrogantes han estado presentes a lo largo de la investigación; sin embargo, no está por demás insistir en las mismas, incluso hasta incurrir en la redundancia. ¿Acaso el uso de la retórica debe restringirse sólo a quienes detentan el poder de los medios de información?

En la Ciudad de México circulan alrededor de treinta periódicos diarios; de éstos, casi la tercera parte salen a la luz a partir del mediodía. Existe uniformidad entre ellos: grandes titulares, pocas páginas, abundancia de gráficas y, en ocasiones, el uso del color. En cuanto al contenido, tienen también sus uniformidades: predominio de la información sobre la opinión; predilección por ciertos temas -nota roja, sociales, deportes-; apoyo declarado al gobierno, etc. (cfr. supra. cap. 3.3.). Tales similitudes no son casuales, se deben a que los diarios de gran circulación constituyen especies dominantes dentro de la ecología de los medios informativos, especies dominantes transmisoras de discurso autoritario. Dada esa semejanza en origen o, lo que es lo mismo, esa coincidencia de intereses -defensa de la clase en el poder-, para la elaboración de sus mensajes se actúa dentro de ciertos límites. Límites que aunque no

estén marcados de forma explícita, se siente su influencia, se aprecia el respeto que por los mismos tienen, en su mayoría, los codificadores encargados de representar la realidad.

En el comportamiento seguido en Ovaciones, 2a. edición para dar a conocer la realidad se observan las siguientes actitudes básicas:

Aparentemente, no es misión fácil aprehender la compleja, cambiante, contradictoria e inestable realidad en el ámbito de doce o hasta ocho páginas, peor aún cuando gran parte de esta superficie está destinada a otros fines: publicitarios, por ejemplo. Sin embargo, quienes deben llevar a cabo tal misión ven, hasta cierto punto, facilitada su labor por los siguientes motivos:

No deben dar a conocer toda la realidad -lo cual sería imposible, sino sólo aquellos sucesos que posean los suficientes factores de interés como para convertirse en noticias. Existe una especie de código que determina de antemano qué hechos son noticias; ello dependerá de factores tales como la proximidad, la extensión, la trascendencia o lo insólito. Tanto es así que en ocasiones una noticia puede ser fabricada; el periodismo se vuelve más real que la realidad.

Cuando se fabrica una noticia no necesariamente se basa en un hecho falso, lo que sucede es que se reviste a éste de una importancia que no tiene. Por ejemplo, como principal gancho para vender el diario se hace de cualquier hecho noticioso un acontecimiento sumamente trascendental.

Otro factor que facilita su labor es que en esta sociedad, con tal de lograr hasta el máximo un estado no cambiante, la evolución que sufre la realidad es manejada a la conveniencia de la clase en el poder. Para lograr una sociedad sin cambios efectivos -que se

traducen en amenazas de revolución y, por lo tanto, de desequilibrio social- mientras menos enterados estén los habitantes de lo que ver daderamente ocurre, menores serán sus posibilidades de actuar para el cambio. Por ello, en Ovaciones, 2a. edición se repiten día con día y en esencia los mismos temas, se alaba y aclama a los mismos funcio narios, se condena a los mismos elementos disfuncionales -llámense sádicos criminales, policías corruptos, porros, comerciantes voraces- y recomienda las mismas actitudes enajenantes y consumistas.

Asimismo, el diario sirve como medio de difundir pautas de conducta recomendadas por otros aparatos ideológicos de Estado: Iglesia, derecho, educación, etc. Para ello cuenta con numerosos recursos de semantización, donde se promueven y aplauden las conductas adecuadas, en tanto que se censuran aquéllas que pudieran debilitar la misión de los aparatos ideológicos.

Otro factor que colabora en la difícil misión de estos codificadores es la objetividad, término ambiguo y utópico, que tan pronto es un impedimento como se convierte en un cómodo auxiliar. Los periodistas de Ovaciones, 2a. edición no se ven ajenos a la reiterada necesidad de manejar la información con objetividad; prueba de ello es el alto porcentaje ocupado por la nota informativa, género objetivo por excelencia.

Con base en el argumento de la objetividad, los periodistas pueden lavarse las manos -por así decirlo-, ya que ellos no hacen más que transmitir fielmente la realidad. Las notas informativas que elaboran no pueden, por tanto, ser puestas en tela de juicio ni deben ser tachadas de parciales o enajenantes.

Ahora bien, la ambigüedad del término entra en juego si se considera que no pocos comunicólogos y codificadores expresan la idea

de que la objetividad es prácticamente imposible -juicio que parece ser el correcto-. De acuerdo con esta defensa de la no objetividad, son inútiles las acusaciones que se vierten sobre la información -incluso la contenida en Ovaciones, 2a. edición- como un proceso a través del cual se transmite la ideología dominante y se inculcan visiones falsas del mundo en que vivimos. No existe un proceso intencionado detrás de la información; lo que sucede -y así podrían justificarse los codificadores de Ovaciones, 2a. edición- es que la información no puede ser objetiva, forzosamente se cuele el subjetivismo de quienes la elaboran. En tal caso es necesario considerar quiénes ejercen un monopolio sobre la elaboración del diario; al respecto, en el registro de identificación y en el expediente de identidad (cf. supra. cap. 3.4.) ya pudo apreciarse la tendencia ideológica de derecha del diario, así como el sistema de sociedad anónima que lo rige, a cuya cabeza se encuentran los intereses de la clase en el poder.

Otro factor que ayuda a los codificadores de Ovaciones, 2a. edición es que de antemano el diario goza de aceptación, lo cual se comprueba con el elevado tiraje. Como especie dominante que es, tiene el suficiente poder para que gran cantidad de lectores acudan a sus páginas con el fin de enterarse de lo que sucede a su alrededor; la información contenida en sus páginas goza desde el primer momento del factor de credibilidad.

La labor de los codificadores se ve facilitada por la existencia de distintos tipos de lenguaje periodístico: icónico, tipográfico, escrito, con una amplia gama de signos para exoresar los sucesos. Ya se ha visto cómo en el diario se echa mano de todos ellos -y en especial y peculiar manera de los recursos tipográficos- para con-

ferirle a un hecho noticioso la categoría de acontecimiento de suma trascendencia. Los tres tipos de lenguaje se convierten así en la materia prima esencial con la que habrán de contar para aprehender y semantizar la realidad.

Por último, a lo largo de su historia, el periodismo ha generado y desarrollado distintas formas de estructurar y representar los hechos, formas que taxonómicamente se identifican como géneros de opinión. Estos géneros son empleados por los codificadores de Ovaciones, 2a. edición para manejar la información de la manera que mejor convenga a los intereses de la clase a la cual sirve. Por ejemplo, si desea difundir algo de forma suficientemente breve para suscitar una reacción, sin necesidad de dar demasiados datos, investigar o comprometerse, recurre a la nota informativa -a cargo de reporteros o, más fácil aún, fabricada por agencias informativas. Ésta, con su sencilla estructura de pirámide invertida, no exige más que responder al qué, cómo, cuándo, dónde y por qué, e incluso hasta se pueden dejar de lado algunas de tales incógnitas.

Si, por el contrario, lo que se pretende es suscitar una reacción y avalar una noticia con su propio nombre, puede hacerse uso de la columna y, dentro de ésta, existen varios tipos a su disposición, desde la rígida columna editorial, hasta la columna de chismografía; de esta última, por cierto, se nota una gran aceptación en el diario.

Si se necesita informar un hecho cuya trascendencia requiera de la voz autorizada de un gran personaje, disponen de la entrevista; con ella es posible poner en boca de un importante funcionario, de un bondadoso párroco, de un popular cantante, de una bella actriz, etc., todo cuanto sea necesario conocer acerca del hecho.

No terminan aquí los múltiples recursos de semantización de los codificadores del diario. Por ejemplo, pueden también omitir la fuente en las notas o artículos; mecanismo que tiene varias finalidades: disfrazar la noticia cuando es inserción pagada; convertirse en vocero no declarado de las versiones oficiales; o, inclusive, facilitar su labor al realizar una copia o refrito de material de otro medio de información.

Todos estos recursos se agrupan en criterios constantes de selección y combinación de signos, los cuales no son producto del azar: es necesario "discernir detrás de todas las frases, declaraciones y promesas morales, religiosas, políticas y sociales los intereses de una y otra clase." (2) En efecto, pudo comprobarse a través del análisis morfológico y estructural del contenido cómo detrás de la información se encuentra una ideología que censura ciertas actitudes y apoya y fomenta otras. Todo esto no es motivo de sorpresa, pues en el diario "[...] su poder no le viene de sí mismo. Le viene de la formación social en que circula. Porque la formación social es así y no de otra manera, el texto puede ser así y no de otra manera." (3)

La columna vertebral determinante del proceso de semantización en Ovaciones, 2a. edición es la existencia de una ideología dominante. La elaboración de noticias se convierte, pues, en un proceso que no puede mantenerse al margen de tal ideología. "No se trata de plantear que toda ideología lleva necesariamente a una interpretación deformada de la realidad, sino más bien de concluir que no existe posibilidad de imparcialidad en la interpretación de los hechos sociales." (4)

Para los codificadores de Ovaciones, 2a. edición mantenerse

dentro de los límites de la ideología dominante será de más importancia que el apego al referente -porción de realidad a la que alu de el mensaje. Por ejemplo, si deben informar sobre alguna medida gubernamental, perciben de antemano la necesidad de adularla, apoyarla, aun cuando se deje de lado un análisis exhaustivo de sus implicaciones y posibles consecuencias.

