

2ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ARAGON"

"EL GRADO DE CREDIBILIDAD DEL PUBLICO LECTOR CON NIVEL DE EDUCACION SUPERIOR, U.N.A.M., AREA DE CIENCIAS SOCIALES, HACIA LOS PERIODICOS DE LA CIUDAD DE MEXICO".

T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO
P R E S E N T A N
GUADALUPE NIETO DECIGA
MARTHA JOSEFINA RODRIGUEZ VELAZQUEZ

ASESOR LICENCIADO SAUL SALGADO SALGADO.

20/11/98

E.N.E.P. ARAGON.

NOVIEMBRE DE 1998

1998

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



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 está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

**A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO:**

Por ser semillero de profesionistas
encargados del engrandecimiento de nuestro país,
y por darnos la oportunidad de formar parte de ella

A LA E.N.E.P. ARAGÓN:

Por ser el recinto en el cual nos iniciamos en el estudio de ésta maravillosa carrera

AL LICENCIADO SAUL SALGADO SALGADO: Por apoyarnos confiando en nosotras al aceptar ser nuestro asesor y llevar a cabo la dirección y desarrollo de ésta Tesis con gran profesionalismo culminando con la presentación de un trabajo de calidad GRACIAS

AL LICENCIADO JORGE M. FRAGA: Por todo el apoyo que nos brindó, así como su comprensión para la total realización de esta Tesis, porque con ello demostró que además de ser un excelso catedrático es un gran ser humano GRACIAS

MARTHA J. RODRÍGUEZ VELÁZQUEZ

A MI PADRE: ELÍAS RODRÍGUEZ Por todo el apoyo que me has brindado, en los momentos que mas te necesite, para llegar hasta aquí GRACIAS

A MI MADRE: SUSANA VELÁZQUEZ: Por ser una persona muy especial en mi vida, ya que gracias a ti he logrado todos mis objetivos GRACIAS

A MI ESPOSO: JOSÉ ANTONIO YEBRA: Por todo el tiempo y la comprensión que me brindaste para que yo culminara mi carrera GRACIAS

A MI HIJA: LIZLEN YEBRA RODRÍGUEZ: Por se la personita mas importante en
mi vida **TE QUIERO**

A MI TÍO JOSÉ LUIS VELÁZQUEZ Porque formas parte de lo que hasta ahora he
logrado, gracias, muy en especial a ti

GUADALUPE NIETO DÉCIGA.

A MI MADRE: Sra. GLORIA DÉCIGA BARRÓN: Por estar en todo momento conmigo apoyándome siempre para lograr todos mis objetivos. pero sobre todo por su amor incondicional, eres super **GRACIAS TE QUIERO**

A MI PADRE: Sr. EZEQUIEL NIETO MARTÍNEZ: Por su apoyo en todo momento, logrando así, ayudarme a salir siempre adelante **GRACIAS**

A MIS HERMANAS: CECILIA Y GABRIELA: Por haberme ayudado tantas veces y demostrarme que el cariño verdadero no es egoísta **GRACIAS**

A CARMEN ESCAMILLA Por que siempre que te necesite estuviste a mi lado para brindarme tu apoyo y comprension en todo momento, porque sin tí no lo hubiera logrado **GRACIAS**

A MI NOVIO: RODOLFO ORTEGA GUTIÉRREZ Por todos los momentos que hemos pasado juntos, por su amor y apoyo incondicional para que terminara mis estudios **TE QUIERO**

A MIS TÍOS; Por ser parte de todo lo que he logrado, gracias por su apoyo.

A UN ÁNGEL: Porque siempre existirá la magia

INDICE

PRÓLOGO.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
CAPÍTULO PRIMERO.- EL PERIÓDICO.....	1
1.1.- El periódico: Confrontación de definiciones.....	2
1.2.- Clasificación.....	7
1.3.- Contenido del periódico.....	14
1.4.- Desarrollo histórico del periódico en la ciudad de México.....	18
CAPÍTULO SEGUNDO.- PERIÓDICOS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE MÉXICO EN 1997.....	26
2.1.- El Economista.....	26
2.2.- Excelsior.....	29
2.3.- Novedades.....	32
2.4.- El Universal.....	35
2.5.- El Sol de México.....	37
2.6.- La Jornada.....	40
2.7.- Reforma.....	42
2.8.- El Nacional.....	43
2.9.- Ovaciones.....	45
2.10.- La Prensa.....	47
2.11 - UNO MÁS UNO.....	50

CAPÍTULO TERCERO.- SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PERIÓDICOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.....	53
3.1.- Evolución Técnica de los periódicos en la ciudad de México.....	53
3.2.- La cobertura de los periódicos dependiendo de su tiraje diario o semanal.....	69
3.3.- Ideología en los medios impresos.....	71
CAPÍTULO CUARTO.- IDEOLOGÍA Y CREDIBILIDAD EN EL PERIÓDICO A NIVEL SUPERIOR, UNAM, ÁREA DE CIENCIA SOCIALES.....	78
4.1.- Consideraciones sobre la credibilidad en el medio impreso.....	78
4.2.- Aplicación de encuestas a nivel superior.....	81
4.3.- Diseño del cuestionario.....	84
4.4.- Interpretación estadística de resultados.....	85
4.5.- Conclusiones Interpretativas.....	127
CONCLUSIONES.....	137
BIBLIOGRAFÍA.....	141

PRÓLOGO

La presente investigación es la culminación de un esfuerzo desde que iniciamos en el camino del estudio. Representa no solo la finalización de un ciclo, sino el cumplimiento de una de las metas más importantes de nuestra vida y la satisfacción de todas las personas que depositaron su confianza en nosotras con la ilusión de vernos como profesionistas.

El tema elegido para la presente tesis no fue escogido al azar, sino que fue una decisión bien meditada por considerarlo un tema de interés y actualidad.

La presente investigación fue desarrollada con la seriedad que presenta el hecho de ostentar dignamente el título de Licenciado en Periodismo, y con la intención de no defraudar a nuestro asesor quien depositó su confianza en nosotros, pero sobre todo su comprensión para que pudiéramos presentar un trabajo de calidad, nos referimos al Licenciado Saúl Salgado Salgado.

Sería una injusticia el atribuirnos el éxito de la realización de esta investigación, puesto que durante la investigación contamos con el apoyo incondicional de nuestra familia, amigos, profesores de la E.N.E.P. ARAGÓN, y en especial al Licenciado Jorge M. Fraga quienes nos proporcionaron todas las facilidades y recursos para terminar con éxito esta investigación.

Tanta fue la gente a la que debemos el haber concluido la presente investigación, que durante la elaboración de la misma muchas veces nos sentimos defraudadas de lo que íbamos plasmando en el papel porque sentíamos que no era lo que las personas a nuestro alrededor se merecían, pero hoy que el trabajo está terminado creemos que no los defraudamos.

Para concluir solo queremos decir a todas aquellas personas que nos ayudaron, que sin cualquiera de ellas este trabajo no hubiera sido terminado, por lo que a todas y cada una de ellas solo nos resta decirles una cosa: Gracias.

Guadalupe Nieto Déciga.
Martha Josefina Rodríguez Velázquez.

II

INTRODUCCIÓN

No se puede negar que la información que nos llega por cualquier medio de comunicación, ya se encuentra influenciada por las personas o medios que nos las hacen llegar convirtiéndose éste en un problema insuperable, ya que existen tantos puntos de vista como medios de comunicación, pero en esta investigación nos enfocaremos específicamente a los medios impresos "El periódico", y para esto en el primer capítulo señalaremos su definición, su clasificación, y su contenido, dando un bosquejo del desarrollo histórico del mismo.

Es importante tener en cuenta que los medios impresos de comunicación tienen una especial importancia dentro de este grupo, debido a que son éstos los que dejan una huella más profunda dentro de la sociedad al ser de carácter permanente, es decir, siempre se puede consultar un periódico atrasado para recordar una noticia a algún aspecto importante

También resulta importante destacar que dentro de nuestro país son pocas las opciones televisivas para obtener información y aún cuando en el radio tenemos más puntos de vista, es innegable que en los medios escritos es donde encontraremos mayor información y formas de ver una noticia que en cualquier otro medio de comunicación

Contrario a los medios electrónicos, los medios impresos abren un espacio diario para conocer el punto de vista de los intelectuales, quienes generalmente tienen una opinión más radical con relación a los hechos que afectan la vida diaria.

Verificaremos si el grado de credibilidad que tiene un medio impreso de comunicación en un determinado sector depende básicamente de que comparta la misma tendencia ideológica que el lector, ya que este es el primer punto que tomará en consideración este último.

Nuestra investigación se enfocará básicamente a los estudiantes de las carreras de Periodismo, Sociología y Relaciones Internacionales, debido a que en estas carreras se da un especial énfasis al mundo de los medios de comunicación por cuestiones propias de los programas de estudio, el cual tiene como base el interés del estudiante en conocer realmente al mundo que lo rodea

En el segundo capítulo del presente trabajo se hace un análisis sobre la evolución y desarrollo de cada uno de los once periódicos que circulan dentro de la ciudad de México, donde se establecen las características fundamentales desde su surgimiento hasta la época actual.

En el tercer capítulo se hace un estudio sobre la evolución de las técnicas y la cobertura de los periódicos, lo cual se ve reflejado en el tiraje de cada uno de ellos y veremos cómo la ideología va a estar de la mano con la política del periódico.

En el cuarto capítulo ya se trata a fondo el grado de credibilidad hacia los medios impresos, con la aplicación de encuestas realizadas en tres diferentes planteles de la U.N.A.M., (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, E.N.E.P. Acatlán y E.N.E.P. Aragón), y dentro de las conclusiones interpretativas se verán reflejadas todas las tendencias de información tanto de los periódicos como de los lectores, con base en su ideología.

“El grado de credibilidad del público lector con nivel de educación superior, U.N.A.M., área de Ciencias Sociales, hacia los periódicos de la ciudad de México”.

CAPÍTULO PRIMERO

EL PERIÓDICO

El periódico, cuyo prototipo es el diario, consiste en una hoja impresa a bajo precio, difundida a partir de un centro, mediante venta por números o envío postal (suscripción), que materializa una selección de sucesos particulares considerados dignos de interés para el público"¹

"En cuanto a la amplitud de la definición, mientras en España se llama periódico, normalmente, al diario (sin que pierda su sentido genérico establecido por la definición académica), y en Argentina periódico y diario son sinónimos (acaso por una antigua influencia italiana, como veremos más adelante). En Italia se entiende por periódico la publicación que aparece en los quioscos a intervalos regulares de tiempo, en consecuencia, el diario y las revistas son periódicos, pero más exactamente 'se entiende por periódico toda publicación que no sea de actualidad'..... Es curiosa la definición que De Gregorio transcribe de la *Enciclopedia Treccani* en la voz *Giornale* (diario) 'se llama diario a un dietario o a un libro en el que se registran las cosas del día; pero actualmente la palabra indica aquellas publicaciones que día a día dan noticias políticas, críticas, locales, literarias etc. Transcribimos la definición de Moles (1975, 534 ss) 'El periódico, cuyo prototipo es el diario, consiste en una hoja impresa a bajo precio, difundida a partir de un

¹ FERRERO, Juan José, La comunicación y los mass media, pag 534

centro, mediante venta o envío postal (suscripción), que materializa una selección de sucesos particulares considerados dignos de interés para un público.²

1.1.- EL PERIÓDICO: CONFRONTACIÓN DE DEFINICIONES.

Debido a sus enormes alcances, los medios de difusión más importantes son: El periódico, la radio, el cine y la televisión.

A nosotros nos interesa especialmente adentrarnos en el conocimiento de uno sólo de ellos "EL PERIÓDICO". Este va a constituir en nuestros días un medio muy importante de información y comunicación social, a través de sus páginas conocemos los sucesos de carácter económico, político y social que ocurren dentro del país y del mundo entero

Se puede dividir el periódico en tres puntos muy importantes como:

- 1.- Fuente de conocimiento popular.
- 2.- Factor de importancia en la investigación elemental.
- 3.- Depósito donde se conservan varios tipos de información.

El periódico es una empresa que va a negociar específicamente con la noticia y ésta puede ser de un sólo propietario, una compañía, por acciones o por un consorcio, y como todo negocio, va a tener una finalidad lucrativa. Dentro de sus funciones está la de hacer saber al público todo lo que sucede en el mundo y mantenerlo informado todo el tiempo en una forma precisa, objetiva y completa.

² MARTINEZ de Sousa, José, Op cit., pags. 375-377.

En un periódico cualquiera que éste sea, va a estar integrado por tres importantes departamentos:

Departamento de redacción: Aquí se recogen las noticias en distintas fuentes, las cuales deben estar escritas en forma clara e interesante al mismo tiempo, siendo ésta una de sus principales funciones. También debe influir en el lector por medio de sus editoriales y artículos especiales y entretenerlo con sus diversas secciones de entretenimiento. Ya teniendo entonces todo el material lo organiza y redacta.

Departamento mecánico: Las noticias pasan de la cuartilla del reportero al tipo mecánico, (lingotes o planchas de estereotipia en la sala de composición, luego se imprime en millares de hojas de papel de imprenta en la sala de prensa, el cual se considera un complicado proceso técnico-mecánico).

Departamento administrativo: Para cubrir el costo de estas dos actividades, es indispensable vender espacio para publicidad, conseguir suscriptores y distribuir el periódico. También se encuentran dentro de este los departamentos de publicidad y de circulación.

El crear un periódico comprende básicamente tres funciones redactar, imprimir y vender.

Los materiales que son utilizados para la elaboración de un periódico son innumerables en este caso los dividiremos específicamente en dos:

MATERIALES:

- Papel.
- Tinta de imprenta.
- Plomo.
- Láminas de cine.
- Tipos o caracteres de imprenta.
- Cartón especial para matrices planas.
- Fotografías.
- Fotograbados.
- Madera.
- Lingotes.

IMPLEMENTOS

- ◊ Prensas planas o rotativas.
- ◊ Linotipos.
- ◊ Mesas de formación.
- ◊ Crisoles.
- ◊ Calandrias.
- ◊ Matrices.

- ◊ Ramas para el armado de las páginas o formas estereotipadoras
- ◊ Gabinete fotográfico, cámaras, equipo de revelado
- ◊ Taller de fotograbado.
- ◊ Tituladoras.
- ◊ Galeras
- ◊ Cajas.
- ◊ Componedoras.
- ◊ Guillotinas.
- ◊ Computadoras.
- ◊ Teletipos.
- ◊ Teléfonos.
- ◊ Grabadoras.
- ◊ Mobiliarios de escritorio.
- ◊ Diccionarios, bibliotecas, archivos o centros de documentación.

La combinación de estos dos grandes bloques (materiales e implementos), dan como resultado que el lector este oportunamente bien informado, ya que permiten la elaboración de un importante medio impreso el periódico.

Cada uno de estos implementos juegan un papel muy importante ya que estos son los que determinan el avance tecnológico del periódico.

La definición de periódico puede presentar ciertas dificultades, la Academia Española da una definición genérica: "Dícese del impreso que se publica periódicamente" ³

³ MARTINEZ de Sousa, José, Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo, pag 375

El Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo define al periódico señalando que "Dícese, en general, de todo impreso o escrito que aparece a intervalos regulares de menos de un año y continúa por un periodo indefinido; especialmente, dicese de los diarios..... En algunos países dicese de toda publicación no cotidiana, por oposición a diario."⁴

Por periódico se entiende también toda "Publicación que se edita con determinados intervalos de tiempo y, más concretamente, publicación que sale diariamente o, cuando menos, cuatro veces a la semana."⁵

Hay quienes definen al periódico como el "Sistema de difusión de masas basado en la impresión de copias múltiples de noticias, es decir, de relaciones de sucesos.

Es de observarse que casi todas las definiciones que se plasman en el presente trabajo coinciden en que el periódico es una publicación cotidiana.

Utilizando lo más importante de todas estas definiciones podríamos decir que el periódico es toda publicación cotidiana que se imprime a bajo precio, la cual se distribuye por números o mediante suscripción, en la que se registra una selección de sucesos particulares considerados dignos de interés para un público.

Un periódico es en la actualidad, una empresa. Una empresa que en teoría, como todas ellas, nace con un propósito mercantil: obtener beneficios. Pero además, adquiere un sentido social importante al convertirse en uno de los principales medios de información y por consiguiente, de formación de conciencia para el público.

⁴ MARTINEZ de Sousa, Jose, Op. cit., pag. 373.

⁵ DE LA MOTA, Ignacio H, Diario de la comunicación, Tomo 2, pag. 176

"El buen periódico es aquel que está enteramente identificado con la vida de sus conciudadanos. Estos tienen siempre problemas, anhelos, necesidades que el periódico puede contribuir grandemente a resolver, él es la voz que hace llegar todo esto a quienes ellos con frecuencia no pueden alcanzar" ⁶

1.2.- CLASIFICACIÓN.

Es evidente, de acuerdo con las definiciones estudiadas, que los autores no se ponen de acuerdo para determinar cuáles son las características de los periódicos, por lo que será importante el hacer una clasificación de los mismos a efecto de comprender dichas definiciones.

El periódico, dependiendo de la constancia en los tiempos de aparición ya sea cada día, cada semana o cada mes, contribuye a su acreditación pública y están definidos por.

a) La fisonomía editorial: asignada por la naturaleza de los asuntos que se abordan, la política editorial de cada empresa periodística que es su posición ideológica y política frente a los hechos de interés colectivo.

b) La fisonomía física: dada por la presentación, tamaño, maleabilidad, tipográfica, distribución de secciones, clase de papel, etc.

⁶ SIERRA Mcedo, María Julia, Haciendo periodismo, pag 47

Dependiendo de su PERIODICIDAD, los periódicos se clasifican de la siguiente manera:

1 - Diario

2.- No Diario

- a) **Bisemanario.**- El que aparece dos veces por semana.
- b) **Trisemanario.**- El que aparece tres veces por semana.
- c) **Cuatrisemanario.**- El que aparece cuatro veces por semana.
- d) **Multisemanario.**- El que aparece varias veces a la semana.
- e) **Semanario.**- El que aparece una vez a la semana
- f) **Decenario.**- El que aparece una vez cada 10 días
- g) **Quincenario.**- El que aparece una vez cada 10 días.
- h) **Bimensuario.**- El que aparece dos veces al mes.
- i) **Bidecenario.**- El que aparece dos veces cada 10 días.
- j) **Mensuario.**- El que aparece cada mes.
- k) **Bimestrario.**- El que aparece una vez cada dos meses.
- l) **Trimensuario.**- El que aparece tres veces por mes.
- m) **Trimestrario.**- El que aparece una vez cada tres meses.
- n) **Cuatrimostrario.**- El que aparece una vez cada cuatro meses.
- ñ) **Semestrario.**- El que aparece una vez cada seis meses.

Por su **CONTENIDO** los periódicos se clasifican en:

1.- De información General

- a) De información independiente
- b) Ideológico
 - Religioso
 - Político
- c) Fulanista
- d) Personalista
- e) Sensacionalista
- f) Popular
- g) De calidad

2.- Especializada

- a) Humorístico
- b) Sáfico
- c) De empresa
- d) Deportivo
- e) Económico
- f) Literario
- g) Escolar
- h) Infantil
- i) De prácticas

3 - De contenido especial

- a) Técnico
 - b) Científico
 - c) Profesional
 - d) De divulgación
- 4 - Géneros menores
- a) Cómics
 - b) Hojas parroquiales
 - c) Boletines

Por su **DIFUSIÓN**, los periódicos se clasifican en:

- 1.- Internacional
- 2.- Supranacional
- 3.- Nacional
- 4.- Regional
- 5.- Provincial
- 6.- De provincias
- 7.- Comarcal
- 8.- Metropolitano
- 9.- Local
- 10 - Vecinal
- 11.- Pequeño

Los periódicos se clasifican atendiendo a su FORMATO en:

1.- Grande o sábana: Formato grande de un diario de doble superficie que el formato tabloide, este también es llamado estándar y su incremento más práctico es de cuatro páginas, dos de sus grandes desventajas son: la utilización de una mayor cantidad de papel para su elaboración y su no muy práctica forma de leerlo.

Las medidas de este formato son: 50 cm o más largo

2 - Intermedio: Es aquel periódico que no va a tener un tamaño o medidas que se encuentran entre el formato estándar y tabloide.

Las medidas de este formato son: de 49 a 44 cm de largo.

3.- Tabloide: Es un formato, es decir una página de la mitad del tamaño de una plana normal, entre las ventajas del formato tabloide podemos encontrar que el elevado costo del papel está provocando que muchos editores piensen en adoptar el formato del tabloide o de iniciar un periódico con este formato. Los tabloides son más fáciles de leer que los periódicos estándar. La seccionalización es más fácil en un tabloide, ya que las páginas son más cortas y podemos destinarle toda una plana a una sección, con respecto a la publicidad en este formato tiene muchos puntos a favor, en lo que respecta a las ventas atractivas. Pero al igual que en otros formatos podemos encontrar varias desventajas como lo es el área del margen interior entre las páginas de tabloide, que es cerca del 6% de una plana, y que se puede emplear para noticias o para publicidad en una página grande.

Las medidas de este formato son. de 43 a 37 cm de largo.

4 - Pequeno. Las medidas de este formato son: hasta 36 cm de largo.

“Para llevar a cabo la impresión de un periódico existen tres tipos de máquinas de imprimir: de presión plana, presión plano-cilíndrica y presión cilíndrica. La impresión en los dos primeros casos, se puede hacer directamente desde el molde, en forma semicilíndrica o cilíndrica.