Cada ejemplar de Ovaciones, 2a. edición puede ser calificado como "ese show que llaman información. Es quizá en un mundo cada día más agrio y serio la única fiesta permitida, la gran fiesta de la masa, tan llena de ilusión como de frustración, tan programada y artificial como todo el resto de vida consumida." (5)

La información, "programada y artificial", se convierte en Ovaciones, 2a. edición en un proceso reiterativo; no importa cuánto cambie la realidad, cuánto se agudicen sus contradicciones sociales; los valores a defender y exponer serán, en esencia, los mismos. "Reconocimiento emotivo: de un lado la trivialidad, el no decir nada, el reiterar situaciones y palabras, el adjetivar, calificar como hace decenas de años; de otro, la vida cotidiana trivializada, reducida a la rutina impuesta por las relaciones sociales vigentes." (6)

El lenguaje -diestramente manejado por los codificadores del diario- se convierte en un arma de la clase dominante, a través de él se orquesta una visión de la realidad, de la cual se seleccionan ciertos hechos y se descartan otros. "Es más noticia un nacimiento de trillizos que una huelga, y es de acuerdo con el sensacionalismo de cada nota que muchos periódicos eligen el material que habrán de publicar." (7)

Las funciones que desempeña Ovaciones, 2a. edición se resumen



en propagandística -dar a conocer las pautas a seguir dentro de una sociedad- y mercantil. Esta última posee un doble carácter: por un lado, fomentar el consumismo, sustento de la estructura económica sobre la cual se apoya la sociedad; por otro, el propio diario constituye un negocio, a través de la venta de ejemplares y, principalmente, de la venta de espacio en sus páginas.

Para cumplir con la función mercantil, "se prefiere la 'cantidad' por sobre la 'calidad', porque cuanto mayor sea el número de los receptores, mayor será la influencia social de los emisores; cuanto más grande sea 'su' público, más crecerá su propio poderío." (8)

A través de la información periodística y de los mecanismos que han implantado, mejorado y generalizado los codificadores del diario -mecanismos cada vez más sutiles- es posible dar a la realidad el giro que conviene; un suceso de alta peligrosidad para el sistema es, por así decirlo, domado a través de la semantización para que al ser dado a conocer no sea más que un inofensivo dato que ~~en~~ nada afectará a la tranquilidad de la ciudadanía lectora del diario. De allí proviene el encabezado de este apartado, "Qu-vaciones, 2a. edición semantiza lo que otros callan", el cual parafrasea aquel conocido slogan de La Prensa, "el periódico que dice lo que otros callan", donde el verbo "dice" resulta restringido para lo aquí expuesto.

Dentro de los mecanismos de semantización periodística existe otro, nada despreciable, y que consiste, lisa y llanamente, en el silencio. En efecto, para evitar la molestia que implica la codificación de la realidad, y disminuir los riesgos de una toma de conciencia, los codificadores optan por callar aquellos sucesos que

contradican y ponen en peligro al sistema. Por razones obvias, el mecanismo de semantización a través del silencio no salió a la luz en el análisis del lenguaje en Ovaciones, 2a. edición. En el siguiente apartado se hará una breve revisión a algunos sucesos no registrados por el diario.

## 5.2. Sucedio y no se dijo

"¿Pero qué pasa en el gran diario burgués cuando hay una manifestación de obreros en huelga, en una ciudad X, cuyos habitantes -aunque no sea por motivos políticos- sienten una angustiada curiosidad por saber exactamente lo que ocurrió?" ¿Se les entrega la información completa y veraz tan ansiosamente aguardada? ¿O se les oculta o se les tergiversa lo que realmente ocurrió?" (9)

Con estas interrogantes del ya varias veces citado Taufic se inicia este apartado, con especial énfasis en la frase "se les oculta". Para lograr un acercamiento a los hechos sobre los cuales se guardó silencio en Ovaciones, 2a. edición, se revisaron tres diarios nacionales (10): Unomásuno, El Día y El Universal. Con sólo tres diarios no es posible obtener una relación exhaustiva de todo cuanto sucedió en el mundo en el lapso de seis días; es más, tal labor sería difícil aun si se consultasen todos los diarios de nuestro país. Sin embargo -a pesar de ser una muestra reducida-, por tratarse de publicaciones con diversas tendencias ideológicas y políticas informativas sí fue posible constatar buen número de hechos no registrados en las páginas de Ovaciones, 2a. edición.

Tales hechos serán expuestos según el origen, de local a inter

nacional. Después de cada uno se citan el o los diarios que los dieron a conocer; para ello, bastó con que el diario lo incluyera, sin importar que fuera a una o dos columnas o lo relegaran a páginas de menor importancia. Sin duda, sería interesante saber cómo se semantizaban los hechos en cada diario; pero este paso rebasa, con mucho, los límites propuestos en esta investigación.

#### NOTAS LOCALES:

- Un millón de habitantes en Nezahualcóyotl, sin agua. (Unomásuno)  
A pesar de que esta noticia poseía para varios lectores potenciales de Ovaciones, vecinos del lugar, un claro factor de interés, es un tanto molesto reconocer que las cosas no marchan del todo bien en nuestra ciudad.
- Manifestación de once organizaciones estudiantiles y sindicales para protestar por el despido de 24 obreros de la empresa Industrias Arciniegas. (Unomásuno)
- Empleados de Laboratorios Merck emplazaron a huelga. (El Día)  
Sucesos similares; uno de ellos, con la participación de once organizaciones, nada insignificante. ¿Pero qué caso tiene ocuparse de dar a conocer noticias desagradables?

#### NOTAS NACIONALES:

- La Secretaría de Trabajo y Previsión Social lanzó repetidos llamados a los industriales y empresarios para que cumplan el pago de los recién implantados salarios mínimos. (Unomásuno, El Día, El Universal).

Aunque aparentemente comprometido con los intereses del gobierno, el diario -al igual que el gobierno- tiene fuertes e innegables nexos con el sector empresarial. No puede, por lo tanto, poner en evidencia sus fallas; por ejemplo, no cumplir con el salario mínimo.

- El calzado de piel natural aumentó de precio un 40%. (Unomásuno) Esta agresión a los derechos del consumidor no fue puesta en evidencia; paradójicamente, sí se protestó por el alza en hoteles y centros vacacionales, así como en los altos precios de los juguetes. Si se recuerda de nuevo al sentido común, ¿cuál de estas necesidades resultaría primordial?, ¿acaso los padres no podrían pensar en regalar a sus hijos calzado en lugar de juguetes?
- Quejas a causa de la confusión en el cobro del IVA. (Unomásuno, El Día, El Universal)  
A pesar del interés que tenía para los lectores el cobro del recién implantado impuesto, no se mencionaron las confusiones y contradicciones, lo cual habría servido de indudable guía para los lectores.
- Huelga en la Universidad Autónoma de Baja California y medidas represivas contra los huelguistas. (Unomásuno, El Día)  
Sucesos difíciles de semantizar: una huelga y, peor aún, la represión de la misma; es mejor, así se optó en el diario, el silencio.
- Los huelguistas de la Universidad Autónoma de Baja California se

posesionan ilegal y violentamente de las instalaciones. (El Universal).

A pesar de las diferencias entre esta noticia y la anterior, ambas se refieren al mismo hecho. Como puede apreciarse, en ocasiones el silencio no basta.

- Actos de violencia durante la toma de posesión en alcaldías de varias poblaciones en Oaxaca, Guerrero, Michoacán, Estado de México y Puebla. (Unomásuno, El Día)

Desde entonces, y como siempre, había que defender la legalidad del sistema electoral mexicano.

- El Sindicato Unico de Trabajadores de la Industria Nuclear anuncia pérdidas de más de 20 mil millones a causa del retraso de siete años en la construcción de la núcleo eléctrica de Laguna Verde, Veracruz. (Unomásuno, El Día)

Resultaba un poco molesto poner en evidencia la negligencia y el derroche de fondos que caracterizan a más de un proyecto oficial.

- Huelga de pescadores en Tepic, reprimida. (Unomásuno)

¿Quiénes se preocupan por pescadores en Tepic; peor aún, si éstos pretendían irse a huelga?

- La CTM anuncia, para 1981, 60 mil emplazamientos a huelga. (El Día)

Si resulta difícil semantizar una huelga, la labor se complica considerablemente si se trata de 60 mil, aunque sólo sean de emplazamiento.

- Retraso en los sueldos a maestros. (Unomásuno, El Día)  
No es de extrañar que en un diario donde la educación ocupa el último lugar, los maestros pasen desapercibidos.
  
- José Ángel Pescador, presidente del Consejo Nacional Técnico de Educación, declara que ninguna crisis amenaza al sistema educativo mexicano. (El Universal)  
Por suerte para la política del diario, al no haber ninguna crisis en la educación nacional, este tema puede ocupar sin problemas el último lugar que se le ha asignado.
  
- Joaquín Gamboa Pascoe, presidente de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, aseguró que se estudian las posibilidades para establecer el seguro de desempleo. (El Universal)  
Inexplicablemente, se guardó silencio sobre esta promesa, que habría llenado de optimismo -aunque falso- a miles de lectores desempleados o subempleados.
  
- Motín en el penal de Oblatos, Guanajuato, a causa de que se decomisó marihuana a dos presos. (Unomásuno)  
Al difundir esta noticia se habría puesto en evidencia la corrupción que está presente en el sistema penal mexicano, para dójicamente en las cárceles, donde no siemore se pone un buen ejemplo a los ya de por sí "nefastos ciudadanos".
  
- Explosiones en Ecatepec, Morelos, causadas por gases contenidos en las redes de drenaje. (Unomásuno)  
A pesar de ser una noticia que implicaba un factor de inte.

rés por constituir una catástrofe, al ser dada a conocer se corría el peligro de involucrar a algún o algunos funcionarios irresponsables.

- Tuvo lugar la ceremonia del "Fuego Nuevo" -realizada cada 52 años- en el Valle del Mezquital. (Unomásuno)  
Posiblemente, dentro de 52 años, la próxima ceremonia sí merezca espacio en el diario.
- México y Canadá sostienen pláticas, a través de sus respectivos ministros de Relaciones Exteriores, para lograr una cooperación en materia agropecuaria. (Unomásuno, El Día, El Universal)  
Aquí entra en juego la jerarquía de la información: es más importante una entrevista entre mandatarios, que entre los secretarios de Relaciones Exteriores; como también es más importante sostener pláticas con un gran potentado como Estados Unidos que con Canadá.
- Se giraron instrucciones a las misiones consulares de México en Estados Unidos para proteger a indocumentados. (Unomásuno, El Día)  
En el contexto, ya mencionado, que Estados Unidos poseía esa semana en el diario, no podía acusarse a este país de dejar sin protección a los indocumentados; habría significado una contradicción con "las cruzadas para ganar amigos".
- Intercambio comercial México-Cuba. (El Día)
- Importación de carne guatemalteca (El Día)
- Gira del ministro de Comercio de Suecia a México (Unomásuno, El

Día, El Universal)

Nuevamente, entra en juego la jerarquización de los hechos; ante la presencia de Estados Unidos y su mandatario, no se dispone de espacio para los demás países.

NOTAS INTERNACIONALES:

- 500 ex-guardias somocistas penetraron en El Salvador; llamados del pueblo para sumarse a la lucha. (Unomásuno, El Día, El Universal)

El Salvador es un país que desde entonces y hasta la fecha libra un proceso revolucionario, que se suma al movimiento que tuvo lugar en Nicaragua, y que tiene lugar en Guatemala; todos ellos se traducen en manifestaciones de descontento contra las dictaduras imperialistas en Latinoamérica.

- Huelga general en la ciudad de Iquitos, Perú. (Unomásuno, El Día, El Universal)

Aunque el sentido común indique que una huelga es una noticia más trascendental para nuestra sociedad que conocer cuál es el último grito de la moda en París, el mismo sentido común advierte que esta última noticia es más inofensiva que difundir una huelga. ¿Por qué? Porque en nuestro país las huelgas son también frecuentes y, tal vez, en un arranque de nacionalismo, ¿por qué hablar de huelgas en otros países -menos aún si son subdesarrollados- si no se habla de nuestras propias huelgas?

- En Chile, doce mujeres del grupo de familiares de presos políticos.



permanecen detenidas. (Unomásuno, El Día)

Es peligroso difundir noticias sobre los ataques a los derechos humanos, máxime cuando en ello se hallan involucrados intereses de países imperialistas -que al menos en esa semana eran "amigos"- que apoyan a las dictaduras militares.

- Piden legalizar el Partido Comunista Hondureño. (Unomásuno, El Día)

En el vecino país de Honduras estaba latente, y pedía ser legalizado, el fantasma del comunismo, elemento considerado altamente peligroso -obviamente- por las sociedades capitalistas.

- Alafide Foppa había sido recientemente secuestrada y existían aún esperanzas de que estuviese con vida. (Unomásuno, El Día, El Universal)

No se mencionó una sola palabra de lo que más tarde se confirmó como el asesinato de una intelectual guatemalteca y que se sumaría a tantos crímenes perpetrados en Guatemala. Aquí también, valía más guardar silencio sobre estas cruentas muestras de agresión a los más elementales derechos humanos.

- Indígenas del Paraguay en lucha por la tierra. (El Día)

A pesar de tratarse de un hecho no ajeno para nuestra propia realidad, más vale callarlo; a fin de cuentas, en nuestro país es un fenómeno común y corriente, y rara vez merece atención en el diario.

- Violencia en Brasil a causa de movimientos obreros (El Día, El U-

niversal)

Resulta preferible evitar temas como la violencia en países tercermundistas; mejor es ofrecer distracción y noticias agradables.

- Curso intensivo en Cuba para las Fuerzas Armadas Revolucionarias en La Habana y recaudación de fondos para comprar armas. (El Universal)

Aunque se trata de una noticia muy atractiva para la tendencia derechista, tal vez es mejor evitar al máximo temas acerca de países socialistas, máxime si están tan cercanos al nuestro.

- Anuncia Ronald Reagan que durante su administración Estados Unidos no reducirá su presupuesto bélico. (Unomásuno, El Día)
- Kissinger, ex-secretario de Estado, solicitó más intervención militar de Estados Unidos en Africa. (Unomásuno)
- Prepara Estados Unidos un ataque militar a Irán. (Unomásuno)
- Manifestación en Nueva York contra la carrera armamentista. (El Día)

Estados Unidos durante esa semana significaba, en el ámbito de Ovaciones, un país amigo, incluso su presidente electo se entrevistó, en forma cordial, con su homónimo mexicano. Difundir las actividades bélicas habría desvirtuado buena parte de la información que el diario proporcionó sobre la entrevista presidencial.

- El secretario adjunto de Educación de Estados Unidos denuncia que persiste la discriminación racial en las escuelas. (El Día)

En este caso, nuevamente se corría el peligro de deteriorar

la imagen de un país cuyos funcionarios emprendían una "cruzada por Latinoamérica" para ganar amigos.

- Crisis en el gobierno de Zimbabwe. (Unomásuno)
- Conferencias en la ONU para decidir la independencia de Namibia. (El Día)
- Angola denuncia agresiones de Estados Unidos y Gran Bretaña. (El Día)

El defecto de estos hechos fue que no reunían suficiente interés: Zimbabwe, Namibia, Angola..., posiblemente para algunos lectores estos nombres son menos familiares que los de varios actores de cine.

- En Francia el proceso electoral se encuentra en apogeo; las elecciones tendrán lugar dentro de cuatro meses. (Unomásuno, El Día)  
Como más tarde se supo, triunfó el candidato socialista, lo cual, en cierta forma, representaba una disfunción en el país de las modas y los grandes actores de cine.

- En Austria, más de 4,500 asilados políticos comunistas esperan recibir protección. (El Universal)

Al guardar silencio sobre esta noticia, el diario inexplicablemente dejó pasar una oportunidad para censurar al sistema socialista.

- El Banco Mundial anuló un crédito a la India. (El Universal)

En Ovaciones parecen no merecer atención los problemas económicos de países tanto o más subdesarrollados que el nuestro; tal vez bastante hay que decir sobre nuestros propios problemas.

A través de este breve repaso de algunos sucesos no registrados por Ovaciones, 2a. edición, puede apreciarse el silencio como mecanismo de semantización, orientado tanto por fines propagandísticos como mercantiles; recuérdese que la información es también una mercancía. "En esta ruleta de la información, Europa gana más en aumento. París, Londres y Roma cuentan con tantos enjambres de corresponsales extranjeros como Washington y Nueva York de europeos, porque aquí se producen los acontecimientos más importantes. ¿No afirman todos los redactores jefes de países desarrollados que sus lectores no tienen ningún interés por saber lo que pasa en África o en Iberoamérica, salvo en el caso de un secuestro diplomático? (preferido en la escala de espectacularidad a los golpes de Estado que, en estos países, son considerados como banales)" (11)

La cita anterior, aunque describe una situación imperante en la información en los países capitalistas, bien puede aplicarse a México, que en el terreno de la información —como en muchos otros— se ha convertido en fiel seguidor de la conducta de países capitalistas.