La máquina de presión plana tiene en esta forma el llamado soporte portapapel, se le llama comúnmente minervas y estas pueden ser de presión horizontal o vertical.”⁷

Atendiendo a sus **TÉCNICAS DE REPRODUCCIÓN**, los periódicos pueden ser:

1 - Manuscrito

2.- Impreso

a) **Tipográfico:** Los periódicos se elaboran ya sea mediante la aplicación de la técnica tipográfica, llamada también “sistema en caliente”, se llama de esta forma porque la composición separa en lingotes de plomo previamente fundido y porque el matrizado de las planas sigue el procedimiento de la estereotipia, también a base de plomo caliente”.⁸

b) **Offset:** “ Son cada vez más numerosos los impresores que elaboran el periódico utilizando la técnica offset, que incluye también procesos de computación. El paso de la tipografía al offset es ineludible, pues las irrupciones tecnológicas hacen inadecuados los sistemas actuales.

⁷ HARRIS Julian, El Reportero Profesional, pag 18.

⁸ Ibid, pag 40

La formación de las páginas se hace imprimiendo la composición en películas de celuloide, que son adheridas a mesas, previamente esquematizadas de acuerdo con el formato del periódico, se componen las páginas tal y como serán impresas, posteriormente estos esquemas son fototransportados a láminas de cinc o de material plástico, que forman las mascarillas que se colocan en los cilindros de la prensa y están listas para su impresión.

Los pasos principales de la fotocomposición son tres:

La entrada: consiste en el paso de la información, de una forma comprensible para los hombres, a otra comprensible para las máquinas.

La salida: es la información ya creada-presentada- en el estilo y el formato tipográfico.

El ciclo correctivo: es el conjunto de paso para obtener la versión definitiva".⁹

c) **Huecograbado:** " Técnica de impresión mediante láminas de cobre que llevan grabado en profundidad lo que tiene que aparecer impreso. El hueco posee distinta profundidad, según los tonos, se emplea para tiradas largas y baratas. Se emplea huecograbado para las páginas de fotografías de algunos periódicos, ya que la calidad de la imagen es mejor que la de tipografía." ¹⁰

d) **Facsimil.** Es el calco o reproducción de un escrito original.

⁹ ídem

¹⁰ ZUAZO de López, Diccionario de periodismo, Editorial Piramide.

El uso de sistemas electrónicos ha aumentado la velocidad en la elaboración de diarios y en la calidad de la impresión y de esta forma se han abierto las posibilidades a nuevas formas de producir y distribuir los impresos de manera descentralizada.

1.3.- CONTENIDO DEL PERIÓDICO.

Cualquier lector habitual de periódicos podrá diferenciar el estilo de cada uno de ellos solamente con ver la primera página o portada, ésta va a tener un papel fundamental en la estructura del periódico y su elaboración le va a permitir al lector reconocer la identidad del periódico que esta leyendo y también al mismo tiempo se podrá enterar rápidamente del contenido de su interior .

El contenido de un periódico va a estar dividido en textos que aparecen impresos en la mayoría de los periódicos como los siguientes:

- Noticias nacionales e internacionales.
- Editoriales, artículos de fondo, columnas.
- Entrevistas, reportajes, encuestas, cartas a la dirección.
- Notas informativas de la actividad artística: literatura, teatro, pintura, música, ballet, etc.
- Crónicas deportivas, policíacas , de acontecimientos sociales.
- Comunicados, edictos, convocatorias, avisos de remate, disposiciones reglamentarias, decretos
- Desplegados propaganda política, avisos comerciales, avisos clasificados, ofrecimientos y solicitudes de empleos, venta de objetos varios, permutas y traspasos.

- Movimiento de bolsa de valores, cotizaciones de divisas extranjeras, precios de los minerales y otras materias primas en el mercado internacional.
- Críticas de diferente índole, notas bibliográficas, reseña
- Historietas gráficas, crucigramas, horóscopos, notas curiosas y misceláneas, pasatiempos y pruebas de ingenio.
- Cartelera cinematográfica y teatrales, programas de radio y televisión.
- Diferentes tipos de campañas cívicas: defensa de la salud, cuidado del ambiente, luchas contra la contaminación, de beneficencia, etc.
- Halagos y censuras, casos de reconocimiento y condenas públicas.
- Accidente sucesos, actitudes solidarias, etc

Los encabezados van a resumir las noticias de la actualidad, clasifican la importancia de las mismas y son los que de alguna manera van a convencer al lector.

Las primeras páginas que dan su mayor relevancia al texto sobre la imagen están compuestas por una selección de las noticias más destacadas y situadas por orden jerárquico respecto al interés que entre el público puede generar.

Se considera a la primera página como la principal de un periódico de la cuál va a depender mucho que el lector se sienta motivado para seguir hacia adelante con su interés por el mismo. Esta página es también la base principal de la competencia con otro periódico y va a depender de ella si se vende o no. Esta constituida por las noticias más importantes que han acontecido en el mundo en el transcurso de las últimas horas.

Al contrario de la importancia que se le da a la tercera página, la segunda suele estar destinada a temas "menores", generalmente de "servicios" o en otro caso la segunda página se utiliza para dar una continuidad a la primera página. En las siguientes

van a componer un periódico encabezándolo por diversas secciones. La forma más clásica de distribución de estas páginas es la que divide al periódico en secciones de información general y secciones especiales. Suele abrir la información interior de un periódico la sección de local, con varias páginas y en general concediéndole una mayor importancia que a las secciones de nacional e internacional.

Dentro del periódico encontraremos además de estas páginas clasificadas secciones tales como: *Secciones Especiales* que son *Economía, Deportes, Cultura, Horóscopo, Entretenimiento, etc.* El tratamiento de estas páginas varía notablemente de un diario a otro, dependiendo de los criterios del director. Existen algunos periódicos que van a dar alguna prioridad a alguna de estas secciones. La primera sección es la información general; registra noticias nacionales e internacionales, y se tiene una sección cuya finalidad es dar a conocer aniversarios, notas religiosas solamente aspectos sociales.

En cada una de las secciones que se manejan se va a tener un orden de cada una de las noticias, claro que este va a depender de su importancia y puede llegar a definir el lugar donde será colocada.

El interior de un periódico no es una sucesión de páginas, una detrás de la otra, que suministran la información de una forma desordenada e incoherente, al contrario el lector podrá encontrar en el interior del diario, debidamente ordenadas y previamente jerarquizadas, las noticias...

En la tercera página además del *Editorial*, suele colocarse los artículos llamados de fondo sin olvidar que esto depende en su totalidad del criterio del director.

La primera página de cualquier periódico tiene una importancia fundamental dentro de la estructura del mismo, ya que es ésta donde se refleja su identidad y su estilo.

La primera página no es solo competencia de los profesionales que elaboran información diaria, sino que es ya una cuestión de *marketing*. A través de la primera página se vende o no se vende un diario, ya que es por ésta por la que un persona se encuentra atraída.

El contenido del periódico ha de ser universal, es decir, debe dar satisfacción a los intereses de personas muy distintas. Por consiguiente deben tener su lugar en la publicación desde la alta política nacional e internacional hasta la humilde receta de cocina. Todo ello, destinado a dar fe de la realidad más inmediata, de sus hechos y acontecimientos, ya sean estos grandes o pequeños

El contenido del periódico está compuesto de diversos ingredientes, desde un punto de vista global, lo componen un conjunto de elementos estructurales: títulos, textos, redaccionales o publicitarios, ilustraciones y anuncios, todo ello en una sola unidad física.

De ahí que podamos dividir al periódico en dos grandes partes: redaccional y publicitaria.

1) Parte Redaccional.- Esta va a estar conformada por *textos informativos* (noticias, reportajes, crónicas, artículos, editoriales, comentarios, entrevistas, cuestionarios, encuestas, mesa redonda, conferencia de prensa, boletín informativo, comunicados, recortes, notas, fuentes documentales y declaraciones) y *secciones*, es decir la selección de noticias que han de aparecer atendiendo a su contenido y que pueden ser de aparición diaria o periódica.

2) Parte Publicitaria.- Otros insertos entre el texto de las páginas redaccionales son los anuncios de toda índole y publicidad en diversas formas (anuncios preferentes, redaccionales), a veces un anuncio llega a ocupar una página entera o dos

enfrentadas; otras, parte de una página o bien se dedican páginas enteras a diversos anuncios

Frecuentemente es necesario recurrir a la ayuda de las gráficas dibujadas y a los mapas para presentar más claramente una noticia.

Todo el texto y publicidad debidamente repartido a lo largo y lo ancho de la publicación, sabiamente dispuesto para que resulte armónico y grato a la vista, constituye el contenido del periódico, estructurado y claramente expuesto para que el lector localice con facilidad aquello que le interesa.

1.4.- DESARROLLO HISTÓRICO DEL PERIÓDICO EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

Trazar una historia sucinta, comprimida, del periódico, es empresa difícil, habría que remontarse a los inicios de la humanidad, cuando el hombre comenzó a vivir en comunidad. Surgió entonces la comunicación oral, después la escrita, y más tarde la impresa.

Dicho así, casi no tiene sentido: entre una y otra etapa transcurrieron largos siglos, el hombre se organizó y empezó a civilizarse. El conocimiento de noticias se hizo en él una necesidad imprescindible, y a tenor de esto organizó su recepción y difusión: anuncios públicos por medio de pregoneros, proclamas, correos.

Hasta la invención de la imprenta, el periódico fue prácticamente rumor. Después surgió y organizó la noticia para más adelante convertirse en opinión.

Según algunos historiadores, el nacimiento del periódico "se remonta al siglo XVIII, aunque hay quienes defienden la existencia de un diario en Leipzig en el siglo XVI."¹¹

"El periódico ha sido siempre un medio callejero. En el siglo XVII el vocero de noticias, con sus <<relaciones>>, era el agente primordial de la publicación: una figura familiar en Londres, Amsterdam, Colonia, Frankfurt o Budapest. El vagabundo culto, que asumía los riesgos personales derivados de distribuir material sedicioso, jugó un papel capital en la evolución del periódico."¹²

"Pero generalmente se cita entre los pioneros al *Daily Courant*, publicado en Inglaterra entre 1702 y 1735, seguido por el *Diario Noticioso, curioso-erudito, comercial, público y económico*, publicado en Madrid, en 1758, y dirigido por MANUEL MARIANO NIPHO Y CAGIGAL."¹³

"En París los *nouvellistes* autorizados comunicaban las noticias a multitudes de analfabetos contra el pago de un *sou* (una moneda, y los titulares de los periódicos fueron, para muchas personas, los instrumentos primarios de ciudadanía. Ya los muchachos vendedores, equipados con una trompeta y una gorra en que se leía el título de sus

¹¹ DELGADO Cebrán, Alberto, *Introducción al periodismo*, pág. 22.

¹² SMITH A., *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*, pag. 52.

¹³ DELGADO, Op. cit., pag. 22.

periódicos, perturbaban la paz, gritando sus noticias durante los domingos, cuando la diligencia y el taller impresor descansaban."¹⁴

"El periódico de la segunda mitad del siglo XX está fundado en la clara necesidad del lector ante los hechos y el entretenimiento más en que ninguna explicación generalizada e ideológica sobre el mundo, con la que él pueda unir o reunir sus propias explicaciones. Como señalara un director periodístico angloamericano, que presencié la transición de lo viejo a lo nuevo en la década de 1930; el periódico moderno <<aporta un epítome de la historia mundial>>. Donde antes la dispersión de periódicos dejaba expuesto al medio ante el subsidio y la manipulación gubernamentales, la moderna industria periodística tiende ahora a reflejar las preocupaciones principales de una sociedad, sea imponiendo un moderada coloración política (en comparación con el pasado) o reflejando las valores de la *élite* dominante de esa sociedad."¹⁵

El primer periódico que salió al público fue el llamado "Diario de México", cuyo primer número apareció el 10. de Octubre de 1805 está dedicado al Virrey de la Nueva España, y su formato era simplemente en medio pliego pequeño.

Apenas nacido el periodismo en México, tuvo cesores y perseguidores. Iturrigaray censuró y oprimió al "Diario de México" el primer periódico independiente, si es que independiente se puede llamar su condición de no depender del gobierno pues de todas maneras conservó el aire de sumisión. tras las épocas de turbulencia y desconcierto, la prensa de México también sufrió ataques económicos de esta forma el ya existente "Excelsior" cambió de manos mediante un atraco. Debido a eso, la actitud actual de la

¹⁴ SMITH, Op. cit., pags. 52-53.

¹⁵ Ibid, pags. 55-56.

prensa es de un desconcierto visible y de una prudencia extrema, no obstante las continuas declaraciones del mismo gobierno sobre su respeto a la libertad del pensamiento

En nuestros días el periodismo mexicano se ha desarrollado notablemente gracias al esfuerzo de los grandes diarios capitalinos: "El Universal", fundado por Félix F. Palavicini el 1º de octubre de 1916; el periódico "Excélsior", creado por Rafael Alducín el 18 de marzo de 1917; "La prensa", que apareció por primera vez el 13 de agosto de 1928; y el "Novedades", que inició sus tirajes el 21 de noviembre de 1939.

En realidad la historia del periodismo moderno en nuestro país se inició con la fundación de los principales diarios, "El Universal" y el "Excélsior". En la Ciudad de México existe toda una gama y variedad de diferentes periódicos y revistas, que se diferencian en primer lugar por la enorme variedad de temas que tratan, y por la frecuencia de su aparición: diarios, semanarios, quincenales, mensuales, etc. También varía su contenido, pues los hay de información general, en su mayoría, deportes, finanzas y economía. El contenido en términos generales es de información general, economía, deportes, nota roja, finanzas y espectáculos.

Funcionan como organizaciones formales, complejas, se dirigen en especial a públicos adultos y heterogéneos, distantes a las fuentes y distantes unas de otras, mantienen una relación impersonal entre el emisor y el público.

La mayor parte de las empresas periodísticas de México son antes que nada negocios destinados a obtener ganancias o poder político, en lugar 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

Basta observar superficialmente un periódico para comprender en qué consiste el carácter de empresa 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 promociona 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.

Existe generalmente una conexión muy estrecha entre una empresa periodística con algún o algunos grupos de poder económico o político, ellas ejercen en cada diario una influencia particular de acuerdo al tipo de participación que tienen en el medio. Una forma de entender más claramente el problema consiste en considerar que los periódicos pueden organizarse en Sociedades Anónimas y Sociedades Cooperativas; en las primeras en reducido número de socios aportan cantidades considerables; y en la segunda todos los trabajadores son socios y aportan cantidades iguales.

El propio Estado tiene también una amplia injerencia en las empresas periodísticas, porque 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 conviene, 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 mencionadas y de la vinculación política entre personas como instrumentos directos.

La prensa se nutre en noticias que favorecen a los intereses de la clase en el poder, que a la vez favorecen a las empresas transnacionales y en nada favorecen a la inmensa mayoría de electores.

La distribución de los diarios se realiza por medio de la venta directa o de suscripciones y juega un papel importante la Unión de Voceadores de Periódicos y Revistas de la República Mexicana, la cual agrupa a más de treinta mil trabajadores y fue fundada en 1923, que tiene además sucursales en toda la República

Por lo que respecta a la circulación en el país, es difícil conocer los tirajes reales de las publicaciones periódicas, debido a la inexistencia en México de una legislación en esta materia, así como una institución legalmente establecida que obligue a las publicaciones a manifestar y comprobar sus cifras de tiraje y circulación

La entrada de los periódicos de la capital en la era de la informática ha sido paulatina. La adquisición de computadoras y nuevos equipos de fotocomposición e impresoras obedecen a un proyecto modernizador, diferente en cada uno de los diarios analizados. Por ello, si bien podemos agrupar a los periódicos dentro de tres modelos: el tradicional, el mixto y el moderno, aún dentro de un mismo grupo aparecerán peculiaridades y diferencias de un diario a otro.

El proceso de cambio ha sido lento, tardó más de doce años en generalizarse. De aquí que encontremos tantas variaciones. La experiencia de los colegas, la competencia entre firmas de proveedores, el mismo desarrollo de la tecnología; han hecho que los periódicos busquen adaptar a sus propias necesidades e historia los avances que se van produciendo

Las razones anteriores y la necesidad de conocer pormenorizadamente la forma en que se organiza y funciona cada diario estudiado, nos ha llevado a describir con detalle uno por uno, los sistemas en funcionamiento, asimismo se proporcionan las marcas utilizadas, los modelos y las adaptaciones que los periódicos ha hecho con una maquinaria de tipo estándar.

De los once diarios de la capital estudiados, solamente seis se encuentran en la fase de automatización total.

Periódicos existentes actualmente en la Ciudad de México:

-Ovaciones.

-Excelsior.

-El Economista

-El Universal.

-Reforma.

-Novedades

-El Sol de México.

-El Nacional.

-UNO MÁS UNO.

-La Prensa.

-La Jornada.

Su organización implica desde terminales en la sala de redacción hasta fotocomponedoras computarizadas. Sin embargo, mientras algunos ya forman en pantalla la página entera, otros todavía recurren al armado manual. Esto significa que el sistema denominado "línea" llega cuando lo tienen, únicamente hasta la composición del texto.

Ahora bien, tampoco en la sala de redacción la organización es la misma para estos seis periódicos. Algunos utilizan cerebro central y terminales "bobas", otros utilizan terminales "inteligentes", otros terminales de cinta perforada.

Es importante mencionar que dentro del desarrollo de la prensa en México no se ha dado una verdadera libertad de pensamiento, si se excluyen aquellos momentos de la llegada al poder de los gobernantes, siempre entonces llenos de buenos propósitos, pero vueltos al poco tiempo susceptibles y tiranos, de resistir serenamente la crítica y de despreciar la injuria.

CAPÍTULO SEGUNDO

PERIÓDICOS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE MÉXICO EN 1997.

2.1.- EL ECONOMISTA

Después de estudios de mercado tanto cuantitativos como cualitativos, para determinar preferencias, hábitos de lectura de periódicos, muestreos para determinar nombre y logotipo de la publicación, la consultoría de diseñadores profesionales logran la realización gráfica y logotipo del El Economista.

Surge después de un proceso mercadotécnico como complemento a un proyecto editorial, cuyo objetivo principal es proporcionar análisis y asesoría al lector interesado,

En mayo de 1987, se empezó a trabajar firmemente en la idea de un periódico especializado en economía, finanzas y negocios, que respondiera como medio de comunicación moderno, de avanzada, a la necesidad de la sociedad mexicana de estar mejor informado.

El primer ejemplar del Economista se publicó el 5 de diciembre de 1988, fecha en que se celebra su aniversario, sus fundadores son el Lic. Luis Enrique Mercado y el Ing. Martín Casillas

El economista no obstante de ser un periódico especializado, no ignora aquellos acontecimientos que al unirse a la información especializada integran el panorama de nuestra vida actual.

Para facilitar la lectura, agilizar los análisis y presentar en forma más adecuada la información, este periódico está dividido en diferentes secciones tales como: Economía y Finanzas, Mercadotecnia, Administración, Tecnología, Política Económica, Impuestos y Legislaciones, Empresarios, Arte, Cultura y las páginas editoriales.

La calidad y profundidad que ofrece está respaldado por profesionales del análisis y la noticia, también cuenta con personal administrativo altamente calificado en sus áreas contables, de venta, suscripciones, publicidad, seguridad, mantenimiento, diseño, formación, recursos humanos y capacitación. Todo este personal proporcionara todos los elementos necesarios y el apoyo para que la edición del diario se realice con una mejor calidad.

Así mismo la empresa se encontrara dividida en cuatro grandes áreas, para llegar a la elaboración y distribución de dicho periódico y son las siguientes:

- Redacción.
- Administración.
- Ventas.
- Producción.

Como complemento de todo esto se encuentra una empresa filial de reparto de periódico.

El cuerpo directivo juega un papel muy importante dentro de la empresa que en este caso se encuentra conformado por:

Lic. Luis Enrique Mercado	Director General
Lic. Ruben Alvarez	Director Editorial.
Lic. Alfredo Jiménez de Sandi	Director Administrativo.
Lic. Daniel Santiago Gachuzo	Contralor
Lic. Jesús Hernández	Gerente Comercial.

Nos encontramos básicamente con un periódico de lunes a viernes de análisis de opinión y asesoría, que teniendo como columna vertebral los temas económicos, financieros, bursátiles y de negocios, se refiera también a la vida política del país, teniendo como apoyo el soporte de más 500 bancos de datos en todo el mundo. Información y análisis sobre el acontecer de la vida del país forman parte del Economista.

Como primer punto de análisis nos encontramos con la primera página que está diseñada no sólo para destacar lo más importante sino para proporcionar un panorama completo y resumido de lo que está sucediendo en México y en el mundo, en economía, finanzas, negocios y política.

La plaza, suplemento cultural

Esta revista sale publicada mensualmente y es parte del periódico como suplemento cultural semanal, se publica los viernes y contiene temas como arte y cultura, contara de igual manera con una cartelera y artículos de interés general, complementando con anécdotas deportivas y culinarias, poemas y reseñas de libros.

SECCIONES ESPECIALIZADAS DE PUBLICIDAD.

La Dirección Comercial del periódico ha diseñado varias secciones o espacios publicitarios en las que van a poder anunciarse diferentes empresas siempre enfocados al perfil del lector del Economista.¹⁶

Este periódico es especializado ya que sus temas están basados específicamente en la economía y finanzas.

2.2.- EXCÉLSIOR

Poco a poco en la mente de Rafael Alducin fue creciendo la idea de constituir un periódico ya que en esos momentos él tenía una revista semanal llamada "El automóvil en México", y después de muchas deliberaciones con un grupo de colaboradores, Alducin pidió que se buscara un nombre para el posible nuevo diario que ellos lanzarían a la circulación, tenían los elementos necesarios para llevar a cabo su proyecto como: papel e imprenta. Ahora sólo se tendría que elegir el nombre a lo que hubo muchas propuestas pero se prefirió la sugerencia del poeta José de Jesús Núñez y Domínguez, de que el periódico se llamara "EXCÉLSIOR", que tenía como significado el más alto.

En marzo de 1917 nace el periódico de la vida nacional "Excélsior", y sus primeras páginas se imprimieron en los talleres de Revista de revistas, la cual dio la noticia de que pronto aparecería dicho periódico.

¹⁶ García Patricia; Recursos Humanos; Entrevista Personal; 5 de enero de 1997.

En 1923, por circunstancias de la época empieza a sufrir presiones externas y está a punto de desaparecer, así que algunos representantes de los trabajadores comienzan a pedir ayuda y acuden con el entonces Presidente de la República Plutarco Elías Calles quién realizó varias investigaciones con los dueños de la compañía, y les informó que la empresa estaba dispuesta a entregar la fuente de trabajo, directa y exclusivamente a los elementos que en ella laboraban y de esta forma Calles propuso la formación de una cooperativa, que era una estructura socioeconómica en donde los trabajadores comparten los beneficios del trabajo común, mediante los recursos que pone a su alcance la industria editorial, la empresa se llamó, "EXCÉLSIOR", Cía. Editorial, S.C.L.

Directores que han fungido dentro del periódico:

Rafael Alducin (1917-1924), fundador y presidente.

José E. Campos (1922-1924).

Consuelo Thomalen Vda. de Alducin (1924-1927).

Adolfo Leal De los Santos, vicepresidente (1924-1927).

Manuel L. Barragán, (1927).

Abel R. Pérez (1927-19431).

Juan M. Duran y Casahonda (1931-1932).

Rodrigo de Llano (1932-1963).

Manuel Becerra Acosta (1963-1968).

Julio Scherer Garcia (1968-1976).

Víctor M. Velarde (1976).

Regino Díaz Redondo (1976).

Su contenido se va a dividir en noticias que se agruparan de acuerdo a su afinidad en las siguientes secciones:

*Información General.

*Internacional.

*Editorial.

*Deportes.

*Sociales.

*Radio y Televisión.

*Espectáculos.

*Cultural.

*Financiera.

*Policíaca.

*Estados.

*Ideas.

*El Buho

Cada una de estas secciones son muy importantes ya que la unión de todas ellas dan por resultado, un periódico que cubre toda la información necesaria y logra que el lector este totalmente informado, siendo este punto su principal objetivo.

Para la recolección de toda la información se tienen enviados especiales (reporteros del mismo periódico) y de sus corresponsales nacionales e internacionales, cuenta además con los servicios de The Associated Press (AP estadounidense); France Presse (AFP-Francesa);

EFE (Española); Agencia Nazionale Stampa Associata (ANSA-Italiana); Reuter (inglesa); Prensa Latina (cubana); IPS (internacional); DPA (alemana); UPI (United Press International-EU); AP-Down Jones; Xinhua (China); Sygma. aunado a esto de manera exclusiva colaboran The New York Times, The Washington Post Los Ángeles Times (EUA); Le Monde (Francia), Financial Times (Londres); The Wall Street Journal (EUA); Le Moudjahid; Atlanta Constitution, Dallas Time Herald, Newsday (EUA), Newsweek, The Economist, The Guardian, Christian Science Monitor y Hartford Courant, time y Baltimore Sun

Dicho periódico está formado por diferentes departamentos indispensables para su buen funcionamiento que son: noticias, redacción corrección, fotocomposición formación, fotomecánica, rotativa, empaque, reparto, circulación y el público. Dentro del departamento de noticias nos encontramos con fotografía, Agencias, reporteros, corresponsales, enviados especiales y colaboradores, así mismo dentro de público están expendios y distribuidores.¹⁷

Este periódico es una sociedad cooperativa, ya que dentro de la empresa se comparten tantos los beneficios, como los problemas que se van presentando.

2.3.- NOVEDADES

Dicho periódico tiene su aparición en la Ciudad de México el 28 de octubre de 1935 y se convierte específicamente en un diario matutino, desde su fundación hasta el 3

¹⁷ Hernández, Miguel, Recursos Humanos; Entrevista Personal; 15 de enero de 1997.

de enero de 1977 era editado por "Publicaciones Herrerías, S A. de C.V. y a partir del 4 de enero de 1977 hasta la fecha es editado por "Novedades Editores S.A. de C.V.

Al ser ya publicado sale a la venta por primera vez el domingo 27 de octubre , por la noche, con fecha, lunes 28 de octubre de 1935.

Como primer Presidente y Director se encontraba Don Ignacio F. Herrerías, el cual muere asesinado el 3 de abril de 1944 y posteriormente se encontraron como presidentes y directores a:

*Presidente: Sra. Vesta M. Vda. de Herrerías

6 de abril de 1944 a 9 de junio de 1946

*Presidente: Sr. Jorge Pasquel.

10 de junio de 1946 a 9 de agosto de 1948.

*Presidente: Sr. Rómulo O'farril, SR.

24 de agosto de 1948 a 7 de mayo de 1981.

*Presidente: Sr. Rómulo O'Farril, Jr.

Desde el 13 de mayo de 1981, hasta la fecha.

*Director: Sr. René Capistrán Garza.

De 1935 a 18 de enero de 1943.

*Director: Gonzalo Herrerías

19 de enero de 1943 a 9 de junio de 1946

*Director. Sr. Lic. Alejandro Quijano

10 de junio de 1946 a 17 de febrero de 1957

*Director. Sr. Ramón Beteta.

3 de diciembre de 1958 a 5 de octubre de 1965.

*Director: Sr. Don Rómulo O'Farril, Jr.

Desde el 6 de octubre de 1965 hasta la fecha.

Dentro de su contenido nos encontramos con que esta dividido en cinco secciones:

*A Información general

*B Finanzas.

*C Social.

*D Deportes.

*E Espectáculos.

Estas cinco secciones con que cuenta el Novedades están totalmente planeadas y diseñadas por la dirección del periódico, para que cada una de ellas contenga toda la información necesaria al momento de acudir a ella.

Este periódico ha contado a lo largo de su desarrollo con diferentes suplementos como: el Cultural, televisión y mi periodiquito que esta elaborado también para los pequeños lectores del Novedades y es publicado especialmente el domingo.¹⁸

¹⁸ Colín, Javier; Coordinador de Recursos Humanos, Entrevista personal; 9 de enero de 1997.

2.4.- EL UNIVERSAL.

El gran diario de México fue fundado el 1 de octubre de 1916, su circulación fue certificada por: CAC (Certified Audit of Circulations, Inc.) y el Instituto Verificador de Medios de México.

- Circulación neta pagada 172,000 ejemplares (promedio).
- Circulación pagada diaria 153,000 ejemplares (promedio).

Circula en todo el país, pero en su mayor fuerza de venta y penetración está en el área metropolitana.

DIRECTORES GENERALES Y PRESIDENTES.

- 1916-1923 Ing. Felix Fluencia Palavicini.
- 1923-1940 Lic. Miguel Lanz Duret
- 1940-1959 Lic. Miguel Lanz Duret Sierra.
- 1959-1969 Familia Lanz Duret Valdés
- 1969 a la fecha Lic. Juan Francisco Ealy Ortiz

Para la publicación diaria de dicho periódico se encuentran en activo; 1,078 trabajadores y personal editorial externo que son alrededor de 74 corresponsales en las ciudades más importantes del país y del extranjero, 292 colaboradores para las diferentes secciones, de ellos, 70 para las páginas editoriales y 70 para el "UNIVERSAL GRAFICO"

Al igual que en otros periódicos cuenta con servicios noticiosos de apoyo como Associated Press (AP), United Press International (UPI), Agence France Press (AFP), Reunter, EFE y ANSA.

En un análisis general del periódico podemos darnos cuenta de que son 122 páginas en promedio; de ellas 22 son de Aviso Oportuno (clasificado), el 61.06% de espacio se dedica a publicidad, el resto a la información.

Es interesante saber cuanto papel se gasta en la elaboración del periódico y de esta forma darnos una idea de cual es el tiraje diario, en el caso del NOVEDADES, el consumo de papel en total, son más de 30,000 toneladas de papel importado al año.

Una característica muy importante es el tamaño de la plana que esta constituida por de 300 líneas ágata de alto por 8 columnas de 9 cuadratines de ancho, en total, 2400 líneas ágatas.

El Universal es apoyado por el Servicio Universal de Noticias, S.A. de C.V. (SUN), es la agencia más grande de México, esta distribuye a más de cien periódicos y varias emisoras de radio y televisión en el territorio mexicano, así como; Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Centro y Sudamérica.

Apoyados por un equipo de redactores y editores, así como reporteros y corresponsales nacionales e internacionales de "El Universal", "El Universal Gráfico" y "La Afición", que brinda a los lectores un paquete que contiene notas informativas sobre política, deportes, espectáculos, sociales y culturales.

Su distribución territorial para la elaboración del periódico se concentra en seis construcciones que son:

- =Bucareli No. 4 Local para el Auto Aviso Oportuno.
Con superficie de 1,000 metros cuadrados
- =Bucareli No. 8 Edificio para el área administrativa.
Con superficie de 8,000 metros cuadrados.
- =Bucareli No. 12 Edificio Corporativo.
Con superficie de 4,500 metros cuadrados.
- =Bucareli No. 18 Área de estacionamiento/bodega
Con superficie de 430 metros cuadrados.
- =Bucareli No. 7 Edificio para el área de producción.
Con superficie de 5,500 metros cuadrados.
- =Bucareli No. 11 Edificio para el área de producción.
Con superficie de 12,000 metros cuadrados.¹⁹

El contenido de este periódico está basado en la publicidad, y en sus avisos oportunos y en una menor cantidad las notas informativas.

2.5.- EL SOL DE MÉXICO.

A diferencia de otros, el primer periódico de esta compañía periodística fue el "Esto", que era especializado principalmente en deportes y espectáculos, posteriormente se fundo "El Sol de México", el día 25 de octubre de 1965, siendo el primer diario impreso

¹⁹ Orozco Ochoa, Graciela; Coordinadora de Relaciones Públicas; Entrevista personal; 11 de enero de 1997

a color y hasta la fecha sigue siendo el primero en calidad de impresión y color, cubriendo todo tipo de información que acontece en México y en el mundo.

Dentro de la Ciudad de México, nos podemos dar cuenta de que este periódico fue muy importante en cuanto a su diseño por ser el primero de impresión a color, lo que atrajo en determinado momento la atención de muchos lectores.

Cuenta con seis diferentes secciones que mantendrán informado al lector del acontecer diario.

*Información General

*Deportes.

*finanzas.

*Provincia.

*Sociales

*Espectáculos.

Con esta diversidad de secciones pueden leerlo todo tipo de público ya que cuenta además de toda esta información con suplementos especiales como: Esencia femenina, cultural, periferias y una sección dominical dedicada especialmente a los niños

En su primera sección podemos encontrar información acerca del acontecer de la nación y también el editorial

El sol en la sociedad- Mantiene informado al lector acerca de eventos y la moda internacional.

El sol en los espectáculos.- Contiene información sobre cine, teatro, televisión y radio

El sol en los deportes.- Todo lo referente a los deportes apoyado por la información de su periódico el "Esto".

El sol en provincia.- Informa sobre los diferentes acontecimientos en el interior de la República mexicana.

El sol en los negocios.- En esta sección se encontrara la información referente a los negocios ilustrada al mismo tiempo por medio de gráficas, mostrando de esta manera las principales tendencias de la economía del mercado cambiario y bursátil.

La elaboración de un periódico es todo un procedimiento que esta totalmente calculado, para una mejor comprensión lo dividiremos en seis pasos:

1. **Información.-** Esto va a comenzar con el trabajo de los reporteros, columnistas, etc, que se encargan de capturar las noticias, artículos, reportajes, entrevistas más importantes del momento. También mantiene comunicación directa las 24 horas del día con las Agencias Noticiosas más importantes del mundo, como son: AP, AFP, UPI, EFE, PRENSA LATINA, TASS, UPA, REUTER, DOW JONES, OCNECSA, ANSA, etc.

2 - **Redacción.-** Aquí se encargan de vaciar toda la información capturada en las últimas 24 horas, en el SISTEMA HARRIS; que es un conjunto de sistemas donde se almacena toda la información recabada por reporteros, columnistas, editorialistas y Agencias de Noticias. Ya teniendo toda la información necesaria se procede a convocar a una junta, en la cual se hace una evaluación del material y así mismo se elabora un domi o gula, en el cual se marca el espacio que se le da a cada nota, según su importancia, con los domis hechos se mandan directamente con los editores que se encargan de fotocomponer cada nota con sus medidas, tipografía, pies de foto, etc

3.- Fotoedición - Esta va a ir formando cada página del periódico en la pantalla de la computadora, según lo indica el domi que se hizo previamente acomodando las notas, fotos, publicidad, etc.

4.- Fotomecánica - Terminado el trabajo de fotoedición se procede a llevar el material (las páginas formadas), al departamento de fotomecánica, donde se encargan de hacer las selecciones de color para las fotografías, la publicidad, los negativos, las pruebas, hasta elaborar las láminas que se requieren para las rotativas.

5.- Rotativas.- En esta se incorporan las láminas con la ayuda de las dobladoras, se preparan las tintas, fijadores y agua que son necesarios para la óptima impresión del color, las prensas rotativas pueden imprimir simultáneamente las cuatro tintas de la selección de color, registrado automáticamente, mediante sistemas electrónicos las cuatro entradas al frente y a la vuelta

6.- Distribución.- Al terminar el tiraje, el periódico automáticamente pasa a las transportadoras que lo llevan a una máquina que se llama "Contadora", que va aplicando bultos de 50 en 50 hasta llegar a 500 ejemplares. Así mismo pasan a la amarradora que le hace los amarres al bulto para posteriormente entrar al departamento de Distribución.

Todo el procedimiento anterior es primordial para que un periódico funcione correctamente.

Dentro de este mismo periódico se publica también "El Sol de Mediodía", el cual tendrá que pasar también por todo este procedimiento.²⁰

2.6.- LA JORNADA.

²⁰ Vega, Víctor, Subgerente de Producción, Entrevista personal; 27 de febrero de 1997

Con 2300 accionistas de los cuales 180 son comunes ya que no tienen derecho a voz ni voto, se fundó el 3 de enero de 1984 el periódico "LA JORNADA".

Granados Chapa estuvo al frente del periódico como Director de 1986 a 1988 y actualmente el encargado de la dirección es Lic. Carlos Pallán.

Dentro del mismo se publican importantes suplementos como "Doble Jornada", el cual es totalmente feminista y sale publicado el primer día de cada mes, "Historietas" publicado solamente los sábados y esta realizado especialmente para niños, también existen suplementos como: Jornada Laboral, Ecológica, de Campo y Semanal.

La organización de un periódico es fundamental para su buen funcionamiento, así que La Dirección General que es quien va a tomar las decisiones más importantes que surjan.

A continuación veremos que esta se encuentra conformada por:

DIRECCIÓN GENERAL.

Coordinación de información
general

Sección de Deportes

Sección Cultura.

Sección Internacionales.

Sección de Economía.

Coordinación de Producción.

Tipografía.

Corrección y estilo.

Fotomecánica.

Fotocomposición.

Formación

Imprenta

Coordinación de Edición

Jefe de edición

Jefe de redacción.

Para la publicación de una nota esta tendrá que pasar por una serie de pasos, en primer lugar estará a cargo de la Junta de evaluación, quien decide si es publicada, posteriormente pasará por la Coordinación de edición que señalará la información que ocupará la primera plana por orden de importancia, por último se checarán detalles en la mesa de redacción.

Lo más importante dentro de la elaboración del ejemplar es primero que nada seleccionar la primera plana y la contraportada, porque éstas determinan el contenido de dicho periódico.²¹

2.7.- REFORMA

El 20 de noviembre de 1993, surgió una nueva forma de periodismo en la Ciudad de México que llevó por nombre "El Reforma", periódico que actualmente es uno de los que tiene mayor circulación en toda la metrópoli y se encuentra entre los lectores como uno de los más aceptados en su género.

Su contenido está compuesto por diferentes secciones como: Ciudad, Cultural, Negocios, Gente, Expansión, Reforma y Nacional, que totalmente integradas van a dar al lector la información más precisa

El Reforma es una de los periódicos más completos ya que cuenta también con numerosos suplementos que aparecen semanal o mensualmente dentro de ellos se encuentran: Enfoque, Magazine, Negocios, Inversión, Novia, Moda, Salud, Mascotas y

²¹ Barrios, Juan, Recursos Humanos, Entrevista personal, 23 de febrero de 1997

Viaja en estos suplementos podemos encontrar toda la información adicional que nos hubiera hecho falta dentro del periódico.

Siempre se va a llevar un control de su circulación y en este caso se puede ver que los días de mayor circulación son los lunes, viernes y domingos.

Para la total realización del periódico la noticia pasará por todo un proceso, esto es, por una serie de departamentos que chocaran cada detalle hasta que al final este lista para su impresión y con un lugar específico dentro de las páginas siempre dependiendo del orden de importancia.

El Lic. Alejandro Junco Vega, es quien funge en este momento como director del mismo y claro con la participación de 600 personas más entre ellas reporteros, corresponsales, técnicos, limpieza, escritores, etc.

Se cuenta también con el apoyo de Agencias de Noticias como: The Associated Press (AP estadounidense); France Presse (AFP-Francesa); EFE (Española); Agencia Nazionale Stampa Associata (ANSA-Italiana); Reuter (inglesa); Prensa Latina (cubana); IPS (internacional); DPA (alemana); UPI (United Press International-EU); AP-Down Jones; Xinhua (China); Sygma. aunado a esto de manera exclusiva colaboran The New York Times, The Washinton Post. Los Ángeles Times (EUA); Le Monde (Francia), Financial Times (Londres); The Wall Street Journal (EUA), Le Moudjahid; Atlanta Constitution, Dallas Time Herald, Newsday (EUA), Newsweek, The Economist, The Guardian, Christian Science Monitor y Hartford Courant, time y Baltimore Sun.²²

2.8.- EL NACIONAL.

²² RICO, Juana, Coordinadora, Entrevista personal; 28 de marzo de 1997.

Actualmente la Lic. Enriqueta Cabrera se encuentra al frente del periódico "El Nacional", que fue fundado el 27 de mayo de 1929.

Dentro de esta empresa se cuenta con una organización para el buen funcionamiento de la misma.

- DIRECCIÓN GENERAL.
- DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANZAS.
- SUBDIRECCIÓN DE FINANZAS.
- DEPARTAMENTO DE CONTROL Y PRESUPUESTOS.
- DIRECCIÓN COMERCIAL.
- SUBDIRECCIÓN DE MERCADOTÉCNIA.
- SUBDIRECCIÓN DE CIRCULACIÓN.
- DEPARTAMENTOS DE CONVENIOS.
- DEPARTAMENTOS DE IMPRESIÓN A TERCEROS.

Cada uno de estos departamentos va a tener ciertos objetivos muy bien definidos, para que al integrarse se tenga el buen funcionamiento del periódico. Pero siempre nos encontraremos en primer lugar a la DIRECCION GENERAL, quien será la que en determinado momento tomará las decisiones más importantes.

En muchos casos existe dentro de periódico un elemento muy importante y que no se puede dejar de lado, *la publicidad*, que ocupa un 16% dentro de su contenido y

nos podemos dar cuenta que no es su caso, ya que lo más importante para ellos es la información más precisa y en el momento justo, aspectos como este pueden tomar un segundo o tercer lugar.

Para la elaboración de las noticias se cuenta con tres departamentos, los encargados de mantener una excelente publicación que son:

- **Edición:** En este departamento se encuentran redacción, Producción y Sistemas.
- **Comercial:** Nos encontramos con publicidad y circulación.
- **Administración:** Esta es apoyo de todas las áreas.²³

El Nacional es uno de los periódicos que maneja la información totalmente gubernamental, como ha sido catalogado desde su fundación.

2.9.- OVACIONES

Ubicado en Ignacio Mariscal se encuentra desde el 26 de enero de 1947 el periódico "Ovaciones".

A partir de la fecha de su fundación ha contado con diferentes directores, los cuales lo han llevado a ser el periódico que es actualmente. Posteriormente se enumeran algunos de ellos.

²³ Ruíz, Arturo; Relaciones Públicas, Entrevista personal; 8 de marzo de 1997.

DIRECTORES

Lic Jacobo Zabloudowski

Lic. Fernando González Parra.

Lic Fernando Díaz Lombardo.

Lic. Ernesto Navarrete

Dentro del periódico existen diferentes departamentos como redacción, prensa y administración, que al fusionarse dan como resultado la clasificación, ordenamiento y acabado de toda la información que va a quedar impresa en cada uno de los ejemplares que diariamente salen en circulación, los cuales son aproximadamente entre 40,000 y 60,000 al día

Los suplementos son parte importante de cada uno de los periódicos ya que son complemento muy necesario para equilibrar la información, siempre contarán con espectáculos, información general y deportiva este último publicado mensualmente, por reporteros especializados.

Los días de mayor circulación son lo lunes y los sábados, y para llegar a este punto se necesitan aproximadamente la participación de 450 personas estratégicamente distribuidas en todos los puntos claves para obtener toda la información necesaria.

Para detectar si la información es la adecuada se cuenta con el Director de Edición, Deportes Carlos Fernando Garcia, Información General Fermín Granados.

El Opciones cuenta también con la 2a. edición desde mayo de 1962, publicada todos los días con la información más oportuna del transcurso de la mañana.

Tiene como apoyo las Agencias de noticias UPI, EFE, AFP, AP, DPA, Reportajes mundiales y NOTIMEX.²⁴

2.10.- LA PRENSA.

"Un periódico poseedor de una profunda vocación popular", fundado por Don Pablo Laangarica, el 29 de agosto de 1928 y fue entonces cuando apareció el primer ejemplar como *Diario Ilustrado de la Mañana*.

Después el 25 de marzo de 1935 se cierra por mala situación financiera, y los trabajadores se ven obligados a acudir al entonces Presidente de la República Lázaro Cárdenas del Río quien los apoya e impulsa la creación de una Sociedad Cooperativa.

Don Mario Santaella de la Cijiga en 1994 es nombrado Presidente Honorario de La Prensa.

El capital que lo constituye corresponde a un 51% de la Editorial Olmeca, el 24.5% Grupo Editorial Santillana y 24.5% al grupo Prisa.

ESTRUCTURA DE EDITORA LA PRENSA, S.A. DE C.V.