Respecto al silencio de información se observaron también dos aspectos que conviene resaltar: del año que recién había concluido (1980) no se presentó balance o juicio alguno, al menos en el terreno político o económico; como si se siguiera al pie de la letra el refrán de "año nuevo, vida nueva." ¿Para qué recordar errores pasados? Esto lleva al segundo aspecto: la realidad es vista, en términos generales, como algo que surge día a día, como si no existieran antecedentes, como si una declaración oficial, una entrevista presidencial, un intento de suicidio, un funcionario corrupto, fuese algo que naciera de la noche a la mañana.

En resumen, se dio a conocer una visión de la realidad y se evitó la producción de manifestaciones de descontento contra esa misma realidad. "Toda práctica persigue, a través del uso de ciertos medios, ya sea producir una realidad deseada que no se produce espontáneamente, o bien evitar la producción de una realidad no deseada que se produce espontáneamente. La realidad que una práctica persigue, ya sea al producir o al evitar, es el objetivo de dicha práctica." (12)

Se ha expuesto, pues, cómo a través de Ovaciones, 2a. edición se logran las evasiones de la realidad. Aquí se toca un punto muy importante que da pie al siguiente apartado: la información no es, ni con mucho, una panacea de la clase dominante para lograr su permanencia; la información, así como auxilia a otros aparatos ideológicos de Estado, debe también apoyarse en ellos.

### 6.3. Ovaciones, 2a. edición y la sociedad mexicana

Ya se ha visto cuáles son los criterios constantes que se siguen al semantizar la realidad con fines periodísticos; incluso se ha particularizado en el silencio total como uno de los mecanismos de semantización. Ahora bien, ¿cuál es la razón de ser y las consecuencias de tal estructuración de la realidad?

El tiraje de Ovaciones, 2a. edición, que fluctúa entre los 400,000 y los 600,000 ejemplares (cfr. suora. cap. 3.4.), convierte al diario en un poderoso mecanismo transmisor de ideología y, asimismo, en un fructífero negocio. "En efecto, desde que para el funcionamiento eficiente de un medio de comunicación (un periódico, por

ejemplo) es necesaria la inversión de capital, nos encontramos ante el peculiarísimo caso de una unidad de producción que genera plusvalía, oficia de reproductor ideológico y estimula -a través de la publicidad- el proceso de acumulación capitalista en su conjunto." (13)

La base económica de la sociedad capitalista: la producción, circulación y consumo de mercancías, se encuentra reflejada en el diario. Se trata de una mercancía, conformada a su vez por otras mercancías, -en el caso de los mensajes, mercancías ideológicas-, así como por un espacio que vende a los anunciantes, pertenecientes también, en su mayoría, a ese sector dueño de los medios de producción. El diario -la mercancía- se pone en circulación y se efectúa el consumo.

El consumo tendrá una aceptación dual: por un lado, se consumen ideas, visiones del mundo, pautas de conducta; por otro, a través de la publicidad, se fomentará un nuevo consumo: el de otras mercancías y servicios. "La forma que el diario impone al mundo es la forma que nos lo hace consumible: esa 'marca de fábrica' con que la racionalidad, el sentido, la lógica mercantil marca la producción y la circulación de las noticias. Desde su origen, el dispositivo moderno de la información estuvo conformado por la expansión del mercado, de tal manera que el proceso de producción de la noticia -la transformación de la noticia en producto industrial- es insoluble de la transformación en 'noticia' del proceso industrial de producción. Y sobre todo de circulación." (14)

En el diario, la imposición de modelos de consumo y de otras pautas de conducta trasciende los límites de la sociedad nacional: el diario se convierte también en vocero de moldes de vida de los países capitalistas -Estados Unidos, Francia, Inglaterra-. Y es que

entre la clase en el poder, surge de país a país una especie de hermandad, fincada en los intereses económicos mutuos, en los negocios transnacionales. "Dentro de las sociedades industriales y en las áreas urbanizadas de las sociedades en desarrollo, tiende a prevalecer en la época actual un continuo en el que las clases dominantes se idealizan a sí mismas o contemplan como prototipos a las clases privilegiadas de los países más ricos y fuertes; las clases medias se identifican con los modelos representados por las clases dominantes nacionales y extranjeras y las clases populares se esfuerzan por recrear las condiciones y pautas de vida social de las clases medias contempladas como prototipos en sus diversas versiones dentro de una sociedad." (15)

Aunque en Ovaciones, 2a. edición, por su clara definición pro-gubernamental, no es de esperarse que amerite severas medidas de control o censura estatales, no está por demás una revisión de cuáles son los mecanismos de control. En El poder de informar, Servan-Schreiber (16) menciona que el Estado recurre a:

- 1) Violencias físicas (cárcel, tortura);
- 2) Acciones judiciales;
- 3) Expropiaciones;
- 4) Censura;
- 5) Intimidaciones y amenazas;
- 6) Presiones financieras;
- 7) Secuestros de la maquinaria, equipo y diarios;
- 8) Las cenas oficiales (embute, como se le conoce en México);
- 9) Influencia de los anunciantes;
- 10) Monopolios y concentraciones;
- 11) Remuneraciones demasiado bajas.

A través de estas medidas, que fluctúan en intensidad, el Estado logra ejercer una clara influencia sobre los codificadores; así logra que éstos, al semantizar la realidad, no incurran en procedimientos indeseables para quienes detentan el poder.

Ovaciones, 2a. edición, por la forma en que estructura la información, los temas que elige como importantes, su lenguaje ágil y ameno, su material gráfico, desempeña, además de la función periódica, la de brindar entretenimiento. Diversión que se traduce en acaparamiento del tiempo de ocio de los lectores. "La relación entre tiempo de trabajo y tiempo libre, además, acentúa en la sociedad moderna esa enajenación, puesto que la jornada laboral se acorta progresivamente y las horas de 'no trabajo' -en aumento- se llenan cada día con más largas sesiones de entretención frente a la televisión u otras formas de comunicación masiva." (17)

¿De dónde proviene la necesidad de acaparar el tiempo de ocio? Esta interrogante posee dos respuestas: en primer lugar, se aprovecha el tiempo libre de la persona para darle su dosis diaria de ideología, se le alecciona sobre cómo marcha el mundo, qué debe comprar, se conforma la opinión favorable que debe guardar respecto a sus gobernantes, etc. Además, en tanto recibe tales lecciones, se evita el peligro de que el sujeto pudiese emplear el tiempo libre en salir de la enajenación a la que le somete el trabajo.

El hombre se convierte en una pieza de la maquinaria de producción capitalista; para subsistir debe vender su fuerza de trabajo, se enajena de ella. En tal operación, el hombre mismo se enajena de su propia persona: no sabe para quién produce, qué beneficios obtendrán otros de su trabajo. Una vez terminada la jornada, el hombre, aparentemente, queda libre de la conducta de robot: en su tiempo li



bre no necesita más vender su fuerza de trabajo, sea ésta material o intelectual. Aquí es donde intervienen los medios de información: cuando acaparan el tiempo de ocio, contribuyen a un mayor control sobre la vida cotidiana. "Una sociedad organizada clasistamente es necesariamente autoritaria. La supervivencia de quienes poseen el poder, de quienes se benefician directamente con el orden social vigente, depende de la planificación de la vida cotidiana de las mayorías." (18)

Si el hombre es un animal racional, sería de esperarse que, como tal, fuese consciente y actuase contra la represión y la exolotación de que es objeto. Tal toma de conciencia se torna difícil durante el tiempo en que el sujeto vende su fuerza de trabajo; de hecho, en ese momento, se convierte en un sujeto enajenado. Entonces, ¿qué pasa en el tiempo libre? El hombre, además de un animal racional, es un ser social. He aquí dos factores que brindan una excelente conjunción para suponer que la revolución social no se hará esperar. Sin embargo, ¿qué es lo que ocurre? "En aquellas sociedades donde los conflictos podrían renacer en todo momento por la distribución de los bienes económicos, de los bienes de poder, de los bienes de prestigio [...] las ideologías dominantes necesitan inculcarse con mucho cuidado." (19)

¿Qué significa inculcar con mucho cuidado la ideología dominante? El cuidado implica tanto la calidad como la cantidad: calidad en los mecanismos empleados --llámense información, educación, Iglesia, etc.--; cantidad, con relación al tiempo que debe bombardearse al hombre con tal ideología, tiempo que implica, por supuesto, al de ocio. Ovaciones, 2a. edición, como muestra de un medio de información dominante, pretende distraer a las personas, desviar

su atención de los verdaderos problemas, que dediquen su tiempo de ocio a conocer la vida de otros, permitirles "soñar y olvidar la existencia propia." (20) "La ideología dominante indica de manera más clara y más explícita el sentido de la vida común al establecer una función para cada quien y una identidad social, y al señalar las razones de las divisiones y las desigualdades." (21)