Director General.

Gerente General

Subdirector General

Director de Finanzas

Subdirector de Redacción

Director de Circulación

²⁴ Sánchez, Francisco, Relaciones Públicas; Entrevista personal; 8 de enero de 1997.

Director de Publicidad

Recursos Humanos

Dirección Técnica

Dentro de los diferentes formatos que existen el periódico La Prensa se inclino por uno en especial, ya que su principal objetivo entre otros, era darle al lector una mayor comodidad al ser leído.

La conformación de su formato es el siguiente:

- 1.- Formato *tabloide*
- 2.- 5 columnas de ancho.
- 3.- 1,000 líneas ágata por cada página
- 4.- 200 líneas ágata de largo.

Su publicación se encuentra integrada por doce secciones, distribuidas en temas específicos los cuales permitirán al publico lector identificar fácilmente, obteniendo la información que requieren

- Política
- Información General.
- Vox Populi.
- Metropolitano.
- Internacionales
- Estado de México.
- Economía y Finanzas

- Policía
- Deportes.
- Espectáculos
- Cartelera de cine.
- El aviso efectivo.

Dentro del periódico cada una de las páginas son muy importantes, por ejemplo. la página No. 1 es la más importante pues tiene notas políticas, nacionales e internacionales, la página No. 2 que en un segundo, lugar ya que contiene sólo temas generales

El proceso de elaboración de todo el ejemplar consta de cuatro etapas.

1a. Etapa: Son las fuentes de información, que se van a obtener de los reporteros, fotógrafos, Agencias y colaboradores. También entra el monitoreo de la prensa por radio y televisión

2a. Etapa: Formación del periódico.

Publicidad y promoción.

Selección de la información.

Esquemática y formación de las páginas.

Generación de negativos.

Generación de láminas: rotativas.

3a. Etapa: Producción.

Preparación de rotativas y montaje de rollos de papeles.

Montaje de láminas de impresión: la tinta

Ajustes de calidad de impresión.

Tiro de periódico (impresión).

4a. Etapa: Distribución.

Dotación de periódicos a las secciones de empaque.

Preparación de bultos para distribución foránea.²⁵

Antes de pasar por todas estas etapas el ejemplar tendrá que pasar necesariamente por la Dirección General para dar la orden de ser publicado.

2.11.- UNO MÁS UNO

Entre la gran diversidad de periódicos existentes en la Ciudad de México nos encontramos también con el "UNO MAS UNO", fundado el primero de noviembre de 1977, por Manuel Becerra Acosta quien fungía como Director en ese momento, actualmente se encuentra en este puesto el Lic. Luis Gutiérrez Rodríguez y con el apoyo de aproximadamente 300 personas a su cargo, dan como resultado la diaria publicación de este periódico.

A diferencia de otros, solamente se publica un suplemento que lleva por nombre "Página Uno", el cual trata temas sobre ecología, política y juegos.

²⁵ Quezada, Jose de Jesús; Departamento de publicidad; Entrevista personal; 20 de enero de 1997.

Para mantener mejor informado al público lector, el periódico se encuentra dividido en cinco grandes secciones que permitirán que el lector siempre esté al tanto de lo que acontece en su país y en el mundo, las secciones que lo integran son:

- Economía.
- Política.
- El país.
- Cultura.
- Espectáculo

Al igual que otros diarios tiene días específicos en los cuales no es publicado como el 10 de mayo, 30 de diciembre y 25 de diciembre.

Dicho periódico se ve apoyado por las Agencias de Noticias y también por sus colaboradores que se encuentran distribuidos estratégicamente para reportar la información en el momento exacto.

El proceso de cambio ha sido lento y por esta razón se encuentran tantas variaciones. La experiencia de los colegas, la competencia entre firmas de proveedores, el mismo desarrollo de la tecnología, han hecho que los periódicos busquen adaptar a sus propias necesidades e historia los avances que se van produciendo.

Estas razones y sus necesidades forman su organización y funcionamiento de cada periódico estudiado que nos ha llevado a describir con detalle uno por uno los sistemas de funcionamiento, asimismo se proporcionan las marcas utilizadas con respecto a la tecnología y las adaptaciones que los periódicos han hecho.²⁶

²⁶ Morales, Vicente; Coordinador de Recursos Humanos; Entrevista personal; 18 de marzo de 1997.

A través de este capítulo hemos visto como surgen cada uno de los once periódicos que actualmente circulan dentro de la Ciudad de México y al mismo tiempo nos damos cuenta de los avances tecnológicos y su desarrollo hasta estos momentos.

3 - En el tercero estarían aquellos periódicos que han modernizado todo el sistema, desde la redacción que ahora es electrónica en videoterminales, hasta la diagramación en pantalla o bien la diagramación de la página completa, a este modelo se le llama "El línea de principio a fin", donde la información fluye por cable.

Podemos ver que en estos tres casos los periódicos por diversas razones no se han modernizado totalmente la redacción, reporteros que aún utilizan maquina de escribir tradicional y que pasan su nota en papel a la mesa de redacción, y redactores que escriben su nota en videoterminales para que la información continúe su camino por cable.

Solamente el periódico Excélsior utiliza actualmente el sistema antiguo, aunque ya se encuentra en un proceso de cambio.

A continuación señalaremos que existen diferentes pasos para la producción de un periódico

SISTEMA TRADICIONAL.

En el sistema antiguo o tradicional, los reporteros y redactores escriben sus notas con máquinas de escribir mecánica, posteriormente en la mesa de redacción se organiza, revisa y selecciona ese material que va atener diversas fuentes que cubre un periodico, y de los cables que se reciben de diferentes agencias internacionales de prensa como por ejemplo: AP, UPI, PL, NOTIMEX, etc.

Esta información es transportada a los correctores, quienes revisan la ortografía y el estilo de la nota y es llevada a los talleres donde también se encuentran los anuncios enviados del departamento de publicidad. Las notas son distribuidas entre los

linotipistas, quienes las ponen en la máquina y se sientan frente a un tablero que tiene 90 teclas, 30 negras con las minúsculas, 30 azules con signos y números y 30 teclas blancas de mayúsculas.

Posteriormente se hacen caer las matrices o moldes de metal, una por cada letra, y éstas se acomodan en forma lineal, al mismo tiempo que son justificadas se ajustan las letras que componen una línea, usando cuñas entre palabra y palabra, hasta completar la longitud de la justificación.

Al terminar este procedimiento se vierte plomo derretido y queda lista una línea de texto en metal.

Para confeccionar texto y titulares se usa aleación de plomo y antimonio.

Llevando a cabo todo este proceso se pueden realizar cinco líneas por minuto, posteriormente se llevó a cabo un adelanto tecnológico en este tipo de producción donde ya era posible poner aproximadamente 10 y 15 líneas por minuto, este consistió en introducir al linotipo una cinta perforada para efectos de la composición del texto al cual se le llama linotipo "Cometa".

Sí después de terminar todo este proceso se encuentran faltas de ortografía o algún otro error regresa a rehacerse.

En lo que respecta a las fotos y la publicidad se pasan por una aleación de zinc y se colocan junto a los textos, formando la página y otra persona se encarga de su presentación final, se conoce a este también como proceso de enramado.

Otro paso es la estereotipia, cuando ya se tiene la rama hecha se coloca en una calandra y arriba de ésta se coloca una matriz que está compuesta de fibra asbesto y algo de cartón para darle resistencia, dicha matriz está humedecida, al calandrarse la rama,

se forma en la matriz un molde hembra es colocado en una máquina que tiene la forma de una media caña, se curva, se inyecta plomo a presión y se produce el estereotipo, el cual se monta en la silla de la rotativa que es un medio cilindro montándose un estereotipo arriba y un estereotipo abajo y por cada vuelta de la rotativa se producen dos páginas del periódico.

La rotativa es una máquina de tamaño considerable que combina cilindros de impresión, cilindros de papel y depósitos de tinta es la última etapa de confección de los periódicos modernos.

Podemos darnos cuenta de que éste es el proceso de impresión conocido como tradicional y que implica una mayor cantidad de tiempo en comparación con los procesos modernos de impresión.

Lo que se podría considerar como otra desventaja es que el funcionamiento de los linotipos despliega niveles muy altos de ruido y una utilización de material delicado como lo es el plomo fundido, de gasolina, para limpiar las matrices en otra etapa de la producción del periódico.

Lo que se consideraría como ventajas: la impresión a mayor velocidad y también lo reciclable del plomo fundido

MODELO INTERMEDIO.

Este proceso se caracteriza por mantener vigentes algunos pasos del sistema tradicional, combinado con la utilización de la fotocomposición, y este vino a revolucionar a la industria periodística. Aquí también los reporteros y redactores utilizan la máquina mecánica para trabajar su información que provienen igualmente de diferentes fuentes.

Es utilizada una técnica que lleva por nombre *exploración óptica* que consiste en un aparato que puede examinar texto e imágenes, para después pasar al cerebro central de la computadora, donde son justificados.

En el CPU que es el corazón de la computadora analiza el texto que se le envía, lo justifica y efectúa las correcciones del texto de acuerdo con las ordenes recibidas. A diferencia de las cinco líneas por minuto que componía un linotipista en su máquina, la computadora puede componer un promedio de 50 a mil líneas por minuto.

El proceso de fotocomposición, sustituye al tradicional hecho de líneas compuestas por plomo fundido, y consiste en negativos de letras, situados en discos y cilindros rotativos, a partir de los cuales, un disparo luminoso de neón proyecta hacia afuera el signo fotográfico.

La máquina se opera a través de la introducción de datos mediante cinta perforada, cinta magnética o disquete y sale el texto sobre tiras de papel organizado en columnas y de acuerdo con las instrucciones precisas sobre el tamaño de la tipografía.

Después se recorta, encerarlo y pegarlo a una página del tamaño real de un periódico, siguiendo claro, el esquema que ya planteo el jefe de la sección, cuando pasa a formación aquí se harán las últimas correcciones de texto o los cambios que se pudieran

presentar a última hora. Ya que está lista la página pasa al departamento de fotomecánica y se fotografía la página ya realizada en el departamento de formación con lo que se obtiene un negativo que sirve para hacer un *clisé* para la impresión el *offset*.

“La palabra *OFFSET* viene del inglés *to set off* que es aportar, transmitir, este es un proceso que se adoptó después de la Segunda Guerra Mundial”²⁸

Al *offset* se le llama así porque el papel y la plancha no llegan a tocarse, ya que entre ellos está un cilindro de caucho.

Se hace una fotografía de la página completa y se imprime en una fina hoja de metal o de papel recubierto de plástico que es fotosensitivo. Las áreas oscuras de la hoja quedan como una superficie ligeramente engrasada y son: letras, puntos, fotografía, etc. que esta adherida a la rotativa, la delgada hoja se rota contra un cilindro de agua que humedece las áreas blancas.

Este procedimiento parte de la base de que el agua y el aceite no se mezclan, posteriormente, la misma operación se repite pero contra un cilindro de tinta.

Las áreas blancas con agua rechazan la tinta y la grasa.

El proceso computarizado también es aplicable a la rotativa, una unidad de éstas, de las más modernas, se pueden manejar desde una cabina transparente a prueba de ruido. Al quedar computarizadas las unidades, lo único que se tiene que hacer manualmente es meter el rollo de papel.

Algunas de van a tener un circuito cerrado de TV en cada unidad, por medio de él pueden verificarse los resultados y manejar los tinteros, que están totalmente

²⁸ MÉNDEZ Marcín, Ana María, Op. cit., pag. 28.

computarizados, pero controlar las cantidades de tinta que se distribuyen a lo largo de la página

SISTEMA MODERNO.

Es el modelo electrónico de principio a fin que representa la introducción de los sistemas computarizados aplicados a todos los pasos del proceso periodístico: redacción, composición e impresión

En la sala de redacción el cambio implicó la sustitución de las máquinas que tradicionalmente utilizaban los redactores y reporteros por videoterminal, estas se componen de una pantalla y un teclado como el de una máquina de escribir, y está enlazado al cerebro central de la computadora, la información sale también por una cinta perforada, en las videoterminal más antiguas, que luego son introducidas en la computadora.

El trabajo que se va a realizar en la videoterminal consiste en la redacción de notas periodísticas que son introducidas directamente por los reporteros, quienes con toda facilidad pueden ir modificando el texto a lo largo de su redacción con la ayuda de un cursor. La información en la pantalla puede ser borrada por párrafos o líneas completas, puede cambiarse la ubicación de éstas, puede ampliarse al comienzo o al final con sólo oprimir una tecla

En lo que respecta a la publicidad, éstos también pueden entrar directo a la computadora desde anuncios clasificados de ocasión hasta publicidad más elaborada, que implique tareas de dibujo y diagramación.

Existen las terminales inteligentes que son las más avanzadas ya que tienen una entrada y salida de información que se puede archivar y clasificar. Hay otro tipo de terminales pero no pueden realizar esta operación pues no tiene entrada directa al cerebro central

Con lo que respecta a las fotocomponedoras son máquinas de rayos láser que ya no van a funcionar con rayos catódicos sino con los mencionados anteriormente, la composición por láser puede convertir cualquier archivo en un programa de composición y en un dispositivo de interconexión y le va a permitir enviar archivos vía módem.

EDICIÓN VÍA SATÉLITE.

La nueva tecnología permite que actualmente se pueda editar un periódico a nivel nacional, y que el mismo día se imprima simultáneamente en diversas ciudades de los estados de la República Mexicana.

Por medio del facsímil que es una máquina que puede leer una página, explorarla y convertirla en señales digitales que transmite en forma de página. Al leer distingue entre blancos y negros y va estructurando una información digital con base en ceros

Cada uno de los periódicos va a tener un sistema de producción dependiendo de su desarrollo. Utilizando alguno de los antes mencionados y nos vamos a encontrar que en cada uno de los once periódicos que nosotros estamos analizando van a existir diferencias aunque estén utilizando el mismo sistema de producción.

Veremos a continuación los sistemas están utilizando algunos periódicos:

EL UNIVERSAL

Este es uno de los periódicos que se encuentran totalmente automatizado, ya que existen 31 terminales de computadora con memoria, de éstas ocho corresponden a los secretarios de redacción y dos están conectadas a los cables y tienen 80 megabits de capacidad que fue adquirida en 1981.

Los reporteros van a escribir su nota en la terminal la cual va a ser corregida por ellos mismos y la almacenan en la memoria y después los jefes de sección sacan las notas que les corresponden, las revisan, les dar orden de importancia. Ya estando lista la mandan por línea a la fotocomponentadora.

Se tienen dos fotocomponentadoras Harris a éstas también les llegan las inserciones publicitarias. Ya que está compuesta la página pasa a la sección de fotomecánica en donde se preparan las planchas para la rotativa.

Cuenta con dos computadoras DELL que realizan la función de servidores del sistema de captura y el Aviso Oportuno telemarketing. Dos computadoras SUN que realizan la función de servidores del sistema de armado de Avisos y paginación del Aviso oportuno.

Las máquinas impresoras van a tener un tiraje de 50 mil ejemplares por hora y llevan a cabo el tiraje el directo ya que los mandos son computarizados, la rotativa cuenta con portarrollos y transportadores que llegan hasta el departamento de empaque

Dentro del Universal, la primera etapa de modernización ocurrió en el área de fotocomposición desechándose de esta forma el sistema caliente en 1976.

NOVEDADES

Dentro de este periódico nos vamos a encontrar con 36 videoterminales, 28 de las cuales son para los jefes y directivos del periódico. Son de la marca Harris 1 210 que solamente alimentan al sistema y no pueden recuperar información.

Las videoterminales de la sala de redacción se encuentran conectadas con dos cerebros centrales, los cuales van a registrar la información que viene de fuera, como de las Agencias Noticiosas, el cerebro va a enviar las órdenes a las tres fotocomponedoras Harris y de éstas salen las galeras que son formadas de manera manual para ir directamente al departamento de fotomecánica.

Novedades tiene tres rotativas y una consola de mando que es totalmente computarizada esto quiere decir que la computadora programa cambios de rollos, velocidad, registro de color, etc.

Hace seis años que adquirieron las fotocomponedoras Harris con el Lic. Vega Coordinador Ejecutivo de Producción.

EL SOL DE MÉXICO.

En los diferentes departamentos que componen al periódico se encuentran videoterminales que utilizan los reporteros.

Existen 30 Harris. 14 editoras modelo 1700, 13 modelo 1050 y tres 1420, las que son utilizadas por los reporteros no van a recuperar información ya que los jefes de sección recuperan las notas que los reporteros envían directamente al cerebro central.

Las videoterminales mandan la información al microstore y ahí se almacena en discos

El Sol de México tiene su tiraje en una Goss Metroliner con capacidad para producir 60 mil ejemplares por hora, con ella se imprime el Esto.

EL NACIONAL

Con lo que respecta a los avances tecnológicos en este periódico nos encontramos con la sala de redacción que opera del modo tradicional ya que los reporteros van a redactar sus notas en máquina de escribir mecánica, siendo trasladado este material a la mesa de redacción y una vez jerarquizado se envía a fotocomposición.

A partir de este paso este periódico puede considerarse como el más moderno de los periódicos de la Ciudad de México.

Han eliminado la componedora clásica por el láser e incluyen ya la transmisión via satélite.

En lo que respecta a la captura de la información se utilizan dos sistemas que son: uno por 18 computadoras Compugraphic divididas en dos grupos de nueve y otras que son el modelo de las terminales es de 8 600 que están conectadas por cable, con dos cerebros centrales Hedrix 545 y tienen salida a la impresora, en ésta se imprimen las notas,

se corrigen a manó y se devuelven a las capturistas que en pantalla eliminan el error, enviando la nota directamente al láser.

Debido a que las terminales tienen memoria y graban en disco, ya no es necesario que pasen por un cerebro central. Estos dos sistemas han sustituido la fotocomponedora tradicional por el láser, con lo cual el ahorro de papel fotográfico y de película es significativo.

Del láser se pasa a formación, el cual todavía es manual.

LA PRENSA

Este periódico cuenta con 35 videotermiales, la mayor parte de ellas son utilizadas por capturistas. El jefe de redacción y el subdirector tienen una terminal y algunos otros reporteros escriben directamente en ellas, quienes producen su nota en la máquina mecánica la pasan luego a los capturistas, las videotermiales son Harris y hay 25 modelos 1 760 y 10 del modelo 1 780.

Con lo que respecta ala redacción no se utiliza totalmente las videotermiales ya que los reporteros no se adaptaron a su uso, y una excusa de ello es que debido a que este periódico es una Cooperativa no querían que fueran desplazados los antiguos tipógrafos.

Cuando ya se corrigió el trabajo de los capturistas pasa, en la línea al cerebro o unidad de procesamiento la marca de este es Harris que almacena hasta 96 millones de caracteres.

Al pasar al departamento de fotomecánica se va a las rotativas que son tres en estas rotativas solo se hace periódico y su suplemento dominical Pero también la Prensa cuenta con otro edificio con rotativas para maquila

LA JORNADA.

En la sala de redacción del periódico es mixta, hay cinco microcomputadoras Printaform 5 203, las cuales son usadas por los redactores internacionales y por los correctores de galeras, cuando ya se eliminaron los errores de la información se regresa a los correctores de galeras que corrigen en pantalla dichas notas, el resto de las informaciones, luego de seguir este procedimiento común en la mesa de redacción, llegan los capturistas y luego a los correctores de galeras.

La corrección se hace en pantalla y la información ya ha sido grabada en discos ya con las correcciones el disco se pasa manualmente a captura.

En el área de captura se utilizan 12 computadoras personales de la marca Columbia con la capacidad de 256 K y seis Printaform tiene por línea dos Interfaces HYJ que a su vez envían a dos fotocomponedoras de la marca Compugraphic 8 300, cuando la composición esta lista se forma manualmente la página. Hasta aquí el proceso que se realiza se lleva a cabo en el periódico el resto del proceso se lleva a cabo en una empresa que maquila el periódico.

EXCÉLSIOR.

El único periódico que no ha cambiado sus sistema de caliente a frío es Excélsior, y de esta forma ha venido trabajando por varias décadas.

La sala de redacción y la mesa trabajan con máquinas de escribir mecánicas, una vez que se corrigieron estas notas se convierten en "hueso" para los talleres.

En primer lugar se inicia con el proceso de tipografía en caliente, los operadores utilizan los linotipos para componer con metal fundido las llamadas galeras, de esta se toman una prueba en papel que el corrector leerá para eliminar los errores. Hecho esto el tipógrafo vuelve a componer toda la línea en donde hubo falla, y esta última se sustituye por la correcta, así al terminar cada artículo.

Las notas ya en tipografía se van acomodando en las cajas, según el diagrama que se hizo manualmente, al estar ya listas estas planas se les lijan para quitarles el exceso de metal y se pasan al área en donde se elaborarán las planchas que serán montadas en la rotativas, el procedimiento consiste en grabar sobre una plancha de hule la composición y de aquí pasar a una lámina de metal.

Las rotativas del Excélsior son una Goss Headliner adquirida en 1959 de 10 unidades y con un tiro de 50 mil ejemplares por hora.

Para los tiros a color se tienen una Super Albertina, de 10 cuerpos con dos dobladoras y pagadoras automáticas, adquirida en 1973 y su tiro es de 30 mil ejemplares por hora. Las rotativas sirven también par imprimir revistas y suplementos de la propia casa editorial.

EL ECONOMISTA.

El economista esta integrado por un cuerpo de redacción con los más talentosos y profesionales reporteros, investigadores, economistas y colaboradores, este calificado equipo humano tendrá apoyo de la más moderna tecnología y el soporte de 500 bancos de datos en todo el mundo.

Se dispone de la más avanzada tecnología a nivel mundial para la edición e impresión de periódicos, el concepto con el que se ha desarrollado el proyecto editorial del periódico El Economista es el de un sistema Integral de Edición, el cual consiste, básicamente en integrar la entrada de la información con proceso y diseño en forma automatizada (diseño de página completa en pantalla de computadora) y con la salida de página completa en negativo o impresora láser y en un futuro, con salida directamente en lamina tipo ónix

El cuerpo de reporteros, investigadores, analistas y editores del periódico están conectados en línea, a través de una red de computadoras personales (compatibles IBM), con los archivos del sistema editorial, de tal forma que cualquiera de ellos escribe sus artículos y los guarda directamente en el sistema Harris 8300 para su edición y diseño en la página que le corresponda.

El procesador de palabras que se utiliza es el Harris Writer, con funciones específicas que facilitan y mejoran la calidad tipográfica.

Para la realización de las gráficas se utiliza el programa Harvard Graphics y para mapas y gráficas más complejas el sistema Macintosh de Apple después se integraran

las gráficas, fotografías y los anuncios con un lector óptico que acepte el tamaño tabloide y que tecnológicamente está más desarrollado

Una vez que las páginas se han completado en pantallas del sistema Harris 8300, se obtiene una copia en la impresora láser al tamaño tabloide, la salida de las páginas es a través del sistema de fotocomposición Autológico donde se obtiene directamente el negativo de cada una de ellas, el conjunto de páginas se pasan al departamento de formación de negativos y láminas para finalmente pasar a la impresión del periódico

3.2.- LA COBERTURA DE LOS PERIÓDICOS DEPENDIENDO DE SU TIRAJE DIARIO O SEMANAL.

El tiraje de un periódico se vuelve trascendental, pues este se va a reflejar en la presencia y en el alcance de la difusión de la información, también se vuelve importante por que es una realidad que todo periódico subsiste de los ingresos por concepto de ventas, y por lo tanto a mayor tiraje, nos podemos dar cuenta de la aceptación del lector y también se da mayor seguridad de desarrollo del periódico, así como de la calidad de la información.

Para llegar al resultado final que es el tiraje, la información tiene que pasar por los siguientes procedimientos que son:

- ✓ Sala de Redacción

- ✓ Mesa
- ✓ Compugraphic (cable) 8600, Compugraphic (cable) y Corona (disco).
- ✓ CPU Hendrix H 545
- ✓ CPU
- ✓ Impresora Corrección
- ✓ Láser
- ✓ Formación
- ✓ Fotomecánica
- ✓ Rotativas.

El tiraje de los periódicos va a variar dependiendo de diferentes aspectos, en los que irremediamente participan los lectores que de una u otra forma son los que determinan el tiraje diario de un periódico.

A continuación daremos unos ejemplos del tiraje de algunos periódicos de la Ciudad de México, donde podremos darnos cuenta en que se basan para mantener determinado tiraje diariamente.

- Ovaciones tiene diariamente un tiraje que consta de 3,600 ejemplares distribuidos en la Ciudad de México, dicho periódico tiene una cobertura Nacional, y su tiraje depende siempre de la Ley de oferta y demanda.

Para determinar cuales serán las cifras que manejarán en el tiraje se realizan Estudios estadísticos.

- Novedades maneja diariamente un tiraje de 3000 ejemplares, solamente en la Ciudad de México, siendo su cobertura en forma Nacional, su tiraje esta basado en la Ley de la oferta y la demanda, para lo cual son realizados estudios.
- Excélsior tiene cobertura Nacional, y su tiraje se adecua a la ley dela oferta y la demanda, por medio de estudios estadísticos se aumenta o disminuye la cantidad de tiraje, por el momento no se pretende aumentarlo.
- La prensa tiene una cobertura Nacional, su tiraje es diario y los días en que aumenta son los días lunes, miércoles y sábado.

El aumento de su tiraje depende de la demanda del lector, de está forma varia.

- El economista tiene un tiraje diario y este aumentara dependiendo de lo que el público demande, para determinar esto se realizan una serie de estudios estadísticos que permitirán tener un estudios más amplio, que es lo que conocemos como la oferta y la demanda.
- El Universal tiene una circulación de :

Certificada por: CAC (Certified Audit of Circulations, Inc.) y el Instituto Verificador de Medios de México.

Circulación neta pagada 172,000 ejemplares (promedio)

Circulación pagada diaria 153,000 ejemplares (promedio)

Circula en todo el país, pero su mayor fuerza de venta y penetración está en el Área metropolitana.

3.3.- IDEOLOGÍA EN LOS MEDIOS IMPRESOS.

El periódico siempre se va a enfrentar con frecuencia, a un problema donde siempre se preguntará: Qué debe publicarse y qué no debe publicar?, encontrándose siempre en una posición de noticias publicables e impublicables, lo que hace difícil saber no solamente lo que se va a decir, sino cómo decirlo o cuándo.

Nosotros podemos darnos cuenta de las dificultades morales planteadas en la publicación de muchas noticias. De una parte se encuentra *el interés público, y de la otra los intereses particulares muy especiales*

“La palabra *ideología* surge en Francia y significaba la Ciencia o estudio de las ideas, y se utilizó al principio para referirse a un tipo de filosofía de moda durante las últimas décadas del siglo dieciocho y primeras del diecinueve.

En su sentido posterior, y mucho más importante, se empleó para referirse a un conjunto de creencias o ideas, o incluso actitudes, estrechamente relacionadas, características de un grupo, un conjunto de este tipo puede limitarse a unas pocas personas o ser compartido con muchas.

Ciertamente, un conjunto de ideas puede ser peculiar de una persona y sin embargo se le puede aplicar la palabra “ideología” muy adecuadamente aunque, en ese caso, la persona cuyas ideas o creencias y actitudes pueden ser peculiares suyas pero afectan sus acciones¹²⁹

En este caso la ideología va a ser determinante en las acciones o actitudes del lector y si el periódico coincide con su ideología éste va tener como resultado la adquisición de un determinado periódico que apoye sus ideas.

¹²⁹ ORTEGA José, *Ideología e historia*, págs 15-19

El término ha ido adquiriendo con el tiempo un significado más positivo. Sirve para indicar, un patrimonio teórico colectivo de distinta inspiración (político, religioso, moral, etc.)

La ideología va a estar de la mano con la política del periódico, ella influirá en sus decisiones y fijará el camino que debe seguirse.

Por ejemplo, si los periódicos deben publicar mayor o menor número de noticias de política y de qué forma deben ser publicadas, si se deben orientar o dirigir a su público, si deben ser más o menos libres en sus críticas a los hombres públicos y sus actividades, se trata de cuestiones de ética, que deben ser determinadas, en última instancia por la opinión de la generalidad del público.

Por medio de este medio de comunicación que es el periódico, el mismo va a poder transmitir una ideología a todos sus lectores, por el manejo que éste va a dar a la información

El periódico siempre tendrá que estar atento al transmitir la información, debe darle un especial cuidado no cayendo en los siguientes errores:

- Una información descuidada.
- Una información incompleta.
- Una información inexacta

Mucho influyen los directores en un periódico, en la aplicación de su política y va a determinar el sitio en el cual se colocara en relación a los demás.

El periódico debe manejarse como los propietarios deseen ajustar a cualquier finalidad, inclusive, comercial, política o social.

El periódico es también un instrumento social, ya que entra en millones de hogares y es leído por cada miembro de la familia, donde no solamente va a proporcionar noticias, sino también información y entretenimiento, va a promover de esta manera una ideología, una manera de pensar hacia determinado aspecto en cualquier ámbito.

Esta considerado como el cuarto poder en fuerza e influencia y va a tener un carácter dominante, de esta manera difunde ideales y defiende a las instituciones, al individuo, a la familia y a la comunidad.

De esta forma el periódico debe mantener el primer deber, mantener al público completa, exacta y verdaderamente informado.

Un ejemplo de esto es la columna editorial que es generalmente reconocida y aceptada como la tribuna del Director, va a tener la misma libertad para exponer su opinión, como la tiene el lector de rechazarla.

Dentro de un periódico siempre se planteará la pregunta de que si debe tener una política firme o seguir el camino del centro sin inclinarse hacia ningún lado.

Es muy difícil asumir una actitud enérgica en una edición, la respuesta se podrá encontrar por lo general en la circulación de un periódico y en lo que recibe en publicidad, sin embargo su política editorial puede estar generalmente determinada por la base de la sociedad.

Algunos de los lineamientos del periódico pueden ser programas de largo alcance y otros van a tener propósitos inmediatos.

Así podemos encontrar periódicos:

1.- Republicanos.

2.- Demócratas.

3.- Laboristas

Cuya línea política, por ejemplo en época electoral, puede saberse desde antes.

En la censura también va a influir la Ideología ya que habrá determinadas noticias que no podrán ser publicadas así que de una u otra forma se le niega al lector una información completa sobre los hechos.

En un editorial o comentario firmado que desfavorezca, los planes económicos de la administración suelen ser modificados y autocensurado en beneficio y tranquilidad de la empresa.

"El periódico expresará el punto de vista de la Institución sobre los acontecimientos de interés social. El juicio crítico no es separable de las relaciones de pertenencia de la Institución de medio sobre los sistemas del entorno. En el aspecto Ideológico como los valores que representa un medio impreso".³⁰

La pertenencia a un sistema determinado y a los intereses que ese sistema concentra puede eliminar según el grado de sujeción a que se halle el medio impreso, la noción de imparcialidad periodística. Diseña en cambio, políticas definidas que puedan basarse en propósitos altruistas y que manejen elementos de la realidad con relativa objetividad.

El control directo de los medios de comunicación de masas y otras formas de comunicación incluso las personales quedan bajo el control del Estado.

³⁰ RIVADENEIRA, Prada, Raúl, Periodismo, p. 17.

La libertad de impresión, expresión e información son de dominio exclusivo del poder político, por lo tanto los particulares no pueden adquirir derechos sobre los medios informativos y tienen que alinearse, es aquí donde ya no importa mucho su ideología.

Un ejemplo es el periódico El Economista que está compuesto por el nivel más alto de decisión en el medio empresarial, en el sector público, en el ámbito académico y en el cultural, a través de su suplemento cultural la plaza.

Dentro del UNO MÁS UNO nos encontramos con que realmente no tiene una corriente política a seguir, derecha o izquierda, el manejo de la información en este periódico dependerá de lo que a ellos más les convenga en ese momento.

El Universal va a tener una ubicación dentro del espectro político Centro - izquierda democrático, impulsor del pluripartidismo, servidor a México y a los mexicanos, defensor acérrimo de la libertad de expresión y de los derechos humanos, absoluta independencia editorial y total libertad de criterio y autosuficiente económicamente.

Para finalizar podemos enfatizar que la ideología va a ser la variable que nos marque los lineamientos respecto a la información que busque difundir dentro de un periódico o cualquier medio de información que se nos ocurra, la ideología no solo refleja la forma de pensar de una persona, una institución, un grupo, o un periódico en este caso, sino que si nos posicionamos ambiciosamente, la ideología de un periódico busca dar espacio a todas las corrientes, y basándonos en argumentos bien definidos, y con origen en la razón, sean los imperen sobre las demás posiciones o puntos de vista, y así esta ideología

sea la que los lectores acepten y en base a esta aceptación sea la forma de pensar que predomine en el sector al que este dirigido en periódico.

CAPÍTULO CUATRO

IDEOLOGÍA Y CREDIBILIDAD EN EL PERIÓDICO A NIVEL SUPERIOR, U.N.A.M., ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES .

4.1 Consideraciones sobre la credibilidad del lector en el medio impreso.

La observación personal de la realidad en la que vivimos y nos rodea, es fuente inagotable de temas en todo momento, siendo muy importante el papel desempeñado por los medios impresos y en este caso "El Periódico" en nuestra actualidad, donde su contenido se va a derivar en la satisfacción total del lector y el grado de inclinación de él hacia un medio en especial.

La objetividad y subjetividad en la información transmitida por algún medio impreso, representan formas periodísticas sumamente discutidas en el momento. Así que hoy en día el lector está casi obligado a analizar a fondo toda la información que llegue a sus manos y de esta forma ampliar su criterio.

"Un criterio con el cual manejaba el Daily Courant (primer diario inglés, en 1702) en su flujo informativo era: " El lector de periódicos es suficientemente capaz como para obtener sus propias conclusiones, debemos darle solamente los elementos fácticos

para que él desarrolle sus facultades deductivas y asuma las posiciones que más le convengan, libre de influencias".³¹

La objetividad no es lo mismo que la imparcialidad, aunque para ser imparcial primero tendrá que asumirse una conducta objetiva, por ejemplo si tenemos posibilidades de seleccionar elementos objetivos de un hecho, ignorando deliberadamente otros.

Se puede ser absolutamente objetivo si se dice lo que ocurrió pero también puede cometer el error de omitir o expresar las causas verdaderas o las relaciones de una manera totalmente distinta, en este caso aunque es objetivo no está manejando una información totalmente veraz.

"Y si nada definitivo hay acerca de los efectos de los medios, como una totalidad sistémica, menos probable aún es detectar con precisión los efectos ocasionados por uno de los elementos de este sistema, en nuestro caso la comunicación periodística impresa. No sólo porque las masas de lectores reciben también información a través de otros canales, sino porque entre estos se dan interacciones permanentes e incontrolables en el manejo de noticias. Esta interrelación en el manejo de las noticias por varios medios está perfectamente definida en la frase de Jaques Favvet: "La televisión muestra, la radio anuncia y la prensa explica"³²

El mensaje impreso no es el único medio a disposición del lector y también de la comprobación de que el mensaje periodístico dado a través de la prensa impregnado de influencias en su contenido, por los mensajes transmitidos a través de otros medios.

³¹ RIVADENEIRA, Prada, Raúl, "PERIODISMO", p. 17

³² Ibid, p. 25.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

En el periódico siempre se deben plantear la dificultad de precisar los límites de dicha credibilidad sobre el lector.

Como antes ya lo hemos analizado, la responsabilidad sobre el contenido del periódico siempre recae sobre el director o editor responsables, de ellos va a depender toda la información que será transmitida hacia el lector y será su responsabilidad entera del grado de credibilidad que llegue a tener dicho periódico, y de esta forma lograr una mayor aceptación de este periódico sobre los demás.

El lograr aumentar el grado de credibilidad día a día, implica muchos puntos importantes como lo es.

- ✓ Lograr una mayor aceptación entre la población.
- ✓ Un aumento considerable en el tiraje.
- ✓ Ampliar la cobertura del mismo.

Es muy importante que un periódico desde su formación tenga una línea Política muy bien definida, para que en el momento que se dé un cambio no afecte en su totalidad al periódico y de esta forma no lograr el total convencimiento.

El periódico siempre va a estar destinado a ser un medio impreso de gran influencia editorial y alta efectividad publicitaria, de esta forma al llegar al lector tendrá un enorme grado de influencia en su forma de pensar y ver la realidad cotidiana de la manera que el periódico se lo vaya marcando.

Uno de los principales objetivos de los periódicos en cuanto a este punto es participar con responsabilidad intelectual y moral en la trascendente función pública de informar imparcialmente, al margen de intereses políticos económicos e ideológicos. El

formar opinión pública dentro del pluralismo que caracteriza a la sociedad moderna, integrado las distintas corrientes del pensamiento humano,

De esta forma, el propio periódico va creando en sus lectores, la credibilidad sobre el, mediante el manejo que le va dando a la información en el transcurrir de los días.

4.2 Aplicación de encuestas a nivel superior.

A efecto de poder realizar un estudio sobre el problema de credibilidad del público lector en los periódicos que diariamente circulan por la ciudad de México, la aplicación de las encuestas se enfocará especialmente hacia los estudiantes de nivel superior

En consecuencia de nuestra investigación es necesario establecer una metodología, la cual va a consistir en la utilización de la encuesta como técnica y será necesaria la aplicación de encuestas en las muestras representativas de un Universo de 600 estudiantes de las escuelas

- E.N.E.P. Aragón.
- E.N.E.P. Acatlán.
- Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la U.N.A.M.

La determinación anterior se llevo mediante el muestreo aleatorio, el cual nos permite la selección de miembros individualmente, basados en procedimientos estadísticos de probabilidades. El estudio tiene como objeto el indagar un fenómeno social y recopilar datos sobre las características de la población

Enfocándonos básicamente a los estudiantes de las carreras de Periodismo, Sociología y Relaciones Internacionales, los cuales deben tener edades que fluctúen entre los 18 y los 24 años.

En la aplicación de las encuestas, consideramos que la primera pregunta que es La posibilidad de adquirir un medio impreso (Periódico) es muy importante, debido a que la respuesta que se nos proporcione ya sea afirmativa o negativa va a influir de manera determinante, en las respuestas de las nueve restantes.

4.3 Diseño del cuestionario.

Se escogió entre una diversidad de instrumentos de investigación, la técnica de la encuesta, ya que consideramos a ésta como la más idónea para recabar la información.

Por medio de la aplicación de encuestas podemos evitar deformaciones en los datos que pudieran provocarse por las personas informantes, ya que toda la información será recabada de forma directa, quienes nos darán su propia interpretación de su comportamiento, en este caso él por qué de su inclinación hacia cierto periódico.

La realización de este cuestionario estuvo basada en los objetivos que nosotros tenemos marcados en nuestro proyecto de investigación, para que por medio de él obtengamos los resultados y de esta forma poder aprobar o disprobar nuestras hipótesis.

La elaboración de cada una de las preguntas tiene un objetivo que cumplir dentro de la investigación que estamos realizando, ya que más adelante se tendrá una interpretación de cada una de éstas.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ARAGÓN

ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN
EL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES.

Escuela _____

Edad _____ Sexo _____

1 - Tienes la posibilidad de adquirir algún medio impreso (El Periódico)?

SI

NO

2 - Crees que el periódico es un importante transmisor de información?

SI

NO

Por que? _____

3 - Qué día de la semana es más común para ti leer el periódico?

- a) Lunes
- b) Martes
- c) Miércoles
- d) Jueves
- e) Viernes
- f) Sábado
- g) Domingo

4 - Consideras al periódico como un medio de comunicación 100% objetivo?

SI

NO

Por que? _____

5 - Crees que la política de un periódico, influye en la forma de manejar la información y transmitirla?

SI

NO

Por qué? _____

6 - De los siguientes periódicos que actualmente se publican en la Ciudad de México, debido a su contenido. Cuál prefieres leer?

- a) El Excelsior
- b) El economista
- c) La Jornada
- d) El Novedades
- e) El Nacional
- f) Ovaciones
- g) La Prensa
- h) El Reforma
- i) El Sol de México
- j) UNO MAS UNO
- k) El Universal

7 - Según tu opinión cuáles es el periódico que transmite una información más verídica?

Por qué? _____

8 - Consideras que el grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de Educación que tenga el lector?

SI

NO

Por qué? _____

9 - Tu preferencia hacia un periódico se debe a la profundidad de su contenido o simplemente a su fácil manejo? _____

10 - De los periódicos antes mencionados señala, ¿Cuál de ellos se basa en un contenido amarillista o alarmista para poder atraer la atención del lector? _____

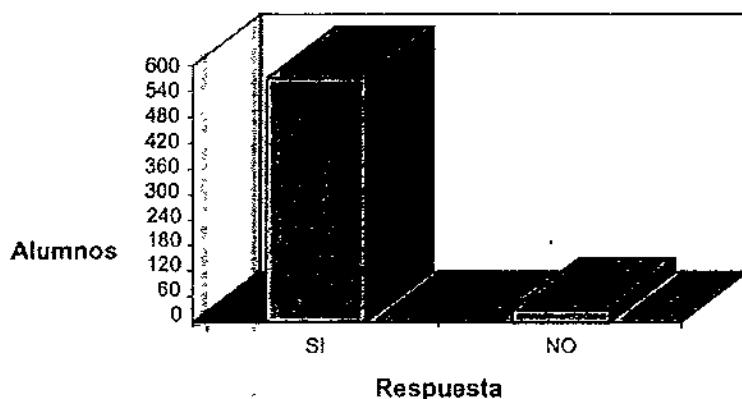
FACULTAD DE

CIENCIAS POLÍTICAS.

4.4 Interpretación estadística de resultados.

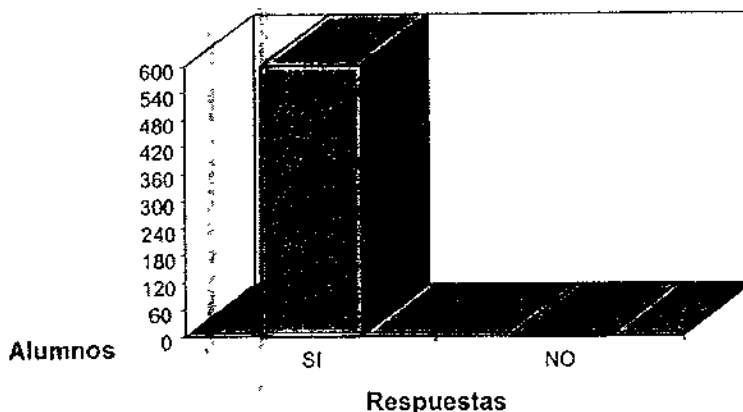
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS

1.-Posibilidad de adquirir el periódico en la Facultad de Ciencias Políticas.



En cuanto a la facultad de Ciencias Políticas y Sociales un universo de 600 estudiantes, permitió conocer que 570 alumnos de esta facultad tienen acceso al periódico, pero no todos corren con la misma suerte ya que 30 de estos 600 estudiantes que equivale al 5%, por alguna u otra razón no les es fácil tener en sus manos un medio impreso como éste.

2.- ¿Crees que el periódico es un importante transmisor de información?



El total de los estudiantes considera que el periódico es un importante transmisor de información, ya que mantiene al día de los acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales más importantes, que suceden no sólo en México, sino también en todo el mundo, haciéndolo como un medio abierto a todo el mundo y de gran impacto.