Esta imposición y transmisión de ideología dominante es una práctica que la clase en el poder no puede dejar de lado. Bien se trate de una situación de relativa calma política, como de una etapa conflictiva, el bombardeo es constante. "Tomaremos con más seriedad el esfuerzo permanente que hacen los ideólogos y todos los aparatos comprometidos en la reproducción de los mensajes conformados, si consideramos que el orden social no está amenazado sólo por conflictos abiertos, sino, a diario, por formas de oposición en gestación, donde la coyuntura pone en peligro, de manera permanente, a la reproducción social de las jerarquías impuestas." (22)

Claro está que en situaciones de inestabilidad o desequilibrio se intensifica la práctica de transmisiones de ideología, los medios pasan de la sutil persuasión a la represión. En situaciones de relativa estabilidad política, cada quien actúa convencido de que el lugar que tiene asignado es el único que podría corresponderle; los actos más repudiables son disfrazados y presentados como algo cotidiano, se finge la realidad. (23)

¿Qué interés puede subsistir para que se finja la realidad de la sociedad mexicana? Básicamente, el interés es disfrazar aquellos elementos que de por sí colocan al país en una situación de crisis. Entre ellos, cabe citar la desigualdad económica y social entre los mexicanos, el contraste entre el campo y la ciudad, el alto índice

de desempleo y subempleo -la tasa de desempleo es de 6.4%; la de subempleo, 50% (24)-, la deuda externa -que hasta hace poco sobre pasaba los 80,000 millones de dólares, y que ahora se ha convertido en una de las más altas del mundo-, el estancamiento económico, la inflación, que repercute principalmente sobre los productos básicos, la dependencia con relación a los países imperialistas.

El cuadro no es muy halagador; para disfrazarlo, se recurre a los aparatos ideológicos de Estado, entre ellos, los medios de información. Ahora bien, para tal proceso se alecciona al individuo desde antes que se integre al proceso de producción; la educación, como aparato ideológico de Estado, llega a un punto de fusión con otros aparatos ideológicos. A partir del momento en que el niño comienza a ver los primeros programas de televisión, realiza el consumo de determinados productos, ingresará a ese ciclo de automatización antes mencionado. La información, la educación, el derecho, la Iglesia, se convertirán, paulatinamente, en medios de represión, no de liberación.

"El funcionamiento de la máquina política reposa sobre lo que creen los ciudadanos." (25) A fuerza de recibir una y otra vez los mismos mensajes, provengan éstos de los medios de información, de la escuela o de la Iglesia, el ciudadano termina por creer que las cosas marchan bien, que no podría ser de otra forma. El sujeto se ve inmerso en la acción de tales "instrumentos de ejecución de políticas de adormecimiento colectivo, de represión permanente [...] para estandarizarlo considerándolo como una pieza de la maquinaria de producción industrial en gran escala." (26)

La situación de opresión y explotación se convierte en un círculo vicioso: genera en el individuo la apatía y el conformismo que se

convierten en formidables tierras de cultivo para fomentar la opre-  
sión y la explotación. Se crea y se reproduce una situación cotidiana de enajenación; al individuo se le hace creer que no pudiera existir otra salida. "Dado ese contexto sociocultural, existe un gusto medio preexistente, es decir, común a la casi totalidad de la población. Para difundir el contenido de su mensaje, los medios de comunicación colectiva reflejan este gusto medio y utilizan -para ser captados- la expresión simbólica que todos deben entender. Tendrán pues una tendencia a adecuarse a ese contexto sociocultural para producirlo o reforzarlo." (27)

Todo lo anterior se resume con el concepto de programación social de los comportamientos, que consiste en que "todo lo que los individuos hacen o padecen está programado por la sociedad a la cual pertenecen. Los sectores individuales del comportamiento que pueden considerarse casuales, espontáneos, libres -es decir, en cierto sentido, no programados socialmente-, son mucho más limitados de lo que suele creerse. Incluso tales sectores del comportamiento se desarrollan sobre la base y bajo el influjo de programas sociales existentes, o hasta se sirven de éstos y no serían de ninguna manera comprensibles, ni siquiera identificables como casuales, espontáneos, libres o individuales, si no existieran programaciones sociales sobre los cuales medirlos." (28)

Éste es, pues, el panorama en el que tiene lugar la producción, circulación y consumo de Ovaciones, 2a. edición, junto a los 360,000 ejemplares de Esto, 298,424 de La Prensa, 268,000 de Excélsior, 249,000 de El Universal, 224,904 de Novedades, 209,000 de El Heraldo (29); sumado a los altos tirajes que alcanzan revistas como Telé-Guía, Selecciones, Notitas Musicales, Chicas, Caballero, amén de los

demás mensajes difundidos a través de la televisión, cine y radio, y al considerar, por supuesto, las demás expresiones que surgen de los otros aparatos ideológicos de Estado en nuestro país. "Partimos de un profundo convencimiento de que la superestructura es un elemento imprescindible no importa en qué sociedad, y en América existe hoy uno de los grandes campos de batalla. Los distintos estratos están actualmente comprometidos en la lucha secreta o abierta entre capitalismo y socialismo. Se crea con mayor fuerza cada día un sistema superestructural de información, orientación y control de los doscientos cincuenta millones de hombres del continente, una industria que recurre a la televisión, el cine, la prensa y la radio." (30)

Si bien un método de investigación debe culminar con la exposición de lo investigado, exposición que tomará en cuenta el contexto que envuelve al fenómeno, también es cierto que cualquier investigación -principalmente cuando es de tipo social- debe apuntar hacia la práctica, hacia acciones concretas. En este caso, tras la exposición de los resultados se considera imprescindible poner en evidencia algunos factores relacionados con las alternativas que existen con relación al fenómeno estudiado.

#### 4. Ovaciones, 2a. edición y las alternativas para la comunicación alternativa

Ante el panorama aparentemente desolador e invencible que se presenta para el individuo marginado en la sociedad capitalista, no todo está perdido. Existen alternativas de cambio, alternativas que no son necesariamente la revolución total de las estructuras, pero

que no por menos drásticas dejan de tomarse en cuenta.

En el caso específico de la información, aunque a través de los medios masivos, ésta haya perdido casi toda la esencia de la comunicación -su antecedente-, pueden darse salidas; la información puede convertirse, aunque en sólo pequeñas manifestaciones, en comunicación. De hecho, existen en nuestro país expresiones de tal comunicación alternativa, entre ellas, la prensa marginal. Aunque su poder resulta mínimo frente a los enormes tirajes de las especies dominantes, no por ello dejan de poseer un alto valor en el proceso de cambio social.

Los medios de información no son invencibles, como tampoco lo es la clase en el poder que los sustenta y controla; su influencia tampoco es drástica e inevitable. Por utópico que parezca, puede lograrse poco a poco un cambio en su esencia, hasta convertir a la información en un bien social, no una mercancía. "La información debe estar dirigida hacia la concientización de los ciudadanos, para asegurar la completa comprensión de los procesos económicos y políticos, sus conflictos inherentes en los niveles nacional e internacional, y su capacidad para participar en los procesos de toma de decisión. La información es a la vez una necesidad social y un elemento esencial del pleno ejercicio de los derechos humanos. Esta información debe ser un instrumento de liberación, y en los países industrializados, además, un medio para despojarse de los prejuicios etnocéntricos predominantes." (31)

El concepto de comunicación alternativa es más que una utopía: "De alguna manera el Tercer Mundo se encuentra hoy atrapado en una estructura transnacional de comunicaciones heredera de los valores y los poderes del pasado colonial. La diferencia con la trampa clásica

sica es que hoy importantes sectores del Tercer Mundo ya no son incautos, se dan cuenta de su existencia y no creen necesario seguir cayendo en ella. De ahí el surgimiento de fuertes presiones para fomentar el establecimiento de un Nuevo Orden Informativo Internacional que permita una democratización del poder de comunicar a nivel nacional e internacional." (32)

La revolución no puede darse sólo a través de introducir la comunicación alternativa; igualmente, ésta no debe esperar a que se consolide el proceso revolucionario. La comunicación alternativa no representa una panacea en pro del cambio social; lo que sí significa es un elemento de liberación paulatina del individuo, una salida de la diaria enajenación y represión de que es objeto.