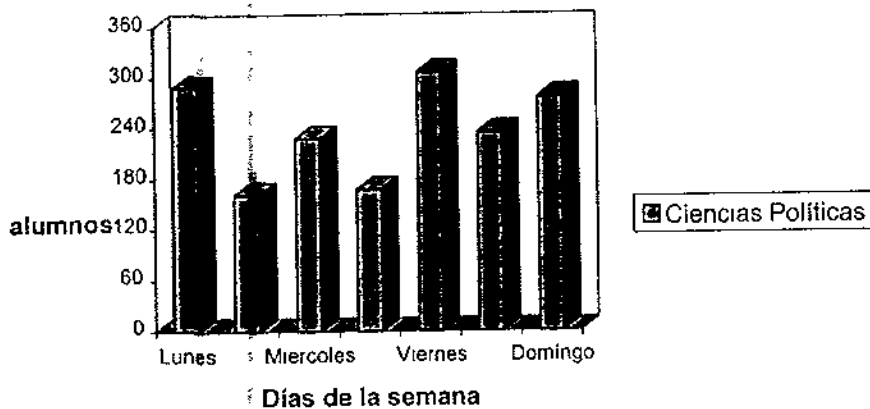
Es una fuente de información que al día es importante y es muy completa, además de que se puede recurrir a ella sin problemas cuantas veces sea necesario, revisándola sin mayor problema y sacando de esta forma conclusiones personalizadas, acción que no podrían realizar con otro medio con tanta facilidad.

Hoy los medios de comunicación son parte básica en las relaciones sociales y el periódico es el medio considerado por todos como el más completo de información ya que ha demostrado ser más imparcial que la T.V y la radio y permite la pluralidad en la

manifestación de ideas además que dentro de el encontraremos diferentes puntos de vista sobre un mismo acontecimiento y da una visión más análizada de los hechos creando de esta forma un criterio más amplio entre los lectores.

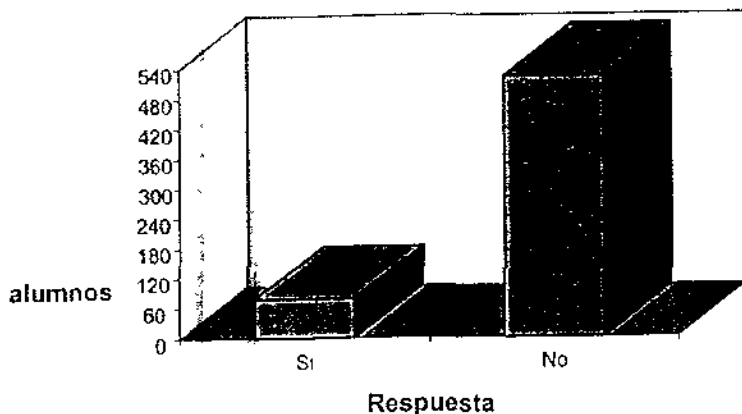
Entre los estudiantes, el periódico es una importante fuente de información ya que el tiempo de ellos es sumamente reducido, lo que no les permite escuchar el radio ni ver a un determinado horario los noticieros, de esta forma el periódico es el más adquirido entre los estudiantes.

3.-¿Qué día de la semana es más común leer el periódico?



El día más común para poder leer el periódico dentro de la facultad de Ciencias Sociales, como lo vemos en la gráfica anterior es el día viernes con 306 estudiantes que tienen la posibilidad de leer el periódico consecutivamente este día, aunque podemos darnos cuenta de que el lunes y el domingo juegan un papel muy importante en este aspecto

4. ¿Consideras al periódico como un medio de comunicación 100% objetivo?



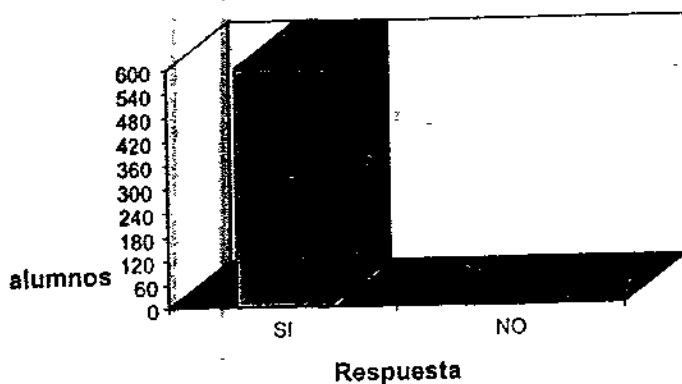
Una mayoría de 522 estudiantes consideran que el periódico no es un medio de información 100% objetivo debido a que los periódicos en su mayoría son aparatos ideológicos del Estado por lo que siempre se va a dar una manipulación de la información, ya que cada uno de ellos va a adquirir en un momento determinada una postura política y con esto van a venir sus propios intereses marcando siempre un sesgo partidista.

Al cuestionarlos en la mayoría de sus respuestas coincidían en que las noticias no son veraces ya que se mezclan con los intereses de unos cuantos particulares al tener tendencias muy marcadas y existiendo también mecanismos de control para todos los medios de comunicación, lo que obliga a un periódico en menor o mayor grado a inclinarse por alguna ideología que podemos ver bien reflejadas en las editoriales.

Hay quienes dicen que la objetividad nunca va existir, ya que siempre se ve manipulada la información y siempre va influir el control político que se ejerza sobre el y antes que todo siempre está presente en mayor o menor grado la censura.

Por otra parte 78 estudiantes señalan que sí es objetivo totalmente por la veracidad y calidad de los escritores, al mismo tiempo van a expresar diversas tendencias del mismo acontecimiento y que aún existen aquellos que tratan de ser imparciales.

5.¿ Crees que la política de un periódico, influye en la forma de manejar la información y transmitirla?



Definitivamente los 600 encuestados están de acuerdo en que la política de un periódico influye en la forma de manejar la información y transmitirla a los lectores, señalan que cada periódico maneja distintos intereses tanto políticos como sociales, por lo que a consecuencia surgen reglas que no pueden ser violadas por el beneficio de la empresa, para no ir en contra de sus mismos intereses, dando de esta forma la información desde su punto de vista muy particular.

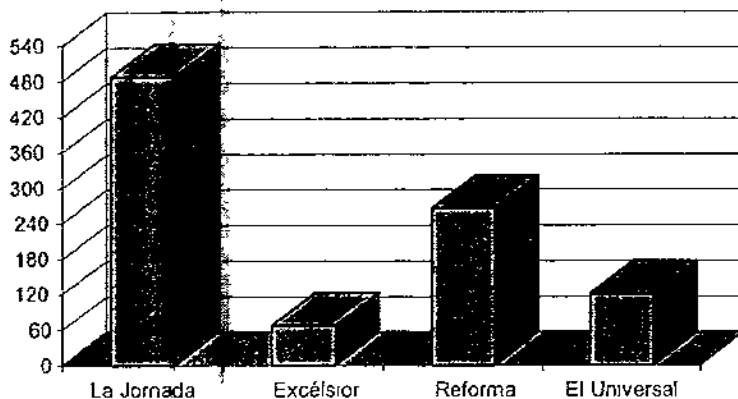
Se da muy comúnmente la censura hacia los reporteros, no dándoles oportunidad de escribir según su criterio y verse obligados a acatar la política del periódico.

Desde el surgimiento de un periódico se tiene definida la línea política que va seguir y de ella depende lo que posteriormente va a publicar y bajo qué condiciones.

El periódico al tener su línea política trata de que el lector, entre en su juego donde pretende manipularlo mediante su información, para tener como resultado su total inclinación hacia él.

La información muchas veces se reprime o se transforma haciendo de esta forma un periódico más limitado y más radical, esto lo podemos observar en la línea política que adquiere el periódico.

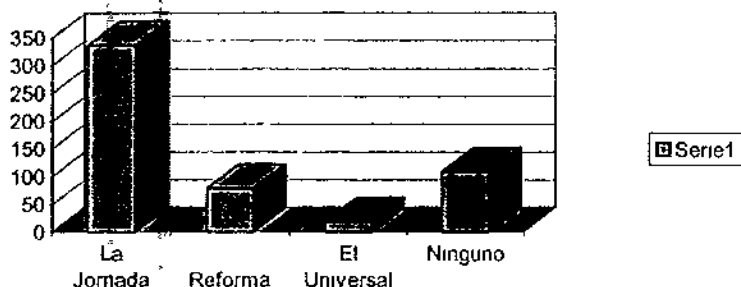
6.- ¿DE LOS PERIÓDICOS QUE CIRCULAN EN LA CIUDAD DE MÉXICO, CUÁL PREFIEREN LEER POR SU CONTENIDO?



De los estudiantes a quienes se les aplicó la encuesta 486 respondieron que para ellos, debido a su contenido, el periódico "La Jornada", era el preferido por la manera en que maneja su información. Y no dejando mucha ventaja le sigue el periódico "El Reforma", con 88 estudiantes de una muestra de 600 a favor de que éste es el mejor, debido a su contenido.

Al observar la gráfica nos podemos dar cuenta de la predilección que se tiene por cada uno de los otros periódicos que aunque no es de igual número que los dos anteriores, cuentan también con adeptos.

7.-PERIÓDICO QUE TRANSMITEN UNA INFORMACIÓN MÁS VERÍDICA

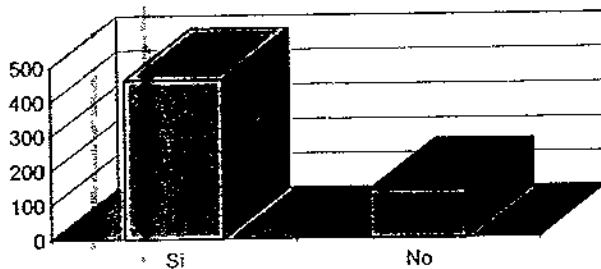


Según la opinión de 336 estudiantes coinciden en que el periódico “La Jornada”, es el que transmite una información más verídica en comparación con los otros once periódicos, ya que este es el objetivo en toda su información y no es tan censurado como otros

Consideran que pareciera que no tiene ninguna preferencia partidista por su constitución económica y su política editorial de tal manera que su información no es manipulada siendo su enfoque más verídico y crítico.

Existen columnistas, crónistas, editorialistas de gran reconocimiento que ayudan más aún a que este sea uno de los periódicos más confiables y que de ninguna manera van a responder a intereses particulares, adoptando posiciones centralista, de izquierda o derecha no mezclando las noticias como tales. De esta forma permiten crear un criterio más amplio, detalle que ninguno de los otros periódicos que van a permitir en ningún momento.

8.-Consideras que el grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de Educación que tenga el lector?



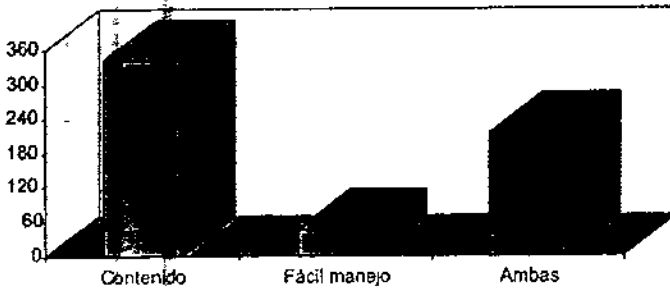
Por medio de esta pregunta podemos ver que 462 estudiantes consideran que el grado de credibilidad de un periódico depende fundamentalmente del nivel de educación que tenga el lector porque existen ciertas noticias que sólo son entendibles, si se tiene algún antecedente histórico ya que de esta forma al tener conocimiento de los acontecimientos, la mente del lector se abre a la interpretación de diversas corrientes y tévas convirtiéndose en un crítico experto. Dependiendo del grado de educación es que una persona va a ser mayormente influenciada.

Al depender la credibilidad del nivel de educación, se va dando una clasificación de lectores para los diversos periódicos existentes y así, en cuanto más preparada esté una persona académicamente, tiene más conocimiento del mundo que lo rodea y no fácilmente es influenciada de creer todo lo que llegue a sus manos.

Por otro lado 138 de ellos creen que la educación no tiene que ver con su grado de credibilidad hacia algún medio ya que el periódico debe ser lo suficientemente flexible para lograr que el lector entienda la información, teniendo como ayuda para esto reseñas, gráficas, columnas y notas.

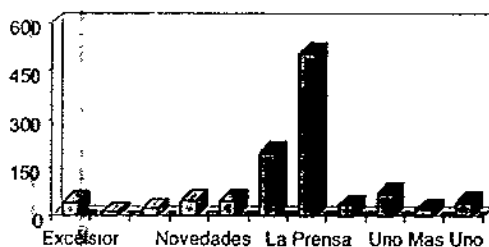
Ellos mismos piensan que todos tienen una forma de pensar y creer aunque se tenga un alto nivel académico.

9 ¿La preferencia hacia un periódico se debe a la profundidad de su contenido o simplemente a su manejo?



Vemos muy marcada la diferencia entre los tres aspectos que estamos planteando en esta pregunta donde obtuvimos como resultado que para 342 estudiantes lo fundamental dentro de un periódico es el contenido del mismo ya que no importa en ningún momento que éste no sea de fácil manejo, aunque claro hay quienes buscan además del buen contenido la comodidad al mismo tiempo.

10. Periódicos que se basan en un contenido amarillista para poder atraer la atención del lector



Periódicos

De los periódicos que podemos ver en la gráfica anterior, 504 de los estudiantes encuestados coinciden en que el periódico que se basa totalmente en un contenido amarillista o alarmista para poder atraer la atención del lector es básicamente uno, "La Prensa", éste es el considerado por los estudiantes como la *nota roja* una de sus bases de redacción

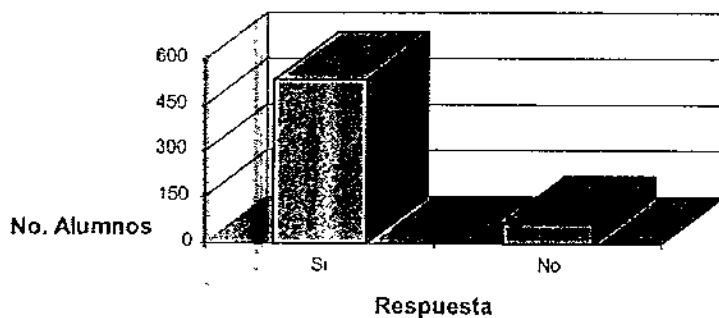
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS

PROFESIONALES

ACATLÁN.

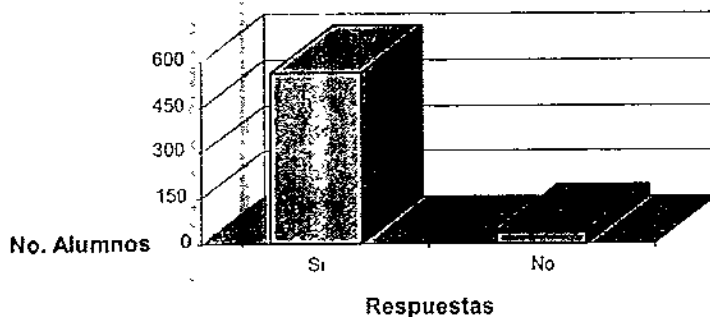
E.N.E.P. ACATLÁN

1.- Posibilidad de adquirir un medio impreso (periódico).



Respecto a la posibilidad de adquirir un periódico dentro de la E.N.E.P. Acatlán, en la gráfica anterior nos podemos dar cuenta de que la mayoría en este caso 534 estudiantes de un total de 600, sí tienen realmente la posibilidad de tener en sus manos este medio impreso de información, sin embargo existen 66 estudiantes que por diversos motivos no pueden adquirirlo.

2. ¿Crees que el periódico es un importante transmisor de información



El estudio realizado a 600 estudiantes reveló que 564 de ellos creen que el periódico es un importante transmisor de información ya que comúnmente la gente busca informarse y cualquier escrito en tinta y papel nos enriquece. Permitiendo de esta forma que los lectores se enteren de los acontecimientos reales del mundo y de su país de una manera más detallada, la cual abarcará los sucesos políticos, económicos, sociales y culturales más importantes.

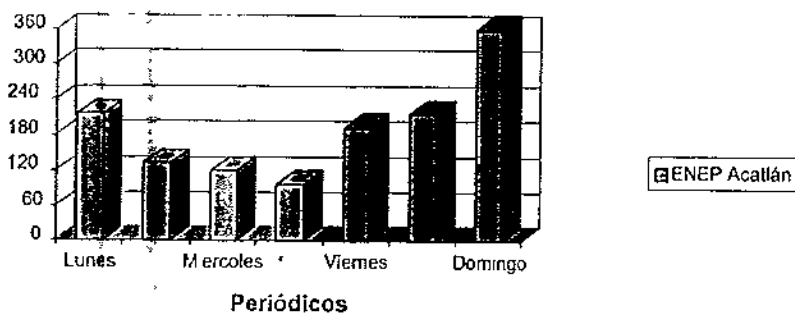
El periódico es considerado por ellos como un medio masivo que llega a toda la población siendo mayor su alcance, convirtiéndolo en un medio populista por excelencia. Afirman que es una fuente importante de información que les ayuda a realizar análisis y críticas de todo lo acontecido.

Creen que es necesario que exista este medio debido a su contenido diverso y sustancial que no puede encontrarse en otro, ya que tiene una visión general de los acontecimientos históricos, políticos, sociales y culturales que se están generando diariamente.

Los estudiantes consideran que el periódico les enseña a discernir ante los diversos temas de la vida cotidiana, dando su punto de vista muy crítico e imparcial aunque no todos van a tener una misma línea.

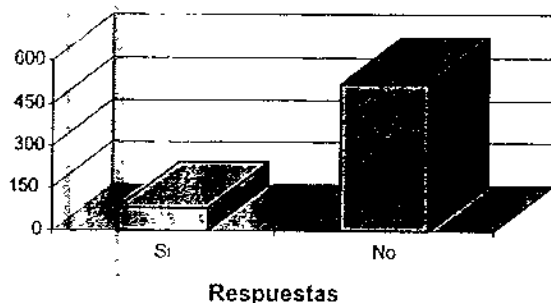
En cambio 36 de ellos creen que no es un importante transmisor de información porque transmite solamente lo que sus directivos les permiten escribir, sin tomar en cuenta lo que se investigó y la interpretación que le da el periodista, sólo se permite aquello que no transtorne los intereses de la empresa y el sistema.

3.2. Qué día de la semana es más común leer periódico ?



Después del cuestionamiento realizado a 600 estudiantes sobre cuál es el día de la semana más común leer este medio impreso, obtuvimos como resultado que 360 de ellos revelaron que el día de mayor lectura fue el "domingo", ya que cuentan con más tiempo para su lectura, y aunque se tienen muchas ocupaciones como estudiantes algunos de ellos consideraron no sólo un día sino toda la semana completa

4.¿ Consideras al periódico como un medio comunicación 100% objetivo?

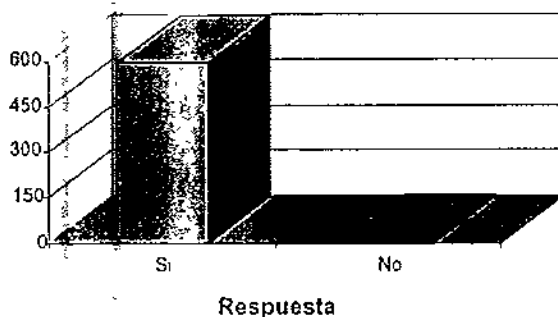


En la muestra tomada de 600 estudiantes en la E.N.E.P. Acatlán 522 de ellos piensan que el periódico no es un medio de comunicación 100% objetivo, porque todos sabemos que ningún medio es totalmente objetivo ya que siempre se da un grado de manipulación por parte del Gobierno.

Algunos consideran que no existe la objetividad porque al jerarquizar la información para publicar una nota o reportaje caen en la subjetividad. Siempre el periodismo busca la objetividad, pero sin llegar a ella, las limitantes de espacio, temas y sobre todo la censura vuelven subjetiva la transmisión de información, todo va a estar dentro del criterio del escritor y de la política del periódico.

Por otra parte 78 de los encuestados piensan que sí es un medio objetivo debido a que es muy concreto en las noticias y los artículos dando espacio a todos los partidos políticos de expresar cada una de sus ideas, haciendo de este un medio más abierto.

5. ¿Crees que la política de un periódico, influye para manejar la información y transmitirla ?



Definitivamente los estudiantes piensan que la forma de manejar la información depende totalmente de la política del periódico ya que cada uno tiene sus propias políticas de cómo y de qué información debe de transmitirse

La línea marcada en un periódico, da la pauta para incluir o no información sobre algún acontecimiento dependiendo siempre de su tendencia (izquierda -derecha), y sus intereses muy particulares

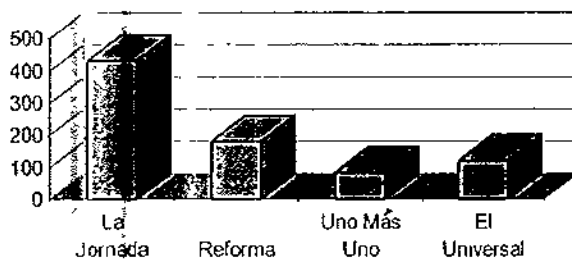
Señalan que existen periódicos que están muy vinculados al gobierno y esto provoca que la forma de transmitir las noticias no sea veraz y oportuna. De esta forma el propio medio traza su postura editorial y empieza a decidir en un principio qué tipo de información se va a transmitir dependiendo siempre de la línea o perfil periodístico. Entonces todos los periódicos van a seleccionar de todo un bloque de noticias las que vayan de acuerdo a sus intereses apegados a la ideología que maneja (izquierda, derecha o

centro), haciendo que todos sus escritores y personal que labore dentro del mismo respete las políticas que de ninguna manera pueden ser violadas.

Todos ellos coinciden en que la información siempre debe pasar por la aceptación del gobierno para decidir si es publicada o no.