Se comenzó este apartado con la propuesta de complementar la investigación con la práctica. Es aquí donde entra en cuestión un factor decisivo de la comunicación alternativa: ésta no es sólo cuestión de contenido, sino también de forma. Efectivamente, no se trata de decir cosas distintas de las que se difunden por los medios masivos, sino de saber cómo decirlas. Y es aquí donde estriba uno de los principales defectos e inconvenientes de la comunicación alternativa. "Para llegar a ellos [el pueblo, los obreros, los campesinos: los oprimidos] tenemos que usar un lenguaje distinto; no hablarles desde arriba, con superioridad -eso siempre fracasa-, sino usar un lenguaje honesto. [...] Lo que queremos crear es un lenguaje que explique las realidades políticas necesarias de una manera que todos puedan entender." (33)

La anterior no es, de ninguna manera, una nueva propuesta; desde tiempo atrás, Lenin, en Acerca de la prensa y la literatura, señaló: "¿Por qué no decir en 20 ó 10 renglones lo que ocupa 200 ó 400;

cosas tan simples, notorias, claras, suficientemente conocidas ya por la masa como la ruin traición de los mencheviques lacayos de la burguesía [...]? Es necesario hablar de ello, señalar cada hecho nuevo, pero no se trata de escribir artículos, repetir argumentos, sino de destacar en unos pocos renglones, 'en estilo telegráfico', las nuevas manifestaciones de esa vieja política, ya conocida y caracterizada." (34)

Entre los fines que apuntaba la investigación no se encontraba el de externar sólo amargas quejas contra la información, mejor dicho, contra quienes la detentan. Uno de los fines que debiera perseguir un comunicador sería contribuir al cambio, a la liberación del individuo. Sería mucho pedir que todo comunicador implemente un novedoso sistema de comunicación, que reúna los requisitos de producción, circulación y consumo que lo sitúen a la altura de cualquier mensaje dominante. Lo que sí es justo, y necesario, es pedir que el análisis de cualquier mensaje se traduzca posteriormente en poner a la luz los elementos de semantización a los que recurren los codificadores de la clase en el poder, y que pudieran emplearse en comunicación alternativa.

De lo anterior se exige una aclaración: la crítica es contra quienes detentan el poder de los medios de información; contrario a lo que señaló McLuhan éstos no son el mensaje. Así pues, la investigación sería ociosa si no se señala que gran parte del éxito de Ovaciones, 2a. edición se debe precisamente a ese lenguaje, escrito, tipográfico o icónico, que logra un acercamiento con el lector. En La prensa marginal, Raúl Trejo menciona que "la comunicación sólo es posible cuando hay campos comunes de experiencia entre receptor y comunicador. Para que un mensaje sea atendido, debe estar for-



mulado en términos que llamen la atención del receptor y que sean comprensibles por él." (35)

El uso de fotografías, los recuadros, los subrayados, el vocabulario accesible y poco presuntuoso, la dosis de humor, la información concisa no tienen por qué ser descartados para dar a conocer huelgas, manifestaciones, denuncias. No se trata sólo de la crítica amarga, sino de contribuir al cambio; mejor aún, no se trata de eliminar al enemigo con todo y armas, sino de emplear sus propias armas.

## Notas

- (1) Carlos Marx. "Del epílogo a la segunda edición de El Capital", en Introducción general a la crítica de la economía política/ 1857, p. 92
- (2) V.I. Lenin, citado en Camilo Taufic, Periodismo y lucha de clases, p. 66
- (3) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 157
- (4) José Baldivia. "La formación de los periodistas en México", en La formación de los periodistas en América Latina..., p. 86
- (5) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 178
- (6) Daniel Prieto. op. cit., p. 151
- (7) Raúl Trejo Dalarbre. La prensa marginal, p. 20
- (8) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 45
- (9) Ibidem, p. 161
- (10) Los periódicos que sirvieron de comparación fueron El Día, El Universal y Unomásuno, números del 6 al 11 de enero de 1981
- (11) Jean-Louis Servan Schreiber. El poder de informar, p. 148
- (12) Luis J. Prieto. Definiciones para un proyecto de semiótica, p. 1
- (13) José Baldivia. op. cit., p. 87
- (14) Jesús Martín Barbero. op. cit., pp. 162-163
- (15) Antonio A. Delhumeau. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad, Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 77
- (16) Jean-Louis Servan Schreiber. op. cit., cfr. pp. 219-225
- (17) Camilo Taufic. op. cit., p. 71
- (18) Daniel Prieto. op. cit., p. 114
- (19) Pierre Ansart. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en El discurso político, p. 19
- (20) Gisèle Freund. La fotografía como documento social, p. 162

- (21) Pierre Ansart. op. cit., p. 17
- (22) Ibidem, pp. 18-19
- (23) cfr. Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva, p. 61
- (24) México 1981. Compendio de datos y estadísticas de México. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México.
- (25) Jean Marie Cotteret. La comunicación política. Gobernantes y gobernados, p. 49
- (26) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas..., p. 237
- (27) Ricardo Amann y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69
- (28) Ferruccio Rossi-Landi. "Programación social y comunicación", en La semiótica de la imagen en la comunicación colectiva, p. 33
- (29) Datos obtenidos de México 1981. Compendio de datos...
- (30) Paolo Gasparini y Edmundo Desnoes, Para verte mejor, América Latina, p. 155
- (31) Juan Somavía. "Introducción" a La información en el nuevo orden internacional, p. 23
- (32) Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo. Trampos de la información y neocolonialismo..., p. 13
- (33) Jean Paul Sartre, citado en Raúl Trejo Dalarbre, op. cit., p. 139
- (34) V.I. Lenin. Acerca de la prensa y la literatura, p. 157
- (35) Raúl Trejo Dalarbre. op. cit., p. 138

## CONCLUSIONES

La información masiva ocupa un lugar importante dentro de los aparatos ideológicos de Estado: puede llegar simultáneamente a cantidades cada vez mayores de receptores. Para su difusión cuenta, básicamente, con la prensa, el cine, la radio y la televisión.

Una de las manifestaciones de la prensa es el periodismo impreso, aquél que se lleva a cabo en los propios periódicos y en revistas. A partir del surgimiento de esta actividad, se ha desarollado y perfeccionado su forma de expresión: los géneros periodísticos. Éstos pueden ser informativos, interpretativos y de opinión.

En los géneros informativos, nota informativa y crónica, predomina la información; los interpretativos, reportaje y entrevista, se entienden como los más completos, pues incluyen información y opinión; los de opinión contienen juicios de quien los escribe o del periódico en el que aparecen, abarcan el suelto, el editorial, la columna, la crítica y el ensayo.

Detrás de los principios metodológicos que rigen la redacción de los géneros periodísticos se encuentra la ideología dominante; en última instancia, a través de ésta se ejerce un control sobre las conciencias, control que -en mayor o menor medida- abarca incluso a los periodistas.

La influencia de la ideología dominante se traduce en una oposición constante entre periodismo y realidad. Por un lado se encuentra el periodismo y su utópica misión de informar objetiva-

mente lo más trascendental del acontecer diario de una sociedad; por otro, está presente la realidad, cuyas injusticias y contradicciones necesitan ser disfrazadas por la clase en el poder.

La información masiva y, específicamente, el periodismo son fenómenos sociales que cobran una importancia cada vez mayor. Han merecido la atención de investigadores sociales, quienes de acuerdo a sus intereses particulares -justificar, criticar o, simplemente, teorizar por teorizar- se adscriben a cualquiera de las corrientes teóricas que estudian estos fenómenos masivos: funcionalismo, estructuralismo y marxismo.

El funcionalismo parte de la comparación de la sociedad con un organismo, donde todos los elementos desempeñan un papel fundamental. La información, por lo tanto, es un elemento indispensable para la supervivencia de la sociedad; los logros tecnológicos alcanzados deben forzosamente considerarse como algo benéfico. Esta corriente busca, ante todo, justificar la información. Sin embargo, entre sus aportaciones, los funcionalistas -llevados por la necesidad de conocer a fondo la respuesta del receptor- han desarrollado la técnica del análisis de contenido, valioso instrumento de investigación.

Para el estructuralismo, el estudio de la información, como de cualquier otro fenómeno social, debe realizarse a partir de aislar el fenómeno en una estructura donde todos los elementos estén ligados entre sí. Esta estructura será sincrónica, se realiza una segmentación en la evolución histórica del fenómeno a estudiar. La estructura constituirá un elemento de significación, y entra aquí al terreno de la semiología; de allí que estructuralismo y semiología se encuentren estrechamente vinculados y resulte difícil deslindar

sus respectivos campos. Esta corriente ofrece la ventaja de permitir minuciosos análisis sobre la estructura interna de un fenómeno; sin embargo, existe el peligro -experimentado por no pocos investigadores- de realizar estudios descontextualizados, que no toman en cuenta a la sociedad en la cual tiene lugar el fenómeno específico.

El marxismo, corriente teórica y política a la vez, se sustenta básicamente en los métodos materialista histórico y materialista dialéctico. Para esta corriente, el estudio de un fenómeno requiere, imprescindiblemente, considerar la evolución histórica del fenómeno -en este caso, la información- y un análisis de las condiciones económicas, políticas y sociales que lo determinan. Esta corriente ofrece un valioso instrumento de análisis y de exposición, pues dado su carácter político se puede revertir hacia la acción concreta. El principal inconveniente estriba en la globalización excesiva; al querer abarcar a toda la sociedad, el fenómeno puede perderse de vista y ser, por tanto, insuficientemente comprendido.

Al tomar en consideración las ventajas y desventajas de cada corriente, se propuso emplearlas conjuntamente. Fue conveniente aplicar un criterio imparcial que permitiera echar mano indistintamente de cualquiera de ellas, sin descartarla de antemano por prejuicio o desconocimiento de sus lineamientos; de tal forma, sería posible abarcar texto y contexto en la investigación.

En vista de la necesidad de conocer el contexto del fenómeno, contexto que abarca su evolución histórica, se expuso someramente cuál ha sido el desarrollo de la actividad periodística en nuestro país. A partir de la introducción de la imprenta, a lo largo de

las principales etapas de nuestra historia, el periodismo desempeñó un papel político de importancia: época colonial, Independencia, Reforma, porfiriato, Revolución y, finalmente, época contemporánea. Desde que el poder político se estabilizó y surgió un partido fuerte en el poder, el periodismo, en su mayoría, ha cumplido un objetivo fundamental: funcionar como vocero de la clase dominante para perpetuar el sistema económico, político y social.

La principal actividad periodística se realiza en la Ciudad de México, donde circula un número aproximado de 27 diarios. Los hay de información general, deportivos, de espectáculos, matutinos, ediciones del mediodía y vespertinos. Dentro de este repertorio, mereció especial atención la prensa sensacionalista, caracterizada por sus grandes titulares y la cantidad y calidad de sus noticias. Este tipo de periodismo, de fines mercantiles y propagandísticos, es ejercido en diversos grados prácticamente en toda la prensa dominante, y ha alcanzado su mayor expresión en los diarios vespertinos.

Ovaciones, 2a. edición ocupa un importante lugar en la prensa sensacionalista: es el de mayor tiraje. Este diario es publicado por la compañía Publicaciones e Impresiones, S.A., en la cual se edita también Ovaciones, periódico deportivo. Por los datos contenidos en el expediente de identidad y el registro de identificación se infiere el carácter oficialista que existe entre quienes elaboran y, más importante, supervisan y dirigen el diario.

El análisis se centró en el mensaje, se eligieron los seis números de la semana del 5 al 10 de enero de 1981. La primera fase fue el análisis morfológico -donde se estudió al diario como una superficie de papel impresa-; y la segunda, el análisis estructural

del contenido, donde se estudiaron los principales elementos de semantización.

El análisis morfológico permitió identificar y contabilizar las superficies de que consta el diario: redaccional, publicitaria y administrativa; el alto índice de la superficie publicitaria -compuesta por publicidad y propaganda- comprueba la intencionalidad mercantil presente en el diario. Para los fines del análisis, en lo sucesivo se trabajó exclusivamente sobre la superficie redaccional, la cual consta de texto, encabezado e ilustraciones. Para llevar a cabo esta medición, se tomó como modelo a las noticias principales de la primera plana; resultado: los encabezados -tres o cuatro palabras a lo sumo- ocuparon la mitad o hasta las tres cuartas partes del total.

Toda la superficie redaccional fue clasificada por géneros periodísticos, fuente, origen y materia. Los géneros que prevalecen son los informativos, principalmente la nota informativa, para la cual no hace falta más que responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y, a veces, por qué. El segundo lugar lo ocupó la columna, que en el periódico abarca columna política, deportiva, de nota roja y de chismografía.

En la siguiente fase, clasificación por fuentes, se registró un alto índice de éstas no constatadas, cuyo origen -difícilmente susceptible de comprobación- se deduce que fueron boletines oficiales, rumores, refritos o inserciones pagadas. Los reporteros, aunque cubren buena parte de la superficie, ven sus funciones limitadas a noticias locales, sobre todo deportivas, de sociales o de asuntos judiciales. Sin excepción, la información internacional proviene de agencias informativas de los países capitalistas: AFP, UPI



y EFE.

El origen de las notas es casi equivalente para locales e internacionales. En cambio, el porcentaje de notas nacionales fue mínimo. Los lectores han de conformarse con conocer lo que sucede fuera de sus fronteras, o en el ámbito de la propia Ciudad de México. En cambio, será mínima la información que reciban sobre otras zonas de su país; esta perspectiva resulta aún menos halagadora para los lectores de provincia.

Las materias o asuntos con mayor frecuencia fueron deportes, nota roja o asuntos judiciales y vida social. En contraste, el último lugar lo ocupó el tema educación. Los resultados preliminares de esta etapa permitieron conocer el contenido manifiesto.

Para adentrarse en el contenido manifiesto y, a la vez, tocar estructuras más profundas -contenido latente-, se desarrolló la segunda fase: análisis estructural del contenido. Se estudiaron individualmente cada uno de los tres sistemas de significación presentes en el diario: tipográficos o paralingüísticos, icónicos y lingüísticos. Ninguno de ellos es más importante que el otro, pues todos forman parte de un mismo fenómeno. En ellos, están presentes dos funciones básicas: selección y combinación.

Los factores considerados para el análisis de los signos tipográficos fueron el emplazamiento, el titulado y la presentación. Como signos icónicos se abarcó a la fotografía. Los signos lingüísticos ofrecieron mayor material para su estudio; fueron presentados los principales recursos lingüísticos del periodismo: figuras y recursos retóricos, mecanismos de descontextualización, etc.

Mediante el empleo conjunto de los tres sistemas de signos, se re-crea la realidad, se realiza una semantización periodística de

la misma. Esta operación sólo cobra sentido si se la ubica en el marco de la sociedad en la cual tiene lugar; sólo entonces se comprende por qué Ovaciones, 2a. edición ofrece evasiones; ¿evasiones de qué? De la sociedad y sus conflictos, de las contradicciones sociales, de una injusta distribución de la riqueza, del desempleo, el subempleo, la pobreza, la marginación, la falta de servicios, la inflación...

El perfeccionamiento de la técnica periodística para semantizar la realidad responde a necesidades concretas del grupo en el poder; el periodismo, con ese tratamiento especial, se convierte en una gran herramienta. Una de las técnicas que por razones obvias no salió a la luz en el análisis del mensaje fue el ocultamiento de la información; para analizar y explicar este mecanismo se enumeraron algunos sucesos que no aparecieron en el diario y se sugirió cuáles eran los factores que harían peligrosa su divulgación.

El caso concreto de Ovaciones, 2a. edición no es aislado, pues existen muchos otros periódicos con idénticas funciones y similares técnicas de expresión. Y además, el periodismo debe ser ubicado en el marco de la información masiva prevaleciente en el país, y que sólo se explica al considerar la situación de marginación y sometimiento de las mayorías, el creciente desempleo, la crisis financiera; en fin, la cada vez mayor desigualdad social.

Al haber analizado y expuesto los mecanismos que rigen la elaboración de los mensajes de Ovaciones, 2a. edición, no se logra un cambio en el tratamiento que se hace de la realidad en el periódico. Sin embargo, sí existen otras opciones de aplicar tal análisis a la práctica concreta; por ejemplo, pudiera servir para advertir al lector potencial del diario cuáles son los recursos de distorsión de la

realidad, y lograr así una lectura crítica del diario y evitar una aceptación indiscriminada del mensaje.

Pudiera también servir para aportar elementos de cambio. La comunicación -no información- alternativa, la comunicación verdadera, es una realidad; para conseguirla es menester actuar sobre bases firmes. Una de ellas, muy importante, es conocer cómo se estructuran los mensajes en los medios dominantes, pues de acuerdo a eso podrían emplearse, aunque con distintos fines, tales mecanismos -a mediano o a largo plazo- para lograr una eficaz comunicación alternativa.

La crítica por el simple hecho de hacer crítica carece de validez. La comunicación alternativa es algo más que una simple utopía; sin embargo, para alcanzarla hay que recorrer un largo camino, camino que puede acortarse con las técnicas de elaboración periodística empleadas por el periodismo amarillista. En este sentido, la investigación no se considera agotada, y nada la haría más fructífera que servir alguna vez para dar voz a aquéllos a quienes a través de la información masiva y del periodismo amarillista se ha controlado y evadido de su realidad.

## BIBLIOGRAFIA

- ALCALA, Gilberto. Hecho noticiable y noticia. Editorial Ateneo de Caracas. Caracas, 1980. 101 pp.
- ALCALDE, Carmen. Cómo leer un periódico. A.T.E. Barcelona, 1981. 110 pp.
- ALTHUSSER, Louis. "Ideología y aparatos ideológicos de Estado", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 78. FCPS, UNAM, 2a. ed. México, 1976. pp. 5-28
- AMANN, Ricardo y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69 FCPS, UNAM, 2a. ed. México, 1977. pp. 53-62
- ANSART, Pierre. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en Sociología del discurso político. UNAM-Nueva Imagen. México, 1980. pp. 11-28
- ARRIAGA, Patricia. Publicidad, economía y comunicación masiva (México-Estados Unidos). CEESTEM-Nueva Imagen. México, 1980. 324 pp.
- BAENA Paz, Guillermina. Instrumentos de investigación. Manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales. Editores Mexicanos Unidos, 2a. ed. México, 1980. 190 pp.
- BALDIVIA, José y otros. La formación de los periodistas en América Latina: México, Chile, Costa Rica. Nueva Imagen-CEESTEM. México, 1981. 392 pp.
- BARTHES, Roland. "El mensaje fotográfico", en La semiología. Ed. Tiempo Contemporáneo, 4a. ed. Buenos Aires, 1976. pp. 115-126
- BARTHES, Roland. "Elementos de semiología", en La semiología. Ed. Tiempo Contemporáneo, 4a. ed. Buenos Aires, 1976. pp.17-69
- BECERRA Acosta, Manuel. "Situación de los medios en México: prensa", en Prensa y radio en México. Cuadernos I. Centro de Estudios de la Comunicación, UNAM, FCPS. México, 1976. pp. 15-17