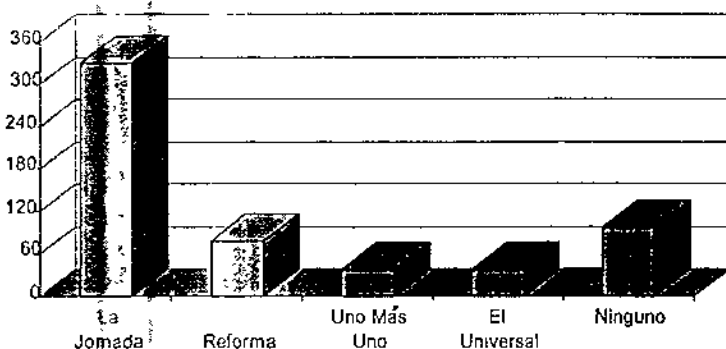
Sin embargo sólo tres estudiantes de una muestra de 600 consideran que no influye la política en la manera de transmitir la información ya que señala que existen escritores que son muy profesionales que no se dejan influenciar por el periódico y transmiten en sus artículos lo que realmente piensan.

6.- De los periódicos que circulan en la Ciudad de México, debido a su contenido, ¿Cuál prefieren leer?



En este caso 432 estudiantes prefieren leer "La Jornada", porque consideran que su contenido es más confiable ya que cita cada una de las fuentes de donde fue realizada la nota, además de contar con el prestigio y profesionalismo de diversos columnistas y logrando de esta forma la confianza de la información que se transmite, lo que nos permite observar lo que es un verdadero punto de vista objetivo

7.-SEGÚN TU OPINIÓN, ¿CUÁL ES EL PERIÓDICO QUE TRANSMITE UNA INFORMACIÓN MÁS VERDÍCA?

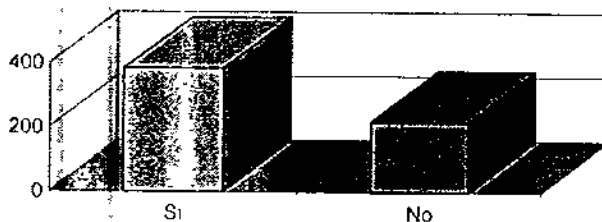


Al cuestionarlos acerca del periódico que transmite una información más verídica una mayoría de ellos de 330 estudiantes consideran al periódico "La Jornada", como el único que realmente transmite la información más objetiva, en comparación con los otros 30 periódicos que circulan en la ciudad de México.

Algunos opinan que éste se apega más a la realidad y no disfraza la realidad como suelen hacerlo, observándose imparcialidad en su contenido ya que sus fuentes son más confiables debido a que sus escritores y columnistas son de un alto prestigio. La Jornada es un periódico que lleva una línea política que le permite ser muy objetivo sin ser nunca amarillista con la realización de muy buenas críticas, motivo que lo ha llevado a estar en primer lugar entre los estudiantes de nivel superior

Aunque también le sigue en segundo lugar "El Reforma", como un periódico objetivo que transmite una información más verídica, que no cae en el amarillismo, teniendo como principal característica que sigue una línea independiente.

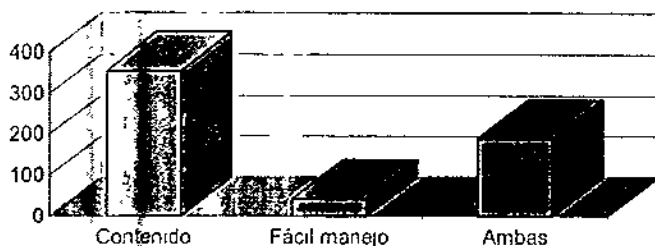
8 - Consideras que el grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de Educación que tenga el lector



Se cuestionó en qué medida el grado de credibilidad depende del nivel de Educación que tenga el lector, a esto 348 estudiantes respondieron que sí debido a que está totalmente ligado, porque el nivel de cultura y de conocimientos de un individuo le permiten que al analizar la información lograr determinar si es verdadera o no. Si no se tiene un nivel promedio cultural al de adquirir un periódico, éste no va a comprar el mejor en contenido, sino que tal vez él que elija un periódico de tipo amarillista, que le llamaría más la atención, por su nivel de educación.

Los 216 restantes piensan que cada individuo tiene su propio criterio y puede diferenciar perfectamente entre la verdad y la mentira y que no se necesita de un nivel académico elevado para poder entender el acontecer diario.

9.- La preferencia hacia un periódico se debe a la profundidad de su contenido o simplemente a su fácil manejo

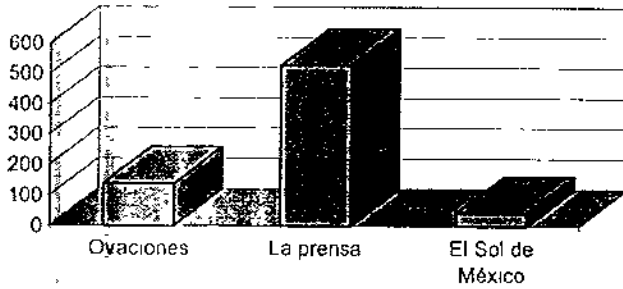


De la encuesta aplicada a los estudiantes de esta facultad obtuvimos como respuesta que 354 de ellos prefieren leer el periódico por su contenido, ya que gracias a la información que maneja el periódico, tiene que contener por lo menos semi-objetividad, la que se ve marcada en el prestigio, profesionalismo y ética de los columnistas de dicho periódico.

Mientras que 189 estudiantes se inclinaron por el contenido y fácil manejo del periódico, y nos manifestaron que para ellos tiene bastante importancia la interpretación de la realidad de la información, así como también que el periódico presente un formato tabloide para poderlo leer en cualquier momento con comodidad.

Otros 42 consideran que es más fácil un periódico que no estorbe para poder leerlo aunque su contenido no sea muy veraz, pero por lo regular casi todos los periódicos de formato tabloide son uno de los mejores en contenido y objetividad.

10.- Periódicos que basan su contenido en información amarillista



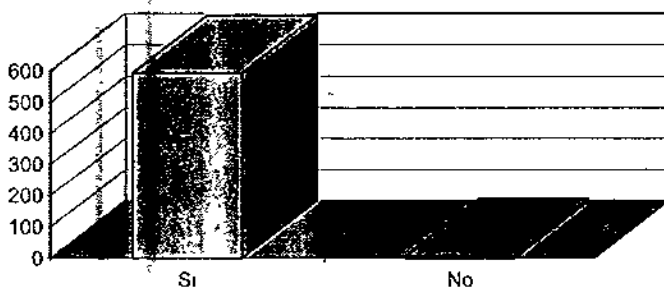
Con respecto a cuál es el periódico más amarillista y alarmista 528 alumnos de los 600 que fueron encuestados creen que el periódico "La Prensa", trata de conseguir los sucesos que existen, y los interpreta de una manera que con su título tendencioso hace que los lectores con muy poca intelectualidad se interesen por este periódico.

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS

PROFESIONALES

ARAGÓN.

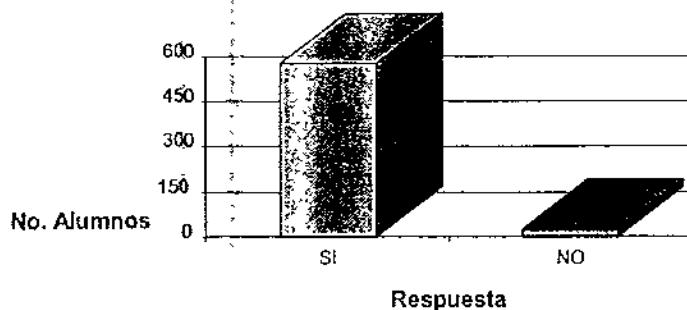
E.N.E.P. ARAGÓN

1.- Posibilidad de adquirir algún medio impreso (el periódico), en la E.N.E.P Aragón.

En la encuesta realizada a 600 alumnos de ENEP Aragón se reveló que 594 alumnos consideran que el periódico, es un medio fácil de adquirir ya que éste cuenta con la posibilidad de poder leerlo en cualquier momento , y obtener una más clara visión de lo que acontece logrando así poner a trabajar al lector sobre la crítica que él llevara a cabo

Seis de los encuestados no tienen la posibilidad de obtener un medio impreso, por alguna u otra razón

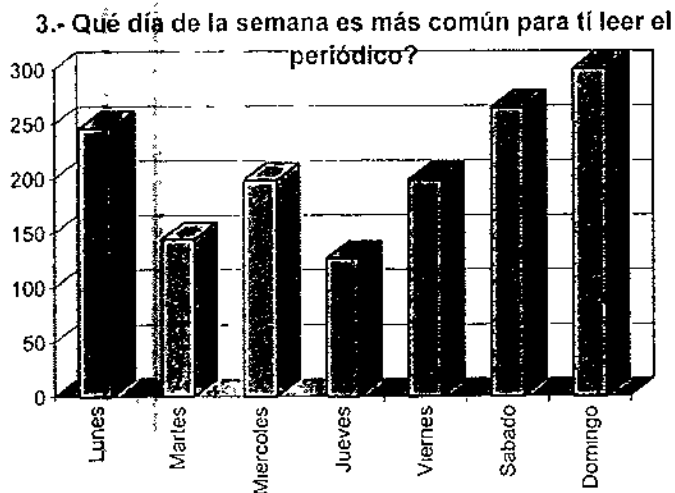
2.- Crees que el periódico es un importante transmisor de información?



El estudio aplicado a 600 alumnos nos permite conocer que 576 personas consideran que sí es un importante transmisor de información. Porque los mantiene informados de dos maneras una ágil y concisa y otra de manera analítica; o sea va a informar y orientar marcando así día a día los sucesos acontecimientos en el país y en el mundo, ya sea en cuestiones políticas, económicas, financieras y culturales. A pesar de que tarda unas horas más en llegar a los lectores, cuenta con una herramienta que es muy importante la opinión del medio, la cual da a conocer el criterio del periodista más detalladamente pues hay mas tiempo para preparar el material que en los medios electrónicos, en los que la información se presenta casi al momento.

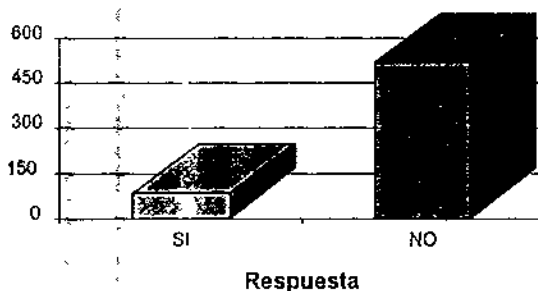
Y 24 personas consideran que el periódico no es un importante medio de información, debido a que la mayoría de los medios de comunicación están controlados

por la censura del gobierno y por la ideología de los directores del periódico, brindando así una información que no siempre es verídica y en ocasiones es distorsionada.



Al cuestionarlos sobre cuál es el día más común para ellos leer el periódico la mayoría de los encuestados eligieron no sólo un día de la semana sino varios días inclusive hasta la semana completa lo leen, pero el de mayor aceptación en el universo de 600 personas es el domingo. Ya que en este día los estudiantes tienen la facilidad de tener la mente más abierta y por lo tanto pueden analizar más detalladamente toda la información que les transmite este medio

4. Consideras al periódico como un medio de comunicación 100 % objetivo



La mayoría considera que no es un medio de comunicación cien por ciento objetivos porque casi siempre son creados en función del gobierno y obedecen a intereses políticos y por los tanto económicos los cuales no permiten una información adecuada y solo nos manifiestan lo que le conviene a los intereses del sistema

Al sistema no le conviene que la ciudadanía se entere veras y oportunamente de los hechos que acontecen, por lo general siempre trata de manejar la información de manera menos analítica e interpretativamente llegando así a nuestras manos información trasngiverzada

Dependen de los intereses del director tanto económicos, políticos y sociológicos los cuales permiten que la información tenga una tendencia a favor del gobierno y no permitan de los lectores obtengan una excelente información

Los estudiantes piensan que muchas veces la información toma el enfoque del redactor o periodista debido a que se manifiesta su cultura sus aspectos tanto

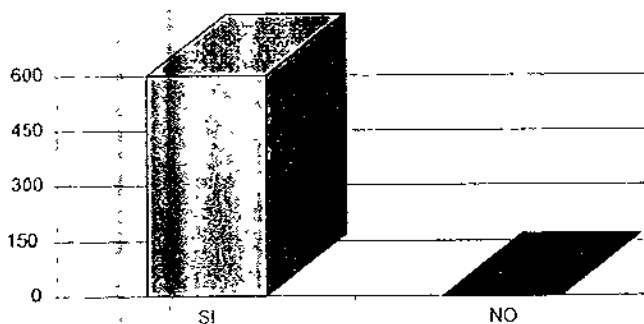
económicos , como políticos y sociológicos los cuales permite solo ver lo que piensan ellos y es lo que deben transmitir.

Los alumnos consideran que al manejar un acomodo de noticias por la importancia es subjetivizar .

Para los jóvenes la objetividad no quiere decir neutralidad de información sino mas bien significa que la información debe estar analizada e interpretada..

Respecto a los que SI lo consideran son 84 alumnos, además de informar oportunamente de manera breve y clara tienen la particularidad de realizar análisis de notas publicadas desde un punto de vista imparcial y dentro de él no hay limitantes de tiempo ni espacio y su objetividad se basa solo en informar al publico de los sucesos más importantes

5.- Crees que la política de un periódico, influye en forma de manejar la información y transmitirla



Los alumnos opinan que la política del periódico siempre va a influir en la manera de manejar la información del medio, si el cuerpo directivo considera que la noticia afecta a terceras personas o a sus propios intereses censura la información e impone a sus colaboradores sus punto de vista aunque no sea el mismo de sus periodistas

El cuerpo directivo con sus grandes habilidades de convencimiento hace que la gente que trabaja para su periódico se vuelva poco objetiva.

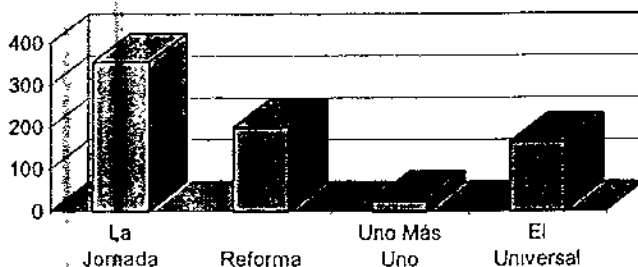
Los estudiantes dicen que la empresa es controlada por el gobierno y los directivos son los responsables de la información ya que son ellos mismos quienes crean sus políticas y normas, para quedar bien con el sistema sin importar el objetivo del periodismo que es el mantener informado al lector de manera veraz y objetiva

Para los estudiantes dependiendo de la ideología del periódico se interpretaran los hechos a favor de su posición política, marcando su tendencia.

Los estudiantes consideran que el periodista no es libre de escribir lo que piensa ya que siempre se encuentra bajo el yugo de la política del medio hacia el que trabaja.

La política es capaz de manipular muchas veces la información distorcionandola y confundiendo al lector sobre la realidad.

6.- De los periódicos que circulan en la Ciudad de México, debido a su contenido, ¿Cuál prefieren leer?



Los estudiantes creen que el periódico, con mejor contenido es la Jornada, ya que tiene una tendencia centro-izquierdista y por dicha razón trata de mantener informados a sus lectores con notas veraces.

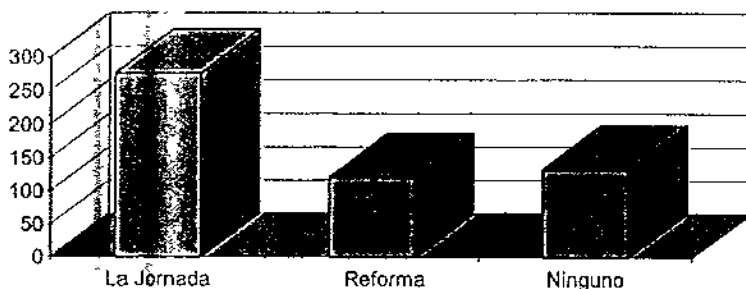
También lo consideran el mejor en contenido porque esta creado por periodistas de prestigio, con una gran ética y profesionalismo, lo cual permite pensar que es un periódico liberal y es muy poco censurado, y más objetivo debido a la calidad de quién escribe en él.

Lo identifican como un periódico, el cual no tiene una inclinación política, sino más bien es un medio impreso interpretativo, ya que permite que la mayoría de sus notas se citen fuentes y no se limita a criticar o alabar al gobierno, sino que analiza a fondo la información, para hacer llegar así al lector una información más fidedigna.

Los jóvenes llegan a la conclusión de que es un periódico en el cual su contenido no está conduciendo parcialmente a ninguna preferencia política ni a ningún

interés económico sino más bien su mayor anhelo es llegar a ser un periódico totalmente objetivo, sin disfrazar la realidad en ningún momento.

7.- Según tu opinión, ¿Cuál es el periódico que transmite una información más verídica?



El estudio aplicado a 600 jóvenes, nos permitió conocer que 276 alumnos revelan que el periódico, la Jornada es el más veraz, ya que esta creado por periodistas de un excelente prestigio, gran profesionalismo y una ética fuera de órbita

También lo consideran veraz, porque el no se conduce parcialmente como todos los demás medios impresos que defiende sus intereses políticos y económicos ni los del sistema

Es uno de los periódicos, con mayor libertad de escribir ya que ellos logran de su información, una nota sin censura y esto se debe a la calidad de sus reporteros

Es el medio impreso con una inclinación centro-izquierdista, esto es porque se basa en los acontecimientos y por eso sus comentarios son reales, ya que en todos sus artículos citan fuentes de información

132 estudiantes revelan que ningún periódico es veraz, ya que por alguna razón ésta se ve alterada o modificada por intereses ya sean políticos o ideológicos. Para poder llegar a lo verídico hay que leer varios periódicos de diferentes tendencias.

Los alumnos no lo estiman como veraz, porque depende de la política y normas de la empresa y del mismo periodista.

La información la limitan, lo cual los hace no responder a las necesidades del lector y sólo dejan ver lo que quieren

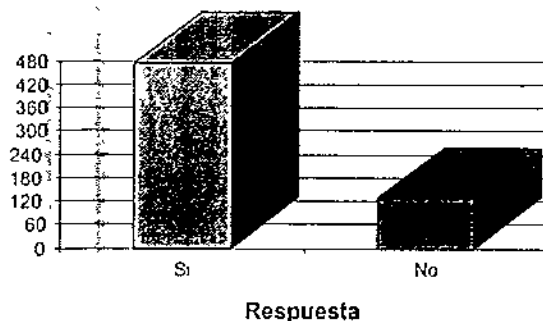
120 jóvenes reafirman que el medio impreso más veraz, es El Reforma por que la información que maneja es más fluida, detallada y explícita.

Los estudiantes lo manifiestan así por ser un periódico independiente el cual cuenta con un personal que no tiene ningún favoritismo hacia el sistema político y no llaman la atención de sus lectores con noticias amarillistas

Es un periódico considerado no tendencioso y más objetivo porque la información que maneja es con mayor grado de credibilidad

El Reforma según los estudiantes mantiene una postura neutral.

8.- Consideras que el grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de Educación que tenga el lector



Dentro de la E.N.E.P. Aragón 474 alumnos, creen que al grado de credibilidad tiene que ver con el nivel de educación de los lectores. Ya que al tener un cierto nivel de educación el lector se vuelve más analítico y su grado de credibilidad no será total con lo primero que se le presente de información, por esta razón es más difícil convencer a personas que tengan un nivel licenciatura, ya que cuentan con un intelecto más desarrollado que les permite conocer más detalladamente el tema o información que se les transmite

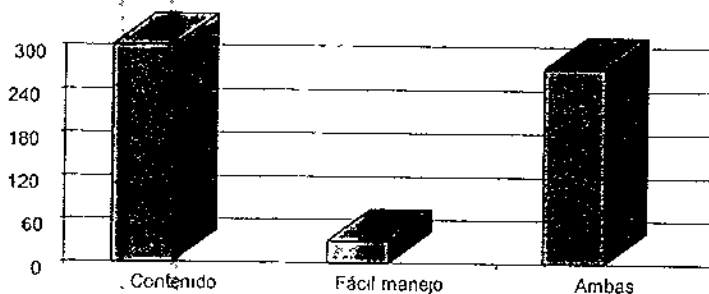
Los jóvenes encuestados reconocen que al tener un determinado nivel intelectual crea conciencia de las cosas y sucesos que acontecen a su alrededor, lo cual no les permite quedarse solamente con la información que les transmite este medio, sino por el contrario buscan otras fuentes para poder acercarse a la objetividad

Porque de acuerdo a la educación se puede realizar una crítica y análisis de la información que maneja el periódico rescatando lo más importante de acuerdo el criterio del lector.

Los siguientes 126 alumnos consideran que no tiene que ver a educación en el grado de credibilidad ya que no necesitan tener un posgrado y maestría para darse cuenta de la situación actual en la que viven

Estos estudiantes llegan a la conclusión de que el sistema mismo hace que la ciudadanía tome conciencia del ámbito económico, cultural, político en el que viven y la situación o resolución que tienen que tomar.

9.- La preferencia hacia un periódico se debe a profundidad de su contenido o simplemente a su manejo

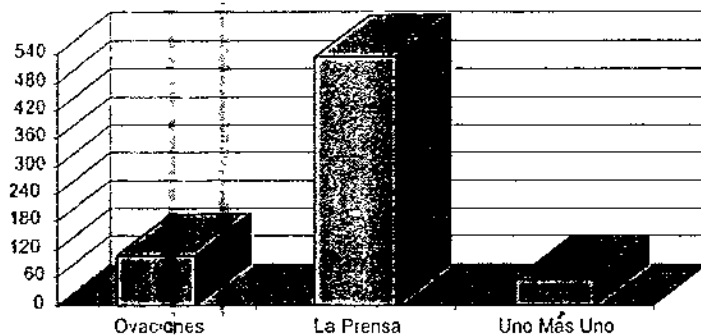


300 de los jóvenes estudiantes reconocen que la preferencia hacia un periódico se debe al nivel que contenga de información, veraz, objetiva y que contenga los hechos y acontecimientos que se basen en la realidad, va a permitir que el público lector observe lo que es semi objetivismo, ya que para llegar al objetivismo puro se necesita quitar el dominio del sistema.

La encuesta también reveló que 270 alumnos se manifestaron a favor del contenido del periódico, por el prestigio, ética y profesionalismo de los periodistas, pero también por su fácil manejo que les permite aprovechar al máximo cualquier tiempo libre que tenga el lector

La encuesta realizada manifiesta que 30 estudiantes les agrada leer el periódico por su fácil manejo ya que les permite mantenerse ocupados, en cualquier momento, pero al mismo tiempo se informan de lo que sucede en el mundo y su país.

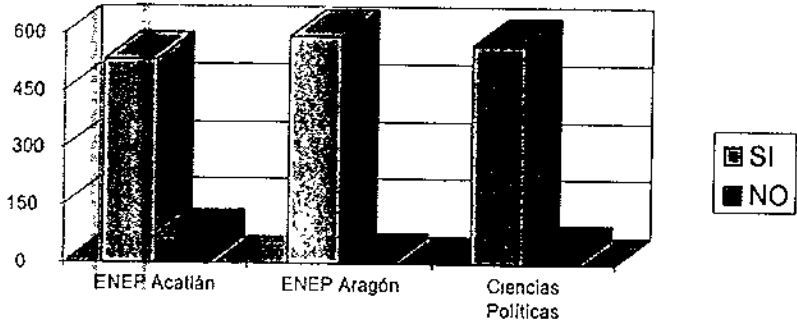
10.- PERIÓDICOS QUE BASAN SU INFORMACIÓN EN UN CONTENIDO AMARILLISTA



De la encuesta aplicada a los 600 alumnos de la E.N.E.P Aragón sobre cuál es el periódico que se basa en un contenido amarillista y alarmista reveló que 534 estudiantes consideran y aseguran que el periódico que tiene la cualidad de informar de sucesos de manera que llamen la atención es *la Prensa*, pero con la intención de que el público lector al ver el despliegue de títulos y subtítulos se despierte su interés por consumir de manera exagerada

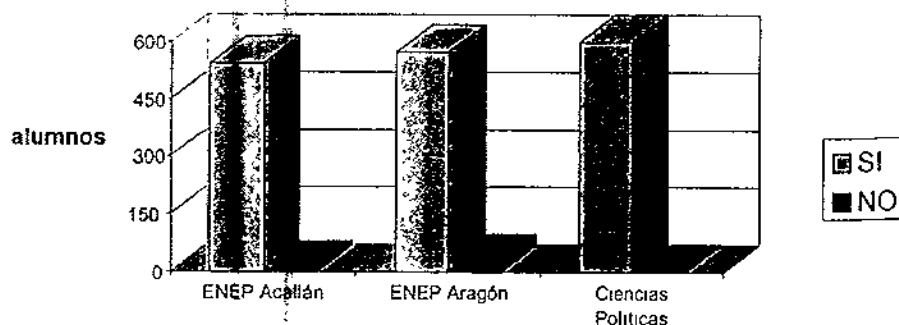
4.5 Conclusiones Interpretativas

1.- Posibilidad de adquirir el periódico en diferentes Facultades.



Por medio de la encuesta aplicada a 1800 estudiantes de las diferentes facultades se reveló que en la E.N.E.P. Acahán se obtuvo como resultado que 594 alumnos tienen la posibilidad de adquirir el periódico, así como la E.N.E.P. Aragón con 534 alumnos y en la Facultad de Ciencias Políticas 570, lo cual nos permite reconocer que un total de 1698 estudiantes de dichas facultades pueden adquirirlo y que los restantes por una u otra causa no tienen posibilidad de tener en sus manos este medio de comunicación.

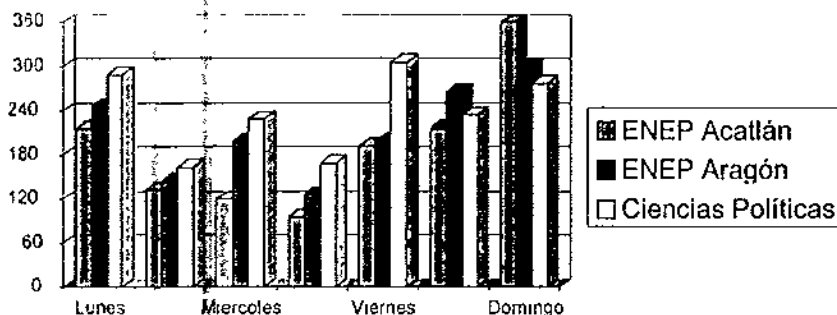
2.- El periódico es un importante transmisor de información.



Al concluir la aplicación de las encuestas en las diferentes facultades obtuvimos como resultado que la mayoría de los estudiantes consideran que realmente el periódico es un importante transmisor de información ya que en la facultad de Ciencias Políticas respondieron los 600 estudiantes afirmativamente mientras en la E.N.E.P Aragón y la E.N.E.P. Acatlán alrededor de 60 estudiantes contestaron negativamente

Los estudiantes consideran que el periódico realmente es una muy importante fuente de información, ya que es el único medio que realmente presenta la información de manera más detallada, así los estudiantes y cualquier otra persona puede recurrir al periódico en cualquier momento y de ésta forma realizar seguimientos de diferentes temas, oportunidad que no se las puede brindar ningún otro medio de comunicación

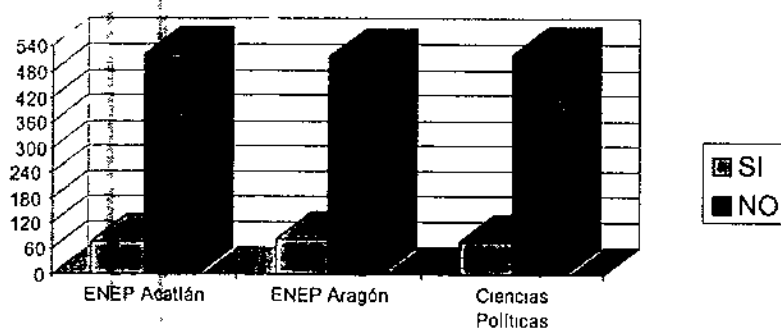
3.- Día de la semana más común para leer el periódico.



En lo que respecta al día en que los estudiantes tienen más posibilidad de leer el periódico, obtuvimos como respuesta que el día *domingo* es el indicado y los resultados arrojados fueron en la ENEP Aragón con 300 estudiantes, la E.N.E.P. Acatlán con 360 y la Facultad de Ciencias Políticas con con 306 aficionados para leer el periódico en ese día

Podemos concluir mediante este estudio que no sólo los estudiantes tienen un día en específico para leerlo, también existen quienes lo hacen toda la semana sin excepción

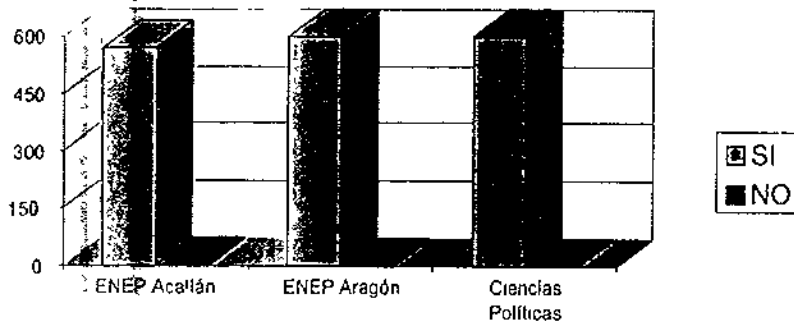
4.- Se considera al periódico como un medio de comunicación 100 % objetivo.



Con respecto a la objetividad del periódico podemos concluir que las tres facultades coincidieron al final, concluyendo que el periódico no es un medio de comunicación 100% objetivo, ya que las noticias no son veraces porque se mezclan con los intereses de unos cuantos particulares, al tener tendencias muy marcadas y existiendo también mecanismos de control para todos los medios de comunicación, debido a que siempre va a influir el control político que se ejerza sobre el medio, encontrando siempre el fantasma de la llamada "censura"

Por otro lado alrededor de 78 y 84 estudiantes en cada una de las facultades opinó que sí es un medio muy objetivo ya que el periódico cuenta con columnistas muy profesionales que transmiten en forma veraz toda la información.

5. La política de un periódico, influye en la forma de manejar la información y transmitirla

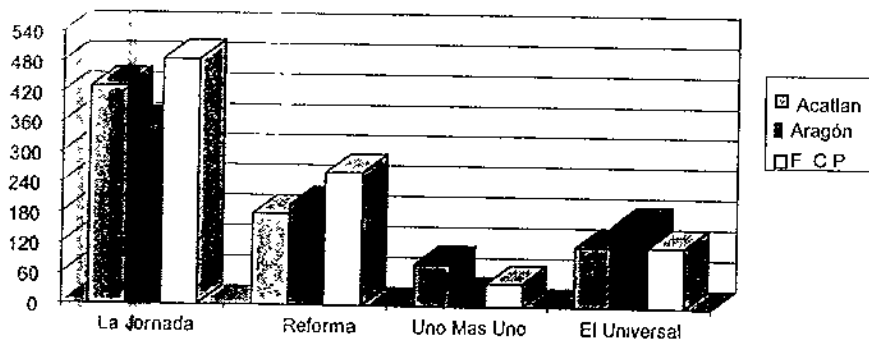


Definitivamente al concluir la aplicación de las encuestas en las tres facultades, podemos ver en la gráfica que todos los estudiantes a excepción de uno creen totalmente que la política de un periódico influye absolutamente en la manera de transmitir la información.

Hay quienes dicen que la objetividad nunca va existir, ya que siempre se ve manipulada la información y va influir el control político que se ejerza sobre él y antes que todo siempre ésta presente en mayor o menor grado la censura, al estar completamente vinculado con el gobierno.

Indicaron que al tener en sus manos este medio impreso y comenzar a leerlo podían darse cuenta de la línea política del mismo que da la pauta para incluir o no cierta información que le favorezca, defendiendo siempre de su tendencia y sus intereses muy particulares

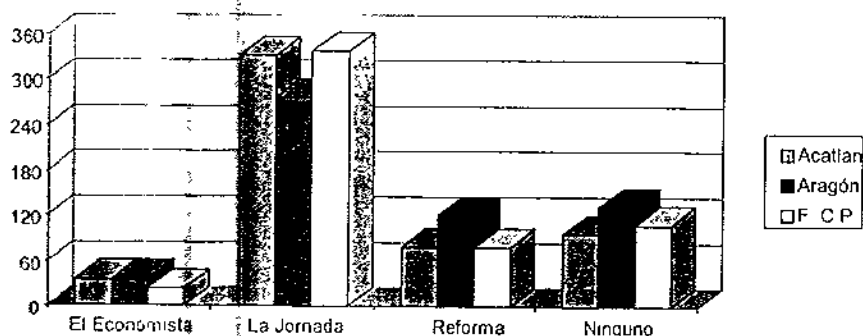
6.- DE LOS PERIÓDICOS QUE CIRCULAN EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DEBIDO A SU CONTENIDO, ¿CUÁL PREFIEREN LEER?



De los once periódicos que actualmente circulan en la ciudad de México podemos darnos cuenta que el resultado obtenido en la E.N.E.P Aragón, E.N.E.P. Acatlán y la Facultad de Ciencias Políticas no difiere mucho, ya que de 354 a 486 alumnos de cada una de las facultades consideran al periódico "La Jornada" como el medio más importante para tenerlos informados

Otro periódico que también realiza un papel muy importante entre los estudiantes es el "Reforma", que como podemos observar en la gráfica es el segundo más importantes en las tres facultades

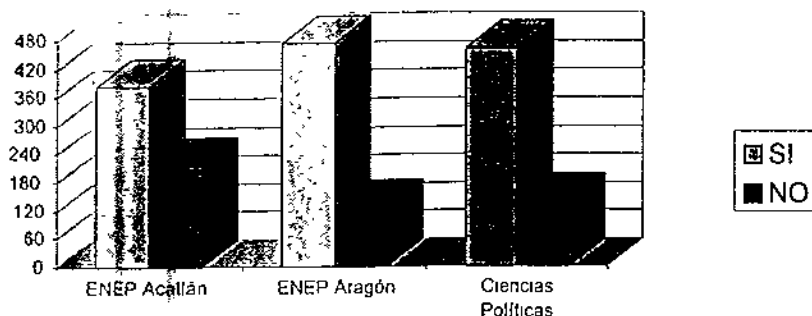
7.- SEGÚN TU OPINIÓN, ¿CUÁL ES EL PERIÓDICO QUE TRANSMITE UNA INFORMACIÓN MÁS VERÍDICA?



Los estudiantes de la E.N.E.P. Acatlán, E.N.E.P Aragón y la facultad de Ciencias Políticas definitivamente consideran al periódico "La Jornada", como uno de los que transmiten una información más verídica.

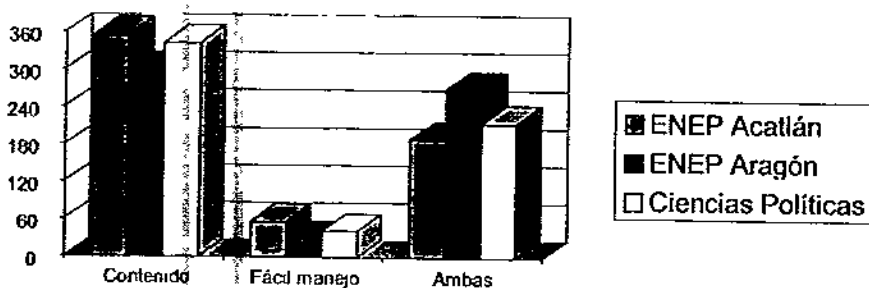
Algunos opinan que se apega más a la realidad al no disfrazarla, ya que se observa mayor imparcialidad en su contenido y sus fuentes son más confiables por contar con columnistas y articulistas de gran prestigio.

8. El grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de educación que se tenga.



Aunque existe alguna diferencia entre los que creen que el grado de credibilidad de un periódico depende del nivel de educación que tenga el lector, una mayoría de 384 y 474 alumnos lo consideran así, pues afirman que esta totalmente ligado al nivel de conocimiento de un individuo, lo que le permite analizar la información de manera más razonada y fundamentada para poder formar sus propios criterios, determinando si la información que se le transmite es verídica o no

9.- La preferencia hacia un periódico se debe a Profundidad de su contenido o simplemente a su manejo.



Al analizar la gráfica anterior podemos ver como resultado que 996 de los estudiantes consideran que su preferencia hacia un periódico se debe exclusivamente a su contenido ya que ellos piensan que la información que se les transmite mediante éste medio es lo más importante.

Por otro lado 129 de ellos creen que es más agradable adquirir un periódico el cual les sea más fácil de manejar para leer, no importando en primera instancia que su contenido sea totalmente objetivo.

Pero existen 675 jóvenes que piensan que además de proporcionar al lector un contenido muy sustancioso, también es importante tener un fácil manejo al momento de leerlo.

10.- Periódicos que se basan en un contenido amarillista, para poder atraer la atención del lector.



Respecto a cuál es el periódico, que tiende a ser amarillista y alarmista a la vez, tenemos como resultado que un promedio de 528 estudiantes de cada una de las facultades consideran definitivamente a "La Prensa", como el periódico más amarillista en la ciudad de México, el cual utiliza la nota roja como base de su contenido, utilizando como gancho sus títulos y fotografías que fundamentalmente contienen un alto índice de violencia.

CONCLUSIONES.

Una vez realizado el estudio acerca del grado de credibilidad del público lector con nivel de educación superior, U.N.A.M., área de Ciencias Sociales hacia los periódicos de la Ciudad de México, podemos evaluar esta investigación con las siguientes conclusiones:

El resultado alcanzado nos permite asegurar que cada uno de los estudiantes de las diferentes facultades, tienen realmente la posibilidad de adquirir este medio impreso en determinado momento.

Podemos concluir en segundo lugar que definitivamente los estudiantes con nivel de educación superior se inclinan esencialmente hacia un periódico principalmente por su contenido, ya que la información que les es transmitida por este medio impreso es básica para ellos, no importando que éste resulte más complicado para leer, debido a su formato.

El total de los estudiantes consideran al periódico como un importante transmisor de información por ser el más completo, ya que a diferencia de otros medios de comunicación, se puede recurrir a él sin mayor problema en el momento que se quiera consultar alguna clase de información.

Además de que permite la pluralidad en la manifestación de ideas, dando de esta forma una visión más analizada de los hechos, enseñando al estudiante a discernir ante los diversos tópicos de la vida cotidiana, dando su punto de vista muy crítico e imparcial, aunque no siempre todos los periódicos van a coincidir con una misma línea política.

La política de un periódico influye totalmente en la forma de manejar y transmitir la información, ya que cada periódico tiene una línea política e ideológica muy marcada, la cual da la pauta para incluir o no determinada información dentro del contenido de dicho periódico, dependiendo siempre de su tendencia y sus intereses muy particulares, logrando de esta forma que el personal que colabora en dicho medio respete las políticas ya implantadas, las cuales no pueden ser violadas en ningún momento. Existiendo siempre un control político dando paso a la inseparable censura.

El periódico es considerado como un medio de comunicación que no es 100% objetivo, debido a que existe un alto grado de control por parte del Gobierno, siendo simplemente un aparato ideológico, lo que da por resultado la manipulación de la información, ya que cada uno adquiere en un momento determinado una postura política, y a partir de ésta comienza a manejar intereses de carácter particular, transmitiendo a los lectores sólo la información desde su punto de vista y algunas veces omitiendo parte de esta.

Para los estudiantes resulta muy importante el estar informados, pero no todos tienen realmente la oportunidad de leer este medio de manera, frecuente por esto mismo una gran mayoría considera el día "domingo", como el indicado para informarse.

Para el lector es básico que un periódico transmita una información en lo mayor posible verídica y confiable y respecto a esto el periódico "La Jornada" es considerado como el más confiable, ya que cuenta con columnistas, articulistas y cronistas de gran reconocimiento con base en su trayectoria logrando con su participación a que este periódico sea el más confiable, ya que no responde a intereses particulares,

punto que se ve reflejado en su contenido, apoyado también por la realización de críticas de gran calidad.

El tiraje de un periódico dentro de la ciudad de México, se ve reflejado con base en la presencia, el alcance de la difusión de su información y la aceptación total del lector, dicho tiraje está basado esencialmente en la "Ley de la oferta y la demanda", ya que cada uno de los periódicos realiza estudios estadísticos para determinar si es necesario incrementarlo o no

En cuanto a periódicos con tendencia amarillista, tenemos a la "La Prensa", como el único que realmente basa su contenido en notas rojas, para atraer la atención del lector, incluyendo siempre sucesos irreales expresándolos con títulos y fotografías que fundamentalmente contienen un alto índice de violencia, lo que provoca que este periódico sea adquirido por lectores con bajo nivel intelectual.

De los periódicos que actualmente se publican en la ciudad de México, "La Jornada" resultó ser el más consultado debido a su contenido, entre los estudiantes del área de Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Políticas, E.N.E.P Acatlán, y la E.N.E.P Aragón.

De todo lo anterior podemos concluir finalmente que la credibilidad hacia un periódico, depende básicamente del nivel de educación que tenga el lector, debido a que el nivel de cultura y de conocimiento de un individuo (en este caso el lector) le permite analizar la información y lograr determinar si es verídica o no, inclinándose entonces por el periódico que aumenta en el su grado de credibilidad

BIBLIOGRAFÍA

Delgado Cebrián, Alberto.
Introducción al periodismo.
Madrid.
Editorial Alhambra. 150 p.p.

De la Mota, Ignacio.
Diario de la Comunicación.
Tomo II.
Madrid, 1988.
Editorial Paraninfo, 830 p.p

Ferrero, Juan José.
La comunicación y los mass medios.
Bilbao, 1975.
Editorial Mensajero, 750 p.p.

Tal. tinez de Sousa, José.
Diccionario de información, comunicación y periodismo.
España, 1992.
Editorial Paraninfo, 510 p.p.

Sierra Macedo, María Julia.
Haciendo Periodismo.
México, 1964.
Editorial Porrúa, 230 p.p.

Smith, A.

Gooby Gutemberg, La revolución del periodismo electrónico.
México.

Editorial Gustavo Gili, 640 p.p.

Palgonouv, N.

La prensa y opinión pública.

Buenos Aires, 1966.

Editorial Cartago, 249 p.p.

Beltran y Cruces, Raúl Ernesto.

Publicidad en los medios impresos.

México.

Editorial Trillas, 154 p.p.

Bernal Sahagún, Victor Manuel.

Anatomía de la publicidad en México.

México.

Editorial Nuestro Tiempo, 249 p.p.

Copple, Neale.

Un nuevo concepto del Periodismo.

Reportajes interpretativos México.

México.

Edit. Pax 1968, 569 p.p.

Hobenberg, John.
Periodismo profesional México
México.
Edit. Letras, 490 p.p.

Martín Vivaldi, Gonzalo
Géneros Periodísticos
Madrid, 1963.
Edit. Paraninfo, 362 p.p.

Van, Frazer
Introducción al periodismo.
Buenos Aires 1959.
Edit. Agora, 390 p.p.

Leñero Vicente, y Martín Carlos.
Manual de periodismo tratados y manuales.
México - Barcelona.
Edit. Grijalbo, 489 p.p.

Kast, Fremont E, y Rosemich Ana E.
Administración en las Organizaciones un enfoque de sistemas de comunicación.
México.
Edit. Limusa, 398.p.p.

Miranda Pérez, Manuel.

La entrevista de prensa

México.

Edit. Escuela Carlos Septiém García, 453. p.p.

Diccionario Marxista de I. Blauberg

México.

Edit. Siglo XXI o Fondo Cultura.

Goded, Jaime

Los medios de comunicación colectiva

México.

Edit. Facultad de Ciencias Políticas, 590 p.p.

Fernández, Fatima.

Prensa y Poder en México.

Madrid.

Edit. Grijalbo, 497. p.p.