- BELTRAN, Luis Ramiro y Elizabeth Fox de Cardona. Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina. ILET-Nueva Imagen. México, 1980. 176 pp.
- BENVENISTE, Emile. Problemas de lingüística general I. Siglo XXI Editores, 7a. ed. México, 1978. 218 pp.
- BERELSON, Bernard. "Análisis de contenido", en Análisis de contenido. ENEP Acatlán, UNAM. México, s/f. pp. 34-114
- BERMEOSOLO, Francisco. El origen del periodismo amarillo. Ediciones Rialp. Madrid, 1962. 98 pp.
- BERRUJO, Gaetano. La semántica. Nueva Imagen. México, 1979. 259 pp.
- BERRUJO, Gaetano. La sociolingüística. Nueva Imagen. México, 1979. 219 pp.
- Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Deporte y sociedad. Salvat Editores. Barcelona, 1973. 144 pp.
- Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Las noticias y la información. Salvat Editores. Barcelona, 1973. 143 pp.
- BIERWISCH, Manfred. El estructuralismo: historia, problemas, métodos. Tusquets Editores, 4a. ed. Barcelona, 1979. 103 pp.
- BOSCH García, Carlos. La técnica de investigación documental. UNAM, FCPS, 6a. ed. México, 1974. 69 pp.
- BUNGE, Mario. La ciencia, su método y su filosofía. Ediciones Siglo Veinte. Buenos Aires, 1975. 110 pp.
- CALVIMONTES, Jorge. "Lenguaje periodístico -primicia fantástica al modo de las mujeres desnudas", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, No. 86-87. UNAM, FCPS. México, 1978. pp. 153-171
- CALVO, Manuel. Periodismo científico. Paraninfo. Madrid, 1977. 330 pp.
- CAMMAROTA, Andrés. Propaganda y psicología social. Editorial Boedo. Buenos Aires, 1975. 89 pp.
- CARONTINI, Enrico y Daniel Peraya. Elementos de semiótica general. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1979. 139 pp.

- CASASÚS, José María. Ideología y análisis de los medios de comunicación. Editorial Dopesa. Barcelona, 1972. 184 pp.
- COTTERET, Jean Marie. La comunicación política. Gobernantes y gobernados. Editorial El Ateneo, Buenos Aires, 1977. 160 pp.
- DE FLEUR, Melvin L. Teorías de la comunicación masiva. Paidós. Buenos Aires, 1976. 251 pp.
- DE MORAGAS Spa, Miquel. Semiótica y comunicación de masas. Ediciones Península, 2a. ed. Barcelona, 1980. 373 pp.
- DEL RIO Reynaga, Julio. "Anotaciones sobre los medios de información en México", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 5-45
- DEL RIO Reynaga, Julio. Periodismo interpretativo: el reportaje. CIESPAL, 2a. ed. Quito, 1978. 347 pp.
- DELHUMEAU, Antonio. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad y Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 73-79
- DIJK, Teun A. van. Estructura y funciones del discurso. Siglo XXI Editores. México, 1980. 161 pp.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Editorial Lumen. Barcelona, 1975. 403 pp.
- ECO, Umberto. La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Editorial Lumen. Barcelona, 1978. 510 pp.
- ESTEINOU M., Javier. El estudio materialista de la comunicación de masas. Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva, No. 1. UAM-Xochimilco. México, 1979. 43 pp.
- ESTEVA, Gustavo. El Estado y la comunicación. Ediciones Nueva Política. México, 1979. 175 pp.
- FERNÁNDEZ Christlieb, Pátima. Información colectiva y poder en México. Tesis. UIA. México, 1975
- FERNÁNDEZ Christlieb, Pátima. "La prensa en México", en Prensa y radio en México. Cuadernos I. Centro de Estudios de la Co-

municación, UNAM, FCPS. México, 1978. pp. 18-28

FERNÁNDEZ Iglesias, Roberto. Taxonomía de los géneros periodísticos. Trabajo inédito.

FRASER Bond, F. Introducción al periodismo. Editorial Limusa, 3a. ed. México, 1978. 419 pp.

FREUND, Gisèle. La fotografía como documento social. Editorial Gustavo Gili, 2a. ed. Barcelona, 1976. 207 pp.

GARCÍA, Antonio. ¿Comunicación para la dependencia o para el desarrollo? CIESPAL. Quito, 1980. 406 pp.

GASPARINI, Paolo y Eumundo Desnoes. Para verte mejor, América Latina. Siglo XXI Editores. México, 1972. 175 pp.

GODED, Jaime. "Dos ensayos sobre comunicación", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 47-52

GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. "Aproximación a la prensa mexicana (notas sobre el periodismo diario)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 81-86

GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. Examen de la comunicación en México. Ediciones El Caballito. México, 1981. 224 pp.

GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. Excelsior y otros temas de comunicación. Ediciones El Caballito. México, 1980. 306 pp.

GUAJARDO, Horacio. Elementos de periodismo. Promociones Editoriales, 2a. ed. México, 1970. 106 pp.

GUIRAUD, Pierre. La semántica. Breviarios. Fondo de Cultura Económica, 2a. ed. México, 1971. 115 pp.

GUIRAUD, Pierre. La semiología. Siglo XXI Editores, 6a. ed. México, 1978. 133 pp.

HARWOOD, Richard. "Los columnistas hablan sobre el significado, si lo hay, de las elecciones", en De la prensa, por la prensa,

para la prensa (y algo más). Ediciones Gernika. México, 1978. 251 pp.

HERNER, Irene. Mitos y monitos. Historietas y fotonovelas en México. UNAM-Nueva Imagen. México, 1979. 318 pp.

JAKOBSON, Roman. Ensayos de lingüística general. Editorial Seix Barral, 2a. ed. Barcelona, 1981, 406 pp.

JOHNSON, Stanley y Julian Harris. El reportero profesional. Editorial Trillas, 4a. ed. México, 1976. 315 pp.

KATZ, Chaim S, y otros. Diccionario básico de comunicación. Nueva Imagen. México, 1980. 513 pp.

KAYSER, Jacques. El diario francés. A.T.E., 2a. ed. Barcelona, 1979. 190 pp.

KEDROV, M. B. y A. Spirkin. La ciencia. Editorial Grijalbo. México, 1968. 157 pp.

LENIN, Vladimir Ilich. Acerca de la prensa y la literatura. Editorial Anteo. Buenos Aires, 1965. 174 pp.

LEPSCHY, Giulio C. La lingüística estructural. Editorial Anagrama. Barcelona, 1971. 238 pp.

LUPERINI, Romano. El estructuralismo y la crítica marxista. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires, 1968. 70 pp.

MARTIN Barbero, Jesús. Comunicación masiva: discurso y poder. CIESPAL. Quito, 1978. 249 pp.

MARTÍNEZ Albertos, José Luis. El mensaje informativo. A.T.E. Barcelona, 1977. 329 pp.

MARTÍNEZ Albertos, José Luis. Redacción periodística (los estilos y los géneros en la prensa escrita). A.T.E. Barcelona, 1974. 254 pp.

MARX, Carlos. "Del epílogo a la segunda edición de El capital", en Introducción general a la crítica de la economía política/



1857. Cuadernos de Pasado y Presente. Siglo XXI Editores, 14a. ed. México, 1980. 131 pp.
- MATTELART, Armand. La comunicación masiva en el proceso de liberación. Siglo XXI Editores, 6a. ed. México, 1978.
- MATTELART, Armand y otros. Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal. El Cid Editor, 3a. ed. Buenos Aires, 1970. 303 pp.
- MCC LUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Editorial Diana. México, 1977. 443 pp.
- MCC QUAIL, Denis. Sociología de los medios masivos de comunicación. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1976. 165 pp.
- México 1981. Compendio de datos y estadísticas de México. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. México, 1981. 141 pp.
- MOLINA, Silvia. "Control y opinión pública", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 87-93
- MONTEFORTE, Mario y otros. Sociología del discurso político. UNAM-Nueva Imagen. México, 1980. 342 pp.
- MORIN, Violette. Tratamiento periodístico de la información. A.T.E. Barcelona, 1974. 163 pp.
- MORRIS, Charles. La significación y lo significativo. Comunicación, Serie B, No. 35. Madrid, 1974. 146 pp.
- MUQUILLAUD, Maurice. El sistema de los periódicos. París, Larousse, 1968 (Traducción UAM-Xochimilco). 34 pp.
- MUCHO Campos, Moisés. Reseña histórica del periodismo mexicano. Editorial Porrúa. México, 1968. 187 pp.
- MURRIVE, Pedro y Concha Fagoaga. La especialización en el periodismo. Editorial Dossat. Madrid, 1974. 190 pp.